

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ

К 90-летию СПбГЭУ

СБОРНИК ЛУЧШИХ ДОКЛАДОВ

**ПО МАТЕРИАЛАМ
IX НАЦИОНАЛЬНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ИНСТИТУТА МАГИСТРАТУРЫ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ НА ТЕМУ:**

**«СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА»**

**«SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT
IN A DIGITAL SOCIETY»**

Санкт-Петербург

20–21 апреля 2020 г.

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2020**

ББК 65.012.2
С23

С23 **Сборник** лучших докладов по материалам IX Национальной научно-практической конференция Института магистратуры с международным участием на тему: «Социально-экономическое развитие в условиях цифрового общества». «Socio-economic development in a digital society». Санкт-Петербург 20–21 апреля 2020 г. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 734 с.

ISBN 978-5-7310-4988-7

В сборнике представлены доклады профессорско-преподавательского состава и магистрантов 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 professors and of graduate students 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 65.012.2

Редакционная

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

Рецензенты: д-р экон. наук, проф. **Л.А. Миэринь**
 д-р экон. наук, проф. **Л.А. Мясникова**

ISBN 978-5-7310-4988-7

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ!

Оргкомитет IX Национальной научно-практической конференция института магистратуры с международным участием на тему: «Социально-экономическое развитие в условиях цифрового общества» «Socio-economic development in a digital society», проводимой в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете, благодарит всех участников конференции.

Сборник содержит доклады выступлений секционных заседаний.

Оргкомитет конференции желает всем участникам успехов в научных исследованиях, развития творческого потенциала и приглашает принять участие в следующей конференции в 2021 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;
- **ТУМАРОВА 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 отделения «Экономика» Института магистратуры;
- **СУЛЕЙМАНКАДИЕВА А.Э.** — д-р экон. наук, профессор специализированной кафедры ПАО «Газпром», руководитель академического отделения «Менеджмент» Института магистратуры;

- **СЛАВЕЦКАЯ Н.С.** — канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики и международных экономических отношений, руководитель академического отделения «Гуманитарные науки» Института магистратуры;
- **ПЕТРОВ А.С.** — начальник управления информационных технологий;
- **КРИВОНОСОВ И.А.** — директор департамента управления активами;
- **ВОСТРИКОВА И.Ю.** — директор центра управления коммуникациями и рекламой;
- **МАКОСИЙ В.М.** — главный редактор издательства;
- **ТРЯПИЦЫНА А.А.** — начальник отдела НИРС.

ЧАСТЬ I

СТАТЬИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА

Алиев Исмаил Магеррамович

Aliev Ismail Mageramovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

профессор кафедры Экономики труда, д.э.н.

Professor of the labor economics Department, Ph.D in economics

Программа «Экономика труда»

Master program « Labor economics»

e-mail: aliev.06@mail.ru

Зорина Наталья Анатольевна

Zorina Natalia Anatolevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

доцент кафедры Экономики труда, д.э.н.

Associate Professor of the labor economics Department, Ph.D in economics

Программа «Экономика труда»

Master program « Labor economics»

e-mail: zorinanatalja@inbox.ru

Сигов Виктор Изглафович

Sigov Viktor Ivglafovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

профессор кафедры Экономики труда, д.с.н.

Professor of the labor economics Department, Ph.D in sociology

Программа «Управление человеческими ресурсами»

Master program «Human Resource management»

e-mail: dekanat205@mail.ru

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ КАК СПОСОБ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛА, ВОСТРЕБОВАННОГО НА РЫНКЕ ТРУДА

INDIVIDUAL EDUCATIONAL TRAJECTORY AS A WAY TO TRAIN A PROFESSIONAL IN DEMAND ON THE LABOR MARKET

В данной статье рассмотрены вопросы влияния индивидуальной образовательной траектории на востребованность профессионала на рынке и его умение адаптироваться к меняющимся условиям, самоопределяться, выявлены преимущества индивидуальной образовательной траектории. На основе

проведенного исследования автором проанализированы и структурированы примеры основные конкурентные преимущества мировых передовых систем высшего образования и конкретных вузов. Изучены и выделены основные значимые трансформационные мероприятия, проводимые в сфере высшего образования в РФ, которые способствуют созданию условий для внедрения принципа индивидуализации в высшем образовании.

This article discusses the impact of an individual educational path on the demand for a professional in the market and his ability to adapt to changing conditions, self-determination, and reveals the advantages of an individual educational path. Based on the study, the author analyzed and structured examples of the main competitive advantages of world advanced higher education systems and specific universities. Studied and highlighted the main significant transformational measures carried out in the field of higher education in the Russian Federation, which contribute to the creation of conditions for the introduction of the principle of individualization in higher education.

Ключевые слова: индивидуальная образовательная траектория, компетентный подход, профессиональная востребованность, профессиональные навыки.

Key words: individual educational trajectory, competency-based approach, professional relevance, professional skills.

В статье исследуется индивидуальная образовательная траектория в контексте подготовки профессионала, востребованного на рынке труда. Выявлены сильные стороны систем высшего образования США и Великобритании, чьи университеты входят в первую десятку основных мировых рейтингов в сфере образования. Выделены преимущества персонализированного образования перед традиционной формой получения высшего образования и основные трансформационные мероприятия в этой области, внедряющиеся в Российской Федерации.

Динамика развития современного мира показала неэффективность формы образования, сложившейся в XX веке для текущих задач и обнажила запрос не только экономики, но и общества на новые формы образования и, прежде всего, непрерывное образование или «образование на протяжении жизни», позволяющее человеку оставаться профессионально востребованным, с актуальными навыками как можно дольше. В связи с этим приобретает ценность способность самостоятельно выстраивать, планировать и проектировать свое профессиональное развитие и, соответственно, предполагать, определять, задавать собственную, индивидуальную образовательную траекторию (ИОТ).

ИОТ определяют, например, как:

- «индивидуальный путь развития и реализации познавательных, творческих и коммуникативных способностей каждого обучающегося независимо от уровня общего и профессионального образования» [7].
- «персональный путь достижения поставленной образовательной цели (или учебной задачи) конкретным обучающимся, соответствующий его способностям, мотивам, интересам и потребностям» [5] и др.

Кроме того, существуют такие понятия как «индивидуальный образовательный маршрут» и «индивидуальная образовательная программа». По нашему мнению, наиболее широкое, вбирающее в себя другие явления — и маршрут, и программу, именно ИОТ, поэтому, мы будем придерживаться понятия индивидуальной образовательной траектории.

Востребованность человека на рынке труда сейчас определяется его способностью к обучению. Поскольку будущее неустойчиво и не определено, наука и технологии развиваются скачкообразно, уже невозможным является концепция «одного образования на всю жизнь», образовательные организации должны изменить свой подход к обучению и обеспечивать стратегический контур, актуальную образовательную среду. Однако, одновременно, предоставляя обучающимся все больше самостоятельности, через внедрение принципа индивидуализации.

Преимущества индивидуальной образовательной траектории:

- повышение заинтересованности обучающегося и снижение оппортунистического поведения;
- воспитание у него или проявление им самостоятельности, проактивности;
- учет особенностей и потребностей отдельного индивида в обучении;
- увеличение количества элективных курсов;
- дополнительная мотивация преподавателей и возникновение здоровой конкуренции между ними;
- повышение заинтересованности преподавателей в учебном процессе за счет увеличения количества мотивированных обучающихся;
- заложенный механизм совершенствования образовательного процесса через постоянные изменения и доработки, актуализации обучающего материала и пр.

Внедрению ИОТ сейчас мешают неготовность к этому образовательных учреждений системно и структурно (например, внедрение ИОТ значительно усложнит образовательную логику), нехватка квалифицированных кадров; недостаток учебно-методического обеспечения для организации нового учебного процесса и пр.

Как это устроено персонализированное обучение в развитых странах? Согласно самому влиятельному рейтингу в сфере образования — The Times Higher Education World University Rankings, в десятке лидеров в 2020 году оказались вузы США и Великобритании: Оксфордский университет (Великобритания), Калифорнийский технологический институт (США), Кембриджский университет (Великобритания), Стэнфордский университет (США), Массачусетский технологический институт (США), Принстонский университет (США), Гарвардский ун-т (США), Йельский ун-т (США), Университет Чикаго (США) и Имперский колледж Лондона (Великобритания) [2].

Тьюторская система. Например, в Оксфорде и Кембридже с XIV века одним из центральных элементов в обучении становится система тьюторинга. В понимании тьюторства как институционализованного, университетского наставничества, тьютор в форме постоянного диалога помогал студенту ориентироваться, планировать, расставлять приоритеты и, в целом, формировать свой индивидуальный образовательный путь в контексте широкой академической свободы выбора и собственных предпочтений. Феномен тьюторской системы данных университетов заключался, в том числе, в высококлассных специалистах на позициях тьюторов, которые производили «авторский», индивидуальный, не массовый продукт. Кроме того, сама фигура тьютора была востребованной в связи с тем, что университетская среда являлась свободным, открытым образовательным пространством, с центральной ценностью знания. Тьютор был посредником между свободным преподавателем с авторским курсом и свободным студентом, поддерживая, курируя и направляя процесс самоопределения студента.

Кампусное пространство. Как британские, так и американские университеты представляют собой город в городе кампусного типа, с очень развитой инфраструктурой, состоящей из исследовательских центров, общежитий, библиотек, музеев, театров, издательства, спортивные площадки, рестораны, магазины и пр. Например, кампус Массачусетского технологического университета составляет 68 га. Такой принцип кон-

центрированного устройства, как и технопарка или промышленного кластера, исторически зарекомендовал свою эффективность.

Объем научных исследований, тесная связь науки и образования. Например, Оксфорд насчитывает, на сегодняшний момент, более 50, а Гарвард — более 40 нобелевских лауреата за весь период существования университетов [4], индекс цитирования на 1 преподавателя в Гарварде — 99,9 [1].

Самостоятельность студентов. В лучших американских и британских вузах нет жестких стандартов образования. Студент может выбирать из огромного перечня предметов и модулей, часть из которых являются обязательными, остальные — факультативными и подбираются индивидуально. Соответственно, группы студентов по предметам чаще всего складываются произвольно.

«Гринфилды» (greenfield) как островки нового в старом контексте. Это новые технологические образовательные проекты (образовательные стартапы, т. н. EdTech). В качестве примера можно привести Юанпей колледж (Yuanpei collage) при Пекинском университете, Амстердамский университетский колледж (Amsterdam University Collage), Университет Линнань (Lingnan University) в Гонконге [3].

Кроме того, Болонская система действует таким образом, что в университетах для получения степеней магистра и доктора наук остаются только те, кто мотивирован на углубление знаний или исследования. Бакалавриат считается законченным, полноценным высшим образованием.

Таким образом, правильно выстроенная система, позволяющая каждому студенту формировать свою индивидуальную образовательную траекторию, способна содействовать развитию профессиональных компетенций, позволяющих индивиду оставаться востребованным на рынке.

Согласно старой модели навыков, специалист должен был обладать «жесткими» и «мягкими» навыками (hard и soft-skills, соответственно). По новой модели [6], система навыков выглядит следующим образом:

- контекстные (специализированные) навыки, применяемые в определенных условиях. Они могут быть профессиональными, физическими или социальными;
- кроссконтекстные (надпрофессиональные) навыки, не имеющие привязки к одной профессиональной сфере и позволяющие переходить из сферы в сферу, применять себя в междисциплинарных

областях. Это такие навыки и умения как мультикультурность, умение работать в команде, системное мышление и др.;

- экзистенциальные навыки, такие как умение учиться или переобучаться, постановка целей и умение их достигать, способность к саморефлексии и пр. То есть, навыки, жизненно важные для построения индивидуальной образовательной траектории и непрерывного обучения, в том числе, непрерывного профессионального обучения.

На основании этого, рамках компетентностного подхода главным является не овладение суммой знаний, оторванных от реальности и зачастую не применимых в профессии, а результаты образовательной деятельности обучающегося, а именно:

- личностные (в результате сформированных экзистенциальных навыков и умений);
- метапредметные (при овладении кроссконтекстными навыками) и
- предметные результаты (овладение специфическими для конкретного предмета знаниями и навыками).

Необходимость ориентации на компетентностный подход и принцип индивидуализации в образовании вызвана такими изменениями как усложнение технологий и рынков, соответственно, увеличению доли интеллектуального труда и связанное с этим изменение структуры занятости и повышение спроса на высококвалифицированных специалистов, способных самостоятельно учиться, переучиваться и доучиваться. Это приводит к усложнению входа на рынок для низкоквалифицированных специалистов и повышению роли высококачественного образования.

Какие основные изменения происходят в рамках системы высшего образования РФ для внедрения принципа индивидуализации:

1) Разработка и внедрение Национального проекта «Образование», в рамках которой проводятся мероприятия, в том числе по модернизации профессионального образования с использованием новых, гибких подходов, ориентированных на практику; формирование системы непрерывного обновления профессиональных знаний и навыков; повышение цифровой грамотности и пр.

2) Запуск «Проекта 5–100» — государственная инициатива, с основными целями повышения международной конкурентоспособности и престижности российских вузов, вывод не менее 5 университетов в сотню лучших в мире по версии авторитетных международных рейтингов.

3) Развитие новаторских вузов, «гринфилдов», использующих современные подходы к обучению, привлекающие иностранных преподавателей и пр. В качестве примеров можно привести Школу перспективных исследований, созданную при Тюменском государственном университете, Высшую IT-школу при Томском государственном университете, Университет Национальной Технологической инициативы 2035.

4) Экспериментальное внедрение проектного обучения. Например, в ЮрГУ, при сотрудничестве с предприятиями-лидерами рынков, от которых вуз получает тему проекта, студенты объединяются в команды, им назначается руководитель. Через 2 года, как результат проекта — устройство, система или программный продукт. И пр.

Таким образом, внедрение принципа индивидуализации в образовании, позволяющего выстраивать собственную траекторию развития и самоопределяться на рынке, предполагает трансформацию системы высшего образования, изменение всех базовых процессов в университете и создание единого образовательного пространства. Это позволит студенту выбирать не только предметы из разных дисциплин, но также форматы и способы обучения, подходы к обучению у преподавателей, более подходящие ему. ИОТ позволяет спрямить путь студента к необходимым знаниям и навыкам, сделать обучение более эффективным, а обучающегося более ответственным, самостоятельным и самомотивированным. Взаимодействие вузов с производством и бизнесом выводит образование в проблемную область и позволяет прививать практические навыки и актуальные знания, востребованные на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. QS World University Rankings. — [Top Universities: Электронный ресурс] — <https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings>
2. The world university ranking 2020 — [The Times Higher Education: Электронный ресурс] — https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2020/world-ranking#!/page/1/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats
3. Волков А., Мельник Д. Зачем делить студентов на отдельные личности. — [Ведомости: Электронный ресурс] — <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/10/01/782530-na>
4. Кроу М., Дэббарс У. Модель нового американского университета. М.: ИД ВШЭ, 2017. — [Издат.дом ВШЭ: Электронный ресурс] — https://id.hse.ru/data/2017/08/12/1174382229/Crow-text_17_%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82.pdf
5. Сысоев П.В. Обучение по индивидуальной траектории. — [Журналы Томского госуниверситета: Электронный ресурс] — <http://journals.tsu.ru/uploads/import/970/files/24-121.pdf>

6. Навыки будущего. — [Future Foundation: Электронный ресурс] — https://futuref.org/futureskills_ru

7. Фурин А.Г. Сущность индивидуальной образовательной траектории: институциональный аспект. //Общество, политика, экономика, право. — 2016 — <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-individualnoy-obrazovatelnoy-traektorii-institutsionalnyy-aspekt/viewer>

Архипова Ольга Валерьевна

Arkhipova Olga Valerievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, д.ф.н.

Professor of the Chair of

Hotel and Restaurant Business, Ph.D

Программа «Управление гостиничным бизнесом»

Master program «Hotel management»

e-mail: olva@list.ru

ФОРМИРОВАНИЕ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ»

FORMATION OF CROSS-CULTURAL COMPETENCES IN THE PROCESS OF PREPARATION OF STUDENTS OF THE MASTERS PROGRAM “HOTEL BUSINESS MANAGEMENT”

Статья посвящена рассмотрению подходов к формированию кросс-культурных компетенций в процессе реализации магистерской программы «Управление гостиничным бизнесом» в рамках учебного курса «Кросскультурный менеджмент предприятий индустрии гостеприимства». Актуализируется вопрос ротации ключевых компетенций специалистов — управленцев в сфере гостиничного бизнеса. Приводятся примеры включения эффективных образовательных технологий в процесс организации деятельности магистрантов программы «Управление гостиничным бизнесом».

The article focuses on the consideration of approaches to the formation of cross-cultural competencies in the implementation of the master’s program “Hotel Management” as part of the training course “Cross-cultural management of hospitality industry enterprises.” The issue of rotation of the key competencies of specialists — managers in the hotel business is becoming relevant. Examples of the inclusion of effective educational technologies in the process of organizing the activities of undergraduates in the hotel management program are given.

Ключевые слова: ключевые компетенции, индикаторы достижения компетенций, кросс-культурные компетенции, образовательные технологи, индустрия гостеприимства, деятельность магистрантов.

Keywords: key competencies, indicators of achievement of competencies, cross-cultural competencies, educational technologists, hospitality industry, activities of undergraduates.

Проходящий в мире процесс глобализации особенно отчетливо проявляется в сфере экономики и связан с формированием полиэтнического рынка труда и интернационализацией бизнеса. В результате усиливается стремление действующих на глобальных рынках предприятий к формированию межкультурной коммуникативной и деятельной компетенции руководящих работников и сотрудников, которые должны быть способны устанавливать контакты и формировать доверительные отношения с инокультурными деловыми партнерами, сотрудниками и клиентами. Сегодня эффективная совместная деятельность в экономической, политической или иной сфере возможна только с учетом уважительного отношения к другим культурам [1, с. 84].

Проблемы межкультурного общения особенно ярко проявляются в гостиничном бизнесе. Поэтому специалисты индустрии гостеприимства должны обладать знаниями о культурных различиях, владеть методами взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами — представителями разных культур, иметь представление о протоколе деловых встреч и этикете с учетом национальных особенностей собеседников, а также знать способы разрешения связанных с этими различиями конфликтов на предприятиях гостеприимства. Освоение представителями гостиничного бизнеса навыков кросс-культурного взаимодействия является важнейшим требованием, предъявляемым к специалистам сферы гостеприимства на сегодняшний день, в том числе эти требования отчетливо сформулированы в Профессиональном стандарте.

В настоящее время перед предприятиями индустрии гостеприимства стоит задача предоставления и поддержания качества обслуживания на должном уровне, своевременного устранения недостатков в предоставлении услуг, разработки стратегии улучшения обслуживания с учетом требований внешней и внутренней среды предприятия. Большую роль в этом процессе может сыграть формирование системы

развития кросс-культурной компетентности персонала гостиничного предприятия.

Следует отметить, что набор ключевых компетенций, востребованных рынком и, соответственно, предъявляемых к специалистам сферы гостиничного бизнеса вариативен. Ротация компетенций, выявление так называемых «прорывных» компетенций, то есть тех, что наиболее актуальны в настоящее время — навыков и знаний, которые позволяют находить разрывы и слабые места в процессах и преодолевать их — становится важной задачей. Это позволяет обеспечивать рост и конкурентоспособность бизнеса, реагировать на меняющиеся потребности экономики, соответствовать требованиям отрасли.

Обнаружение спроса на имплементацию и развитие прорывных компетенций крайне важно для системы образования. По оценке компании ООО «Сетевые исследования», партнера Представительства АСИ в СЗФО по проекту «Цифровая платформа быстрой экономики» в соответствии с образовательными стандартами в образовательную программу современных ВУЗов, осуществляющих подготовку кадров для индустрии гостеприимства, включен большой спектр дисциплин, закрывающий требуемые компетенции и предполагающий получение необходимых знаний, умений и навыков. Тем не менее, работодатели, опрошенные в ходе региональных исследований, отмечают у выпускников общую безграмотность, недостаточные знания по страноведению, культуре, истории, туристским ресурсам регионов, неумение работать с компьютерными программами (90%), трудности с иностранными языками, трудности в общении и непонимание специфики сферы гостеприимства [2].

Сегодня знания и даже навыки (как отдельные элементы) устаревают достаточно быстро, поэтому подход на основе компетенций является наиболее перспективным. И если так называемые *hard skills* компетенции неизменны и непосредственно связаны с той деятельностью, которой занимается человек на данный момент, то компетенции типа *soft skills* подстраиваются под ситуативные требования рынка, конкретной компании, ее корпоративной культуры. Нельзя не согласиться, что в современных условиях глобального кризиса именно *soft skills* компетенции жизненно необходимы, они обеспечивают 85% профессионального успеха. Потому именно они имеют превалирующие значение в профессиональном развитии специалистов. Не случайно «прорывные» компетенции в профессиональной деятель-

ности представлены перечнем soft skills и обеспечивают специалистам и компаниям конкурентоспособность, востребованность и адаптивность к изменяющимся условиям жизни.

Результаты экспертного мнения «Выявление прорывных компетенций туриндустрии и существующего и латентного спроса на их постановку перед вузами отрасли» выявили перечень «прорывных» компетенций, предъявляемых рынком к специалисту сферы туризма и гостеприимства. Среди них отмечена и мультиязычность и мультикультурность как необходимая компетенция в условиях глобальной экономики [2].

Согласно Федеральному образовательному стандарту высшего образования — магистратура по направлению 43.04.03 — Гостиничное дело, обязательным требованием при реализации основной образовательной программы является формирование универсальной компетенции — межкультурное взаимодействие — «Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия». Ключевой дисциплиной, в рамках которой достигается данная компетенция, является курс «Кросскультурный менеджмент предприятий индустрии гостеприимства». Она нацелена на формирование системы современных знаний о сущности кросскультурного менеджмента и специфике кросскультурных взаимоотношений, умений и навыков, позволяющих принимать обоснованные решения по разработке и реализации стратегий развития предприятий сферы гостеприимства, управлению международными коллективами и международными деловыми организациями в индустрии гостеприимства. Основные задачи дисциплины сфокусированы на формировании системного представления о базовых аспектах кросскультурного менеджмента в индустрии гостеприимства, выработке практических способностей к кросскультурной коммуникации, конструктивному взаимодействию с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции на предприятиях индустрии гостеприимства.

Решить эти задачи возможно лишь с включением эффективных образовательных технологий в процесс организации деятельности магистрантов программы «Управление гостиничным бизнесом». Так, в рамках реализации дисциплины используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Само содержание дисциплины способствует многообразию в под- боре методик изложения лекционного материала. Используется лек- ция–диалог, проблемная лекция, лекция–визуализация, лекция–дис- куссия и др. Подобные занятия предполагают ввод нового знания через постановку проблемного вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с пре- подавателем приближается к исследовательской деятельности. Со- держание проблемы раскрывается путем организации поиска ее ре- шения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения. Важнейшим показателем «проблемности» характера обучения является наличие познавательной проблемы и предполагает активное вовлечение студентов в процесс обсуждения и решения по- ставленной проблемы, процесс поиска решения направляется и кон- тролируется преподавателем.

Лекция–визуализация является результатом нового использова- ния принципа наглядности. Наглядность не только способствует более успешному восприятию и запоминанию материала, но и по- зволяет активизировать умственную деятельность, глубже проникать в сущность изучаемых явлений, показывает его связь с творческими процессами принятия решений, подтверждает регулирующую роль образа в деятельности человека. Такая лекция учит студентов преоб- разовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, что формирует у них профессиональное мышление за счет система- тизации и выделения наиболее значимых, существенных элементов содержания обучения. Этот процесс визуализации является сверты- ванием мыслительных содержаний, включая разные виды информа- ции, в наглядный образ; будучи воспринят, этот образ, может быть, развернут и служить опорой для мыслительных и практических дей- ствий.

Активно используются интерактивные формы практических за- нятий, таких как: Круглый стол, деловая игра, решение заданий рабо- чей тетради, индивидуальных заданий, подготовка и презентация портфолио. Данные формы способствуют развитию умения слушания, навыков риторики, полемики, отстаивания собственной позиции и точки зрения. Для более глубокого освоения дисциплины создают- ся условия, способствующие взаимодействию преподавателя и сту- дентов, применяются различные формы коллективной работы, — об- суждение кейсов, учебного видеоматериала и др. В целях увеличения

наглядности лекционного материала преподаватель использует презентации, документальные, обучающие материалы, мультимедийные ресурсы, ресурсы сети Интернет.

Приведем конкретные примеры. Проведение деловой игры на тему «Особенности кросскультурных взаимодействий и управления организационной культурой в гостиничном менеджменте» ставит своей целью формирование умений кросскультурного взаимодействия и управления организационной культурой в гостиничном менеджменте, приобретение практики коллективной выработки решений, разработки алгоритма решения управленческих проблем, умения занимать лидерскую позицию и работать в команде. Деловая игра позволяет ее участникам определить логически обоснованную последовательность действий руководителей гостиничных предприятий при выявлении, анализе и решении управленческих проблем, обусловленных кросскультурными особенностями коммуникации, освоить технологию групповой работы, выделить ситуационного лидера, убедиться, как хорошая самоорганизация группы повышает эффективность ее деятельности.

Студентам предлагается выполнить на практике решение проблемы, которое необходимо представить в виде алгоритма, т. е. определенной последовательности умственных действий. Задача состоит в том, чтобы сформулировать полноценный алгоритм решения проблемы, основываясь только на отклонениях в работе системы.

Группа студентов делится на команды и распределяет роли согласно сценарию и условиям игры. Каждой команде выдаётся проблемная ситуация, связанная с кросскультурным взаимодействием между персоналом и гостем отеля, персоналом и руководством гостиничного предприятия, персоналом на уровне горизонтальных связей (всего 3 команды с гибким численным составом от 3 до 8 человек, в зависимости от общего числа студентов в группе). В команде каждый участник, под руководством руководителя группы, по очереди начинает давать описание каждому последующему шагу в алгоритме принятия решений, пока команда не пройдет до конца.

Интересным опытом по достижению кросскультурной компетенции является выполнение заданий Рабочей тетради. Тема рабочей тетради — «Применение классических и неклассических моделей анализа и понимания культур, параметров сравнения культур для оценки культурных особенностей и традиций различных социальных групп».

Студенты, пользуясь материалами лекции и дополнительными материалами, готовятся к выполнению заданий рабочей тетради. При заполнении тетради и выполнении заданий студентам рекомендуется обращать внимание на раскрытие следующих аспектов:

- особенности данной культуры, которые необходимо учитывать для организации эффективного кросскультурного взаимодействия на предприятии сферы гостеприимства и/или общественного питания;
- оптимальные приемы кросскультурной коммуникации с представителями данной культуры на предприятии сферы гостеприимства и/или общественного питания;
- организация делового сотрудничества между представителями разных культур на предприятии сферы гостеприимства и/или общественного питания.

При анализе заданий рабочей тетради рекомендуется отразить следующие позиции: параметры сравнения культур к описанию и сравнению культурных сообществ, построение прикладных моделей типичного поведения в рамках конкретной культуры, представление образа типичного гостя, умение использовать стереотипные образцы поведения представителя определенной культуры для решения и предупреждения возможных конфликтных ситуаций в процессе кросскультурной коммуникации на предприятии сферы гостеприимства и/или общественного питания. Все это позволяет успешно преобразовать теоретические знания, перевести их на уровень умений и навыков.

Актуальность формирования кросс-культурных компетенций в процессе подготовки студентов магистерской программы «Управление гостиничным бизнесом» напрямую связана с решением проблем межкультурного взаимодействия в рамках гостиничного бизнеса: тенденции развития сферы гостеприимства коррелируются с разнонаправленными тенденциями развития межкультурных коммуникаций. С одной стороны, деятельность предприятия гостиничного бизнеса связана с необходимостью обеспечения эффективного межкультурного взаимодействия, с другой, в силу увеличения межкультурных контактов возникает риск роста межкультурных противоречий. Данные тенденции характерны не только в отношении коммуникации гостиничных предприятий с внеш-

ней средой, с клиентами, но и в рамках взаимодействия людей в межнациональных коллективах гостиниц [3].

Фактически предоставление услуг, особенно в гостинице интернациональной сети, представляет собой диалог разных культур. Чтобы диалог мог состояться, персонал гостиничных предприятий должен хорошо разбираться в культурных, религиозных и этнических особенностях иностранных гостей. Культурные различия присутствуют во многих аспектах гостиничной деятельности. В связи с этим руководителям гостиничных предприятий необходимо разрабатывать стратегию и тактику эффективного менеджмента.

Выстраивание межличностных отношений в многонациональном коллективе или тем более организациями, расположенными в различных частях мира, — это всегда столкновение различных национальных культур в целом и национальных деловых культур в частности. Именно поэтому в деловых отношениях между представителями различных стран столь часто возникают недопонимание и разногласия. Сглаживанию подобных противоречий, комфортному кросс-культурному взаимодействию, формированию навыков и умений, позволяющих принимать обоснованные решения по разработке и реализации стратегий развития предприятий сферы гостеприимства, управлению международными коллективами и международными деловыми организациями в индустрии гостеприимства посвящена основная работа в процессе усвоения кросс-культурных компетенций в процессе реализации магистерской программы «Управление гостиничным бизнесом».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Халиль М.А.М. Аксиологическая компетентность как основа успешной межкультурной коммуникации // Концепт: философия, религия, культура. 2017. № 3(3). с. 82–90.
2. «Выявление прорывных компетенций туристической и существующего и латентного спроса на их постановку перед вузами отрасли». Исследование экспертного мнения. Туракселератор / ООО «Сетевые исследования», Санкт-Петербург 2019 г. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://vc.ru/hr/55768-proryvnye-kompetencii-v-turizme> (дата обращения 28.03.2020).
3. Степанова С.А., Архипова О.В., Клейн Е.Д., Сандрина В.Е. Межкультурные взаимодействия в менеджменте гостиничных предприятий: монография (коллектив авторов). — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019—167 с.

Бедяева Татьяна Владимировна

Bedjaeva Tatyana Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
department of hotel and restaurant business
e-mail: bediaeva@mail.ru

Сандрина Виктория Евгеньевна

Sandrine Victoria Evgenievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
department of hotel and restaurant business
e-mail: vvikki77@rambler.ru

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
ГОСТИНИЧНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА СОВРЕМЕННОМ
ЭТАПЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА
(МЕЖДУНАРОДНОЙ ПАНДЕМИИ)**

**FEATURES OF HOTEL ENTERPRISE MANAGEMENT
AT THE PRESENT STAGE OF THE RUSSIAN ECONOMY
IN A CRISIS (INTERNATIONAL PANDEMIC)**

Статья рассказывает о необходимости внесения изменений в существующие формы управления гостиничными предприятиями на территории России в рамках оценки влияния современных форм управления рисками на предприятия индустрии гостеприимства.

The article indicates the current need for modifications in existing forms of hotel companies' management in Russia. The context for this research implies evaluating the impact of modern risk management forms, used by hospitality industry enterprises.

Ключевые слова: гостиничные предприятия, управление, менеджмент, комплаенс, риск-менеджмент, перспективы развития.

Key words: hotel enterprises, management, compliance, risk-management, development's perspectives.

Экономический кризис в условиях пандемии затрагивает все направления бизнеса, в том числе и гостиничное дело. Разработка оптимизированного плана развития — основной путь выживания гостиничного предприятия в условиях неблагоприятной экономической

конъюнктуры. Проблема развития гостиничного бизнеса в период экономического кризиса в условиях пандемии стала актуальной задачей для собственников гостиничных предприятий на международном рынке.

Международный гостиничный бизнес, к которому принято относить как гостиницы в какой-либо стране, оказывающие услуги иностранным клиентам, так и гостиничные компании, имеющие филиалы в двух или нескольких странах, или осуществляющие управление и координацию деятельности ряда гостиниц в разных странах, занимает важное место в современной мировой экономике. По крайней мере, в последние два десятилетия XX в. он относился к наиболее динамично развивающимся и весьма прибыльным видам экономической деятельности.

Международный гостиничный бизнес — особый сегмент гостиничной индустрии, который характеризуется высокой степенью интернационализации капитала, а также международным характером своих операций, когда гостиничная корпорация рассматривает в качестве сферы своей деятельности весь мир.

Развитию национального гостиничного хозяйства, особенно через подключение его к международному гостиничному бизнесу, придается огромное значение во многих странах мира, так как это хозяйство играет важную роль в обеспечении занятости местного населения, оказывая позитивное влияние на другие сектора национальной экономики.

Последние данные свидетельствуют о том, что мировая индустрия гостеприимства по итогам года может потерять около \$1 трлн и лишиться 50 млн рабочих мест. При этом ещё порядка 60 отраслей экономики так или иначе завязаны на туризме. В результате общие суммарные потери глобальной экономики могут превысить \$5 трлн. Как ожидается, объём мировой торговли может сократиться в два раза, а безработица — вырасти на 30–50%.

Профессор ВШЭ Юрий Симачев считает, что наиболее пострадавшие от обусловленных коронавирусом ограничений отрасли — туризм, гостиницы и рестораны, культура, индустрия массовых развлечений, массовый спорт и спорт высших достижений, пассажирские перевозки, — вероятнее всего, ждет быстрый восстановительный рост за счет отложенного спроса населения.

Обзор литературы по данному вопросу показывает, что в подавляющем большинстве авторы рассматривают проблемы антикризисного

управления и эффективного управления предприятия в целом [4]. К примеру, проблемы антикризисного управления рассматривались в исследованиях западных и отечественных ученых.

Одно из определений кризисного управления, о котором говорит Дарлинг: «Управление кризисом определяется как ряд функций или процессов для выявления, изучения и прогнозирования кризисных проблем и излагает конкретные способы, которые позволили бы организации предотвратить кризис или справиться с ним».

Если говорить об отдельной отрасли — в данном случае гостиничном бизнесе, то многие современные исследователи, рассматривая управление гостиничным предприятием в период кризиса, в частности, российские исследователи А.М. Бабич, Н.А. Зайцева убеждены, что, прежде всего, «следует остановиться на условиях функционирования предприятий гостиничного бизнеса. В о - п е р в ы х, это меры по увеличению объема продаж за счет формирования новых гостиничных продуктов и изменения ценовых предложений, в о - в т о р ы х, меры по оптимизации затрат», поскольку эти положения взяты из передового опыта успешных предприятий в отрасли гостеприимства [5].

Данное мнение является, несомненно, актуальным в современном мире, однако стоит отметить, что основной задачей при функционировании гостиничного предприятия в период кризиса является сохранение конкурентоспособности.

Важным аспектом, напрямую связанным с возникновением кризисной ситуации внутри гостиничного бизнеса, является недостаточный уровень профессиональной квалификации работников, который влечет за собой безответственность перед собственниками за последствия управленческих решений и финансовый результат деятельности.

На наш взгляд, эффективность функционирования гостиничного предприятия в кризисной ситуации заключается в совокупности бизнес-процессов, учета внутренних и внешних факторов воздействия на кризисную ситуацию, а также постоянной оценке эффективности существующей стратегии на уровне организационной структуры, маркетинга, системы управления предприятия в целом.

В этих условиях управление гостиничным предприятием претерпевает ряд изменений. Экономическая нестабильность сильно ударила по пониманию и необходимости управления на предприятиях индустрии гостеприимства.

Понимание и необходимость управления гостиничным предприятием в условиях кризиса следует рассматривать как совокупность двух аспектов:

- мер, норм, правил и требований, закрепленных на законодательном уровне (государственное регулирование менеджмента отрасли народного хозяйства);
- единство финансово-статистических показателей развития и регулирования отрасли (функционирование предприятий индустрии гостеприимства в рамках финансового права и денежно-кредитной политики государства).

Таким образом, современное понимание и исполнение менеджмента гостиничных предприятий должно включать в себя инструменты контроля и регулирования, отвечающие потребностям соответствия политики государства с законодательной и финансовой точки зрения.

В традиционном понимании риск-менеджмент относится к инструментам управления и помогает выявить и предотвратить вероятности возникновения неблагоприятных для компании событий, а также устранить их отрицательное воздействие.

Однако риск-менеджмент на практике является скорее инструментом планирования и прогнозирования уровня риска, нежели реальным инструментом предотвращения его наступления [2, с. 360].

В качестве решения данной проблемы может выступить внедрение в систему управления гостиничным предприятием комплаенс-службы, отвечающей за расчет, прогнозирование и предупреждение риска путем построения траекторий ведения бизнеса при различных внешних и внутренних факторов.

То есть, по сути, комплаенс является комплексной системой мер, норм, правил и требований, соответствие которым позволяет избежать нарушений внешних норм и требований, предъявляемых к деятельности организации, путем сплошного, непрерывного и своевременного мониторинга эффективности управленческих решений и внутреннего контроля [3, с. 10].

Сущность и значение комплаенс-службы раскрываются в полной мере при рассмотрении именно с точки зрения позитивного анализа, то есть, как процесса управления, возникшего для устранения недостатков и недоработок управленческих решений, или как объективной потребности любой организации улучшить производимое ею благо, снизив при этом затрачиваемые на производство ресурсы.

Таким образом, внедрение комплаенс-службы обеспечивает выполнение компанией возложенных на нее внешними регулирующими органами и внутренней профессиональной этикой норм и требований, что существенно снижает риски, преимущественно, нефинансовые (репутационные и правовые).

С точки зрения практической пользы от внедрения комплаенс-службы непосредственно в структуру управления предприятий индустрии гостеприимства, можно выявить следующие аспекты:

- по своей нормативной сути комплаенс-служба позволяет стабилизировать рынок, привести его к однородному с точки зрения эффективности управления и прозрачности финансовой информации состоянию, а также равномерно распределить на таком рынке имеющиеся ресурсы. Результативность такого образцового поведения может быть оценена с точки зрения гипотезы эффективности рынков в теории, на практике же эффективность применения комплаенс-службы должна иметь более взвешенное и четкое основание [1, с. 383–417];
- по своей экономической сути комплаенс-служба предусматривает финансово обоснованную цену встраивания в бизнес-процесс и цену отказа от внедрения такого нововведения. Цена внедрения — это полная калькуляция инвестиций в развитие системы управления гостиничного предприятия, как то: новые рабочие места, использование информационных технологий и специальных программ, проведение обучающих мероприятий, квалификационных экзаменов, формирование новой структурной единицы в системе топ-менеджмента, оплата труда работников, занятых в разработке должностных инструкций и расписания работы комплаенс-службы и так далее. Цена отказа в данном случае не определяется только не совершёнными затратами на встраивание комплаенс-службы, но и состоит из определенных потерь будущего периода, которые наступят, когда имеющихся средств управления рисками будет недостаточно, а также из упущенной прибыли, связанной со снижением общих и переменных издержек предприятия;
- по своей управленческой сути комплаенс-служба предлагается к внедрению в систему управления гостиничного предприятия впервые, что обуславливает новизну ее исследования и необхо-

димось создания требования, норм и методических рекомендаций для изучения и улучшения управленческой работы менеджеров.

Все вышеперечисленное описывает общие направления и тенденции в изменении не только формы, но и методов управления на предприятиях индустрии гостеприимства в современной России.

Как видно, инновационный подход в данной сфере возможен не только в рамках использования обновленной материально-технической базы гостиниц или в создании принципиально новых и отличных форм и площадок продвижения гостиничного продукта, но и в самом управлении уже существующим бизнесом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work, 1970
2. Part of the series Management-Reihe Corporate Social Responsibility//October 2016, Mag. Arnulf Perkounigg, Leiter IGA
3. Essays, UK. (November 2018). Management in the hotel industry. Retrieved from <https://www.ukessays.com/essays/tourism/budapest-yield-revenue-management-in-the-hotel-industry-tourism-essay.php?vref=1>
4. Shad K., Fong Woon L. Conceptual Framework for Enterprise Risk Management performance measure through Economic Value Added, Global Business // Management Research. 2015. Vol. 7. № 2. p. 1.
5. Барлова А.И. «Цена отказа от внедрения комплаенс-службы в систему управления организации» // «Современные проблемы и тенденции развития экономики, управления и информатики в XXI веке» / Т.2. — СПб: Санкт-Петербургский филиал Фин. университета, 2016г. — 181 с.
6. Бабич А.М., Зайцева Н.А. Влияние финансового кризиса на развитие гостиничного бизнеса // Сервис в России и за рубежом. 2012. № 3. С. 3—4.

Бездудная Анна Герольдовна
Bezudnaya Anna Geroldovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
e-mail: annaspbru@yandex.ru

Кадырова Ольга Васильевна
Kadyrova Olga Vasilevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
e-mail: kadyrova.o@unecon.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

В статье оценивается влияние динамичного развития онлайн обучения на изменение функционирования традиционных университетов; дается ответ на вопрос, что означает цифровизация для университетов, в результате которого формируется концептуальная модель цифрового университета и обосновывается необходимость разработки стратегии цифрового развития образовательного учреждения для обеспечения его эффективного функционирования в новой реальности.

The paper assesses the impact of the dynamic development of online learning on changing the functioning of traditional universities; Answers the question of what digitalization means for universities, which forms the conceptual model of a digital university and justifies the need to develop a digital development strategy of an educational institution to ensure its effective functioning in a new reality.

Ключевые слова: цифровые технологии, онлайн-обучение, цифровая трансформация, цифровой университет.

Key words: digital technology, online learning, digital transformation, digital university.

Активное развитие цифровых технологий создает новые механизмы для трансформации образовательных учреждений как в России, так и во всем мире. Цифровизация образования во многом расширяет горизонты знаний, что, в свою очередь, дает возможность принимать более рациональные решения в повседневной жизни. В линейке циф-

ровых инноваций в образовании можно выделить быструю адаптацию онлайн-обучения, которая выражается как в развитии различных форм обучения, так и в активном развитии онлайн-курсов. О динамике развития онлайн-обучения свидетельствует рост числа доступных онлайн-курсов, количество которых в последнее время ежегодно удваивается. Опрос, проведенный Международным инновационным образовательным саммитом, показал, что к 2030 году именно онлайн-курсы станут основными источниками знаний, и так считают 50% опрошенных экспертов в области образования. Появление растущего онлайн-сегмента образовательных услуг может полностью изменить ландшафт этого направления. А критическая ситуация начала 2020 года, вызванная пандемией Covid-19, вынужденно ускорила процесс перехода образования в онлайн-среду.

В настоящее время в преддверии новой реальности перед образовательными учреждениями стоят вопросы выбора стратегии развития и направления, на котором планируется сосредоточить внимание. Очевидно, что программа цифрового преобразования должна быть разработана сейчас, чтобы продвигать конкурентоспособную образовательную и исследовательскую модель в будущем.

Что означает цифровизация для университетов? Чтобы ответить на этот вопрос, попробуем сформировать концептуальную модель цифрового университета. На наш взгляд, концептуальная модель должна состоять из пяти уровней и так называемых платформ поддержки. Рассмотрим их более подробно.

Первый уровень — самый важный, он представлен абитуриентами, обучающимися, научными и педагогическими работниками, стратегическими партнерами образовательного учреждения и выпускниками, которые нередко и становятся партнерами. По сути, первый уровень — это внутренние и внешние заинтересованные стороны образовательного учреждения.

Второй уровень представляет собой сформированные базовые информационные сервисы, главной задачей которых является создание информационного пространства только для цифрового взаимодействия внутри университета. К таким сервисам можно отнести видеоскрены для конференций и семинаров, беспроводная связь по всему университету (в том числе в общежитиях), облачное хранение данных, профессиональная печать и т. д.

Третий уровень включает в себя услуги, которые существенно облегчают жизнь обучающихся и научно-педагогических работников. Примером таких услуг может стать электронная библиотека, предоставляющая преподавателю или учащемуся доступ к научной литературе с любого устройства, независимо от местонахождения и времени суток. Однако возможно сочетание традиционных и электронных библиотек, и такое совмещение традиционных и новых технологий обеспечивает более высокий уровень удобства для обучающихся и преподавателей и положительно сказывается на имидже университета.

Четвертый уровень, являясь наиболее ресурсоемким, состоит из таких услуг, как цифровой маркетинг, управление исследовательскими проектами, взаимодействие с абитуриентами и обучающимися.

Цифровой маркетинг является новым направлением для российских вузов, направленным на решение следующих задач:

- организация взаимодействия абитуриентов, обучающихся, преподавателей, выпускников с использованием всего современного спектра цифровых каналов связи;
- проведение профилактических и реактивных мероприятий для формирования позитивного имиджа университета;
- стимулирование создания новых цифровых сообществ и инноваций на всех этапах образовательного цикла;
- разработка индивидуальных маркетинговых материалов для целевых аудиторий на основе анализа и мониторинга данных из различных источников.

Пятый уровень состоит из цифровых технологий, которые, скорее всего, будут широко распространяться в университетской среде.

Переход к цифровому университету невозможен без вспомогательных мер, направленных на внедрение изменений в образовательном учреждении. Такая деятельность может включать в себя:

- разработку факультативных или обязательных модулей в образовательных программах, направленных на повышение уровня цифровой грамотности обучающихся;
- поддержку научно-педагогических работников, задающих тенденции развития цифровых навыков и разрабатывающих инновационные методы обучения;
- содействие более активному использованию научно-педагогическими работниками учебных платформ в целях повышения

успеваемости обучающихся и улучшения показателей работы университета в целом;

- повышение квалификации научно-педагогических работников, имеющих менее продвинутые цифровые навыки [1].

На наш взгляд, для того чтобы занять лидирующие позиции в современном образовании образовательное учреждение должно сформировать все уровни описанной выше концептуальной модели и выработать стратегию перехода в цифровой университет.

В то время как цифровая трансформация общества в целом может быть провокационной, образовательные учреждения, разработавшие бизнес-стратегию внедрения цифровых технологий, смогут воспользоваться широким спектром новых организационных возможностей как в отношении обучающихся, научно-педагогических работников, административно-управленческого персонала, так и в отношении внешних заинтересованных сторон.

Никто не может гарантировать, что решение, принятое с помощью цифровых технологий будет оптимальное. Но прислушиваясь к конечным пользователям, вы можете получить ценную информацию и использовать ее в качестве основы для дальнейших действий.

Предоставляя сотрудникам карт-бланш на внедрение новых методов работы с цифровыми технологиями, и оказывая поддержку в решении этих задач, образовательное учреждение может получить мощный импульс для превращения учебного заведения в новый формат с эффективными внутренними процессами.

Мы считаем, что проект по цифровому преобразованию образовательного учреждения должен быть инициирован высшим руководством и поддержан на уровне институтов/факультетов/ подразделений.

Совершенствование IT-услуг должно осуществляться как в технологическом направлении, в котором планируются новые IT-методы и подходы, так и в направлении облегчения взаимодействия заинтересованных сторон с этими технологиями. В контексте трансформации цифрового университета мы видим следующие приоритеты IT-услуг:

- отслеживание технологических инноваций и консультирование по вопросам их возможного использования для достижения целей университета;
- стимулирование использования инновационных цифровых технологий в университетской среде;

- обеспечение максимально простого и открытого доступа к информационным ресурсам и системам, позволяющего использовать данные с помощью новых технологий;
- оптимизация использования облачных решений для внедрения инноваций и ускорения создания новых цифровых функциональных возможностей, продуктов и систем.

В процессе цифрового преобразования образовательных учреждений существенная роль отводится службам по управлению персоналом, задачей которых должна стать разработка комплексной программы подготовки персонала к внедрению новых технологий. Основными направлениями программы должны быть:

- разработка программ постоянного повышения квалификации для обеспечения непрерывного развития навыков цифровой грамотности;
- придание учебным процессам, наряду с научными процессами, важной роли в содействии инновациям в разработке новых методов обучения с максимальным использованием потенциала цифровых технологий.

Сейчас очень интересное время, когда технологии развиваются семимильными шагами: вчера еще новые технологии — сегодня уже устаревают. Это интенсивное развитие цифровых технологий уже затрагивает и образовательные учреждения. Мы считаем, что университетам еще предстоит значительно трансформироваться, чтобы реализовать преимущества цифровизации и предоставить всем участникам образовательного процесса больше возможностей. Трансформация невозможна без разработки и реализации обоснованной стратегии цифровизации, учитывающей особенности и специфику деятельности образовательного учреждения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Беспалова В.В., Полянская О.А. Будущее образования: новые инструменты на базе новых технологий. Материалы второй Международной научно-технической конференции «Леса России: политика, промышленность, наука, образование». — 2017. — С. 216–219.

Бдайцева Лора Жураповна
Vdaitseva Laura Zhurapovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа, к.э.н.
Associate Professor of the Chair of Accounting and Analysis, Ph.D

Программа «Финансовый учет, анализ и аудит»
Master program «Financial accounting, analysis and audit»
e-mail: lbz43@mail.ru

РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

ACCOUNTING DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

Статья о вопросах влияния цифровой экономики на современный бухгалтерский учет. Технологическая революция в области цифровых рынков открыла новые возможности ведения бухгалтерского учета. Автором в статье выделены основные направления модернизации бухгалтерского учета и позитивные стороны развития цифровой экономики в бухгалтерском учете. Обозначены также проблемы, возникающие в этом процессе.

The article is about the impact of the digital economy on modern accounting. The technological revolution in digital markets has opened up new accounting opportunities. The author highlights the main directions of modernization of accounting and the positive aspects of the development of the digital economy in accounting. Issues arising in this process are also identified.

Ключевые слова: цифровая экономика, бухгалтерский учет, цифровизация, технологическая революция, модернизация, технологии и методология бухгалтерского учета.

Keywords: digital economics, accounting, digitalization, technological revolution, modernization, accounting technologies and methodology.

Трудно не заметить глобальную тенденцию в мировой экономике на использование цифровых технологий. Вследствие этих процессов возникло явление, которое называют «цифровой экономикой» (digital economy).

В 2017 г. на экономическом форуме В.В. Путин, что для того, чтобы ускорить тенденции роста отечественной экономики нужно строить новую экономику — цифровую, назвав ее «вопросом национальной безопасности и независимости России, конкуренции отечественных компаний» [1].

Одним из основных направлений развития цифровой экономики в России является развитие информационной инфраструктуры, что обеспечивает потребности экономики по сбору и передаче данных с учетом технических требований, предъявляемых цифровыми технологиями.

Перед бухгалтерским учетом в России стоит задача своевременной адаптации под новые технологии, так как переход к цифровой экономике напрямую влияет на повышение конкурентоспособности и национальной безопасности Российской Федерации. Под внедрением цифровой экономики в бухгалтерский учет принято понимать модернизацию ведения учета хозяйственной деятельности организации. В результате этого процесса должно повысится качество и количество обрабатываемой учетной информации, а также возможности, качество и полнота ее анализа. Предполагается, что это, в конечном счете, ускорит принятие качественных управленческих решений, а также повысит и эффективность деятельности организации.

Возникает вопрос — как цифровизация (digitalization) повлияет на ведение бухгалтерского учета и составление отчетности в организациях. Ясно, что автоматизация бухгалтерского учета меняет отношение затраченного бухгалтером труда как человеческого ресурса к полученному результату за единицу времени — бухгалтеры освобождаются от рутинных вычислений, ручного заполнения бланков и составления отчетности, появилось больше времени на повышение квалификации, выросла скорость документооборота в организациях. В связи с этим правомерен вопрос: как оцифровывание профессии бухгалтера и аудитора в «цифровой экономике» повлияет на лидерскую роль «учетного специалиста» в цифровой экономике. Не заменят ли высокие технологии человека в бухгалтерском учете?

Рассматривая эту проблему, следует отметить, что в целом бухгалтерский учет компьютеризован достаточно давно. Тем не менее, мы можем констатировать, что компьютеризация не изменила ни принципов ведения учета, ни технологии и методологии формирования и составления финансовой отчетности. Например, цифровизация бухгалтерского учета может быть представлена как «диалог» с электронной версией бухгалтерской отчетности. Наведение курсора на определенные данные позволит увидеть сопоставление их с такими же

данными у других организаций той же отрасли в виде графиков и диаграмм, поможет прогнозированию и моделированию возможных ситуаций, объяснению причин настоящего финансового положения организации. Все это однозначно будет способно повлиять на интерес к организации со стороны инвесторов и прочих заинтересованных внешних пользователей отчетности [2].

Очевидно, для реализации подобной технологии методология бухгалтерского учета должна соответствующе реагировать.

Цифровизация принципов ведения учета, технологии и методологии формирования и составления финансовой отчетности, по мнению ряда отечественных ученых, например М.Л. Пятова, может дать новые возможности формирования и представления учетных данных и способна повлиять на управленческие решения пользователей отчетности [3], что в конечном счете и повлияет на интерес к организации со стороны потенциальных инвесторов.

Очевидно, что для реализации подобной технологии и методология бухгалтерского учета должна меняться. Поэтому предстоит масштабная модернизация бухгалтерского учета, основными направлениями которой, как мы считаем, являются:

- развитие информационной инфраструктуры, что обеспечивает потребности организации в частности и экономики в целом по сбору и передаче данных с учетом технических требований, предъявляемых цифровыми технологиями,
- тесно связанное с вышеуказанным процессом, внедрение в организациях наиболее прогрессивных и совершенных цифровых технологий,
- повышение оперативности получения и качества обработки учетной информации,
- выявление и установление правил отражения в учете и отчетности новых объектов учета,
- работа над модернизацией методологии и методики учета и отчетности.

Существуют следующие позитивные стороны развития цифровой экономики в бухгалтерском учете:

- возможность дистанционной работы,
- денежный поток в реальном времени,
- повышенная точность заданий,

- автоматизацией процессов ведения бухгалтерского учета и интеллектуальным анализом данных,
- увеличение уровня производительности,
- использование усовершенствованных информационных технологий,
- сокращение документооборота,
- значительное уменьшение себестоимости производства.

Попытаемся проанализировать важность «оцифровывания» бухгалтерского учета. Для использования всех вышеназванных положительных сторон необходимо использовать и хранить информацию в цифровой форме. Оцифрованные инструменты онлайн-бухгалтерского учета делают бизнес-индустрию более точной в деталях, числах и производственных процессах, более доступной к данным. Появится возможность создавать более надежные данные за счет автоматизации, более безопасное хранение через облачное хранилище. Для процесса оцифровывания необходимо установить лучшие стратегии развития компании, оценить стратегические изменения, понять, как они повлияют на развитие бизнеса

Цифровизация — подход к использованию цифровых ресурсов в работе организации. Оцифровка повышает производительность компании и является одним из главных приоритетов для руководителей организаций, в т. ч. и IT организаций, по всему миру.

Процесс оцифровывания дает бухгалтеру инструменты и каналы связи для цифрового учета, обмена знаниями. Логично предположить, что цифровизация бухгалтерского учета поменяет ориентацию рынка с поставщика на спрос. Новые участники с минимальными знаниями в области бухгалтерского учета смогут получить выход на рынок.

Основными плюсами цифровизации являются 4 канала связи, которые имеют способность видоизменяться:

- физические товары становятся цифровыми услугами;
- цифровые платформы упрощены и оптимизированы;
- местные услуги становятся глобальными;
- цифровизация упрощает традиционное производство [4].

Ожидается, что в бухгалтерской отрасли процесс перехода на цифру будет расти быстрее. Этот процесс требует изменения бизнес-стратегии, так как цифровые технологии влияют на деловое общение. Мы предполагаем, что аутсорсинговые компании изменят свое направление бизнеса с аналогового на оцифрованный.

Оцифровка — преобразование аналоговых знаний и информации в цифровую форму — дает быстрый и легкий доступ к информации и обмен ею в режиме реального времени.

Цифровые компании являются более эффективными чем аналоговые. Сотрудники, которые работают в инновационных компаниях имеют больше навыков и умений использовать цифровые методы обработки данных. Благодаря созданию единой базы данных, которая будет храниться в одном месте, управлять бухгалтерским учетом станет легче и это сэкономит время.

Дополнительным достоинством цифровизации является дистанционная связь, которая делает работу более эффективной и позволяет консультировать клиентов дистанционно.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что оцифровка бухгалтерского учета является революционным новшеством, с помощью которой разрабатывают новые и лучшие решения для эффективного процесса работы. Результатом таких новшеств являются промышленные технологические сдвиги.

Тем не менее, внедрение цифровой экономики в введение бухгалтерского учета вызывает ряд проблем, которые придется решать:

- организация бухгалтерского учета вынуждена изменяться и подстраиваться под форму собственности организации;
- новая бизнес-модель ведения бизнеса при использовании цифровой экономики может заменить продажу объекта на его аренду,
- капитальные расходы заменяются на операционные,
- профессия бухгалтера принимает новый вид: от него требуется не анализ информации прошедших периодов, а оценивание рисков и принятие решений наряду с руководством организации,
- с внедрением цифровой экономики в бухгалтерскую деятельность появилась необходимость повышения квалификации бухгалтера на разных уровнях непрерывно от рабочего процесса.

Тем не менее, прогресс не остановить. Адаптация бухгалтерского учета к цифровой экономике влияет на многие финансовые проблемы бизнеса. Поэтому также необходимо добавить, что с внедрением цифровой экономики в бухгалтерский учет началось его развитие на совершенно новом современном уровне.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Путин: формирование цифровой экономики — вопрос нацбезопасности РФ. <https://tass.ru/ekonomika/4389411>.
2. Корабельщиков И.Б. Проблемы и перспективы развития бухгалтерского учета с использованием современных цифровых технологий. <http://cscb.su/n/0322s01/0322s01014.htm>
3. Пятов М.Л. Бухгалтерский учет и новые технологии // Бухгалтерский учет. — 2018. — № 3. С. 82–91.
4. Еременко В.А., Мамлеева А.М. Влияние цифровизации на бухгалтерский учет // Вектор экономики. — 2019. — № 4. http://vectoreconomy.ru/images/publications/2019/4/accounting/Yeremenko_Mamleeva.pdf

Боголюбова Светлана Анатольевна ***Bogolyubova Svetlana Anatolievna***

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
профессор кафедры экономики и управления в сфере услуг, д.э.н.
Professor, Department of Economics and Management in the Service Sector,
Doctor of Economics
Программа «Управление бизнес-процессами в индустрии туризма»
Master program «Management of business processes in the tourism industry»
e-mail: deni49@yandex.ru

Боголюбов Валерий Сергеевич ***Bogolyubov Valery Sergeevich***

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
профессор кафедры экономики и управления в сфере услуг, д.э.н.
Professor, Department of Economics and Management in the Service Sector,
Doctor of Economics
Программа «Управление бизнес-процессами в индустрии туризма»
Master program «Management of business processes in the tourism industry»
e-mail: deni49@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ, ЦЕННОСТИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

MODERN CHALLENGES, VALUES AND THE TRANSFORMATION OF THE TOURISM BUSINESS

В настоящее время предприятия туристской индустрии объективно столкнулись с необходимостью трансформирования бизнеса в условиях развивающихся политического, экономического и эпидемиологического кризисов.

В статье рассматриваются тенденции и проблемы, которые предстоит решить индустрии туризма. Предложены направления трансформации бизнеса.

Currently, tourism industry enterprises have objectively faced the need to transform their businesses in the context of developing political, economic and epidemiological crises. The article discusses the trends and problems that the tourism industry has to solve. The directions of business transformation are proposed.

Ключевые слова: кризис, проблемы, туристский бизнес, трансформация, ценностный подход.

Key words: crisis, problems, tourism business, transformation, value approach.

Современная ситуация в мире характеризуется повсеместным нарушением стабильности. Особенно остро это ощущается в индустрии туризма. Государства закрывают границы, 95% крупных мероприятий отменено или они переносятся на неопределенный срок [6], снижается международная транспортная связность, изменяется отношение к международным поездкам, изменяются предпочтения туристов.

Причинами столь сложной ситуации, с которой столкнулась мировая экономика, в том числе и туризм — одновременное воздействие трех кризисов: политического, экономического и эпидемиологического. Причем, если первые два были прогнозируемы, то последний не ожидал никто. Считается, что сегодня системный риск для глобальной экономики стал гораздо более серьезным, чем он был во время кризисов в 1979, 1987 или 2008 годах. По мнению вирусологов различных стран, пандемия коронавируса продлится от 3 месяцев до 2 лет. «Будет неудивительно, если вирус исчезнет, а затем снова появится», — пояснил глава Шанхайской экспертной группы по Covid-19 Чжан Вэньхун [4]. Таким образом, оптимистичный прогноз о сроках окончания пандемии — осень 2020 года, пессимистичный — осень 2021 года.

По оценке Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC) в зоне риска только из-за пандемии могут оказаться до 50 млн рабочих мест в этих сферах, а количество поездок по всему миру может снизиться за этот год на 20–30%. При этом потерять работу могут до 14% из 320 млн человек, занятых в индустрии путешествий [2].

Опрос Торгово-промышленной палаты (ТПП) России среди малых и средних предпринимателей (это компании с годовым доходом до 2 млрд рублей) показал, что около 3 млн из них могут закрыться, а это половина всех зарегистрированных в России предприятий такого типа, в которых работают 15 млн человек. Таким образом, если

8.6 млн. человек потеряют работу, то безработица в стране вырастет с 4% до 14%.

Выделим основные процессы и проблемы, с которыми столкнулись российские предприятия туриндустрии.

- Массовый отказ от ранее забронированных услуг и туров, как в «закрытые страны», так и по России; туристы не торопятся что-либо предпринимать и заняли выжидательную позицию. Так, Компания Travelline, которая создает ИТ-инструменты для гостиничного бизнеса, составила график онлайн-бронирований и отмен в отелях России. Как следует из представленных данных (рис. 1) [2], в конце мая и июня бронирований примерно столько же, сколько отмен.

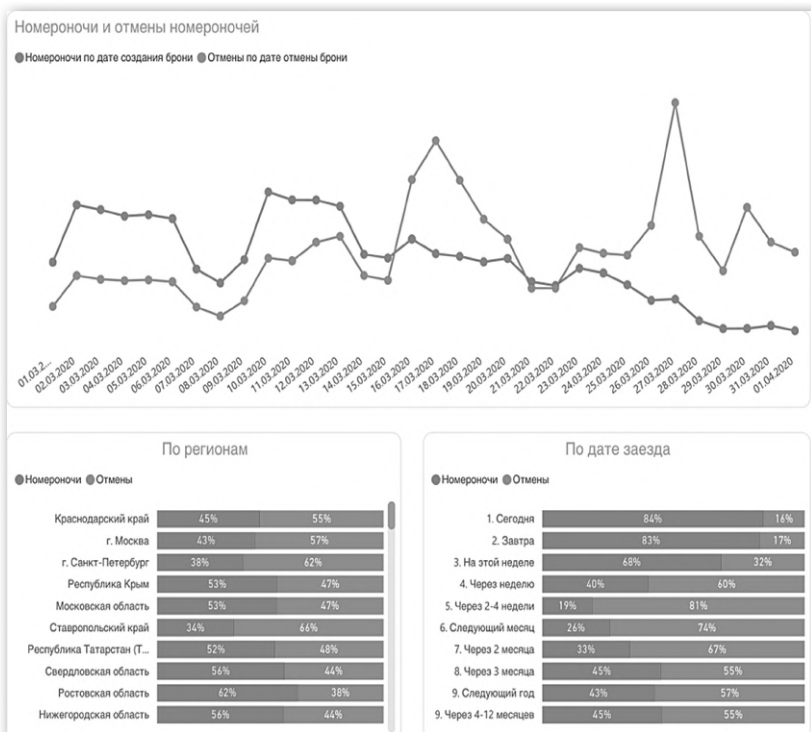


Рис. 1. Сведения о бронировании и отмене бронирования в гостиницах России

- Спад бронирований по российским курортам на 20–22%.
- Практически все ведущие мировые авиаперевозчики находятся «в минусе», т. е. несут систематические убытки, и без поддержки со стороны государства к лету обанкротятся. В начале марта 2020 года было объявлено о банкротстве британской региональной авиакомпании Flybe, в середине февраля — итальянской Air Italy; «Победа» прекратила полеты по России, РЖД тоже отменяет ряд поездов и сокращает количество рейсов.
- «Невозвратность» денежных средств за оплаченные туроператорами блоки в гостиницах, у перевозчиков;
- Закрытие границ и отказ от поездок за границу, с одной стороны, обвал рубля 9 марта 2020 года (курс евро вырос до 85 рублей), с другой стороны, повернул потребителя в сторону внутренних туров. Однако бизнес отреагировал введением динамических цен и резким повышением стоимости отдыха. Так, цены на проживание в отеле «Сочи-Парк» с 16 по 19 марта 2020 года по данным выросла почти на 30%!
- Отсутствие средств на выплату зарплаты, а также необходимость оплачивать аренду, коммунальные услуги, что приводит к увольнению сотрудников и в скором времени — банкротству компаний. Несмотря на то, что Правительством России были своевременно предложены меры поддержки малого и среднего бизнеса, к которому преимущественно относится турбизнес, такие как налоговые каникулы на два месяца, отмена арендной платы, тем не менее не все из них действенны. Например, арендная плата отменяется для тех, кто снимает федеральную и муниципальную собственность, а большинство, как известно, арендуют коммерческую недвижимость.

Вместе с тем эксперты турбизнеса не исключают, что туризм быстрее всех оправится от кризиса, вероятно, даже быстрее, чем после других пандемий и катастроф, включая террористическую атаку на Нью-Йорк 11 сентября 2001 года [3].

Возникает вопрос: как будет туризм развиваться после кризиса? Утвердительно можно ответить: он будет иметь другую структуру, появятся новые предложения, новые игроки.

По мнению специалистов индустрии туризма [1, 5, 6]

- Туристы станут предпочитать местные путешествия, популярным станет туризм, связанный с экологией и здоровым образом жизни.

- Туристы станут предпочитать короткие поездки для экономии на фоне общего спада экономики: традиционный двухнедельный летний отпуск переродится в туры выходного дня.
- Потребители в своих предпочтениях будут больше ориентироваться на известные бренды, особенно на направления, до которых легко и сравнительно быстро добраться из аэропорта.
- Международный туризм станет на время непопулярным, поскольку люди ради безопасности предпочтут не уезжать далеко от дома.
- Быстрее всего будет восстанавливаться сегмент luxury-туризма, поскольку после кризиса самыми пострадавшими оказываются сотрудники с низким уровнем доходов; деловые поездки, а затем семейные туры, дружеские, внутренние поездки.
- Увеличится роль компаний, ориентированных на клиента и персонализированное качество обслуживания, так как первое время люди будут с опаской отправляться в незнакомые места.
- Выжившие туроператоры начнут агрессивную рекламу, чтобы захватить доли рынка, оставшиеся от обанкротившихся компаний. Аналогично поступят и страны, которые попытаются перераспределить в свою пользу глобальный турпоток со стран, сильнее всего пострадавших от пандемии.
- В большинстве направлений будет разработана стратегия восстановления, при которой скидки могут стать частью общего желания вернуться в путешествие [3]. Появятся предложения, которые будут иметь большую ценность для туриста, например, бесплатное питание при покупке номера или интересные экскурсии.
- Крупные компании будут увеличивать свои активы и расширять свое присутствие на рынке, как это уже делает туроператор «Библио-Глобус», который взял в управление сочинский комплекс «Сочи Парк Отель», а также апартаменты на курорте «Горки Город». Теперь по условиям контрактов, объекты не могут продавать оставшиеся квоты прямым клиентам дешевле, чем у туроператора. «Библио-Глобус» продолжает работать в этом направлении, и если другим игрокам не сделать то же самое, то пройдет еще 4–5 лет, и весь рынок достанется «Библио-Глобусу».
- Применение схемы перезачетов [5], либерализация условий предоплат, штрафных санкций за отказ от туров, чтобы выпол-

нить туроператорам и турфирмам без серьезных потерь обязательства перед туристами за несостоявшиеся туры. Неудачный пример того, чем заканчивается игнорирование перемен, — крах Thomas Cook. «Биг дата» накрыла старейшего туроператора, который упорно делал всё как обычно: покупал компании, интриговал с инвесторами и акционерами, повышал капитализацию. Но внешний фон в виде брексита (он, как и коронавирус, повлек снижение активности передвижений, правда, только британцев) не позволил всем этим действиям обернуться привычным корпоративным успехом, гиганта подкосили новые обстоятельства, он рухнул.

Очевидно, что спасением для туроператоров здесь и сейчас станет гибкость, готовность адаптироваться на основе уже наработанных методиках [1].

Объективно меняются основные цели и принципы ведения бизнеса для каждого предприятия индустрии туризма. В качестве основополагающих целей выделим:

- дифференциация и создание конкурентных преимуществ;
- поиск новых возможностей позиционирования на глобальном туристском рынке;
- инвестирование в компетенции и знания;
- создание креативных и уникальных решений. Все стандартное будет уходить, умение же генерировать креативные идеи будет выгодно отличать компании друг от друга. Например, проектный офис по развитию туризма и гостеприимства г. Москвы в короткие сроки запустил проект «Москва с тобой». Это культурно-познавательный проект в режиме онлайн, который позволяет огромному количеству людей виртуально посетить музеи, мастер-классы, выставки, встретиться и посмотреть выступления любимых звезд театра и кино и другое; также запущен проект «Москва возможностей», посвященный образовательному туризму и ориентированный преимущественно на школьников;
- создание эффективных команд, вовлечение их деловых компетенций в оборот.

Эти цели создают и новые стимулы. В сложившихся условиях необходимо действовать быстро и решительно. На чем необходимо сосредоточиться? На сотрудниках, финансах и, конечно, туристах.

Сегодня большинство работников туристической индустрии растеряны, они не знают, как действовать. И здесь, конечно, на первый план выходит роль лидера, который должен предложить план трансформации, в котором было бы сказано, куда двигаться, что сделать, что будем делать. Полагаем, что сейчас необходимо придерживаться принципа мобильности. В условиях меняющегося спроса необходимо создавать мобильные команды, способные автономно решать различные задачи, использовать различные технологические инструменты. Можно переводить сотрудников на аутсорсинг, что позволит сократить расходы. Но, тем не менее, нужно развивать компетенции. Сотрудники должны понимать как дальше работать в бизнесе. Интересен пример создания хокотона Moscow Travel Hub. Это новое технологическое решение по коммуникации туроператоров, экскурсоводов, транспортников, отельеров и других заинтересованных лиц. Созданное сообщество общается между собой и с партнерскими командами и обсуждает совместно такие вопросы, как создание нового турпродукта, ориентированного не на туриста, приезжающего впервые в регион (а именно такие продукты в основном и предлагаются), а для планирующего многократные посещения (т. е. подстроенные лично под туриста); работа с региональным турпродуктом; технологические решения; запуск регионов после пандемии для внутреннего туризма.

Следовательно, принцип дифференциации и кастомизации, суть которого сводится к расширению продуктовой линейки и увеличению количества индивидуальных турпродуктов, становится также актуальным в управлении компанией. Однако не все регионы России готовы удовлетворить спрос на внутренний туризм. Здесь и нерешенные проблемы с инфраструктурой туризма и отсутствием широкой продуктовой линейки. Кроме того, кастомизированный индивидуальный туризм дорогой, а люди после выхода из кризиса не готовы будут платить большие деньги.

Принцип безопасности. Люди напуганы и будут искать безопасные направления и варианты для отдыха. Поэтому опять возрастет роль турагента, который должен стать профессиональным и информированным проводником в мир путешествий, способный выбрать самый безопасный маршрут.

Ну, и наконец, принцип коммуникации. Именно сейчас, как никогда раньше, возникает объективная необходимость перестроить свои

коммуникации с потребителями туристских услуг. Необходимо сохранять свое присутствие, сохранить визуальную коммуникацию с потребителем. Также, полагаем, должны появиться турпродукты с открытой датой, фиксированной ценой.

Таким образом, сегодняшний кризис бросил серьезный вызов туристическому бизнесу и поставил его перед необходимостью поиска неординарных решений, изменения целей, принципов и инструментов трансформации бизнеса на основе ценностного подхода с учетом изменяющихся потребностей туристов. Ценностный подход — актуальная проблема в условиях России, поскольку ценности здесь меняются медленнее, чем показатели экономики. Для выхода из кризисной ситуации должны быть учтены как базовые и трудовые трансформационные ценности — самостоятельность, толерантность, нацеленность на результат, прагматизм, личные выгоды, так и общечеловеческие ценности — отношение к себе, отечеству, культуре, искусству, природе...

Туризм после кризиса должен стать лучше, качественнее и устойчивее. Этого от него ждут туристы и жители туристских дестинаций. Важно понимать, что это первый системный кризис, с которым столкнулась туротрасль, но не последний. Поэтому, выходя из этого кризиса необходимо иметь и запасные стратегии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Дмитрова Т. Туризм и короновирус: прогноз ситуации в турбизнесе. URL: <https://www.tourdom.ru/hotline/obzory-i-analitika/tatyana-dmitrova-tourdom-ru-obstoyatelstva-v-kotorykh-my-ne-zhili/> (дата обращения 04.04.2020)

2. Как пандемия короновируса повлияла на туристический бизнес <https://journal.tinkoff.ru/ask/russia-coronavirus/> (дата обращения 04.04.2020)

3. Каким будет путешествие после короновируса URL: <https://welcometimes.ru/opinions/kakim-budet-puteshestvie-posle-koronavirusa> (дата обращения 04.04.2020)

4. Когда туризм оправится от короновируса: в июне, в сентябре или на следующий год? URL: <https://www.tourprom.ru/news/45799/?yrfinfo=1586012518949977-151751405391207573600325-production-app-host-sas-web-yp-28> (дата обращения 04.04.2020)

5. Что делать турбизнесу, когда никто не путешествует URL: <https://profi.travel/news/45829/details> (дата обращения 04.04.2020)

6. Эльзенбах М. «Все замерли и ждут»: как пандемия короновируса влияет на индустрию делового туризма. URL: <https://buyingbusinesstravel.com.ru/articles/vse-zamerli-i-zhdut-kak-pandemiya-koronavirusa-vliyaet-na-industriyu-delovogo-turizma/> (дата обращения 04.04.2020)

Боркова Елена Аркадьевна

Borkova Elena Arkadevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Доцент кафедры Общей экономической теории и истории экономической мысли, к.э.н., доцент

Associate Professor, Department of General Economic Theory and History of Economic Thought, Ph.D., Associate Professor

Программа «Национальная экономика»

Master program «National economy»

e-mail: e.borkova@mail.ru

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ
ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ
В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

**STATE MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL POLLUTION
PROBLEMS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE CONCEPT OF
SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Грамотное государственное управление при решении проблемы загрязнения окружающей среды является важным аспектом реализации политики устойчивого развития. Предметом исследования выступает выделение факторов, оказывающих влияние на деградацию окружающей среды и в первую очередь на загрязнение атмосферного воздуха. Объектом исследования являются организационные аспекты реализации государственной политики национальной экономики, рассматриваемые в контексте того, что сбалансированное устойчивое развитие является основополагающей целью макроэкономической политики государства. Решение проблемы загрязнения окружающей среды является важным аспектом реализации макроэкономической политики способствующему сбалансированному развитию страны в рамках достижения ЦУР (цели в области устойчивого развития).

Competent public administration in solving the problem of environmental pollution is an important aspect of the implementation of sustainable development policies. The subject of the study is the selection of factors that influence environmental degradation and, above all, atmospheric air pollution. The object of the study is the organizational aspects of the implementation of the state policy of the national economy, considered in the context of the fact that balanced sustainable development is the fundamental goal of the macroeconomic policy of the state. Solving the problem of environmental pollution is an important aspect of the implementation of macroeconomic policies that contribute to the balanced development of the country in the framework of achieving the SDGs (sustainable development goals).

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологические кризис, «зеленые» инвестиции, социо-эколого-экономическое развитие, государственное управление.

Key words: sustainable development, environmental crisis, «green» investments, socio-ecological-economic development, public administration.

Современный экономический и экологический кризис ставит под угрозу саму возможность устойчивого развития национальных экономик и вместе с ней и достойное развитие социальной сферы. Оскудение природной среды приводит к дестабилизации целостности биосферы и ее способности самой поддерживать природный баланс, так необходимый для нашей жизни. Переломить ситуацию возможно только при грамотной реализации государственной политики и формированию нового типа взаимоотношений человека и природы, при дальнейшем исключении разрушения природной среды [1]. Переход к устойчивому развитию в России, обеспечению высокого качества жизни и здоровья ее граждан, а также гарантированная национальная безопасность могут быть обеспечены только при условии сохранения баланса социо-эколого-экономического развития при поддержании природных систем соответствующего качества [2]. Россия играет важное значение в сохранении глобальных функций биосферы. Масштабы природно-ресурсного, интеллектуального и экономического потенциала Российской Федерации обуславливают важную роль страны в решении глобальных и региональных экологических проблем. К числу основных факторов, оказывающих непосредственное влияние на деградации природной среды, можно отнести (рис. 1):

Эти факторы должны быть учтены при разработке и проведении в России единой государственной политики в социо-эколого-экономической сфере. Проблема загрязнения окружающей среды уже давно в приоритете во многих странах мира. Ученые различных областей давно призывают принять существенные меры и ужесточить контроль по защите природы и атмосферы. Тонны мусора, выхлопные газы, чрезмерное потребление водных и энергетических ресурсов — все эти факторы постепенно приводят к экологической катастрофе глобального масштаба. И в этом перечне проблем, плохое качество воздуха является самым большим экологическим риском нанося непоправимый ущерб нашему организму (1/3 случаев смерти обусловлена негативным воздействием загрязняющего воздуха на организм человека) [3]. Загрязнения воздуха сложно избежать независимо от того, насколько богат регион, в котором мы живем.

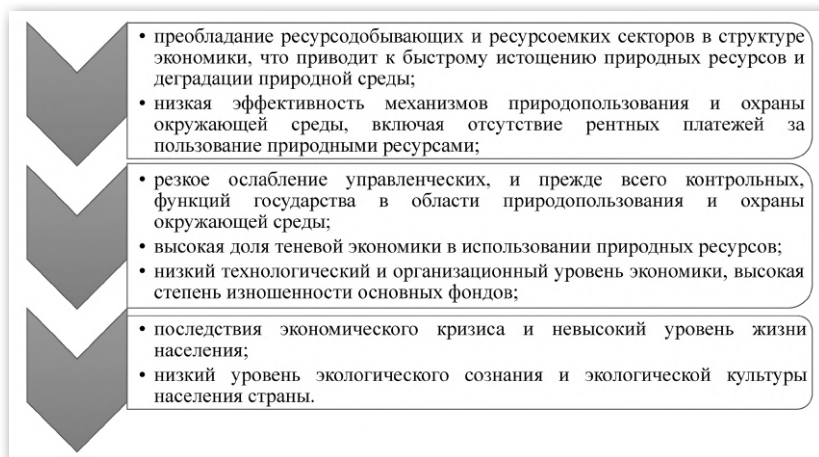


Рис. 1. Негативные факторы, оказывающие влияние на деградацию окружающей среды в России

Источник: составлено автором на основе [1]

Микроскопические загрязняющие воздух вещества незаметно проникают в организмы людей проникая глубоко внутрь и разрушая тем самым нашу кровеносную и дыхательную систему оказывая разрушительное влияние на сердце, легкие и мозг. Отсутствие видимого смога отнюдь не гарантия безопасности. Многие крупные города мира подвержены токсическому воздействию от загрязнителей, уровни которых превышают среднегодовые значения, рекомендуемые ВОЗ.

Разброс качества воздуха в разных городах очень велик, например Гуруграм (пригород Нью-Дели), сегодня является самым загрязненным городом в мире. По данным Greenpeace в 2018 году ученые обнаружили, что средний показатель качества воздуха города составляет 135,8, что почти в три раза превышает уровень, установленный Агентством по охране окружающей среды США. По уровню наличие в воздухе мелких твердых частиц, известных как РМ 2.5 — был выше 200 [4]. Однако в настоящее время существует и обратная картина. Целый ряд городов, власти которых заботятся о здоровой экологии внедряя инновационные проекты в развитие технологий, направленных на снижение уровня загрязнения атмосферы.

Команда влиятельных экологов по результатам своего тщательно проведенного исследования выделили самые экологически-чистые города мира и на 1-м месте оказался Гамбург [5]. Город смог улучшить состояние экологии в разы сократив выброс загрязняющих веществ в атмосферу, за счет организации развитой системы общественного транспорта, дающий возможность гражданам перестать пользоваться личными автомобилями.

Сложно поверить, но на втором месте в списке самых чистых городов мира оказался такой крупный финансовый и промышленный центр, как Чикаго с населением более 2,7 миллионов человек. Такой результат был достигнут благодаря внедрению инновационных подходов, применяемых к озеленению города, не только за счет увеличения количество парков, но и зеленым насаждениям на крышах небоскребов, общая площадь которых превышает 186 тысяч кв. метров. Также в городе хорошо развита система общественного транспорта, и это позволяет не пользоваться без острой необходимостью личными автомобилями.

На третьем месте г. Копенгаген, который считается одним из самых экологически чистых городов в Европе. В Дании минимальные показатели скопления бытового мусора, экономное потребление энергии и низкие выбросы вредных газов в атмосферу, это стало возможным благодаря сокращению числа автомобилистов и повышению количества велосипедистов. Также в стране успешно используют ветряные мельницы для выработки электричества. Налажена система утилизации отходов и экономичный расход водных ресурсов позволили столице Дании стать одним из самых чистых городов не только в Европе, но и во всем мире.

Природная среда должна быть включена в систему социо-эколого-экономических отношений как ценнейший компонент национального достояния страны. Реализация стратегии устойчивого развития и государственная политика в области экологии должны быть взаимосвязаны, поскольку здоровье, социальное и экологическое благополучие населения находятся в неразрывной связи друг с другом [6]. Для этого на наш взгляд необходимо создать в стране новое независимое «Управление по охране окружающей среды», и наделить его функциями изучения экологической политике и законодательства, расследовать жалобы и, в случае необходимости, применять меры против государственных органов власти по поводу несоблюдения наших

экологических стандартов. Также наделить независимое управление полномочиями воздействовать на все законы затрагивающие вопросы изменения климата и заставить правительство отчитываться по его обязательствам и проделанным мероприятиям по достижению целей устойчивого развития и снижения уровня выбросов вредных веществ в окружающую среду, а также:

- следить за тем, чтобы окружающая среда была в центре всех политических решений государства, и чтобы действующее правительство — и бедующее — были привлечены к ответственности, если они не смогут выполнить свои экологические обязательства, включая достижение чистого нуля к 2050 году и более широкие долгосрочные юридически обязательные цели сохранения биоразнообразия, качества воздуха, воды, ресурсов и эффективности утилизации отходов, установленных в соответствии с законопроектом [7, с. 54];
- улучшить качество воздуха — путем борьбы с загрязнением, чтобы сегодняшние дети и молодые люди в будущем смогли жить более здоровой жизнью. Для этого необходимо разработать мероприятия по указанию местным властям конкретные мероприятия по борьбе с источниками загрязнения воздуха, и если местное производство не соответствует предъявляемым экологическим стандартам выписывать штрафы и отзываться лицензии;
- изменить способ управления нашими отходами — с помощью полномочий, гарантирующих, что производители будут брать на себя ответственность за создаваемые ими отходы, внедрять последовательный подход к переработке отходов, бороться с преступностью связанной с неправильной утилизацией отходов, разрабатывать механизм возврата бутылок и применять более эффективные меры по утилизации мусора. Разработать механизм системы платежей как при использовании пластика в производстве, так и при упаковке;
- защитить водные ресурсы — путем повышения грамотного управления водными ресурсами за счет введения контроля за водоснабжением и канализации. Полномочия должны быть направлены на то, чтобы водные компании работали сообща для удовлетворения текущих и будущих потребностей в воде, что приведет в рациональном контроле над всем водоснабжением

региона [8, с. 7395]. Новый государственный орган — «Управление по охране окружающей среды» — может стать независимым наблюдателем, который должен заставить правительство и другие государственные органы отчитываться о выполнении своих обязательств в отношении окружающей среды, в том числе в отношении изменения климата. Таким образом, стратегической целью государственной политики в области экологии должно стать сохранение природных систем, поддержание их целостности и жизнеобеспечивающих функций для устойчивого развития общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон от 2 декабря 2019 г. № 380-ФЗ «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов» (с изменениями и дополнениями).
2. Как загрязнение воздуха разрушает наше здоровье. Вопросы здравоохранения. ВОЗ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.who.int/ru/air-pollution/news-and-events/how-air-pollution-is-destroying-our-health> (дата обращения: 05.02.2020)
3. 22 of the top 30 most polluted cities in the world are in India. March 5, 2019. URL: <https://edition.cnn.com/2019/03/04/health/most-polluted-cities-india-china-intl/index.html>
4. ТОП 10 самых чистых городов мира. URL: <https://kuku.travel/article/top-10-samyx-chistyx-gorodov-mira/>
5. Эксперты назвали самые загрязненные города России. Forbes Staff 25.02.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/obshchestvo/393811-eksperty-nazvali-samyx-zagryaznennye-goroda-rossii> (дата обращения: 15.02.2020)
6. Borkova E., Plotnikov V., Vatlina L., Kochkin T. Economic Differentiation of Territories (Case of the North-Western Macro Region of Russia) // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA) “Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020”, 10–11 April 2019, Granada, Spain, 2019. P. 6472–6480.
7. Барсукова М.А., Боркова Е.А., Ватлина Л.В. Управление экономической устойчивостью в условиях инновационного развития // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2019. — № 2(116). — С. 54–57.
8. Borkova E., Plotnikov V., Vatlina L., Shakhnovich R. Green Investments and Environmental Management: Russia’s Experience // Education excellence and innovation management through vision 2020: Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA). Granada, Spain, 2019. — С. 7394–7401.

Гильдингерш Марина Григорьевна

Gildingersh Marina Grigorevna

профессор кафедры социологии и управления персоналом, д.э.н.
professor of the Chair of

Sociology and human resource management, dan.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Организация и управление в социальной работе»

Master program « Organization and management in social work »

e-mail: mgild@mail.ru

Тестова Вера Сергеевна

Testova Vera Sergeevna

доцент кафедры социологии и управления персоналом, к.с.н.

Associate Professor of the Chair of

Sociology and human resource management, Ph.D

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Организация и управление в социальной работе»

Master program « Organization and management in social work »

e-mail: verasergeevna@ramler.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ PROBLEMS AND PROSPECTS OF SOCIAL DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN SOCIETY IN THE DIGITAL ECONOMY

Цифровые технологии имеют приоритет в дальнейшем экономическом развитии России. Статья посвящена всестороннему изучению состояния цифровой экономики в России и мире, анализу программы «Цифровая экономика» как приоритетного направления экономического развития страны. Авторы очерчивают проблемы и перспективы развития цифровизации экономики в России.

Digital technologies have priority in the further economic development of Russia. The article is devoted to a comprehensive study of the state of the digital economy in Russia and the world, the analysis of the Digital Economy program as a priority area of the country's economic development. The authors outline the problems and prospects for the development of the digitalization of the economy in Russia.

Ключевые слова: цифровая экономика; индикаторы цифровой экономики; инновации; экономический рост; глобальное информационное пространство; Интернет.

Key words: digital economy; digital economy indicators; innovations; economic growth; global information space; Internet.

Активное развитие цифровых технологий началось в мире с 60-х годов XX века. Прежде всего, такие технологии использовались для автоматизации различных бизнес-процессов, а также для обновления

существующих технологий и их выхода на новый уровень. Глобальное проникновение Интернета и мобильной связи в общественную жизнь чаще всего называют вторым этапом в развитии цифровых инноваций, это случилось в середине 90-х годов. В России шаги по цифровизации экономики предпринимаются с 2008 года. Сегодня мы можем говорить не только о расширении доступа в Интернет для миллиардов пользователей, но и об интеграции широкого спектра продуктов и услуг в единую систему. Можно сказать, что процесс развития цифровой экономики коренным образом изменит мир, предоставив многим странам возможность быстрого роста.

Всемирный банк предложил в одном из своих докладов дать следующее определение цифровой экономике: «это система экономических, социальных и культурных отношений, построенная на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий» [1].

Для детального рассмотрения этого понятия следует обратиться к трактовке понятия социально-экономическая трансформация. Так, Н.С. Лустов в своей статье о цифровой экономике дает следующее определение этого понятия: «это переход от традиционного к модернизированному обществу, в процессе которого изменяются его основные институциональные и поведенческие характеристики» [3].

Цифровая экономика сегодня стоит на первом месте для всего мира, потому что без цифротизации нет развития, и Россия не является исключением. Вот почему стоимость исследований и разработок влияет на потенциал всей страны. Изучая тенденции в стоимости научных исследований в России, можно заметить увеличение показателей (табл. 1), за исключением 2012 года, в течение которого наблюдается заметное снижение, а затем некоторая стабилизация.

Таблица 1

Внутренние затраты на исследования и разработки по «Информационно-телекоммуникационным системам», % к общему объему внутренних затрат на исследования и разработки [4]

Годы	2010	1011	2012	2013	2014	2015	2016
Внутренние затраты на исследования и разработки	7,2	7,6	8,9	8,0	8,2	8,3	8,4

**Удельный вес в общем объеме внутренних затрат
на исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки,
технологий и техники, % [4]**

Источник	Внутренние затраты на исследования и разработки, млн р.	Удельный вес в общем объеме внутренних затрат на исследования и разработки, %
Всего	77 935	11,5
Бюджеты всех уровней	48 125,9	12,2
Федеральный бюджет	47 650,6	12,6
Собственные средства	12 662,7	15,8
Средства организаций госсектора	7 463,2	12,1
Средства организаций предпринимательского сектора	7 913,5	7,8
Прочие источники	1 816,2	7,1

Однако следует отметить, что источники финансирования оставались неизменными на протяжении всех лет (табл. 2), что объясняет меньшие инвестиции по сравнению с другими странами, такими как Япония, США и страны Запада.

Глобальный институт McKinsey провел исследование, согласно которому к 2025 году тенденция к росту ВВП напрямую зависит от интернет-технологий. Примером могут послужить тенденции, сложившиеся в некоторых странах, таких как Китай (до 23%), в США ожидается прирост стоимости, создаваемый цифровыми технологиями к 2025 году, он может составить 1,6–2,4 трлн долларов США. В России ситуация также имеет определенные тенденции к росту. Предполагается, что к 2025 году цифровая экономика может достичь 8–10% ВВП. Аналогичные скачки также наблюдались в период 2011–2015 годов, ВВП России вырос на 7%, а цифровая экономика выросла на 60% к 2015 году (рис. 1) [5].

Одним из основных факторов роста ВВП России станет переход к цифровой экономике. Такие оптимистичные прогнозы связаны не только с уже проявленными эффектами от автоматизации существующих процессов, но и с внедрением революционных бизнес-моделей и технологий, включая цифровые платформы, концепции киберфизических систем, технологии Industry 4.0 и умную фабрику.



Рис. 1. Доля цифровой экономики в ВВП России и других стран в 2015–2016 годах [5]

В последние годы цифровая экономика в России начала медленно, но довольно успешно развиваться. Особо следует отметить успех частных компаний. Также на рынке труда происходят некоторые изменения, а государство, в свою очередь, реализует масштабные инфраструктурные проекты. Большие шаги предпринимаются в направлении внедрения Интернета, мобильной и широкополосной связи.

Информационные и телекоммуникационные системы играют важную роль в развитии цифровой экономики, поскольку они затрагивают все сферы жизни общества. Россия значительно отстает от стран, которые являются лидерами по ключевым показателям развития цифровой экономики, несмотря на шаги, предпринятые в правильном направлении. Для наглядности было проведено сравнение со странами Европейского Союза (рис. 2).

Анализируя рисунок 2, становится ясно, что по сравнению со странами ЕС показатели доступа к цифровым услугам значительно отстают: доля организаций, имеющих интернет-сайты, почти в два раза ниже, небольшое количество граждан знают или вообще пользуются госуслугами через интернет, также меньше, чем в странах ЕС, доля людей, делающих покупки онлайн.

Существует значительная разница в степени развития цифровой экономики между регионами России. Так, на одну Москву приходится 40%, а на десять из 85 регионов приходится 79% общих государственных расходов на информационные технологии. Если рассматривать Москву и Санкт-Петербург, то можно сравнивать этих города



Рис. 2. Сравнение доступа к цифровым сервисам в России и в странах ЕС [5]

с мировыми лидерами с точки зрения цифровизации, это свидетельствует о неравномерном распределении по регионам.

Говоря о перспективе развития цифровых технологий в России необходимо выделить, что в соответствии со «Стратегией развития информационного общества в Российской Федерации» планируется развивать и внедрять цифровые технологии во все сферы жизни общества: экономику, предпринимательство, государственное управление и т. д. Основой для развития упомянутых выше сфер стала программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р [2].

Данная программа предполагает развитие в 6 направлениях: «Нормативное регулирование цифровой среды», «Цифровые технологии», «Информационная инфраструктура», «Цифровое государственное управление» и «Информационная безопасность», а в 2019 году Министерство экономического развития Российской Федерации (МЭР) и Российская венчурная компания (РВК) подписали документ по еще одному направлению — «Кадры для цифровой экономики». В рамках этого проекта должны быть предложены решения по повышению эффективности и доступности образования, планируется развитие российских технологических компаний в области образования.

В период 2018–2024 годов на реализацию программы цифровой экономики во всех областях планируется потратить около 2,6 триллиона рублей.

Проанализировав программу «Цифровая экономика Российской Федерации» можно сделать следующие выводы:

Прежде всего, следует отметить, что эта программа постепенно получает дополнения и внедряются новые проекты. Однако, на данный момент поставлено не так много задач, связанных с экономикой страны, а также с развитием цифровой индустрии в целом. Также, мало новых способов производства и вывода отечественных технологий на глобальные рынки, сегодня учитывается только импортозамещение. В программе недостаточно данных о доле электронной торговли в обороте, о доле в общей структуре занятости, рабочих местах, связанных с техническими возможностями, показателях экспорта высокотехнологичной продукции и других не менее важных показателях.

Программа должна включать меры по стимулированию более активного внедрения цифровых инноваций крупными компаниями. Также можно рассмотреть возможность стимулирования малого и среднего бизнеса.

Основной целью программы было увеличение внутренних затрат цифровой экономики не менее чем в 3 раза по сравнению с 2017 годом, создание устойчивой информационной и телекоммуникационной инфраструктуры и обеспечение государственных учреждений отечественным программным обеспечением.

Особенность российского ИТ-рынка заключается в том, что только небольшая доля компаний имеет реальную рыночную стоимость, а значит, она не капитализирована. Именно в этом причина такой слабой конкурентоспособности российского ИТ-рынка на мировом технологическом рынке.

Низкий уровень капитализации рынка ИТ влияет на инвестиции в исследования и разработки, недостаток средств для инвестиций в проекты влияет на отсутствие возможностей для быстрого роста за счет слияний и поглощений.

В будущем, с ростом уровня цифровизации экономики, могут возникнуть проблемы в области защиты интеллектуальных прав и личной информации, поэтому так важно уделять особое внимание вопросам кибербезопасности, эти вопросы были освещены в этой программе.

Аналитики выделяют следующие технологии, которые могут оказать наибольшее воздействие на экономику России в будущем: искусственный интеллект, аналитика «Big Data», облачные вычисления, Internet of things (интернет вещей), робототехника, автономные транспортные средства, 3D-печать, социальные сети и прочие виды интернет-платформ. Именно их развитию следует уделить особое внимание.

Подводя итог, можно сказать, что у России есть все необходимые предпосылки для дальнейшей реализации своего цифрового потенциала, а также ускорения темпов цифровизации экономики до уровня ведущих стран с точки зрения ключевых показателей развития в этой области. Благодаря внедрению новых технологий станет возможным оказать существенное влияние на развитие бизнеса и государственного управления. Также можно оказать существенное влияние на общественную жизнь: повысится качество жизни, могут появиться новые формы социализации людей и их общения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Всемирный банк. 2016 год. Доклад о мировом развитии 2016 «Цифровые дивиденды». [Электронный ресурс]. — URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210>
2. Государственная программа РФ «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/docs/28653>
3. Н.С. Лустов. Цифровая экономика в системе новой экономики / Н.С. Лустов // Социально-экономическая политика страны и Сибирского региона в условиях цифровой экономики: материалы X Междунар. науч. конф. / под общ. ред. В.А. Ивановой, Т. Е. Фасенко, Д.В. Коханенко. — Барнаул, 2018. — С. 21–24.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gks.ru>
5. Цифровая Россия: новая реальность. Июль 2017 г. [Электронный ресурс]. — URL: [https:// https://www.mckinsey.com/ru/our-insights](https://www.mckinsey.com/ru/our-insights)

Горнак Яна Александровна
Gornak Yana Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
старший преподаватель кафедры социологии и управления персоналом
Senior Teacher of the Chair of
Sociology and Human Resources Management
Программа «Социальное управление в организациях»
Master program «Social management in companies»
e-mail: yveselova@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ПРАКТИКУ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

THE PROBLEMS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY'S INTEGRATION IN PRACTICE OF RUSSIAN COMPANIES

Сегодня тема корпоративной социальной ответственности приобретает все большее значение для современного бизнес-сообщества и для общества, в целом. В статье рассмотрены примеры внедрения корпоративной социальной ответственности в работу крупных российских и зарубежных компаний, затронута проблематика внедрения западной модели КСО в российских корпорациях.

Today, the topic of Corporate Social Responsibility(CSR) becomes more and more actual and vital for modern business society and for society, in general. The article describes different European and Russian experience of corporate social responsibility's integration in companies routine, and describes also some actual problems of CSR implementation in Russia.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, опыт зарубежных компаний, социальная поддержка, проблемы внедрения.

Key words: corporate social responsibility, CSR, foreign companies's experience, social support, integration's problems.

Понятие «корпоративная социальная ответственность» (corporate social responsibility), в России чаще употребляемое в виде аббревиатуры КСО, уже более 50 лет является одним из наиболее актуальных в современном обществе.

С момента первого упоминания КСО в 1953 г. американским социологом Г.Боуэном, значение понятия существенно изменилось. С точки зрения Боуэна, выраженной им в монографии «Social

Responsibilities of the Businessman» («Социальная ответственность бизнесмена»), «обязанностью бизнесменов является осуществление той политики, принятие тех решений, или следование той линии действия, которая желательна для целей и ценностей общества».

Важно понимать, что позиция Боуэна была сформирована под влиянием научной школы, которая с 1930-х по 1970-е годы поддерживала доминантное отношение общества к ведению и функционированию бизнеса.

Противоположную точку зрения высказал в 1970 г. Милтон Фридман, который опубликовал в «New Your Times Magazine» провокационную во многом статью «The Social Responsibility of Business is to Make a Profit» («Единственная социальная ответственность бизнеса — приносить прибыль»).

По Фридману, «есть одна и только одна социальная ответственность бизнеса — использование его ресурсов и участие в деятельности компании, направленной на увеличение своей прибыли, так долго, пока это остается в рамках правил игры: участвовать в открытой и свободной конкуренции без обмана и мошенничества». Таким образом, Фридман обозначил проблему, которая является актуальной до сих пор: насколько приемлемо для компании расходовать на нужды КСО не только собственный капитал учредителя, но и деньги акционеров? Какая компания может по праву называться «социально ответственной» — та, которая выделяет определенный бюджет на благотворительность или иные меры социальной поддержки общества или же просто успешно работающая компания, имеющая прибыль и регулярно делающая налоговые отчисления?

С начала 2000-х гг. и по настоящее время растущая социальная ответственность общества практически вынуждает корпорации внедрять и развивать социальную корпоративную ответственность. В период высокой конкуренции, в процессе борьбы за потребителя (как основного бренда компании, так и ее HR-бренда), компании стремятся разделять его ценности и демонстрировать этот факт.

Емким и соответствующим времени определением роли КСО в жизни общества мы можем считать определение Филиппа Котлера и Нэнси Ли, изложенное ими в 2005 г. в книге «Корпоративная социальная ответственность: Как сделать как можно больше добра для вашей компании и сообщества» («Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause»): «корпоративная

социальная ответственность — это свободный выбор компании в пользу повышения уровня благосостояния местного сообщества посредством соответствующих подходов к ведению бизнеса и предоставления корпоративных ресурсов».

Несколько иначе, но не менее логично раскрывает смысл современного понимания КСО, указанное в Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности», опубликованное в 2010 г. и утверждающее, что КСО — это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение.

Таким образом, сегодня КСО в понимании международного бизнес-сообщества — это ответственность корпорации как в лице руководства, так и в лице ее сотрудников перед клиентами, партнерами, поставщиками, бизнес-сообществом и обществом, населением, в целом.

Как же выглядит сейчас европейская модель КСО?

Согласно информации, опубликованной на вебсайте международной консалтинговой компании BDC, «КСО — это обязательство компании регулировать и контролировать социальные, экологические и экономические последствия своей деятельности и текущую операционную деятельность с ответственностью по отношению к обществу и в соответствии с ожиданиями общества. Это часть концептуального подхода к корпоративному управлению и она затрагивает каждый важный аспект: операционную деятельность, управление персоналом, производство, поставки, здоровье и безопасность сотрудников».

По данным BDC, сегодня CSR в европейских компаниях обычно включает в себя: развитие деловой этики; реинвестирование прибыли в программы охраны труда и окружающей среды; поддержка благотворительных организаций в сообществах, с которыми сотрудничает компания; обеспечение равных возможностей для мужчин и женщин на уровне исполнительной власти, исключая любые проявления гендерной дискриминации.

«DMI Daily Digest» уточняет, что сегодня даже небольшие компании находят возможности сделать свой вклад в виде корпоративной социальной ответственности. Данное явление связано с тем, что и клиенты, и сотрудники-миллениалы, относящиеся к поколению Z, выбирают компании, занимающие активную социальную позицию.

Стоит заметить, что, согласно теории поколений, ценности поколения Z, в число которых входит развитая социальная ответственность и активная социальная позиция, не зависят от страны проживания представителей поколения. Ценности являются едиными как для европейских, так и для российских молодых людей, формирующих сейчас новое гражданское общество. Таким образом, мы можем ожидать в России рост интереса к КСО и социальной осознанности общества в самом ближайшем времени.

Самые распространенные примеры проявлений КСО на сегодняшний день: поддержка экологии (уменьшение выбросов углерода); охрана труда; участие в благотворительных ярмарках; благотворительные пожертвования; волонтерство; корпоративные мероприятия по охране окружающей среды; инвестиции в социальные и экологические проекты общества.

Рассмотрим несколько примеров внедрения КСО в зарубежной практике.

Ярким примером внедрения КСО в свою деятельность является опыт компании Johnson & Johnson. Компания сосредоточилась на уменьшении негативного влияния производства на планету и загрязнения окружающей среды в течение ближайших трех десятилетий. Так, заключив договор с новым поставщиком энергоресурсов из Техаса, Johnson & Johnson сейчас обеспечивает 35% всех своих потребностей в данной области из возобновляемых источников.

Google заработал самый высокий балл CSR RI благодаря тому, что дата-центр компании использует на 50% меньше энергии, чем аналогичные дата-центры других компаний во всем мире.

Компания Coca Cola внесла серьезные изменения в свою практику поставок, включая инвестиции в новые автомобили, работающие на альтернативном топливе. А также, в планах компании в 2020 г. сократить выбросы углекислого газа на 25%.

Социальные программы иной направленности развивают компании Netflix и Spotify. Компании поддерживают семейные ценности своих сотрудников и предоставляют работникам расширенный отпуск по уходу за ребенком в возрасте от 0 до 18 лет: 52 недели оплачиваемого отпуска в компании Netflix и 24 недели оплачиваемого отпуска в компании Spotify, что существенно отличается от социальной политики аналогичных корпораций, предоставляющих только 18 недель.

Компания Starbucks применяет КСО в HR-деятельности. Сеть кофеен заключила договор с Агентством ООН по делам беженцев и планирует предоставить рабочие места, как минимум 10 000 беженцев к 2022 г.

Знаменитый бренд Lego инвестирует 150 миллионов долларов в течение следующих 15 лет в технологии, позволяющие сократить не перерабатываемые отходы производства и оптимизировать энергосбережение. Lego планирует полностью перейти на альтернативные источники энергии и перерабатывать не менее 90% всех отходов производства.

Что же происходит с российскими проявлениями Корпоративной Социальной Ответственности в компаниях? Насколько Россия готова перенять опыт зарубежных коллег и принять западную модель КСО? Как происходит процесс внедрения технологий КСО в деятельность российских компаний?

Мы можем проследить положительную динамику в данной области, сопоставив статистические данные последних нескольких лет.

Так, согласно данным опроса Фонда общественного мнения от 2004 г., 68% респондентов впервые узнали о существовании корпоративной социальной ответственности.

Исследование «2011 Cone/Echo Global CR Opportunity Study», проведенное в 10 странах мира, в числе которых была и Россия, показало, что работа в области КСО осуществляется российскими корпорациями значительно более активно и практически во всех регионах, но только половина опрошенных готовы публично заявлять о своих проектах. Что является причиной такой непубличности? Можно предположить, что в ряде компаний проектами в области КСО начинают заниматься подразделения, не владеющие достаточными компетенциями для подобной работы, соответственно, и не осознающие значение КСО для общества и влияние внедренных технологий КСО на репутацию компании.

В 2015 г. в восьмой раз в России прошел конкурс проектов в области КСО В 2015 году «Лидеры корпоративной благотворительности», в котором приняло участие 65 компаний с годовым оборотом более 100 млн. руб., потративших на социально значимые проекты более 15 млрд. руб.

В начале 2020 г. на премии «Серебряный Лучник» в Санкт-Петербурге компания «Газпром Переработка» привлекла внимание

общественности к проблеме социализации детей-сирот, представив свой специальный проект по созданию «домашних детских домов». В рамках проекта, на сегодня, в России открыты 1333 детских дома нового образца и 48 000 детей-сирот получили возможность улучшения жилищных условий и социализации. На том же мероприятии компания «Novartis» представила свою инициативу в области КСО — «День социального партнерства», во время которого сотрудники компании выступают в качестве волонтеров и посещают больницы, хосписы, стационары, помогая в уходе за людьми с ограниченными возможностями или страдающими тяжелыми заболеваниями.

Одним из показателей динамики роста внедрения КСО в России является тот факт, что сейчас вопросы корпоративной социальной ответственности волнуют и малый бизнес.

Зимой 2019 г. «Гильдия барменов» г. Санкт-Петербурга организовала волонтерские отряды для уборки снега и льда с улиц в центре города, в то время, как коммунальные службы не справлялись с погодными катаклизмами. Ресторанная группа «Евразия» в 2019 г. провела 3 благотворительных мероприятия для воспитанников детского дома № 167, при поддержке партнерских организаций — сети кинотеатров «Формула кино», музеем «Гранд Макет «Россия» и сетью веревочных парков «Norway». Несколькими годами ранее «Евразия» также проявляла социальную инициативу, участвуя в озеленении скверов, организации мероприятий для социально незащищенных слоев населения.

В сравнении с западной моделью внедрения КСО, следует отметить, что в России еще сохраняется ряд следующих ограничивающих факторов:

- 1) отсутствие или слабое внедрение стимулирующих мероприятий для компаний со стороны городских администраций;
- 2) недостаточная информированность населения;
- 3) отсутствие единого понимания значения КСО у российских предпринимателей;
- 4) отсутствие в компаниях квалифицированных специалистов, способных разработать и внедрить эффективные программы в области корпоративной социальной ответственности;
- 5) бессистемное расходование больших бюджетов на мероприятия в области КСО.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что система внедрения КСО в российских компаниях нуждается в грамотном планировании и регулярном менеджменте, поддержке социально активных

предпринимателей со стороны государства, рекламе и пропаганде. Растущее влияние гражданского общества, социально активная позиция российских граждан поколения Z, несомненно, поможет вывести КСО в российских компаниях на новый уровень.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://libed.ru/knigi-nauka/1062874-1-okonchatelnyy-iso-fdis-mezhdunarodnyy-proekt-26000-standart-tmb-wg-sr-rukovodstvo-socialnoy-otvetstvennosti-na.php> (дата обращения 28.02.2020)

2. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров — М.: КНОРУС, 2013. — 245 с.

3. Авилова М.Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 34. — С. 1–5. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm> (дата обращения: 26.12.2019).

4. DMI Daily Digest. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully> (дата обращения 26.02.2020)

5. BDC.CA. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/pages/corporate-social-responsibility.aspx>

Добросердова Ирина Игоревна
Dobroserdova Irina Igorevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics,
К.э.н., доцент кафедры финансов
Phd, professor of Department of finance
e-mail: dobroserdova@mail.ru

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТОК В ОБЛАСТИ БИОМЕДИЦИНЫ

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF DEVELOPMENTS IN THE FIELD OF BIOMEDICINE

В статье поднимается проблема повышения инвестиционной привлекательности российских биомедицинских компаний. Особенно значимым является привлечение инвестиций для ускоренной разработки вакцин в условиях эпидемии вируса COVID-19.

The article raises the problem of increasing the investment attractiveness of Russian biomedical companies. It is particularly important to attract investment for accelerated vaccine development in the context of the COVID-19 virus epidemic.

Ключевые слова: Биотехнологии, рыночная капитализация, клинические исследования, инвестиции.

Keywords: Biotechnologies, market capitalization, clinical research, investment.

Под биомедициной принято подразумевать направление в области создания новых технологий, продуктов, методов, предназначенных для диагностики, лечения, контроля и реабилитации здоровья человека, и в основу которых положены достижения фундаментальных биологических исследований. Среди всей совокупности биотехнологических направлений именно биомедицина явилась толчком к появлению на рынке крайне привлекательных для инвесторов компаний. Эти компании осуществляют свою деятельность по изучению, созданию и выпуску препаратов, используемых в здравоохранении и фармацевтике. По данным ряда экспертов, биомедицине принадлежит более 60% мирового рынка всех биотехнологий. Еще в 2018 году прогнозы ведущих мировых компаний предполагали, что рынок биотехнологий должен продемонстрировать значительный рост к 2025 году, который может достичь \$ 742 млрд. Такой впечатляющий результат обуславливается в первую очередь ожиданием выхода новых высокоэффективных препаратов, предназначенных для лечения тяжелых жизнеугрожающих заболеваний. Естественно, что в настоящий момент, когда мир столкнулся с беспрецедентной пандемией, вызванной коронавирусом, способность биотехнологических компаний к скорейшему созданию и выпуску вакцин, вызывает повышенный интерес со стороны всех заинтересованных лиц, от населения до глав государств и представителей инвестиционного сообщества.

Здесь надо иметь в виду, что тенденции последних лет свидетельствуют о том, что рентабельность и темпы роста биотехнологических компаний, работающих в области биомедицины, растут опережающими темпами по сравнению с другими высокотехнологичными компаниями.

Наиболее показательным для оценки инвестиционной привлекательности биотехнологических компаний является индекс IBV, (iShares Nasdaq Biotechnology ETF), ориентированный на представленные на NASDAQ акции компаний биотехнологического сектора. Основу индекса составляют акции крупнейших биофармацевтических компаний,

среди которых можно отметить такие компании как Vertex Pharmaceut, Amgen, Biogen, Giled Science, Celgene, Illumina, Regeneron Pharmaceut, Alexion Pharm.

История динамики индекса довольно интересна, она характеризуется периодами стремительных взлетов, сменяющихся внезапными падениями, стагнацией, и снова подъемами. Период с 2012 по 2015 год был ознаменован повышенным спросом инвесторов на акции биомедицинских компаний, вследствие чего темп роста индекса IBV достиг 250%. После взлета стоимости акций в последующие два года наблюдалось значительное снижение рыночной капитализации фармацевтических компаний. Впоследствии индекса вырос в среднем на 20%, и к началу 2019 года темп роста рыночной капитализации крупнейших мировых компаний, Celgene Corp, Seattle Genetics, Inc и ряда других уже достигал 33%. Как правило, подобный рост капитализации обусловлен сообщениями об успешном прохождении клинических испытаний препаратов, направленных на лечение онкологических и гематологических заболеваний. В настоящий период, который характеризуется сверхвысокими ожиданиями мирового сообщества разработки вакцины против коронавируса, сильное влияние на стоимость акций биомедицинских компаний оказывает информация о степени готовности тех или иных разработок к проведению клинических исследований.

Так, новостной канал NBC сообщает о создании в 80 фармацевтических компаниях 93 образцов вакцин, из которых по решению администрации США только 14 будут проходить дальнейшие клинические исследования. В рамках проекта администрации об ускорении создания вакцины «Запредельная скорость» (Warp Speed) объявляется, что клинические испытания начинаются уже в мае и минимум три вакцины должны быть готовы к началу 2021 года. Этот проект, по мнению аналитиков, обойдется в миллиарды долларов.

Другой телеканал ABC сообщил, что компания Johnson & Johnson также планирует начать клинические испытания в сентябре 2020г. с тем, чтобы вывести на рынок 1 млрд доз вакцины в 2021 году. Бесспорно, такие новости являются сильным катализатором роста инвестиционной привлекательности тех компаний, которые демонстрируют высокий уровень готовности вакцины и финансовую поддержку со стороны правительственных кругов. В связи с этим возникает вопрос, насколько возможны подобные проекты ускорения

и какова особенность проведения клинических исследований, и насколько информационный эффект от такого рода обещаний может иметь продолжительный характер.

Для того, чтобы заинтересовать инвесторов, как правило, важен факт официального признания того, что клинические исследования закончились положительным результатом. Что значит положительный результат — это получение одобрения на выпуск. Поэтому можно считать, что центральным вопросом с точки зрения инвесторов являются как сама разработка, т. е. потенциальный спрос на препарат, так и результаты клинических исследований. И здесь исключительно важным становится фактор времени. Сами клинические исследования представляют собой сложный процесс, базирующийся на требованиях регуляторных инстанций на количество испытаний, объем и структуру тестируемых групп, который определяет значительную продолжительность всех процедур. Продолжительность разработки препарата от момента создания молекулы до вывода его на рынок занимает минимум 10 лет, при этом до финальной стадии доходит незначительный процент от общего количества исследований. Отмечается, что нормальным явлением считается 2% от всей суммы исследований. В этой связи обычно инвестиционные решения принимаются после проведения третьего этапа клинических исследований. Биомедицинские технологии представляют собой высоко рискованный бизнес, возврат инвестиций в который зачастую происходит через 10 и более лет, поэтому намерения американского правительства найти возможности ускорения разработки и выхода препаратов на рынок, обусловленный длительностью проведения клинических исследований, может быть крайне важным для рынка инвестиций.

В настоящее время существует довольно жесткий порядок проведения исследований, прежде чем разработка нового вещества будет рекомендована к реализации на практике. Так, необходимо пройти ряд стадий, первой из которых являются доклинические исследования, продолжительность которых составляет от 3 до 6 лет. Смыслом этого этапа является обоснование того варианта лечения, который имеет наибольшую вероятность успешного применения, также осуществляется предварительная оценка безопасности лечения и научно аргументируется необходимость перехода к этапу клинических исследований. Для подбора оптимального варианта лечения используются технологии

компьютерного моделирования, тестирования в лабораторных условиях и на животных. После этого необходимо получить положительное заключение об эффективности препарата и оформить права интеллектуальной собственности на новое вещество. И только затем можно приступать к клиническим исследованиям, которые в свою очередь делятся не менее 6–7 лет, и задействуют в зависимости от стадии различные группы пациентов.

На первой стадии клинических испытаний привлекаются здоровые люди и устанавливается переносимость нового лекарства, его терапевтическое действие.

На второй стадии уже в процесс вовлекаются пациенты с конкретными заболеваниями и оценивается эффект применения препарата. Самой дорогостоящей, продолжительной и масштабной является третья стадия, поскольку испытание должно охватить большие группы больных соответствующей патологии. Выборка таких групп пациентов должна строиться рандомизированным образом, который должен позволить выявить объективную картину характера лечения, основные противопоказания и риски. Только после этой стадии компании могут рассчитывать на регистрацию лекарственного препарата. Крайне важно подготовить всю совокупность результатов таким образом, чтобы у регулирующих органов не возникло сомнений в эффективности данной разработки. После этой стадии компания может столкнуться с отказом от регистрации или с необходимостью продления третьей стадии. В среднем стоимость одного дополнительного месяца обходится в \$670000, что не самым положительным образом сказывается на капитализации компании.

После получения разрешения на регистрацию наступает четвертая стадия, которая также занимает минимум два года, в течение которых устанавливаются отличия лекарства от других препаратов данной группы и анализируется эффективность с позиции всей системы здравоохранения.

Ясно, что в условиях пандемии столь длительный характер создания и выпуска вакцины не может быть приемлем, поэтому меры, которые должны обеспечить американским компаниям ускоренных вывод вакцин на рынок, могут быть интересными, как для регуляторных органов других государств, так и биомедицинских компаний, контрактно-исследовательских организаций, работающих в сфере клинических исследований.

РБК приводит данные агентства Bloomberg от 29 апреля 2020 года [1] о том, что в основе предлагаемых по ускорению выведения вакцины мер лежит объединение действий государственных, военных учреждений и частных фармацевтических компаний. Следует предположить, что это позволит значительно сократить третью стадию клинических исследований за счет централизации тестирования и сделать ее менее затратной для частного бизнеса. Кроме того, отмечается, что будут сокращены временные рамки тестирования на животных, что предположительно займет на 10 месяцев меньше плановых значений.

Если эти меры приведут к тому, что американские фармацевтические компании первыми выйдут на рынок с действенной вакциной, то это будет означать не только рост инвестиций в американские биомедицинские исследования, но и эффективность системы управления процессом разработки, что создаст дополнительные предпосылки к переливу капитала в американский биомедицинский сектор.

Российские биомедицинские исследования имеют хороший опыт разработок и эффективного применения, примером может служить создание вакцины против вируса Эбола, что дает шанс отечественным биомедицинским компаниям стать конкурентоспособными на рынке биотехнологий. Перспективными были признаны Всемирной организацией здравоохранения девять российских вакцин против COVID-19. Шесть вакцин разработаны новосибирским Государственным научным центром вирусологии и биотехнологии «Вектор «Вектор», две представлены компанией «Биокад» и одна является результатом работы ученых НИИ вакцин и сывороток в Санкт-Петербурге. На данном этапе все вакцины проходят стадию доклинических испытаний [2]. Дальнейшие шаги по поддержке российской биомедицины необходимо предпринять на государственном уровне, создав как организационные условия для объединения усилий всех участников процесса, так и финансовые для стимулирования деятельности отечественных контрактно-исследовательских организаций CRO путем налоговых и других мер финансовой поддержки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. РБК: https://www.rbc.ru/society/11/05/2020/5eb8b04e9a79473544cf885f?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews
2. https://www.rbc.ru/society/24/04/2020/5ea28ae29a79477f414e30e0?from=materias_ls_on_subject

Дятлов Сергей Алексеевич

Dyatlov Sergey Alexeevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Профессор кафедры общей экономической теории и

истории экономической мысли, д.э.н.

Doctor of Economics, Professor, Saint-Petersburg State University of Economics

Магистерская Программа «Национальная экономика»

Master program «National Economy»

e-mail: oetdsa@yandex.ru

ЦИФРОВОЕ БЛАГО В СИСТЕМЕ ПОНЯТИЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

DIGITAL GOODS IN THE SYSTEM OF CONCEPTS OF THE DIGITAL ECONOMY

Материал подготовлен при грантовой поддержке РФФИ, проект № 19–010–00318

В статье раскрыты место и роль цифровых благ в системе понятий цифровой экономики. Обосновано положение о формировании нового способа общественного производства — информационно-сетевое способа производства и потребления цифровых благ и услуг, который в настоящее время становится всеобщим и всеобъемлющим и охватывает все сферы и уровни национальной и мировой экономики. Введено в научный оборот и раскрыто содержание понятий «оцифрованное благо», «цифровое благо», «сетевое благо». Дано авторское определение понятия «цифровое благо», которое понимается как сетевое благо, существующее, распространяемое и потребляемое исключительно в цифровой форме в глобальной сети, имеющее помимо рыночной стоимости, особую сетевую ценность и не имеющее аналоговой вещественной формы в физическом экономическом пространстве.

The article reveals the place and role of digital goods in the system of concepts of the digital economy. The article substantiates the position on the formation of a new mode of social production — the information and network mode of production and consumption of digital goods and services, which is now becoming universal and comprehensive and covers all spheres and levels of the national and world economy. The content of the concepts “digitized good”, “digital good”, “network good” is introduced into scientific circulation and disclosed. The author defines the concept of “digital good”, which is understood as a network good that exists, is distributed and consumed exclusively in digital form in the global network, has a special network value in addition to the market value, and does not have an analog material form in the physical economic space.

Ключевые слова: цифровое благо, цифровизация, цифровая экономика, цифровой способ производства.

Keywords: digital good, digitalization, digital economy, digital mode of production.

Трансформация индустриально-рыночной экономической системы, начавшейся на рубеже веков [4] сегодня завершается формированием цифровой (информационно-сетевой) экономики в большинстве развитых стран мира. В условиях стремительного развития цифровой экономики происходит изменение самого общественного способа производства, изменения характера и способа соединения основных традиционных факторов производства.

В современной цифровой экономике информация (информационные технологии) является не только важнейшим ресурсом, фактором и результатом производства, но и доминирующим средством (средством цифровизации, сетизации, сервисизации) преобразования традиционных факторов производства, качественно изменяющим характер и способ их соединения. В цифровой экономике общественный способ соединения основных факторов производства (производства, распределения, обмена и потребления) становится преимущественно информационно-сетевым, что качественно трансформирует характер отношений между капиталом, трудом и экологией, принципиально изменяет глобальные цепочки создания добавленной стоимости.

В цифровой экономике происходит трансформация традиционной цепочки фаз общественного производства «производство — распределение — обмен — потребление» в новую — «создание цифрового блага — распределение — копирование — потребление». При этом под распределением понимается определение интеллектуальных прав собственности и доли дохода каждого участника в произведенном цифровом продукте.

В глобальной информационно-сетевой экономике возникает совершенно новое качество процесса общественного производства, создания и определения ценности. Если в индустриально-рыночной экономике с точки зрения процесса создания и реализации стоимости товара существовал разрыв между сферами производства, распределения, обмена и потребления, то в цифровой экономике противопоставление между производством, распределением, обменом и потреблением преодолевается, а новая цифровая (сетевая) ценность создается в глобальной сети одновременно всеми участниками инфор-

мационно-сетевых отношений (производителями, посредниками и пользователями-потребителями).

Если в индустриально-рыночной экономике в основном создавались товары в овеществленной форме, которые отчуждались через куплю-продажу от своего производителя и становились собственностью покупателя-потребителя, то в современной цифровой экономике создаются цифровые блага (цифровые услуги), которые имеют невещественную форму. При этом производитель невещественного цифрового блага при его продаже потребителям не теряет право собственности на данное цифровое благо (если он защитил свое право на данное цифровое благо институтом интеллектуальной собственности).

В современной цифровой экономике важное значение имеет раскрытие сущности понятия «цифровое благо». Существует несколько теоретических подходов к трактовке данных понятий. В рамках развиваемого нами в рамках информационной парадигмы и субстанционального подхода к информации обосновывается, что разнообразные социально-экономические явления, связи и отношения между ними имеют информационную природу, т. е. субстанцией социально-экономических явлений, отношений и связей является информация [2].

В цифровой экономике в процессе возникающего интегрального сетевого взаимодействия при производстве, распределении, обмене и потреблении информации (информационных технологий, знаний, продуктов, услуг) одновременно происходит производство, распределение, обмен и потребление цифровой (сетевой) ценности. Следовательно, цифровые блага (цифровые услуги) имеют информационно-сетевую природу, являются интегральной сетевой ценностью и проявляются в самых разнообразных овеществленных и персонализированных формах, таких как цена блага, сетевая знаниевая ценность, сетевые эффекты, сетевой человеческий капитал, сетевая интеллектуальная собственность, сетевой статус и число подписчиков в Интернет и др.

Функциональный подход к информации обосновывают Шапиро К. и Вэриан Х., которые в своей работе «Правила информации» отмечали, что в качестве информации выступает все то, что может быть оцифровано. Чтобы использовать информацию, ее необходимо отформатировать, превратив таким образом в информационное благо. В этом случае оно выступает в виде цифрового блага [5]. Шапиро и Вэриан определяют цифровое благо, как не имеющее аналоговой

формы благо, предельные издержки доставки которого дополнительно потребителю близки к нулю, что, что обеспечивает снижение также средних издержек.

В цифровой экономике следует различать понятия «традиционное благо», «оцифрованное благо», «цифровое благо». Традиционные блага существуют в физическом экономическом пространстве и имеют вещественную аналоговую форму. Оцифрованное благо существует в цифровом экономическом пространстве в цифровой форме, которая является оцифрованной формой вещественного аналогового блага. В цифровой экономике доля традиционных благ становится все меньше, а доля оцифрованных и цифровых благ в общем объеме производимых и потребляемых благ и услуг постоянно увеличивается.

Мы предлагаем развиваемый на основе субстанционально-информационной парадигмы авторский подход к определению цифрового блага. В цифровой экономике под цифровым благом понимается сетевое благо, существующее, распространяемое и потребляемое исключительно в цифровой форме в глобальной сети, имеющее помимо рыночной стоимости, особую сетевую ценность и не имеющее аналоговой вещественной формы в физическом экономическом пространстве. В качестве примера чистых цифровых благ могут служить сетевые эффекты, которые имеют информационную природу, сетевую ценность, возникают и существуют исключительно в глобальной сети в процессе взаимодействия большого числа различных участников сети.

Следует отметить, что цифровое благо в содержательном смысле является сетевым знаниевым благом, которое актуализируется и возникает лишь в процессе сетевого взаимодействия в Интернете большого количества участников сети (производителей, посредников, пользователей-потребителей).

Обычно постоянные и переменные издержки создаваемого оригинала цифрового блага могут быть достаточно большими, т. к. инновации требуют значительных затрат. В условиях господства информационно-сетевых способов общественного производства переменные (предельные) издержки на создание и распространение последующих копий данного оригинального цифрового блага минимизируются. При этом необходимо учитывать, что на размещение созданного оригинального цифрового блага (новых цифровых услуг на сайте компании) в глобальной сети, его сохранение, поддержку, рекламу, продвижение и обслуживание, требуются значительные дополнительные затраты.

Это находит выражение в понятии «издержки сетевого размещения, продвижения и распространения» цифрового блага.

Издержки по размещению цифрового блага могут быть весьма существенными, включая в себя оплату аппаратного обеспечения, трафика, доступа к сети Интернет, поддержки веб-сайта, продвижения и рекламы в глобальной сети предоставляемых цифровых благ. Следовательно, производитель цифрового блага несет постоянные и переменные издержки в информационно-сетевом пространстве, связанные с созданием оригинала блага, созданием его копий, их размещением и продвижением, а также затраты, связанные с защитой интеллектуальной собственности на созданное им цифровое благо (цифровую услугу, цифровой сервис).

Следует особо рассмотреть понятие «чистое цифровое благо», в качестве которого выступает возникающий в Интернет сетевой эффект. Благодаря тотальному развитию, углублению и проникновению цифровизации и сетизации во все сферы и сектора экономики и общественной жизни возникают чистые цифровые блага, которые имеют информационное содержание и цифровую форму, возникают и существуют только в сети (например, в виде разнообразных сетевых сервисов и эффектов). Чисто цифровые блага не имеют вещественного аналогового формата и существуют исключительно в цифровом виде в глобальных сетях. К чистым цифровым благам можно отнести цифровые облачные сервисы и приложения, сетевые эффекты и др.

Размещение и потребление большим количеством пользователей в глобальных сетях определенного цифрового блага (цифровой услуги) порождает чистое цифровое благо — сетевой эффект, который, увеличивает общую ценность данного цифрового блага с увеличением числа его пользователей-потребителей. Чем больше пользователей присоединяется к сетевому взаимодействию и потреблению цифрового блага, тем более ценным оно становится, тем больше сетевой эффект, который имеет невещественную форму, но который имеет знаниевую (цифровую) и рыночную ценность.

В противоположность закону убывающей доходности, который действует в индустриально-рыночной экономике, в цифровой экономике действует закон возрастающей отдачи. Его действие обусловлено, в частности, возникновением, широким распространением и возрастающей ролью цифровых сетевых благ и возникновением сетевых эффектов. Сетевой эффект начинает по экспоненте увеличиваться

при достижении «критической массы пользователей». Сетевая ценность цифрового блага растет в соответствии с законом Меткалфа, который гласит, что полезность сетей повышается с увеличением числа пользователей.

Известный западный экономист, теоретик постиндустриализма и посткапитализма Дж. Рифкин отмечал, что «со временем все больше и больше людей будут вовлечены в производство с нулевыми предельными издержками и будут делиться с окружающими плодами своего труда» [3]. В другом исследовании Р. Вайбер пишет, что в информационной экономике доминирует не закон убывающей предельной доходности, а прямые сетевые эффекты и положительная обратная связь, что выражается в возрастающей предельной доходности [1].

Цифровые блага имеют принципиальное отличие от традиционных вещественных благ, заключающееся в том, что они имеют множительный эффект, создание копии и доставка цифрового блага потребителю осуществляются при минимальных издержках. Любая копия оригинала цифрового блага, при условии если она защищена правом интеллектуальной собственности, выступает как полноценный товар, реализуемый по определенной рыночной цене. При этом отсутствуют содержательные различия между оригиналом и копиями, различия носят в основном формальный и юридический характер. Потребление такого цифрового блага одним потребителем не уменьшает его количества, и оно доступно для потребления другими пользователями. Чем большее количество пользователей потребляют копии оригинального цифрового блага, защищенного правом интеллектуальной собственности, тем выше становится его общая капитализация, при этом цена единичной копии может снижаться и быть минимальной.

Сформулированные выше положения позволяют классифицировать цифровые блага как блага гибридного типа. Цифровые блага по содержанию и форме являются рыночно-общественными сетевыми благами, которые имеют не только частно-рыночный (цена цифрового блага, монетизация и капитализация социальных сетей, цифровых ресурсов, благ и услуг), но и общественно-сетевой характер (число подписчиков, сетевая общественная значимость, известность, статусность).

В современных условиях происходит цифровая трансформация всех секторов экономики и сфер общественной жизни, связанной с тотальной цифровизацией и сетизацией, производством цифровых благ и услуг, широким использованием цифровых платформ и серви-

сов. Новый информационно-сетевой способ общественного воспроизводства и потребления цифровых благ и услуг сегодня становится всеобщим и всеобъемлющим.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Вайбер Рольф. Эмпирические законы сетевой экономики // Проблемы теории и практики управления. — 2003. — № 4.
2. Дятлов С.А. Информационная парадигма социально-экономического развития // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. — 1995. — № 3–4. — С. 17–30.
3. Капитализму приходит конец: Джереми Рифкин о новой экономике, которая позволит человечеству выжить URL: https://theoryandpractice.ru/posts/11723-jeremy-rifkin?fbclid=IwAR0Lczia3o-RJlGrKrd0OAG0IrnvB_0dMu8UkAUw_kW8jZuaejYEgBBaBwo (дата обращения 4.03.2020 г.).
4. Социально-экономическая трансформация хозяйственной системы России. Коллективная монография. — Санкт-Петербург. 1997. — 310 с.
5. Shapiro C. Varian R.H. Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. URL: https://books.google.ru/books?id=z0hQ12PrERMС&printsec=frontcover&hl=ru&source=gsbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (дата обращения 4.03.2020 г.)

Ефимова Надежда Филипповна
Efimova Nadezhda Filippovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
доцент кафедры финансов, к.э.н.
Associate Professor of the Chair of
Finance, Ph.D

Программа «Финансы инновационной медицины»
Master program « Finance Innovative Medicine»
e-mail: Nadezhda_efimova@mail.ru

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

FINANCING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN HEALTH

Внедрение ключевых технологий на основе искусственного интеллекта в сфере здравоохранения приводит к быстрому принятию управленческих решений, отвечая тем самым на вызовы рынка и выстраивая целостную экосистему. В статье обобщаются тенденции финансирования и внедрения технологий на основе искусственного интеллекта (ИИ) в сфере здравоохранения.

The introduction of key technologies based on artificial intelligence in the health sector leads to the rapid adoption of managerial decisions, responding to market challenges and building a holistic ecosystem. The article summarizes the trends in the financing and implementation of technologies based on artificial intelligence (AI) in the healthcare sector.

Ключевые слова: здравоохранение, инновационные технологии, искусственный интеллект.

Key words: healthcare, innovative technologies, artificial intelligence.

В условиях развития и внедрения мировых прорывных технологий в современном обществе актуальность финансирования и привлечения инвестиций для реализации инновационных технологий приобретает стратегическое значение. Ключевой вопрос создания стратегического партнерства для достижения общих целей, меняет рыночную модель взаимодействия участников, требует понимания и осмысления как ошибок, так и успешного мирового опыта, возможности реализации новых форм сотрудничества и предпринимательства в будущих начинаниях для закрепления лидерских позиций. На сегодняшний день существуют различные финансовые институты для развития и поддержки инновационных и инвестиционных проектов и технологий в международной практике здравоохранения на основе стратегических партнерств.

Модели финансирования в области инновационного здравоохранения применяются в странах с учетом развития экономик и направлены на привлечение и инвестирование финансовых активов в различные крупные исследовательские проекты в сфере общественного здравоохранения. Какие партнерства представляют интерес для развития рынка инновационной медицины? Прежде всего: межгосударственные стратегические исследовательские центры, государственные научно-исследовательские центры гражданского и военного назначения, стратегические альянсы, производственные и научные кластеры, фонды, грантовые научно-исследовательские организации.

Инновационная медицина и фарминдустрия, объединяют интересы исследователей, разработчиков, финансистов, инвесторов и пользователей рынка, формируют новый рынок по таким направлениям как: средства мониторинга, производство и поставка умной одежды, мобильные приложения, оказывающие медицинскую поддержку, или mhealth, искусственный интеллект (ИИ) в медицине, технология редактирования генома, телемедицина, внедрение блокчейна в медицине.

Компьютерные технологии, связанные с искусственным интеллектом (ИИ) привлекают наиболее активно сегодня финансовых управленцев в сфере здравоохранения. Прежде всего, это связано с тем, что искусственный интеллект (ИИ) имитирует мыслительный процесс, выполняет эффективно не только однотипные задачи, но и сложные описательные и прогнозирующие задачи, способен к самообучению, может разумно планировать, собирать знания, общаться, воспринимать и манипулировать объектами. Наибольшую активность по материалам исследований агентства Frost & Sullivan в данном направлении показывают предприниматели в Китае, далее идут бизнесмены США и Великобритании. Средний размер сделки в Китае составлял более 100 млн. долларов в сравнении с 15 млн. в США и 5,4 млн долларов в Великобритании. Аналитики международной консалтинговой компании Frost & Sullivan прогнозируют увеличение к 2022 году объема рынка технологий, связанных с искусственным интеллектом (ИИ) до 52,5 млрд. \$. Ключевыми технологиями, оказывающими влияние на отрасль здравоохранения, являются технологии по сбору, анализу и обработке больших данных, технологии создания умной одежды, далее облачные технологии, телемедицина, технологии создания роботов.

Приобретая информацию на основе инновационных технологий, принимая управленческие решения с использованием технологий искусственного интеллекта (ИИ) организации отрасли здравоохранения могут быстро реагировать на вызовы рынка. Стратегические партнеры и компании — разработчики технологий естественным образом сосредоточены на анализе рынка и большого количества данных о потребителях услуг в режиме реального времени для увеличения своих доходов и снижения затрат. Вся политика современного здравоохранения строится на предоставлении персонализированных услуг населению. Цифровизация по-своему открыла новую эру потребительского здравоохранения. Цифровизация услуг, моделей оплаты, интеллектуальных продуктов в обществе, развивают стремительно экосистему подключенных технологий здравоохранения, таких как носимые устройства, технологии телемедицины, искусственный интеллект, и другие. Формат же медицинского страхования устарел ненадежно и рынок медицинского страхования не отвечает персонализированным потребностям людей. Темпы мирового рынка медицинского страхования демонстрировали по оценкам аналитиков снижение с 9% в 2015 году до 6–7% в 2019 году. Однако в сегодняшних

реалиях рынок медицинского страхования претерпевает наиболее серьезные вызовы. Настало время для серьезных изменений в страховой отрасли. Необходимы новые страховые продукты и программы, направленные на стимулирование здоровых привычек и образа жизни, формирование профилактической медицины. Прогрессивные страховые международные компании используют цифровые медицинские решения в виде медицинских приложений и носимых устройств с 2018 года. Страховые компании персонализируют страховые премии на основании данных держателей полисов. С 2018 года страховые компании Prudential в Азии (с Babylon Health), Discovery Group в Африке (программа Vitality), Manulife (с Vitality) и Sun Life (BestLifeRewarded) в Канаде, Cigna (программа Healthy Babies) в США, а также UnitedHealth Group (Motion Program с Qualcomm Life и Apple Smartwatch) запустили цифровую трансформацию услуг, тем самым оказывая влияние на развитие объемов рынка страховой медицины, открывая возможности сотрудничества с компаниями разработчиками цифровых продуктов.

Важным направлением применения технологий искусственного интеллекта (ИИ) являются виртуальные клинические испытания. Концепция виртуальных клинических испытаний позволяет спонсорам снижать огромные финансовые затраты, с другой стороны организаторам клинических испытаний дает возможность оптимизировать временные и производственные процессы, получать требуемую финансовую эффективность по клиническим испытаниям. В 2019 году объем рынка ИТ-решений для клинических испытаний, обеспечивающих набор пациентов и дистанционный мониторинг для виртуальных испытаний оценивался в \$450 млн. В 2020 году макроэкономическая ситуация не позволит сохранить прежние темпы развития объемов рынка здравоохранения ни в одной стране мира из-за пандемии по коронавирусу COVID-19. Системам общественного здравоохранения всех стран нужны будут существенные изменения в сфере управления финансами.

При снижении общего финансирования, глубокого спада мировой экономики необходима полная прозрачность финансовых расчетов в сфере здравоохранения, переосмысление и новые подходы к оказанию медицинских услуг, оценке эффективности финансирования, инвестирования и использования инновационных технологических ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. <https://www.forbes.ru/tehnologii/346539-medicina-budushchego-kakie-tehnologii-pozvolyat-lyudyam-pobedit-starost-bolezni-i>
2. <https://iot.ru/meditsina/obem-rynka-mobilnogo-zdravookhraneniya-budet-rasti-na-33-5-ezhegodno->
3. <https://vc.ru/life/29988-medicina-budushchego-7-glavnyh-trendov>
4. <https://iot.ru/meditsina/internet-veshchey-sekonomit-patsientam-i-bolnitsam-do-290-mlrd>
5. <https://iot.ru/meditsina/16-mln-evropeytsev-k-2022-godu-podklyuchitsya-k-telemeditsine>.

Ксенофонтова Татьяна Юрьевна

Ksenofontova Tatyana Yurievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
профессор кафедры менеджмента и инноваций, д.э.н.

Professor of the Chair of

Management and Innovation, Ph.D

Программа «Производственный менеджмент в отраслях и комплексах»
Master program «Production management in industries and complexes»

e-mail: tyuksenofontova@mail.ru

Ефимов Алексей Александрович

Efimov Aleksei Aleksandrovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
аспирант кафедры менеджмента и инноваций

Graduate student of the Chair of

Management and Innovation

Программа «Производственный менеджмент в отраслях и комплексах»
Master program «Production management in industries and complexes»

e-mail: alexey.yefimov@gmail.com

ДИСТАНЦИОННАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

DISTANCE LEARNING IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

Уровень высшего образования — это одна из главных метрик, показывающая уровень благосостояния страны. За последние годы в сфере образования вносились много положительных изменений. Чтобы российское образование

оставалось конкурентоспособным на мировой арене, необходимо, в том числе, решить вопросы в сфере внедрения инструментов цифровой экономики.

The level of higher education is one of the main metrics that shows the level of well-being of a country. In recent years, many positive changes have been made in the field of education. In order for Russian education to remain competitive on the world stage, it is necessary, among other things, to resolve issues in the field of implementing digital economy tools.

Ключевые слова: дистанционное обучение, цифровизация экономики, онлайн обучение, нейротехнологии.

Keywords: distance learning, digitalization of the economy, online learning, neuro-technology.

В 21 веке прогресс способствовал росту благосостояния населения. Однако достойный уровень благосостояния человека — это не просто доступ к ресурсам, наличие финансового достатка, жилья и работы. Оно также означает высокий уровень здравоохранения, устойчивые социальные взаимоотношения, доступность качественного образования, высокий уровень безопасности, и в целом удовлетворенность своей жизнью и окружающей средой.

При этом образование играет главную роль в развитии знаний, умений и личностных навыков, которые позволят людям приносить пользу другим и получать блага для себя. Современные реалии диктуют новые принципы труда в экономическом обществе. Переход экономики в стадию постиндустриального развития определяет иное распределение человеческих ресурсов: человек вкладывает все больше умственных сил в процесс работы, нежели делал это сто лет назад. Автоматизация и динамичность мира приведут к исчезновению многих профессий и, как следствие, пропадут некоторые направления в вузах.

Процесс обучения в университете должен готовить молодых людей к взрослой жизни, повышать их инновационную активность, ответственность и вовлеченность в дела всего общества. Сформированный навык ставить чёткие цели, взаимодействовать с окружающими людьми, находить решения в трудных ситуациях — главные умения востребованного на рынке труда специалиста ближайшего будущего [2].

Среди множества проблем современности пристальное внимание ученых в последние годы привлекает вопрос о том, что невозможно однозначно предсказать, какие образовательные технологии будут применяться в будущем.

Интернет-революция и когнитивная революция следуют друг за другом не отставая, поэтому уже сегодня мы можем передавать мысли и визуальные образы от человека к компьютеру. Такие «нейрорешения» между интерфейсов компьютера и нейроинтерфейса человека могут использоваться в системе образования. Например, для проверки знаний, теоретических знаний, общения и так далее. Таким образом, нейротехнологии — это универсальные методики получения образования, а интернет — их мозговой центр.

На данный момент это считается наиболее перспективным направлением. По этой причине появляются новые игроки все более сильные, гибкие. По этой причине задачи быть эффективными на рынке образовательных услуг означают пересмотр роли преподавателей и студентов в процессе обучения, всеобщее внедрение программы дистанционного обучения.

Конечно, как и во все времена на образовательной арене будет борьба между консерваторами (академическая элита, преподаватели и родители консерваторов) и революционерами (представители ИКТ-сферы, крупный бизнес, «прогрессивные» университеты, молодые внеуниверситетские исследователи, НКО и «сознательные родители») [1].

Кто-то считает, что в новой обстановке учеба будет длиться всю жизнь и не ограничится периодом обязательного школьного образования и обучением в высших учебных заведениях. Нельзя мыслить категорично: в любом случае мы застанем переход от настоящего к будущему, поэтому это будет, в первую очередь, симбиоз инноваций и традиций.

Павел Лукша, эксперт Сколковского центра развития образования (SEDEC), утверждает, что победа будет за революционерами, а традиционное образование продержится не более 20 лет, после чего найдется альтернативное решение получения знаний [4]. Высказывается он и в пользу широкого внедрения онлайн образования. Поскольку получение традиционного образования в университетах будет только дорожать, при том, что получить образование при помощи применения он-лайн технологий возможно будет значительно дешевле. Это сыграет неоспоримую роль в решении проблемы получения образования для многих российских семей.

По результатам заседания Правительственной комиссии по применению информационных технологий для повышения качества жизни и возможностей ведения предпринимательской деятельности,

прошедшего 9 февраля 2018 года, утверждены программные мероприятия по направлению «Кадры и образование» Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [3]. В рамках данной программы прослеживается перспективная тенденция постепенного сокращения государственных затрат на финансирование традиционных государственных образовательных учреждений, и рост инвестиционных вложений в процесс широкого внедрения электронного обучения.

Кроме того, широко обсуждается дорожная карта форсайт-проекта «Образование 2030». Дмитрий Песков, директор направления «Молодые профессионалы» Агентства стратегических инициатив (АСИ), говорит о форсайт-проекте «Образование 2030» как о глобальном проекте, в рамках которого будет формироваться элита образовательного процесса на всех уровнях [5]. При этом в проекте указано, что важнейшей направляющей силой в сфере образования будет выступать конкуренция с международными независимыми провайдерами, которая будет определять характер перемен. В целях решения задач, обозначенных в форсайт-проекте «Образование 2030» и Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» был организован Университет Национальной технологической инициативы (НТИ) НТИ «20.35» – первый в России университет, обеспечивающий профессиональное развитие человека в цифровой экономике. Он создан для подготовки лидеров инновационных компаний, участников проекта «Национальной технологической инициативы», а также специалистов, работающих над новыми ИТ-продуктами для цифровой экономики [6].

По мнению экспертов, основными технологиями образовательного процесса в университете станут «искусственный интеллект», «виртуальная реальность», «использование биологической обратной связи», «фармакология для обучения» и др. Для развития образовательного процесса на современном уровне в университете было отобрано 9 ключевых платформ: Aeronet, Marinet, Autonet, Neuronet, Energynet, Foodnet, Healthnet, Safenet, Finnet. Также были выделены рынки-кандидаты, которые в скором будущем могут войти в состав НТИ.

В рамках данных платформ исследуются и разрабатываются различные инновационные концепции и технологии.

Безусловно, исследованию данных технологий должен способствовать ряд образовательных компонентов, предоставляемых НТИ. Так,

обучение может проходить в кванториумах — специальных площадках, оснащенных высокотехнологичным оборудованием, позволяющих обучаться по принципу проектного обучения. Для выявления наиболее талантливых обучающихся с нестандартным мышлением будет проводиться олимпиада НТИ, также будут организованы специальные конкурсы. Для объединения талантливых и творческих людей, богатых прорывными идеями, создается кружковое движение. В результате совместной деятельности и использования необходимых ресурсов участники кружков смогут реализовывать новые технологические проекты, создавать инновационные компании, направленные на развитие общества. В рамках университета НТИ обучение будет проходить модульно, по траекториям, выбранным обучающимися в соответствии с их пожеланиями и задачами. Для качественного усвоения материала, предложенного данными траекториями будет осуществляться наставническая деятельность. Наставники и менторы помогут справиться с вызовами, стоящими перед обучающимися, помочь в развитии их талантов и способностей.

В модели НТИ немаловажная роль отводится сервисам, способствующим реализации проектов в рамках университета НТИ. Так, для решения поставленных задач планируется: функционирование консъерж-службы, создание сетевого реестра компаний НТИ, обеспечение комфортной юрисдикции, маркетинг и поддержка экспорта регионов, поддержка продвижений стандартов.

Университет НТИ создан для определенных типов людей, желающих развить свои компетенции в какой-либо сфере. Можно выделить технологических предпринимателей, руководителей разработок и талантливых студентов. Все они пройдут через индивидуальный маршрут, составленный из интересующих и необходимых им компетенций.

Обучение в университете НТИ предполагает следующий технологический алгоритм получения образования: вначале идет стадия тестирования, на основании которой формируется индивидуальная траектория приобретения какой-либо компетенции; затем начинается образовательный процесс, который проходит на базе различных образовательных учреждений согласно сформированному индивидуальному учебному плану.

В заключение, хотим повторить, что будущее системы образования невозможно предсказать. Те технологии, которые будут изучать в высшей школе сегодняшние дошкольники, по всей видимости еще

не открыты, в то время как уже сегодня сложно научить студента выбирать необходимые знания в океане мусорной информации Интернета. И хотя он-лайн обучение выглядит хорошей перспективой, необходимо эффективно реализовать ее посредством таких же оптимальных способов и инструментов, какими они выглядят в планах и проектах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Ксенофонтова Т.Ю., Неронов Ю.И. Взаимодействие научных коллективов с инвесторами в современных условиях / Известия высших учебных заведений. Приборостроение. — 2005 — Т. 48 № 7 — с. 67–70.

2. Ксенофонтова Т.Ю. Региональные особенности управления развитием человеческого и интеллектуального капитала в условиях изменений внешней среды: автореф. дис. на соиск. уч. ст. д.э.н. / Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, 2014.

3. Экосистема «Цифровой экономики» [Электронный ресурс]. — URL: <https://data-economy.ru> (Дата обращения 12.02.2020).

4. Научно-образовательный портал IQ НИУ «Высшая школа экономики». Паспорт компетенций заменит диплом вуза [Электронный ресурс]. — URL: <https://iq.hse.ru/news/177668954.html> (Дата обращения 13.02.2020).

5. Песков Д. 13 лекций о будущем. [Электронный ресурс] — URL: http://asi.ru/news/14770/?sphrase_id=55510 (Дата обращения 01.02.2020).

6. Университет НТИ «20.35» [Электронный ресурс]. — URL: <https://2035.university/> (Дата обращения 12.02.2020).

Кущева Наталья Борисовна
Kushcheva Natalia Borisovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, к.т. н.
Associate Professor of the Chair of Hotel and Restaurant Business, PhD
e-mail: nkushcheva@yandex.ru

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ВУЗАХ РОССИИ: ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

DISTANCE LEARNING IN THE RUSSIAN UNIVERSITIES: DIGITAL TECHNOLOGIES DURING THE PANDEMIC PERIOD

В статье автором сделан акцент на вопросы использования дистанционных образовательных технологий в условиях пандемии коронавирусной инфекции. С 16 марта 2020 года все подведомственные Министерству науки и высшего

образования России вузы перешли на дистанционное обучение. Онлайн-образование имеет все шансы сделать большой рывок. Вопросы, волнующие студентов, их родителей и преподавателей университетов обсуждаются в данной статье.

The author focuses on the use of distance learning in the context of the coronavirus infection pandemic. Since March 16, 2020, all universities which belong to the Ministry of Science and Higher Education of Russia have switched to distance learning. Online education has a high chance of making a big leap forward. Issues of concern of students, their parents and university professors are discussed in this article.

Ключевые слова: коронавирус, цифровизация, высшее образование, дистанционное обучение, пандемия, онлайн курсы.

Key words: coronavirus, digitalization, distance learning, pandemic, online courses.

Многочисленные колледжи и университеты по всему миру внезапно оказались в положении, когда им приходится преподавать в режиме онлайн из-за изменений, внесенных национальным ответом на коронавирус. Есть много признаков того, что этот кризис трансформирует многие аспекты жизни. Чаще прибегать к онлайн-форматам на фоне вспышки коронавируса очевидно придется и образованию. Образование может стать одним из них, если опыт дистанционного обучения окажется успешным. Теоретически, лекции, которые требуют небольшой персонализации или взаимодействия со студентами, могут быть записаны в виде мультимедийных презентаций, чтобы студенты могли смотреть их в своем темпе и месте. Для таких курсов технологические платформы могут доставлять контент очень большой аудитории, не жертвуя одним из важных преимуществ классной комнаты — социального опыта. Студенты будут иметь в своем распоряжении больше ресурсов, потому что им не придется проживать и посвятить четыре полных года в университетах. Они будут проходить курсы в удобное для них время. Они могут использовать драгоценное время, которое они проводят в университетском городке, для проведения факультативных занятий, групповых заданий, рабочего времени преподавателей, общения и профориентации, чего нельзя сделать удаленно.

Многие преподаватели могут засвидетельствовать, что существуют проблемы с аппаратным и программным обеспечением, которые должны быть решены до того, как дистанционное обучение действительно сможет успешно развиваться. Программное обеспечение для конференции может быть хорошим началом, но оно не может справиться

с некоторыми ключевыми функциями, такими как размещение больших групп, а также обеспечивает персонализированный опыт.

50% преподавателей уже переключили некоторые из своих «обычных» курсов на работу онлайн, и автор прогнозирует, что это число будет только увеличиваться по мере продолжения коронавируса. Самой большой проблемой является то, как перейти от традиционного образования к электронному обучению и как преодолеть проблему практических курсов и обучения. Ведущие вузы, среди которых МГУ им. М.В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, СПбГЭУ, УрФУ, ТГУ и другие, открыли бесплатный доступ к онлайн-курсам для студентов.

Не все преподаватели чувствуют себя комфортно в виртуальных классных комнатах, и существует цифровой разрыв между теми, кто никогда не использовал даже базовое аудиовизуальное оборудование, полагаясь на доски и флипчарты, и более молодыми преподавателями, которые знают и владеют новыми технологиями [3]. По мере того, как в ближайшие недели студенты по всей стране будут посещать онлайн-классы, они узнают, что многие инструкторы не подготовлены для создания мультимедийных презентаций со сложными обозначениями и графикой.

COVID-19 создал новый стандарт для сектора высшего образования, революционизируя среду онлайн-обучения, изменяя процессы подачи заявок и обновляя стратегии кризисного управления. Компания QS опубликовала отчет о полученных результатах исследовательского проекта «Влияние коронавируса на глобальное высшее образование» [5]. В частности, в отчете говорится, что коронавирус заставил учебное заведение респондентов принять ряд мер, в том числе:

- переключить «обычные» курсы на работу онлайн (50%)
- перенести даты начала некоторых курсов на следующий семестр (19%)
- изменить сроки приема документов на поступление (17%)
- отложить некоторые из их предложений 2020 года до 2021 года (13%)
- начать проводить собственные тесты по некоторым предметам (8%)

Кроме того, опрос QS показал, что 50% респондентов считают, что коронавирус окажет пагубное влияние на количество заявок студентов, которые они получили в своем учебном заведении, в то время как 26% считают, что они останутся без изменений.

Вспышка коронавируса оказала значительное влияние на высшие учебные заведения и студентов по всему миру. От ограничений на поездки до национальных карантин и требований самоизоляции, потенциальные и существующие студенты университетов формировали свои планы обучения и решения относительно быстро меняющейся глобальной чрезвычайной ситуации.

Студенты также сталкиваются с рядом проблем с онлайн-курсами. Когда речь заходит о появлении инструментов онлайн и цифрового обучения, университеты все больше используют новые технологии, чтобы обучение продолжалось без перерыва. Обязательство следовать университетскому расписанию заставляет их закончить курс, а не откладывать его на потом. И, обучаясь в Интернете, они могут не чувствовать, что они принадлежат к группе сверстников, а в реальной жизни это вызывает чувство конкуренции, мотивируя их на успех. Все, что делается в Интернете, страдает от недостатка концентрации внимания, потому что студенты многозадачны, — они проверяют электронную почту, общаются с друзьями и выходят в Интернет во время онлайн-лекций.

В недавнем опросе QS потенциальных иностранных студентов респондентам был задан вопрос, будут ли они заинтересованы в изучении своей степени онлайн в связи с угрозой коронавируса, 61% респондентов выразили некоторую степень интереса к изучению онлайн. Напротив, только 39% заявили, что они отвергнут идею прямо.

Хотя это говорит о том, что онлайн-обучение все больше становится важным компонентом развития высшего образования, эксперты прогнозируют, что традиционная среда обучения в виде контактных часов вернется после того, как глобальная чрезвычайная ситуация исчезнет.

Потенциальных студентов также попросили выбрать лучшие профилактические меры, которые, по их мнению, призваны защитить своих студентов и свести к минимуму распространение коронавируса. В перечне мер 41% студентов упомянули проведение лекций и семинаров в больших помещениях, чтобы свести к минимуму тесный контакт на больших собраниях (41%) [7].

В дополнение к сложностям преподавателей, студенты также не всегда приветствуют цифровое образование, и проведенные исследования показывают, что они с меньшей вероятностью бросают учебу, когда преподаются с использованием «традиционных» очных методов [4].

Создавшаяся пандемическая ситуация резко обнажила глубокое неравенство в системе образования. Согласно данным OECD, в Дании, Словении, Норвегии, Польше, Литве, Исландии, Австрии, Швейцарии и Нидерландах более 95% студентов сообщили, что у них есть компьютер для работы. И только 34% в Индонезии сказали, что он у них есть [6]. В то время как виртуальные занятия на личных планшетах могут быть нормой в Гонконге, например, многие студенты в менее развитых странах полагаются на задания, отправленные через WhatsApp или по электронной почте.

Справедливость — самое большое препятствие в подготовке к онлайн-обучению, и первое, о чем надо подумать. Дженна Конан, специалист по технологической интеграции в Епископальной школе All Saints в Форт-Уэрте, штат Техас, отмечает, что в большинстве семей нет одного компьютера на человека [8]. Во время закрытия университета родители могут также работать из дома, что означает, что несколько человек могут бороться за один или два компьютера. Поэтому убедитесь, что все онлайн-приложения работают на мобильных устройствах, если ноутбук недоступен.

Для преподавателей и студентов, у которых дома нет Wi-Fi, регионы должны выяснить, как купить или арендовать точки доступа Wi-Fi, а затем составить план распределения устройств и точек доступа. Нужно иметь в виду, что студенты, имеющие индивидуальные учебные планы (IEP), должны иметь доступ к конкретным местам проживания во время закрытия, включая видеодоступ к помощникам и логины для приложений (app).

Современные средства цифрового образовательного взаимодействия обеспечивают интерактивный способ обучения. Обучающиеся получают возможность осуществлять оперативную связь, а преподаватель — оперативно реагировать на запросы обучающихся, контролировать и своевременно корректировать их работу [2]. Но наибольшая ставка должна делаться на сочетание онлайн-обучения и физического присутствия. С одной стороны, студент чувствует себя более комфортно, слушая лекции онлайн, куда можно выводить базовые вещи [1].

Во время перехода университета на обучение онлайн коммуникация между администрацией, преподавателями, студентами и их родителями важна как никогда.

Например, в публикации и распространении часто задаваемых вопросов, университеты должны настроить быстрое общение, а затем

советовать студентам, где можно найти последующие сообщения — по электронной почте или на веб-сайте. В разделе «Часто задаваемые вопросы» можно указывать, где найти ежедневные задания; список сайтов и инструментов, которые понадобятся студентам, как войти в систему и что делать, если технология не работает; и, наконец, ожидания родителей.

Также можно подготовить пошаговое руководство о том, как получить доступ и использовать онлайн-инструменты обучения и учебную программу. Важно убедиться, что вы эта информация предоставлена в различных форматах, включая видео и текст, а также включает в себя скриншоты и необходимые учебные пособия. Предоставьте дополнительную техническую поддержку и убедитесь, что студенты знают, как и куда обратиться за помощью.

Важность дистанционного обучения во все более неопределенном мире глобальных эпидемий и других драматических сбоев (таких как войны и кризисы, связанные с климатом) не вызывает сомнений. Так называемые «развивающиеся страны» (в том числе крупные сельские районы в быстро развивающейся экономике Индии и Китая) могут извлечь из этого большую пользу, поскольку они могут помочь преодолеть чрезвычайные ситуации и решить проблему хронической нехватки преподавателей.

С продолжающимся распространением коронавируса технологии и онлайн-платформы обучения становятся все более необходимыми. Приспосабливаясь к этому новому стандарту, университеты быстро развили свои цифровые инструменты и платформы, чтобы обеспечить непрерывную доставку знаний для своих изолированных студентов.

В условиях карантина вузам необходимо найти возможности для продолжения качественного обучения, причем кроме поиска подходящих ресурсов, каждому университету предстоит перестроить большое количество бизнес-процессов, оперативно дообучить персонал. В целом ситуация даст толчок развитию онлайн-обучения, наработанные практики будут использоваться и в дальнейшем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Кушева Н.Б. Применение цифровых технологий в современных высших образовательных учреждениях. — В сборнике: Архитектура университетского образования: современные университеты в условиях единого информационного пространства Сборник

трудов III Национальной научно-методической конференции с международным участием. Под ред. И.А. Максимцева, В.Г. Шубаевой, Л.А. Миэринь. 2019. С. 32–38.

2. Кущева Н.Б., Терехова В.И. Современная цифровая образовательная среда в высшем образовании России. — Проблемы современной экономики. 2018. № 1 (65). С. 191–194.

3. Digital trends 2020: Every single stat you need to know about the internet. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <https://thenextweb.com/growth-quarters/2020/01/30/digital-trends-2020-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/> (дата посещения 04.04.2020)

4. Coronavirus quarantine could spark an online learning boom. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://theconversation.com/coronavirus-quarantine-could-spark-an-online-learning-boom-132180> (дата обращения 01.04.2020)

5. How Universities are Embracing Online Learning During the Coronavirus Outbreak. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <https://www.qs.com/how-universities-are-embracing-online-learning-during-the-coronavirus-outbreak/> (дата обращения 01.04.2020)

6. The coronavirus pandemic is reshaping education. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.oecd.org/pisa/> (дата обращения 01.04.2020)

7. What Students Expect from Universities During the Coronavirus Outbreak. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <https://www.qs.com/what-students-expect-from-universities-during-the-coronavirus-outbreak/> (дата обращения 01.04.2020)

8. 10 strategies for online learning during a coronavirus outbreak. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <https://www.iste.org/explore/10-strategies-online-learning-during-coronavirus-outbreak> (дата обращения 04.04.2020)

Леонтьева Ирина Петровна

Leonteva Irina Petrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Доцент

Associate professor

Кафедра банков, финансовых рынков и страхования

Department of Banks, Financial Markets and Insurance

e-mail: leoni64@mail.ru

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ РЫНКИ В УСЛОВИЯХ НИЗКИХ СТАВОК

FINANCIAL-CREDIT MARKETS IN THE WORLD OF THE BEST BETTING

В статье систематизированы позитивные и проблемные аспекты низких процентных ставок для функционирования финансово-кредитных рынков. Выявлены основные направления увеличения системных рисков в отдельных

секторах рынка. Обоснована осторожность российского регулятора в части снижения ключевой ставки.

The article sets out the positive and problematic aspects of low interest rates for the functioning of financial and credit markets. The main areas of increasing systemic risks in certain sectors of the market have been identified. The Russian regulator's caution in reducing the key rate is justified.

Ключевые слова: Политика низких процентных ставок, доступность заемного капитала, нейтральная денежно-кредитная политика, системные финансовые риски.

Keywords: Low interest rate policy, availability of borrowed capital, neutral monetary policy, systemic financial risks.

В финансово-кредитных системах развитых стран после кризиса 2008 г. с целью стимулирования внутреннего спроса и активизации инвестиционной деятельности стали широко использоваться так называемые «программы количественного смягчения», способствующие насыщению экономики «дешевыми длинными» деньгами, включающие снижение стоимости денег центрального банка в сочетании с крупными и распределенными во времени объемами выкупа ценных бумаг на балансы центральных банков. Несмотря на то обстоятельство, что к 2018 г. такие программы были в целом завершены, и некоторые крупные регуляторы, в частности ФРС, начали постепенное повышение ставки рефинансирования, во избежание новой рецессии начиная со второй половины 2019 г. вновь актуальна задача минимизации стоимости денег, а ЕЦБ поддерживает нулевую ставку по кредитам с марта 2016 г. Более того, для минимизации последствий «эпидемического кризиса» в марте 2020 г. многие центральные банки экстренно снизили ставки. Так, ФРС США снизила ставку на 1,5 п.п. до 0–0,25%, сопроводив это дополнительной программой выкупа государственных и ипотечных ценных бумаг на 0,7 трлн долл.

Банк России, последовательно решая задачу снижения инфляции до цели в 4%, с 2014 г. проводил умеренно жесткую денежно-кредитную политику, в рамках которой ключевая ставка оставалась высокой. И только в результате достижения цели по инфляции и последующего снижения данного показателя ниже цели (в январе 2020 г. годовой темп инфляции составлял 2,4%, оставаясь ниже целевого ориентира на протяжении всего 2019 г.), регулятор обозначил возможность

перехода к нейтральной денежно-кредитной политике [7]. Исследования допустимого диапазона нейтральной ставки для России [5; 8] показывают, что нейтральной направленность денежно-кредитной политики можно считать, если номинальный уровень ключевой ставки превышает фактический или ожидаемый темп инфляции на 1–3%. В этой ситуации Банк России, проводя интервальную оценку долгосрочной реальной нейтральной ставки [7], склоняется в сторону ее верхней границы (2–3%), а оптимальную номинальную ключевую ставку определяет, суммируя реальную ставку с таргетом по инфляции, а не с фактическим ее темпом (то есть с 4% вместо текущих 2,4%, поскольку ожидаемая к концу года инфляция в связи со текущим ослаблением рубля должна составить около 4%). Именно эта аргументация, как нам представляется, выступала ключевой при принятии январского решения по ключевой ставке. Снижение ставки до 6% как раз укладывается в российскую трактовку «нейтральности» ДКП.

Между тем представители российского бизнеса [3] считают такое снижение ставки недостаточным, поскольку стоимость заемного капитала остается существенно выше нормы рентабельности активов в большинстве отраслей, а значит, у российского бизнеса отсутствует мотивация его укрупнения, то есть увеличения долгосрочных инвестиций в основной капитал. В качестве уровня ставки, «адекватного глобальному тренду», называются 4,5% годовых.

Попробуем разобраться, обоснована ли осторожность российского регулятора в отношении темпов снижения ключевой ставки. В частности, следует проанализировать аргументацию в части как позитивных, так и спорных, а зачастую и проблемных, аспектов применения низких процентных ставок для решения задачи стимулирования экономического роста. Прежде всего, следует признать, что эмпирический десятилетний опыт реализации политики низких ставок подтверждает ее способность существенно снижать ставки по кредитам нефинансовому сектору, тем самым повышая роль заемного капитала в стимулировании экономического роста и совокупного спроса. Однако здесь важно учитывать следующее.

В о - п е р ы х , доступность заемного финансирования не зависит напрямую от соотношения уровней рентабельности и процентной ставки, существенное влияние на него оказывает также уровень долговой нагрузки потенциального заемщика (отношение объема заемных

средств к его активам) — чем он выше, тем ниже доступность кредита, поскольку возрастает риск того, что расходы на обслуживание долга могут превысить размер прибыли до налогообложения и выплаты процентов [4].

Во-вторых, чрезмерно низкая процентная ставка может привести к снижению эффективности использования заемного капитала и к необоснованно быстрому росту долговой нагрузки нефинансового сектора в сочетании со снижением качества долга. Как следствие, это приведет к снижению уровня кредитоспособности (платежеспособности) компаний и, наконец, что наиболее опасно, к наращиванию системного кредитного риска как в банковском секторе, так и в небанковском. Вероятность такого сценария, в частности, подтверждают данные Банка международных расчетов по проведенной выборке из 40 стран, из которых следует, что за десятилетие низких ставок 2007–2017 гг. отношение частного долга к ВВП выросло во всех странах с развивающимися рынками, наиболее существенный рост продемонстрировали Турция (на 92%), Китай (на 81%) и Россия (на 49% — до 65,5% ВВП). Пока эти уровни не опасны с позиции риска наступления системного банковского кризиса, но следует учитывать, что чрезмерно быстрый рост данного показателя может этот риск повысить [1].

В-третьих, в силу того, что нынешнее замедление мирового экономического роста носит преимущественно структурный характер, а не циклический, как это было в прошлый кризис, политика низких ставок может оказаться просто неэффективной, способствуя дальнейшему наращиванию долговой нагрузки заемщиков, которое при этом будет сопровождаться снижением как качества активов, так и процентных доходов кредиторов [2]. А это уже не только может усилить системные риски финансовой нестабильности, но и снизит возможности регуляторов эти риски отслеживать и минимизировать. Особенно это касается так называемой «теневой» банковской системы — сферы профессионального управления инвестиционными активами, которая, в отличие от банковской системы, обычно в меньшей степени подвержена регулятивным и надзорным требованиям. Поэтому следует вспомнить мировой финансовый кризис, который наглядно показал, сколь опасен может быть перенос риска в небанковский сектор (в частности, в сектор хедж-фондов) для всей мировой финансовой системы. В этой связи актуализируется не столько

обеспечение доступности финансовых ресурсов для нефинансового сектора, сколько усиление микро- и макропруденциального надзора со стороны регулятора за институтами финансового посредничества, в том числе небанковскими, с целью повышения их финансовой устойчивости.

В - ч е т в е р т ы х, в условиях реализации политики низких ставок может возникнуть также проблема достаточности заемных финансовых ресурсов в связи со снижением у экономических агентов стимулов к накоплению. Так, в течение последнего года, по мере того как регулятор постепенно снижал ключевую ставку, с небольшим временным лагом после каждого ее снижения крупнейшие российские банки по объему привлекаемых депозитов населения соответственно снижали процентные ставки по депозитам. В результате сегодня, по данным регулятора, максимальная депозитная ставка снижена до уровня 5,22%. Российские банки и без того испытывают дефицит долгосрочных ресурсов, только пятая часть банковских инвестиционных кредитов обеспечена ресурсами той же срочности. Снижение депозитных ставок его только усугубит.

В - п я т ы х, политика низких процентных ставок способствует оттоку иностранных инвестиций. С учетом того, что на начало 2019 г. кредиты иностранных банков составляют более трети инвестиционных кредитов в основной капитал российских компаний, а доля кредитных ресурсов в структуре инвестиций в основной капитал в течение последних двух лет не превышала 11,2%, проблема «внешней» достаточности кредитных ресурсов для нефинансового сектора может так же усугубиться.

В - ш е с т ы х, опыт функционирования финансовых рынков в условиях низких (а в некоторых европейских странах даже отрицательных) процентных ставок, в сочетании с масштабными программами выкупа ценных бумаг центральными банками, свидетельствует о формировании на них определенных негативных тенденций [6]. В частности, ЦБ не ограничиваются покупкой государственных облигаций, постепенно требования к выкупаемым бумагам снижаются и на балансах регуляторов скапливается все больше негосударственных обязательств (корпоративных облигаций, акций биржевых фондов, ипотечных ценных бумаг и т. д.). При этом механизмов оценки рисков таких бумаг регуляторы пока не имеют. Это способно в самом недалеком будущем привести не только к критическим темпам роста порт-

фелей регуляторов, но и к существенному снижению качества ценных бумаг в их портфелях, и, следовательно, к росту системных рисков финансовой системы. Кроме того, речь может идти о росте уровня «огосударствления» финансовых рынков, что также может негативно сказаться на динамике ценовых показателей на рынке и даже привести к их искажению. Наконец, снижение уровней доходности по долговым обязательствам может привести к сложностям с их размещением на финансовом рынке, поскольку для потенциальных инвесторов, в отличие от регуляторов, основной целью инвестирования является получения дохода на вложенный капитал. У инвесторов, в том числе институциональных (таких как пенсионные фонды), также возникают существенные проблемы. В частности, решение задачи долгосрочного сохранения и преумножения привлеченного капитала для последующих выплат в будущем в условиях низких ставок весьма проблематично, а в условиях негативных — в принципе невозможно. Кроме того, поскольку в первую очередь снижение ставок затрагивает государственные облигации, институциональные инвесторы вынуждены идти на дополнительные риски, смещаясь в сектор корпоративных облигаций. Что особенно важно, рост рисков на балансе институциональных инвесторов будет существенно бóльшим, чем полученные преференции в виде дополнительной доходности.

Таким образом, осторожность российского регулятора в части снижения ключевой ставки можно считать оправданной, поскольку политика низких процентных ставок в существующих экономических условиях может иметь больше негативных, чем позитивных последствий для финансово-кредитных рынков, а возможности регулятора по их минимизации могут оказаться ограниченными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бельская О. Эпоха дешевых денег: как в мировой экономике копились риски. Эконс. 18 июня 2019 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://econs.online/articles/opinions/epokha-deshevykh-deneg/> (дата обращения 20 февраля 2020 г.).
2. Данилова Е., Тиунова М., Шевчук И. Возвращение в эпоху низких ставок: пять тезисов о последствиях. Эконс. 31 июля 2019 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://econs.online/articles/finansovaya-stabilnost/vozvrashchenie-v-epokhu-nizkikh-stavok-pyat-tezisev/> (дата обращения 25 февраля 2020 г.).
3. Дерипаска назвал действия ЦБ первой подножкой правительству Мишустина. Ведомости. 7 февраля 2020 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economy/news/2020/02/07/deripaska-nazval-deystviya-tsb-pervoy-podnozhkoy-pravitelstvu-mishustina>

vedomosti.ru/economics/news/2020/02/07/822515-deripaska-nazval-snizhenie-podnozhkoipravitelstva (дата обращения 1 марта 2020 г.).

4. Егоров А., Могилат А., Перевышин Ю. Рентабельность нефинансовых организаций и процентные ставки по банковским кредитам. Аналитическая записка. Банк России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/94591/analytic_note_20191217_ddcp_02.pdf (дата обращения 1 марта 2020 г.).

5. Крепцев Д., Поршаков А., Селезнев С., Сияяков А. Равновесная процентная ставка: оценки для России/Банк России. Серия докладов об экономических исследованиях. 2016. № 13.

6. Кудрин А. Как финансовые рынки реагируют на отрицательные ставки. Эконс. 20 ноября 2019 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://econs.online/articles/opinions/negative-rates/> (дата обращения 25 марта 2020 г.).

7. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2020 год и период 2021 и 2022 годов. Банк России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.cbr.ru/Content/Document/File/79958/on_2020\(2021–2022\).pdf](http://www.cbr.ru/Content/Document/File/79958/on_2020(2021–2022).pdf) (дата обращения 3 марта 2020 г.).

8. International Monetary Fund. Russian Federation — Staff Report for the 2019 Article IV Consultation.

Петров Александр Николаевич

Petrov Alexandr Nikolaevich

з.д.н., науки, д.э.н., профессор, первый проректор
Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
заведующий специализированной кафедрой ПАО «Газпром»
Doctor of Economics, Science, Doctor of Economics, Professor, First Vice-Rector
St. Petersburg State University of Economics,
Head of the specialized department of PJSC Gazprom

Сулейманкадиева Алжанат Эльдеркадиевна

Suleimankadiyeva Alzhanat El'derkadiyevna

д.э.н., профессор специализированной кафедры ПАО «Газпром»,
руководитель академического отделения института магистратуры
Санкт-Петербургского государственного экономического университета
Doctor of Economics, professor of the specialized department of PJSC Gazprom,
Head of the Academic Department of the Institute of Magistracy
St. Petersburg State University of Economics
e-mail: saljanat@mail.ru

Хорева Любовь Викторовна

Khoreva Lyubov Viktorovna

д.э.н., профессор кафедры экономики и управления в сфере услуг,
руководитель научного содержания магистерской программы
«Сервисная экономика: международные рынки услуг»
Doctor of Economics, Professor, Department of Economics
and Management in the Service Sector,
Head of the scientific content of the master's program
“Service Economics: International Service Markets”
e-mail: luhor@inbox.ru

Петров Максим Александрович

Petrov Maxim Alexandrovich

к.с.н, доцент кафедры социологии и управления персоналом,
академический директор магистерской программы
«Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»
Ph.D., Associate Professor, Department of Sociology and Personnel Management,
academic director of the master's program
“Innovative technology personnel and career management”
e-mail: petrov_maxim@rambler.ru

УПРАВЛЕНИЕ СЕТЕВЫМИ КОРПОРАТИВНЫМИ СТРУКТУРАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ MANAGEMENT OF NETWORK CORPORATE STRUCTURES UNDER THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY

Авторами статьи дается подробное описание современной цифровой экономики и обосновывается целесообразность новых форм хозяйствования, которые связаны с укрупнением капитала и формированием сетевых корпоративных

структур, позволяющих современному бизнесу обеспечить свою жизнеспособность. В статье выделены три конфигурации моделей управления сетевыми корпоративными структурами: звездообразная, гибридная и паутинообразная. Уделено большое внимание вопросам определения цели создания и вступления партнеров в сеть, обоснования выбора модели сетевой структуры и управления сетью в условиях всеобщей цифровизации экономики.

The authors of the article give a detailed description of the modern digital economy and substantiate the feasibility of new forms of management, which are associated with the consolidation of capital and the formation of corporate network structures that allow modern business to ensure its viability. The article identifies three configurations of models for managing corporate network structures: star-shaped, hybrid, and cobweb-shaped. Great attention was paid to the issues of determining the goals of creating and joining partners in the network, the rationale for choosing a model of network structure and network management in the context of universal digitalization of the economy.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация экономики, модель сетевой корпоративной структуры, звездообразная, гибридная и паутинообразная модели сетевой структуры.

Keywords: digital transformation, digitalization of the economy, corporate network structure model, star-shaped, hybrid and cobweb-shaped network structure models.

Введение. Цифровизация экономики и ее специфика. Особенностями современной эпохи существования современного мира является его глобальная цифровизация. *Цифровая экономика* представляет собой такую форму хозяйственной деятельности, в которой ключевым фактором производства выступают данные в цифровом виде, когда обработка большого объема информации и использование результатов анализа позволяют существенно повысить эффективность функционирования компаний. В современном обществе произошла цифровая трансформация основных корпоративных и управленческих функций компаний и организаций, например: 1) появилась новая концепция процессного управления компанией (*Business Process Management System, далее, BPMS*) [1], в которой бизнес-процессы рассматриваются как особые ресурсы компании, способные непрерывно реагировать и адаптироваться к условиям внешней среды. Основным инструментом управления в данной концепции выступает технологическое программное обеспечение поддержки *BPMS* на основе различных языков программирования, таких как: *BPMN, EPC, IDEF0* и программных систем таких, как: *BPEL, YAWL* и др.; 2) приобрели популярность современные сервисы (к примеру, *Azure Stream Analytics*) для обработки

потоков данных в режиме близкого к реальному времени и мгновенного получения отчетов и реагирования; 3) получила распространение технология распределенного реестра (*Distributed Ledger Technology, DLT*), представляющая собой электронную систему баз данных, распределенная между несколькими сетевыми узлами или устройствами, и которая одновременно является децентрализованной. Эта система позволяет записывать и хранить информацию в сети, но при этом не имеет единого контролирующего органа [8]; 4) с цифровизацией экономики тесно связано такое явление, как *кибербезопасность*, представляющая собой набор инструментов, политик, концепций, мер и руководств обеспечения безопасности, подходов к процессу управления рисками, методов обучения и распространения лучших практик, обеспечения гарантий и т. д. [3]. Объективность данной системы вызвана необходимостью обеспечения как компьютерной и информационной безопасности компаний, так и гарантий безопасности жизни отдельных личностей.

Во - п е р в ы х, все эти инновационные явления и процессы, протекающие в современной цифровой экономике, в корне меняют ментальную систему человека, образ жизни и культуру в целом; во - в т о р ы х, очевидно, что изменения протекают весьма интенсивно с постоянным ускорением. В такой ситуации возникает неопределенность, человеческий разум и мозг не успевают осознать сами изменения и отреагировать на их новые требования; в - т р е т ь и х, все эти обстоятельства требуют создания новой компетентностной модели, которая бы позволяла максимально эффективно использовать накопленные знания и профессиональные навыки специалистов, зачастую вынужденных принимать нетипичные, нестандартные решения, и все чаще, в условиях полной неопределённости, зачастую импровизируя. Как мы отмечали в одной из наших статей [7], важным становится концентрация не только ресурсов, информации, знаний, но и компетенций профессионалов, накопленных ими в ходе практической деятельности. Именно компетенции специалиста (умение принимать наиболее адекватные решения в конкретной ситуации, «здесь и сейчас») позволяют эффективно реагировать на вызовы цифровой инновационной экономики, когда интервалы времени между возникновением принципиальных технико-технологических и организационно-экономических нововведений непрерывно сокращаются. В таких условиях мы считаем целесообразным предложить ввести

в научный оборот и использовать для расширения концептуальных подходов к сетевому управлению, понятие «кластер компетенций». Если отталкиваться от наиболее распространённого понимания сетевых корпоративных структур как структур, для которых, как правило, характерны горизонтальные, а не иерархические, связи при высокой самостоятельности каждого участника сети, объединяющей равноправных акторов, то именно для подобных структур важным является наличие «полного набора» компетенций в каждой «ячейке сети». Тем самым кластеры компетенций, по нашему мнению, могут рассматриваться как ресурсная компонента сетевого взаимодействия и обмена такими компетенциями к взаимной выгоде всех участников сети. Это позволяет интенсифицировать процессы трансфера инновационных цифровых технологий за счет высокого уровня концентрации разнообразных умений и навыков в кластере компетенций, а также, что принципиально важно, готовности в рамках сетевых структур использовать эти навыки для решения задач, требующих креативных, нестандартных, уникальных решений в [7].

Таким образом, все выше изложенные черты и особенности современной инновационной цифровой экономики определяют целесообразность формирования и развития сетевых корпоративных структур (*далее, СКС*), присоединение к которым обеспечит жизнеспособность многим компаниям в постоянно трансформирующейся внешней среде. В статье мы хотели бы остановиться на рассмотрении процесса укрупнения капитала, как одного из факторов эффективности существования бизнеса и обеспечения конкурентоспособности компаний в условиях изменчивости бизнес-среды, и акцентировать внимание на изложении основных аспектов процесса интеграции и сетевизации компаний и управления новыми формами сетевых структур в условиях цифровой экономики.

Интеграция и сетевизация. Новые конфигурации сетевых корпоративных структур: преимущества и принципы управления. В теории и практике менеджмента известны два пути обеспечения роста объемов деятельности компаний и корпораций. В о - п е р в ы х, существует, так называемый, классический путь, предполагающий естественный рост объемов бизнеса за счет увеличения собственных активов. Этот путь можно охарактеризовать, как трудоемкий и требующий длительного периода времени реализации; в о - в т о р ы х, не менее популярным стал в последние десятилетия «быстрый путь» обе-

спечения больших объемов прибыли компании, который принято называть *интеграционным*. Наиболее актуальной стала такая форма, как создание сетевых структур или стратегических партнерств (альянсов). Данные процессы интеграции активно протекают в различных отраслях и сферах экономики, например, в фармацевтике, медицине, биотехнологии и нефтегазохимии, в сфере интеллектуальной деятельности (в компаниях, связанных с информационно-коммуникационными технологиями, в виртуальных и оболочечных компаниях) и т. д. Все эти отрасли, сферы деятельности и типы структур могут быть охарактеризованы как высокотехнологичные производства, которые отличаются достаточной динамичностью развития, многомерностью, высокой степенью виртуализации, цифровизации и сетевизации.

Согласно мнению авторов под *сетью* или *сетевой компанией (сетевой структурой)* принято понимать совокупность компаний или специализированных единиц, для управления деятельностью которых применяются рыночные механизмы вместо административных методов [5]. Особенность сетевой компании заключается в том, что для нее характерна горизонтальная структура, в которой все коммуникации осуществляются по горизонтали, то есть они возникают между равноправными агентами, которые пытаются найти наиболее рациональный путь для решения временных задач [6]. Считается, что в любой сетевой компании должно быть три элемента: 1) наличие общего коммуникационного пространства, обеспечивающего всем участникам сети доступность ресурсов других участников (информации, знаний, компетенцией, управленческих и организационных технологий и пр.); 2) наличие объединяющей идеи (концепта): перспективное видение и миссия, определяющие направление развития (функционирования) всей сетевой структуры; 3) должно присутствовать равенство и взаимосвязанность всех акторов сети для обеспечения стратегии интеграции ресурсов (разнообразных), которая обеспечивает возможность для специалистов разных профилей включаться в работу сетевой компании [6, с. 48–49]. Сетевая структура не является жесткой, но она характеризуется общими видением, ценностями, планами и действиями участников (партнеров) сети.

Специфическими чертами СКС выступают: а) преобладание неформальных, добровольных и горизонтальных взаимоотношений между участниками корпоративной сети, где результат достигается за счет взаимовыгодности и скоординированности действий; б) многомерность

структуры, так как в ней нет четких границ, иерархии, жесткого контроля и жесткой регламентированности. Сетевая форма взаимодействия между деловыми партнерами эффективна с точки зрения и внутриорганизационного взаимодействия, и внешнего сотрудничества, то есть взаимодействия компании с другими хозяйствующими субъектами экономики.

Факторами интенсивного развития сетевых структур в последние десятилетия являются: а) усиление конкуренции между компаниями на глобальных рынках товаров и услуг; б) переход от централизованной, многоуровневой иерархической структуры управления к более гибким и «аморфным» структурам; в) реализация политики импортозамещения в российской экономике, ориентированной на создание и наукоемкое развитие ее ведущих и высокотехнологичных отраслей.

В теории и практике менеджмента существует больше многообразие СКС, увеличение размеров и усложнение которых определяет задачу выбора технологий сетевого управления. Управление СКС является непростым процессом, который связан, в о - е р в ы х, с повышением требований к надежности и стабильности таких структур; в о - т о р ы х, с ростом размеров сетей приводит увеличение стоимости обслуживания таких структур. Эта ситуация обосновывает целесообразность концентрации на задачах выбора технологий управления СКС, которые будут способствовать снижению расходов на эксплуатацию сетевой структуры и уменьшению потерь, вызванных риском ее неработоспособности. В то же время, в зависимости от цели создания, существуют значительные позитивные эффекты от участия в сети, и именно их наличие определяет интерес к сетевым формам бизнес-практики. Различают следующие наиболее популярные типы СКС [2].

1. Сеть первого уровня — сетевая корпоративная структура типа «Звезда», которая строится по принципу солнечной системы [2]. В центре такой сети выделяется одна доминирующая компания, которая собирает вокруг себя остальных участников сети. В структуре каждый партнер взаимодействует исключительно с центральной (доминирующей) компанией и не имеет связей с другими участниками сети (рис. 1).

В такую сеть, как правило, вступают компании (партнеры), желающие получить преимущества первого уровня, то есть хотят получить доступ к ресурсам и возможностям сетевой структуры, так как это обеспечит участнику сети выживание в условиях конкуренции и стратегической неопределенности.



Рис. 1. Модель СКС типа «Звезда»

2. *Сеть второго уровня — сетевая корпоративная структура типа «Гибрид»* представляет собой совмещение принципов построения звездообразной и паутинообразной моделей сетевой структуры [2]. В такой структуре часть связей от партнеров отходит исключительно к центральной компании, а другая часть связей партнеров представляет собой паутинообразную сеть более тесно связанных между собой деловых партнеров. Взаимосвязи между участниками более тесны, чем связи каждого из них с центральной компанией (рис. 2).

Создание или вступление в структуру гибридной конфигурации целесообразно в случае, когда партнеры желают получить доступ к ценной информации, связанной со стратегическими решениями,

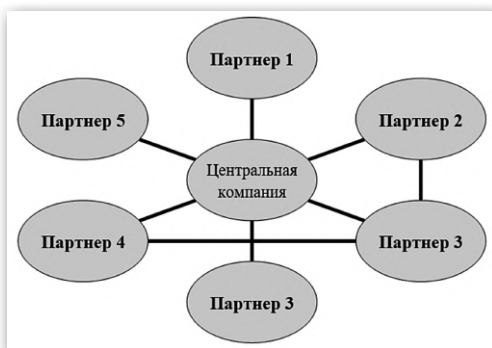


Рис. 2. Модель СКС типа «Гибрид»

принимаемыми центральной (доминирующей) компанией относительно развития в перспективе, то есть хотят получить преимущества второго уровня.

3. *Сеть третьего уровня — сетевая корпоративная структура типа «Паутина»* [3]. Эта структура построена таким образом, что все участники сети связаны друг с другом (рис. 3).

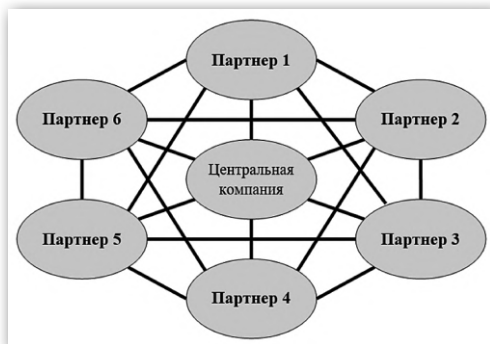


Рис. 3. Модель сетевой структуры типа «Паутина»

Такая структура актуальна для партнеров, которые хотят получить доступ к статусу центральной компании. Как правило, такое стремление связано со стратегическими целями партнеров, желающих стеснить центральную компанию и занять ее место в сети, в крайнем случае, такие компании-партнеры стремятся к достижению влиятельного положения в сети, ищут доступ к получению «места под солнцем» или желают оказаться поближе к действующей центральной (доминирующей) компании. Эти желания представляют собой преимущества третьего уровня.

На рисунках 1–3 показаны наиболее обобщенные типовые модели СКС, но на практике встречается большое разнообразие сетевых структур, которые могут проявляться в самых разнообразных формах и вариациях.

Основной целью создания сети или вступления в нее является преследование собственных интересов компаний-партнеров, то есть извлечение собственных выгод, не обязательно экономических, хотя все они связаны, в конечном счете, с экономическими целями. При

переходе от уровня к уровню меняется характер и содержание цели. Так, из контекста выше приведенных моделей СКС очевидно, что целью вступления или создания звездообразной модели сети являются экономические интересы, то есть получение доступа к ресурсам и возможностям, в то время как целевые установки сетей второго и третьего уровней (гибридной и паутинообразной структур) носят в большей степени нематериальный (не экономический) характер. На этих уровнях создания сетей партнеры преследуют информационно-статусные интересы и цели. Таким образом, можно предположить выбор оптимальной модели управления СКС зависит от стратегической цели, которую стремятся достичь создатели или партнеры, вступающие в сеть.

Следует отметить, что СКС формируются с привлечением, как юридических, так и физических лиц. Ярким примером создания и успешного развития сетевой структуры, построенной на многочисленных контрактах с физическими лицами, является хорошо известная компания Amway.

По данным журнала *Direct Selling News* в рейтинге DSN Global100 в 2019 году сетевая структура Amway возглавила список самых доходных генерирующих компаний с годовым оборотом (по данным 2018 года) в размере 8,6 млрд. долл. США [4]. Эта компания построила свои дистрибьюторские сети на основе гражданско-правовых договоров с сотнями тысячами физических лиц, которые потом выступили индивидуальными предпринимателями. Для компании Amway характерна звездообразная модель сетевой структуры.

Несомненно, в сетевой структуре любого типа очевидна ведущая роль центральной компании, которая и определяет общую политику и направление развития, как всей сети, так и отдельных участников сети. Но при этом она, определяя общую стратегическую линию развития сети, должна учитывать интересы и роль каждого участника. Если роль партнера существенна, то доминирующая компания сближает к себе такого стратегически важного партнера, обеспечивает ему доступ к ценной информации и идеям, дает возможность партнеру получить собственные преимущества, тем самым стремится к достижению глобальных целей многомерной сетевой структуры.

Несмотря на то, что все партнеры входят в состав сети на добровольной основе, в системе управления сетевой компанией присутствует определенный стиль и принципы управления. В СКС, которые

характеризуются сильным присутствием центральной компании в процессах принятия и реализации стратегических решений, преобладает принцип *централизации* принятия решений. Такие структуры, как правило, выбирают звездообразную модель сетевой структуры. Возможен вариант с гибридной конфигурацией сети, но в централизованной сетевой структуре приоритетными являются те компании-партнеры, которые образовали с центральной компанией звездообразные связи. И, наоборот, для тех сетей, в которых превалирует принцип *децентрализации* принятия управленческих решений, наиболее характерна паутинообразная модель сети, где партнеры в большей степени связаны между собой, чем с центральной компанией.

Следует отметить, что основная функция управления СКС заключается в координации (согласовании) действий всех участников сети центральной компанией, так как она выступает координационным центром и «дирижером» одновременно. Координация не предполагает реализацию директивного стиля управления и жесткого контроля за деятельностью участников, так как в СКС важно согласование и участие партнеров в процессах принятия и реализации стратегических решений на основе поиска рационального совмещения принципов централизации и децентрализации.

В заключение отметим, что проведенный нами краткий анализ показал, что сетевая структура является эффективной формой обеспечения конкурентоспособности современных компаний в условиях непрерывных трансформаций, интенсивной цифровизации и накопления знаний и компетенций специалистами и управленцами во многих сферах хозяйственной деятельности. Полагаем, что наиболее популярными формами конфигураций СКС являются «звезда», «паутина» и их промежуточный вариант «гибрид». Каждый тип структуры имеет свои цели создания и свои преимущества, которые меняются при переходе от одной формы конфигурации к другой. Так, компании, которые преследуют цели первого уровня (то есть получение доступа к ресурсам и возможностям), создают или вступают в существующую сеть звездообразной конфигурации. Компании, которые желают получить доступ к информации, новым идеям, компетенциям, которыми располагает центральная компания, стремятся к гибридизации создаваемой СКС, и наконец, третья группа компаний-партнеров, которые стремятся занять позицию центральной компании или желают стать приближенными по статусу к ней, выбирают паутинообразную сеть.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Как работает BPM-система [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/NNxPZ> (Дата обращения 09.04.2020).
2. Грив Г., Роули Т., Шипилов А. Преимущества сетей: как извлечь максимальную пользу из альянсов и партнерских отношений / Пер. с англ. М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014.
3. Зачем нам нужна кибербезопасность? [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/NNxKB> (Дата обращения 09.04.2020).
4. Сетевые компании, захватившие рынок СНГ [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/43779-setevye-kompanii-zahvativshie-rynok-sng> (Дата обращения 08.04.2020).
5. Сети [Электронный ресурс] URL: <https://helpiks.org/6-19780.html> (Дата обращения 31.10.2018).
6. Сулейманкадиева А.Э., Хорева Л.В. Сетевой менеджмент в условиях экономики импортозамещения. Монография. СПб.: СПбГЭТУ («ЛЭТИ»), 2019.
7. Хорева Л.В., Латыпова В.Р. Кластеры компетенций в системе инновационного развития сферы услуг // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2014. № 2(20). С. 59–65.
8. Что такое технология распределенного реестра [Электронный ресурс]. URL: <https://beincrypto-ru.turbopages.org/s/beincrypto.ru/chto-takoe-tehnologiya-raspredelennogo-reestra/> (Дата обращения 09.04.2020).

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

НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ TAX CONTROL IN THE DIGITAL ECONOMY

В статье освещаются проблемные вопросы и перспективы осуществления налогового контроля в условиях цифровой экономики, рассматриваются положительные и отрицательные факторы воздействия новых информационных

технологий на налоговый процесс с учетом возникающих налоговых рисков нового порядка.

The article highlights problematic issues and prospects for tax control in the digital economy, examines the positive and negative factors of the impact of new information technologies on the tax process, taking into account the emerging tax risks of the new order.

Ключевые слова: информационные технологии, налоговый контроль, налоговый риск, цифровая экономика, блокчейн, Big Data.

Keywords: information technology, tax control, tax risk, digital economy, blockchain, Big Data.

В соответствии с Указом Президента РФ от 9 мая 2017 года № -203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг.» [1] в июле 2017 года Правительством РФ была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации», где под цифровой экономикой понимается «хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа, которые по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [2].

В условиях цифровой экономики возникают новые возможности осуществления хозяйственных операций с использованием интернет-платформ и мобильных сетей, что требует создания и развития системы обеспечения информационной безопасности при передаче, обработке и хранении данных, гарантирующей защиту интересов всех участников рынка.

Новые условия хозяйствования с использованием современных информационных технологий обуславливают возникновение налоговых рисков государства в процессе налогового контроля, связанных с невозможностью выявления налоговой базы при осуществлении транзакций, сделок, контрактов, проверенных и утвержденных участниками защищенной с помощью криптографических методов компьютерной системы. В этой связи цифровая экономика требует создания адекватного механизма осуществления налогового контроля на единой методологической и информационной основе с целью выяв-

ления операций, проводимых в цифровом пространстве, с соблюдением мер государственной безопасности.

Осуществляемое планомерное внедрение в России новейших информационных цифровых технологий в процесс налогового администрирования и контроля позволяет интегрировать все источники информации и потоки данных в единое информационное пространство с последующей автоматизацией ее анализ на основе внедрения современных технологий обработки больших массивов. Новые технологии ФНС России, используемые в налоговом администрировании представлены на табл. 1.

Таблица 1

Современные информационные технологии ФНС России*

Наименование продукта	Функционал
АИС «Налог-3»	Централизация функций налогового администрирования
Электронные сервисы	Предоставляет доступ к информации к 50 электронным сервисам
АСК НДС-2	Анализ данных обо всех операциях с НДС в реальном времени
Онлайн-ККТ	Передача о кассовых операциях в режиме онлайн
СМЭВ	Электронное взаимодействие между ведомствами
Облачная регистрация	Централизация регистрации и учета налогоплательщиков
Электронные выписки	Централизованное предоставление сведений из реестров онлайн
Реестр населения и ЗАГС	Централизация данных о населении в одной экосистеме
Контроль движения товаров	Контроль об обороте товаров на основе документов
Автоматический обмен	Обмен информацией с налоговыми органами других стран

* Составлено по данным официального сайта ФНС России — Режим доступа: <https://www.nalog.ru/>

Централизация функций ФНС России осуществляется посредством автоматизированной информационной системы АИС «Налог-3», посредством которой реализуется:

- централизация регистрации и учета налогоплательщиков («облачная регистрация»);
- работа личных кабинетов и электронных сервисов (50 сервисов);
- администрирование налогоплательщиков — всех физические лиц (158 млн. человек), 3,6 млн. действующих юридических лиц (92% от общего количества) и 4 млн. индивидуальных предпринимателей (99% от общего количества) [*Источник: официальный сайт ФНС России — Режим доступа: <https://www.nalog.ru/>*].

Объединение потоков информации в реальном времени с использованием современных информационных технологий предполагает больше возможностей для проведения комплексного автоматического анализа товаров и потоков денежных средств и добавленной стоимости. Осуществление ФНС России на основе внедрения современных технологий обработки больших массивов данных и использование BigData («большие данные») позволило повысить прозрачность ведения бизнеса и налоговую культуру. Внедрение с 2014 года автоматизированной системы налогового контроля НДС позволяет:

- контролировать данные по всем сделкам в стране (6 млн. деклараций в год);
- осуществлять автоматизированное сопоставление данных счетов-фактур контрагентов (в настоящее время в базе данных 15 млрд. счетов-фактур, объем данных — 24 Тб);
- интегрировать контрольную работу в учетные системы налогоплательщиков.

В рамках налогового и таможенного контроля за импортом товаров в РФ в настоящее время создается Национальная система прослеживаемости товаров, представляющая собой единый механизм сквозного контроля на всех этапах оборота импортных товаров на основе электронного документооборота между участниками.

В результате внедрения риск-ориентированного подхода в налоговое администрирование продолжается тенденция роста налоговых поступлений в бюджет. По данным ФНС России в 1 кв. 2019 года количество выездных налоговых проверок сократилось с 5,6 до 2,7 тысячи по сравнению с 1 кв. 2017 г., охват выездными проверками сократился с 3 до 1 единицы из 1000 налогоплательщиков. При этом эффектив-

ность одной выездной налоговой проверки за анализируемый период увеличилась с 17,1 до 23,1 млн. руб., а доля поступлений по аналитической работе увеличилась с 10 до 35%.

Потенциал использования «больших данных» в налоговом администрировании достаточно широк и находится в постоянном развитии (рис. 1).



Рис. 1. Трансформация налогового администрирования

В настоящее время при работе с BigData в налоговом администрировании используются мобильные технологии, сетевая аналитика, журналы операций, межмашинный обмен данными, архивные данные и др. В перспективе ожидается переход к адаптивной цифровой платформе и автоматическому выполнению требований налогового законодательства.

В основных направлениях бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 гг. в целях ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере предполагается обеспечение ряда задач, в числе которых переход к «облачной» цифровой платформе предоставления государственных и муниципальных услуг в электронной форме [3].

В предыдущих исследованиях автором были исследованы возможности и новые направления развития налогового администрирования на основе применения современных цифровых технологий с учетом международной практики, где наибольшее внимание уделено технологии применения BigData, а также смарт-порталов и естественных систем (SmartPortalSolutions&NaturalSystems) [4].

В качестве современных методов осуществления налогового контроля в условиях цифровой экономики экспертами предлагается использование технологии блокчейн, подразумевающего создание распределенного децентрализованного цифрового реестра проводимых операций. Главное достоинство применения технологии блокчейн — это повышение контролируемости и прозрачности всех процедур, которое обеспечивает одновременно открытость и защищенность информации. По прогнозам специалистов легальность процедур налогового администрирования возрастает при использовании подобных технологий в десятки раз, что исключит возможность коррупции и способствует росту собираемости налоговых платежей. При этом технология блокчейн, являясь в настоящее время перспективной, недостаточно исследована по сравнению с зарубежным опытом использования. В этой связи в процессе изучения перспектив применения технологии блокчейн необходимо оценить ее адаптивность, надежность и защищенность от умышленных внешних воздействий.

Новые вызовы цифрового общества требуют реформы контрольно-надзорной деятельности и проведение мероприятий по выстраиванию модели партнерских отношений с налогоплательщиком с мотивацией не нарушать налоговое законодательство, переходу от контроля к предупреждению нарушений. Данный процесс предполагает новый уровень цифровой зрелости и новые методы аналитики (искусственный интеллект, машинное обучение, нейронные сети и т. д.), используемые в BigData.

Будущее налогового администрирования на основе больших данных с полной интеграцией налоговых сервисов в естественную среду направлено на автоматическое выполнение налоговых обязательств, полную прозрачность экономики, что предполагает новый уровень доверия между государством и обществом. Создание системы добровольного соблюдения налогового законодательства требует в перспективе проведения детального анализа возникающих налоговых последствий и рисков с целью их устранения и минимизации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 о Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201705100002.pdf>

2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsbV79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>

3. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов (Утв. Минфином России).

4. 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. Бабакина: Изд-во Политехнического Университета, 2017.

Плотников Владимир Александрович
Plotnikov Vladimir Alexandrovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
профессор кафедры общей экономической теории
и истории экономической мысли, д.э.н., профессор
Professor of the Chair of General Economic Theory and History
of Economic Thought, Doctor of Economics, Professor
Программа «Национальная экономика»
Master program «National economy»
e-mail: plotnikov_2000@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

ECONOMIC SYSTEMS AS AN OBJECT OF STUDY IN DIGITAL EPOCH

Одной из основных тенденций современного развития является цифровизация экономики. Сформировавшись изначально как технологический тренд, цифровизация расширила свои границы и стала определять специфику экономических явлений и процессов. Эта ситуация требует теоретического осмысления и корректировки традиционных подходов к экономическому анализу. Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках выполнения исследований по проекту № 20–010–00942 А.

One of the main trends in modern development is the digitalization of the economy. Having formed initially as a technological trend, digitalization expanded its borders and began to determine the specifics of economic phenomena and processes. This situation requires theoretical understanding and adjustment of traditional approaches to economic analysis. The reported study was funded by RFBR according to the research project № 20-010–00942.

Ключевые слова: экономическая система, цифровизация, цифровая экономика, экономическая теория, экономическая методология.

Key words: economic system, digitalization, digital economy, economic theory, economic methodology.

Экономические системы являются естественным объектом изучения экономической науки. При этом, следуя принципу абстрактности, лежащему в основе любого теоретического знания, для их изучения конструируются определенные формальные аксиоматические системы, порой довольно отдаленно совпадающие с чертами реальных экономик, с тем, чтобы в дальнейшем на основе той или иной методологии и инструментария сформировать цельное представление о реальной экономической системе, отраженной в абстрактных конструкциях экономической теории.

Указанная абстрактность экономических теорий и моделей, порой граничащая с их неадекватностью (на это обращает внимание, например, профессор С.Д. Бодрунов в своей критике концепции постиндустриальной экономики [1]), определяется масштабностью и многогранностью объекта изучения, его высокой изменчивостью. Таким образом, получается, что *mainstream* экономической науки, позволяя получить общее представление об устройстве экономики и ее движущих силах, в то же время не способен сформировать работоспособный инструментарий для использования на практике. Это наглядно подтверждается в периоды кризисов [3], а также в исторические периоды смены долгосрочных трендов экономического развития, например связанные со сменой технологических укладов [5].

Именно такой период мы наблюдаем сейчас. Одной из основных тенденций современного развития является цифровизация экономики [2], которая развивается весьма стремительно. Скорость происходящих изменений настолько велика, что не только в научный оборот, но и в лексикон политиков и бизнесменов прочно вошел оборот «цифровая революция». Сформировавшись изначально как технологический тренд, цифровизация постепенно расширила свои границы и стала определять специфику экономических явлений и процессов [4]. Эта ситуация, по нашему мнению, требует теоретического осмысления и некоторой корректировки традиционных подходов к экономическому анализу.

Анализ литературы по этой теме, а также активное участие автора в очных и заочных научных дискуссиях с отечественными и зарубежными теоретиками, исследующими цифровизацию и ее влияние на экономические системы различных масштабов, позволили сформулировать ряд направлений анализа экономических систем, которые трансформируются в цифровую эпоху. Рассмотрим их более детально.

1. В экономической системе сформировался достаточно обширный цифровой сегмент. Многочисленные исследователи анализируют его масштабность, структуру, темпы и направленность изменений и т. д. При этом, единого понимания того, что же представляет собой цифровая экономика, так и не сформировалось. Эта неопределенность понятия цифровой экономики нашла отражение, например, в мировом Докладе о цифровой экономике, впервые подготовленном ЮНКТАД в 2019 году (см.: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf). В этом документе выделяется по крайней мере три трактовки границ цифровой экономики.

Не отвергая значимости общетеоретических конструкций и их важности для современной экономической теории, мы, тем не менее, выступаем за разумную математизацию науки, в том числе экономической. Практическое применение научных знаний без возможности выполнения измерений, по нашему мнению, не может быть эффективным. Но в данном случае мы сталкиваемся с целым комплексом метрологических, если можно так выразиться, проблем. Ведь если сам объект для измерения имеет нечеткие границы, то столь же нечеткими будут и его базовые характеристики. Выражаясь образно, «измерить то, не знаю что» — невозможно. Следовательно, изучение цифрового сектора экономики, как только мы пытаемся выстроить хоть сколько-нибудь логичную и непротиворечивую его общую теорию, пригодную для использования на практике, становится невозможным.

Таким образом, приоритетной проблемой для современной экономической науки нам видится определение самого понятия цифрового сектора экономики, цифровой экономики или какого-то иного, аналогичного, но признаваемого большинством научного сообщества. Без этого двигаться дальше нельзя.

2. Вторая проблема логично вытекает из первой. Предположим, научному сообществу теоретиков удалось договориться, и границы

цифрового сектора экономики оказались четко определены. Казалось бы, после этого можно переходить к сбору эмпирических данных, строить тенденции, обнаруживать корреляции, формировать механизмы управления и т. д., мобилизовав всю мощь экономико-математических методов (в том числе, основанных на новых цифровых технологиях, например, связанных с обработкой Больших данных, проведением Облачных вычислений и т. д.).

Но для решения этих, безусловно, важных задач требуется наличие массивов статистических данных. Но их пока что нет. И пока что не наблюдается активных усилий и попыток создания соответствующих методик их сбора и обработки. В итоге, здесь может сложиться ситуация, аналогичная той, на которую указывал автор данной статьи в своем докладе на XXXI Друкеровских чтениях (подготовленном совместно с профессором Ю.В. Вертаковой), касающимся научного анализа причин фактического провала реализации Стратегии инновационного развития России до 2020 года.

Ключевым индикатором этой стратегии являлась «валовая добавленная стоимость инновационного сектора», целевое значение индикатора (к 2020 г.) — 17% от ВВП. К сожалению, никто и никогда не узнает, достигнута ли эта цель. Как официально комментирует эту ситуацию Росстат: «Системой национальных счетов не предусмотрена группировка «инновационный сектор»». Вероятно, с цифровым сектором может возникнуть точно такая же ситуация. Причем в данном случае, исходя из того, что цифровизация — глобальный феномен, требуется реформа не только национальной, но и международной статистики.

Таким образом, для оперирования с реальными данными о цифровой экономике, требуется формирование специальной, гармонизированной на межстрановом и национальном уровне подсистемы статистического наблюдения, учитывающей ее проявления. И решение этой проблемы не может быть тривиальным. Ее сложность определяется все чаще наблюдаемой имплементированностью (встроенностью) цифровых элементов в традиционные товары. Считать ли, например, «цифровым продуктом» робот-пылесос, представляющий собой, по сути, традиционный пылесос с цифровым блоком управления? А автомобиль, оснащенный автопилотом, спутниковой навигацией, техническим зрением и многими другими цифровыми системами?

И этот перечень можно продолжить. То есть речь в данном случае идет не только о внедрении в систему национальных счетов каких-то новых регистров «цифрового учета», но и о формировании всей системы методического, документационного и организационного обеспечения ведения этого учета, вплоть до микроуровня хозяйственной системы.

3. В цифровом секторе экономики наблюдается процесс формирования безлюдных производственных кластеров. То, что сравнительно недавно казалось научной фантастикой, на передовых цифровизированных предприятиях («умных фабриках») постепенно становится реальностью: машины (алгоритмы, роботы и т. д.) без участия человека или при минимальном его участии начинают воспроизводить самоё себя. С учетом достаточно больших успехов в создании искусственного интеллекта, обладающего способностью к самообучению, этот процесс, по-видимому, будет ускоряться.

Анализу этого феномена, в том числе, посвящена монография «Ноономика» [1], приведенная в библиографическом списке данной работы. Как быть с продуктом, который будет создаваться (и уже создается) на безлюдных цифровых фабриках? Одна из фундаментальных основ современной экономической теории, предложенная учеными классической школы и доведенная до логического завершения К. Марксом трудовая теория стоимости, не может дать ответа на этот вопрос, так как на цифровых фабриках постепенно будет вытесняться не только живой (что уже происходит), но и овеществленный (чего можно ожидать уже в среднесрочной перспективе) труд.

Несмотря на критику маржиналистами и представителями других направлений экономической теории трудовой теории стоимости, ничего адекватного взамен ей не предложено. Это определяется и учетной практикой России и других стран мира. Вся система современного бухгалтерского (а также налогового, управленческого и т. д.) учета строится, по существу, на затратной концепции, вытекающей из трудовой теории стоимости.

Что должно прийти на смену этой трудовой теории стоимости в цифровую эпоху? Опора на объемно-номенклатурный механизм, характеризующий экономику планового типа и проработанный в трудах кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета? Некая новая, специфическая «теория

цифровой стоимости»? Но как, в этом случае она будет соотноситься с классической теорией? Или что-то еще? Однозначных ответов на эти вопросы пока что не существует. Но без ответа на них ни теоретического понимания, ни эффективного управления в цифровой экономике достичь не получится.

Подводя итог нашему краткому анализу, отметим, что, безусловно, приведенный список направлений не претендует и не может претендовать на полноту и законченность. Это — авторское видение исследовательской программы ближайшего времени. Решение обозначенных проблем позволит, по мнению автора, сформировать новые теоретические подходы и инструментарий исследования экономических систем в цифровую эпоху. При этом важно подчеркнуть, что наше видение приоритетов развития современной экономической теории ориентировано на выход за пределы «чистой науки» и формирование практико-применимого экономического знания, востребованность которого, как с идеологических и когнитивных, так и с прагматических позиций, в современных условиях возрастает.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бодрунов С.Д. Ноономика: монография. — М.: Культурная революция, 2018. — 432 с.
2. Вертакова Ю.В., Толстых Т.О., Шкарупета Е.В., Дмитриева В.В. Трансформация управленческих систем под воздействием цифровизации экономики: монография / Юго-Зап. гос. ун-т. — Курск, 2017. — 156 с.
3. Конкурентоспособность и прорывное позиционирование в посткризисный период: коллективная монография. — СПб.: КультИнформПресс, 2011. — 298 с.
4. Плотников В.А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2018. — № 4 (112). — С. 16–24.
5. Формирование цифровой экономики и промышленности: новые вызовы: монография / Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. — СПб., 2018. — 660 с.

Попова Екатерина Михайловна
Popova Ekaterina Mikhailovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Профессор кафедры Банков, финансовых рынков и страхования
Professor of the Chair of Banks, financial markets and insurance, Ph.D
Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»
Master program «Securities and derivatives»
e-mail: popova57@yandex.ru

Руденко Светлана Анатольевна
Rudenko Svetlana Anatolievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Доцент кафедры Банков, финансовых рынков и страхования
Associate Professor of the Chair of Banks, financial markets and insurance, Ph.D
Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»
Master program «Securities and derivatives»
e-mail: svrud2013@yandex.ru

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА: ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ НОВАЦИИ

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE STOCK MARKET: TOOLS AND TECHNOLOGICAL INNOVATIONS

В статье рассматриваются основные тенденции цифровой трансформации технологий и инструментов фондового рынка. Рассмотрен краудинвестинг, использование утилитарных цифровых прав, цифровая процедура эмиссии.

The article discusses the main trends in digital transformation of technologies and tools of the stock market. Crowdfunding, the use of utilitarian digital rights and the digital issue procedure are considered.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые интеллектуальные права, инвестиционное консультирование, цифровая процедура эмиссии, автоконсультирование, автоследование.

Key words: digitalization, digital intellectual property rights, investment consulting, digital issue procedure, auto consulting, auto investigation.

Цифровая трансформация фондового рынка является закономерным процессом, составляющим важный сегмент развития современной мировой экономики. Основой данного процесса является внедрение в сферу финансового рынка последних достижений финансовых технологий. Прорывы в этой области связаны с появлением новых

технологий оказания финансовых услуг, новых процедур привлечения финансовых средств и инвестирования и новых инструментов финансового рынка. Рассмотрим основные направления цифровой трансформации современного фондового рынка.

Важной и уже сформировавшийся тенденцией цифровизации рынка ценных бумаг является постепенный отказ от услуг финансовых посредников при заключении сделок. Одним из результатов этого процесса является появление Краудинвестинга.

Краудинвестинг — это инвестирование денежных средств в проект компании с целью в будущем участвовать в прибылях (распределении активов) от этого проекта, принимая на себя все риски в рамках вложенной суммы. При этом процедура финансирования является более упрощенной по сравнению с традиционными вариантами вложения денежных средств (инвестирования). Процедура заключается в выходе инвестора на краудинвестинговую платформу (торговую площадку), где предприниматели предлагают свои проекты (идеи). Если идея заинтересовала инвестора, он совместно с другими инвесторами финансирует данный проект. Реализация проекта запускается, если собран достаточный капитал, в противном случае денежные средства возвращаются. Краудинвестинг применяется в РФ уже несколько лет практически без регулирования, и только в прошлом году появилось законодательство, регулирующее эту сферу.

Так в августе 2019 года был принят федеральный закон № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ», который вступил в силу 1 января 2020 года. Закон вводит определение деятельности по организации привлечения инвестиций, которой является «оказание услуг по содействию в инвестировании и услуг по привлечению инвестиций с использованием инвестиционной платформы», устанавливает требования к инвестиционной платформе, ее оператору и участникам.

Согласно законодательству инвестиционная платформа — это информационная система в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемая для заключения с помощью информационных технологий и технических средств этой информационной системы договоров инвестирования, доступ к которой предоставляется оператором инвестиционной платформы.

При этом, оператор инвестиционной платформы — это юридическое лицо, включенное в реестр операторов (реестр ведет Банк России), которое предоставляет доступ к платформе.

На сегодняшний день в РФ представлено несколько инвестиционных платформ краудинвестинга. Назовем основные.

Альфа-поток. Площадка является проектом Альфа-Банка, позволяющим инвестировать в предприятия малого и среднего бизнеса. В 2020 году минимальная величина разового внесения 10 000 рублей.

АтомИнвест. Платформа создана частной компанией ООО «Нанополимер» и дочерней компании «Росатома» АО «НИИГРАФИТ». Цель деятельности платформы — создание инфраструктуры коллективного кредитования предприятий малого и среднего бизнеса России, а также поиск высокотехнологичных проектов для интеграции в ГК «Росатом». Минимальный размер вкладываемых средств 50 000 рублей.

Город денег. Платформа входит в рабочую группу при Центре компетенций по нормативному цифровой экономики Фонда «Сколково» и в рабочую группу Центрального банка РФ по регулированию краудфандинга. Минимальный размер инвестиции 50 000 рублей.

StartTrack. Площадка создана в 2013 году при поддержке Фонда Развития Интернет-Инициатив. Минимальная инвестиция 100 000 руб.

Ozon. Invest. Площадка создана всем известным интернет-магазином Ozon.ru. Целью создания платформы было финансирование поставщиков (по заверению Ozon.ru «проверенных партнеров») интернет-магазина. Минимальный взнос 10 000 рублей.

SberCredo. Инвестиционная платформа от СберБанка. По правилам системы инвестор должен иметь счет в ПАО «Сбербанк». Сумма инвестирования от 5 000 рублей.

Через краудинвестинговые платформы можно будет предоставлять займы, по закрытой подписке покупать ценные бумаги, приобретать *утилитарные цифровые права* (право требовать передачи вещи, право требовать передачи исключительных прав или прав использования результатов интеллектуальной деятельности, прав требования выполнения работ или оказания услуг).

Появление цифровых свидетельств на утилитарные цифровые права (УЦП) — одно из последних новаций российского рынка ценных бумаг.

Цифровое свидетельство является неэмиссионной ценной бумагой, не имеющей номинальной стоимости, которая удостоверяет при-

надлежность ее владельцу утилитарного цифрового права, распоряжаться которым имеет возможность депозитарий, и закрепляющая право ее владельца требовать от этого депозитария оказания услуг по осуществлению утилитарного цифрового права и (или) распоряжения им определенным образом.

Цифровое свидетельство выдается депозитарием и не требует государственной регистрации.

Назовем преимущества утилитарных цифровых прав:

- УЦП достаточно разнообразны. Они распространяются и на материальные и на интеллектуальные объекты;
- УЦП можно перепродавать, если возникает такая необходимость;
- Заемщики получают новый инструмент с четким механизмом права и учета.
- Инвестор получает дополнительную возможность диверсифицировать свои активы, вкладывая небольшие суммы (минимальные суммы вложений указаны выше) во множество проектов.

В самом общем представлении, применение УЦП несет в себе меньшие риски по сравнению с инвестированием в ценные бумаги, так как инвестируя в УЦП инвестор вкладывает средства в некую натуральную форму (товар, услуги, нематериальные активы).

В последние годы отчетливо сформировался тренд цифровой трансформации сферы инвестиционного консультирования. В российскую практику приходят новые технологии, которые активно внедряются профессиональными участниками.

Общая тенденция та же, что и в других областях финансового рынка: снижение роли посредника в результате автоматизации услуг.

Сегодня уже привычным стало использование робоэдвайзеров — автоматизированных комплексов подбора инвестиционных портфелей. Объем услуг робоэдвайзинга в мировой практике оценивается в 6 трлн. долл. [1]. В России этот сервис не достиг подобных масштабов, но активно и успешно развивается.

Дополнением робоэдвайзинга являются автоконсультирование (программа, позволяющая автоматически формировать инвестиционные рекомендации) и автоследование (программа, которая автоматически исполняет приказы клиентов на базе инвестиционных рекомендаций).

Услуги робоэдвайзинга предлагают многие российские финансовые посредники, которые разработали свои программы, подлежащие обязательной аккредитации. На данный момент аккредитовано 14 программ [1].

Программы робоэдвайзинга обычно делятся на три составляющих: модуль инвестиционного профилирования (есть не всегда), модуль автоконсультирования и модуль автоследования.

Очевидные на сегодняшний день преимущества робоэдвайзинга:

- Относительно невысокая стоимость услуги (по сравнению со стоимостью услуг инвестиционного советника);
- Минимальные сроки оказания услуги.

Однако существует и негативная тенденция, связанная с внедрением цифровых технологий. По данным компании Goldman Sachs в последние 10 лет вместо 700 трейдеров осталось только двое и двое ИТ-специалистов [1].

Сегодня программы робоэдвайзинга предлагают все ведущие профессиональные участники российского рынка: Финам (Robo-Advisor), Тинькофф-Инвестиции (Робот советник), Альфа-Капитал (Персональный финансовый помощник), Сбербанк (Простые инвестиции).

Процесс цифровизации затронул и процедуру эмиссии ценных бумаг.

С 1 января 2020 года регистраторы смогут регистрировать выпуски акций при учреждении акционерных обществ. На текущий момент регистратором НРК-Р.О.С.Т. зарегистрировано первое такое предприятие АО «Текса», которому присвоен код эмитента 00001-G. Последняя буква и означает, что регистрация выпуска проходила через регистратора [3].

По замыслу законодателя цифровая процедура эмиссии будет иметь следующие преимущества:

- Реализуется принцип «одного окна»: обратившись к профессиональному реестродержателю эмитент регистрирует выпуск акций, далее регистратор сам подает документы в ФНС и продолжает оказывать услуги по ведению реестра;
- Ожидается, что стоимость услуг регистратора будет ниже, чем стоимость регистрации через Центральный Банк.
- Сроки регистрации выпуска акций через регистратора по сравнению с Центральным банком существенно сократятся.

Данная новация будет интересна и эмитентам (преимущества изложены выше) и самим регистраторам, для которых цифровая регистрация не столько доходный бизнес, сколько возможность привлечь клиентов, которые зарегистрировавшись, останутся на обслуживании у данного регистратора.

Сделать нововведение более эффективным могут современные информационные технологии, которые обеспечат доступ всех заинтересованных лиц к сведениям об эмиссии акционерных обществ. Так создается распределенная база данных эмиссий АО, используя технологии блокчейн и открытые программные интерфейсы.

Однако, по мнению многих регистраторов, сегодня для учетных институтов больший интерес представляет рассмотренный нами выше краудинвестинг. С помощью инвестиционных платформ планируется размещать дополнительные выпуски акций, что позволит регистраторам получать дополнительный доход, а инвесторам дополнительные инструменты для инвестирования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Официальный сайт НАУФОР. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://naufog.ru> (дата обращения 26.03.2020).
2. Смородская П. Акционеров учтут при учреждении. // газета «Коммерсантъ». — 2020. — № 9 — С. 8.

Пузыня Наталья Юрьевна
Ruzynya Nataliya Yurievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Доцент кафедры финансов, к.э.н.
Associate Professor of the Chair of finance, Ph.D
Программа «Оценка бизнеса»
Master program «Business valuation»
e-mail: n_puzynya@mail.ru

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ НИОКР

INDICATORS OF R&D RESULTS

В статье рассматриваются основные показатели оценки эффективности выполняемых НИОКР. Основной упор сделан на характеристику эффективности

прикладных НИОКР, выделяя из оценочных показателей не просто количество патентов, а показатели патентных семейств и силы патента.

Key performance indicators for research and development are described in this article. The main emphasis is placed on characterizing the performance of applied R&D, highlighting not only the number of patents from the valuation indicators, but also the indicators of patent families and patent power.

Ключевые слова: НИОКР, интеллектуальная собственность, патент, оценка компетенций, научные организации.

Key words: R&D, intellectual property, patent, valuation of the competencies, scientific organizations.

В современных условиях остро стоит вопрос ускорения инновационного развития России, перехода от сырьевой экономики к экономике знаний. Поскольку у нас большая часть финансирования инноваций происходит из государственного бюджета или крупнейшими корпорациями типа Газпрома или Росатома, встает вопрос оценки необходимых компетенций структур, занимающихся научно-исследовательскими фундаментальными или прикладными разработками, оценки качества имеющегося научного задела. Это необходимо, прежде всего, для распределения финансовых средств между организациями, занимающимися инновационной деятельностью.

Показатели оценки результатов НИОКР могут подразделяться на две группы в зависимости от вида выполняемых работ: фундаментальные или прикладные НИОКР.

Результатом фундаментальных и поисковых исследований часто является научно-техническая информация и редко патенты.

Для оценки результатов уже выполненных **фундаментальных и поисковых исследований**, являющихся научным заделом организации, могут использоваться следующие показатели:

1. Публикации в соответствии с кодами международной классификации отраслей наук и технологий, разработанной Организацией экономического сотрудничества и развития (ОСЭР) (FOS, 2007).

В качестве публикаций в требованиях [1, 2] к заполнению форм единой государственной информационной системы учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (НИОКТР) гражданского назначения указываются: монография, автореферат, сборник (научных трудов), материалы конференции (съезда, симпозиума), препринт, статья, журнал и др. Соответственно, в качестве

показателей могут выступать количество научных статей (в международных журналах, в национальных журналах), количество изданных монографий (на международных языках и нет), количество научных сборников, труды конференций (национальных, международных).

2. Отчеты о выполненных НИР (содержит база данных ГРНТИ).

Организации заполняют также форму реферативно-библиографических сведений о результатах НИОКТР как в онлайн-режиме в личном кабинете организации на сайте www.rosrid.ru, так и представляют «Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти» полный текст отчета о НИОКТР в виде электронного документа.

3. Показатели цитируемости публикаций.

Основу оценочной информации **прикладных НИОКТР** составляют данные об имеющихся запасах в области разрабатываемых технологий. В связи с этим могут быть предложены следующие показатели:

- число разработанных технологий;
- снижение удельного расхода ресурсов в разработанных технологиях;
- снижение удельных выбросов парниковых газов в CO_2 — эквиваленте;
- снижение частоты аварий и инцидентов на производстве;
- количество ноу-хау, сопутствующих разработанной технологии.

Значимость полученных результатов подтверждается оформлением интеллектуальной собственности организации, то есть существенную долю при оценке эффективности выполненных НИОКТР представляют оценочные показатели патентной информации [3].

Показатели на основе патентной информации:

- количество действующих российских патентов на изобретения;
- количество действующих зарубежных патентов;
- число цитирований патентов и публикаций;
- количество заявок на изобретения в стадии рассмотрения;
- количество заявок на изобретения, подаваемых ежегодно;
- количество действующих патентов на полезную модель;
- количество разработанных и зарегистрированных программ для ЭВМ;
- количество заключенных лицензионных договоров;
- количество объектов интеллектуальной собственности, поставленных на бухгалтерский баланс в расчетном году по результатам проведения НИОКТР;

- отчеты о патентных исследованиях, о патентном ландшафте.

Однако количественные показатели только лишь отчасти могут характеризовать качество выполненных исследований. С целью характеристики зрелости технологий используют не просто показатели количества патентов, а показатели анализа патентных семейств и силы патента. То есть в качестве показателя может выступать — количество патентных семейств с публикациями. Патентное семейство — совокупность патентных публикаций, относящихся к одному изобретению, связанных общим приоритетом. А в качестве публикации в данном случае признается любой патентный документ, который официально публикуется, например, заявка на изобретение, патент на изобретение, патент на полезную модель, отчет о поиске и т. п.

Для анализа патентных семейств используют следующие показатели:

- общее число публикаций в семействе;
- общее число выданных патентов в семействе;
- число юрисдикций, на которые вышла хотя бы одна заявка семейства;
- число указанных в семействе стран, в которых делопроизводство по заявке доведено до выдачи патента.

Для определения силы патента используют показатели:

- количество прямых патентных цитирований без учета самоцитирования;
- количество независимых пунктов формулы изобретения;
- территориальный охват;
- наличие РСТ — заявки (заявка на международный патент, Patent Cooperation Treaty — договор о патентной кооперации предназначен для того, чтобы упростить получение международной охраны изобретений).

Информация по результатам интеллектуальной деятельности организации заполняется в формах единой государственной информационной системы учета сведений. Заполняются следующие информационные карты: форма ИКР — результаты интеллектуальной деятельности, созданные в процессе выполнения НИОКР за счет средств госбюджета; форма ИКСПО — правовая охрана результатов интеллектуальной деятельности; форма ИКСИ — использование результатов интеллектуальной деятельности и их практическое применение (внедрение).

В форме о состоянии правовой охраны результата интеллектуальной деятельности предусмотрен следующий статус правовой охраны:

- установлен режим коммерческой тайны или иной, охраняемой законом тайны;
- оформлена заявка на регистрацию;
- осуществлена регистрация;
- отказано в регистрации;
- оформлена заявка на предоставление правовой охраны за рубежом;
- получен охранный документ о предоставлении правовой охраны за рубежом;
- право прекращено;
- принудительное изъятие;
- принято решение о продаже (об отчуждении права) результата интеллектуальной деятельности;
- принято решение о предоставлении безвозмездной простой (неисключительной) лицензии;
- подано заявление об открытой лицензии, возможности предоставления любому лицу права использования изобретения, полезной модели или промышленного образца.

По форме сведений об использовании результата интеллектуальной деятельности можно проследить какой вид договора заключен: неисключительная лицензия, исключительная лицензия, открытая лицензия, отчуждение исключительного права, залог исключительного права в целях получения кредитных средств, внесение прав на объекты интеллектуальной собственности в уставный капитал.

Предложенные показатели оценки результатов выполненных НИ-ОКТР, прежде всего на основе патентной информации, позволяют оценить не только объемы осваиваемых бюджетных средств, но и качество выполненных прикладных исследований. Включение в оценочные показатели не только поданных заявок и полученных патентов, но и характеристики патентных семейств и перспектив международного патентования, говорит о качественных составляющих оценки результатов.

Современное развитие инновационной экономики, конкуренция среди стран мировых лидеров обуславливают необходимость обеспечения эффективности инновационной деятельности, предложенные оценочные показатели направлены на сравнение эффективности выполняемых отечественных НИОКТР по отношению к мировому уровню развития науки и техники.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Постановление Правительства РФ от 12.04.2013 № 327 «О единой государственной информационной системе учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения».

2. Приказ Минобрнауки России от 31 марта 2016 г. № 341 «Об утверждении форм направления сведений о научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работах гражданского назначения в целях их учета в единой государственной информационной системе учета научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ гражданского назначения, требований к заполнению указанных форм».

3. Пузыня Н.Ю. Трансформация интеллектуального капитала и оценочных метрик в эпоху цифровой экономики // Сб. лучших докладов VI Межд. межвуз. научно-практ. конф. Института Магистратуры «Инновационные направления устойчивого развития экономики и общества». 20–21 апреля 2017 г. Часть 2. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. — с. 25–31.

Рассказова Ольга Анатольевна
Rasskazova Olga Anatolevna

кандидат экономических наук,
доцент Высшей школы сервиса и торговли
PhD in Economics, Associate Professor,
Higher School of Service and Trade

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
Institute of Industrial Management, Economics and Trade
e-mail: olanka777@yandex.ru

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

DIGITAL TRANSFORMATION OF LEARNING IN THE ORGANIZATION

В современном мире цифровизация начинает предъявлять новые требования к корпоративному образованию. Современные образовательные форматы и технологии, являются эффективной альтернативой традиционным методам обучения в компаниях, или успешно используется совместно. К основным из них относятся: электронное обучение, использование образовательных платформ, виртуальной и дополнительной реальности, Learning Analytics.

In the modern world, digitalization is beginning to impose new requirements on corporate education. Modern educational formats and technologies are an effective

alternative to traditional methods of training in companies or are successfully used together. The main ones are e-learning, using educational platforms, virtual and additional reality, and Learning Analytics.

Ключевые слова: цифровизация, корпоративное образование, электронное обучение, виртуальная реальность, учебная аналитика.

Key words: Digitalization, corporate education, e-learning, virtual reality, Learning Analytics.

Изменившиеся условия функционирования общества и экономики, внедрение цифровизации в различные сферы жизни в XXI веке, привели к необходимости трансформации, как системы образования, так и корпоративного образования. Развитие технологий позволило компаниям проводить обучение сотрудников дистанционно, и использовать при этом разные каналы коммуникации (смартфоны, планшеты, ноутбуки). Это позволило организовать процесс обучения таким образом, что сотрудники теперь могут пройти обучение в любое удобное время, принять онлайн участие в групповых дискуссиях и в командном взаимодействии.

Цифровизация начинает предъявлять новые требования к корпоративному образованию. Если раньше в обучении акцент делался на управлении его процессом и использовании портфеля обучающих программ, то новый фокус делается на управлении образовательным опытом своей целевой аудитории. В корпоративном обучении прослеживается тенденция расширения тематики и содержания образовательных курсов, куда включаются, как темы, связанные с функциональной деятельностью сотрудников (подразделений, компании), так и темы, связанные с их личностным и групповым развитием. В организации формируется культура обучения, построенная на базе системы самообслуживания. Компании благодаря образовательным онлайн-платформам, могут предоставлять сотрудникам широкий спектр различных программ и курсов. В Интернете сотрудники, желающие заняться самообразованием, могут найти множество образовательных платформ (Coursera, Udemy, Skillshare, TED, edX.org, Open2study и т. п.) [1]. Данные платформы являются агрегаторами различных курсов по различным направлениям (по бизнесу, иностранным языкам, программированию и прочим предметам, и областям знаний). Этот подход позволяет работникам самостоятельно оценивать свои потребности в обучении, выбирать различные на-

правления для развития, формируя, таким образом, индивидуальные образовательные программы.

Одной из современных альтернатив традиционным методам обучения в компании является электронное обучение (e-learning), под которым понимают передачу знаний и управление процессом обучения с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий. В данном процессе используются интерактивные электронные средства доставки информации в компании (преимущественно её корпоративные сети, Интернет). Электронное обучение может использоваться самостоятельно или совместно с традиционными занятиями в аудиториях.

Корпоративные университеты более не ограничены физическими рамками и могут позволить себе полную диджитализацию процессов, а именно, использование компьютерного обучения; проектирование образовательного пространства, стимулирующего взаимодействие в цифровом мире; применение виртуальной и дополненной реальности и мобильных приложений; использование Learning Analytics. Остановимся более подробно на последних двух направлениях.

Виртуальная реальность (virtual reality, VR) — это мир, созданный техническими средствами, передаваемый человеку через его ощущения (зрение, слух, осязание, обоняние). Существует еще дополненная реальность (augmented reality, AR), являющаяся результатом введения в поле восприятия любых сенсорных данных с целью дополнения сведений об окружении и улучшения восприятия информации. Основным различием между VR и AR является то, что VR конструирует новый искусственный мир, а AR лишь вносит отдельные искусственные элементы в восприятие мира реального [2].

Рассмотрим возможности применения виртуальной реальности (VR) в обучении.

Во - п е р в ы х, это выработка навыков действий в условиях чрезвычайных и иных непредвиденных ситуациях. (Например, навыков, что делать, если загорелся самолет и т. п.).

Во - в т о р ы х, это обучение навыкам в сферах деятельности, где эксплуатация реальных устройств и механизмов связана с повышенным риском, с большими затратами или теми областями, где сложно сконструировать классический тренинг. К таким профессиям относятся пилот самолёта, машинист поезда, архитектор, врач и т. п.

В - т р е т ь и х, это снятие психологических барьеров и выработка каких-либо отдельных социальных навыков. Например, преодоление страха и формирование навыка публичных выступлений. Компания Google придумала обучающий курс, который позволяет в реалистичных сценариях через приложение VR, сотрудникам почувствовать себя увереннее и улучшить навыки бизнес-общения. Пользователи данного продукта могут практиковать выступления перед большой аудиторией, а также речь перед важной встречей [3].

В - ч е т в е р т ы х, это развитие эмоционального интеллекта, навыков эмпатии при переживании сильных эмоций. В 2016 г. на программах Корпоративного Университета Сбербанка внедрены системы симуляции «Пожилый человек», «Человек с ограниченными возможностями», помогающие сотрудникам развить эмпатию по отношению к клиентам. Эти симуляции дали сотрудникам возможность почувствовать на себе, как трудно пожилым людям и людям с ограниченными возможностями совершить простейшие операции в банке.

В - п я т ы х, это поддержка коллаборации участников обучения через совместное выполнение заданий в VR. Сотрудники компании могут успешно встречаться в VR и взаимодействовать в виртуальных коллаборативных пространствах. Участие может быть как пассивным, когда человек что-то смотрит, но физических действий не совершает (например, VR-кинотеатр), так и активным, когда в виртуальной реальности люди что-то создают (делают прототип и распечатывают его на 3D-принтере, проводят совещания и записывают результаты на флипчарте, проходят управленческий квест и т. п.).

В 2017 году Сбербанк представил VR-платформу виртуального кампуса Skill Hub, которая представляла из себя набор инструментов и форматов, созданных в VR, с помощью которых сотрудник погружается в максимально реалистичные рабочие ситуации. К таким инструментам и форматам относятся: диалоговые симуляции, виртуальные пространства для дистанционного взаимодействия, симуляции для развития эмпатии, управление процессами. Виртуальный кампус Skill Hub позволяет легко управлять симуляциями, создавать образовательные траектории, анализировать полученные данные и отслеживать профили сотрудников в динамическом развитии, интегрироваться с Learning Management System (LMS) компании. Такая система управления обучением представляет собой хранилище учебных материалов: видеоуроков, лекций, презентаций, книг и курсов,

доступ к которым можно получить с любого устройства в любой точке мира.

Современные компании в мире тратят крупные суммы, инвестируя в обучение своих сотрудников, они ожидают, что эти финансовые вложения должны дать эффективный результат. В связи с этим в корпоративном обучении стали использовать Learning Analytics или учебную аналитику, что помогает руководству компании принимать решения на основании данных, полученных с её помощью. Learning Analytics — это новое направление исследований, основанное на компьютерном сборе, анализе и представлении данных об обучающихся и их действиях с целью понимания и оптимизации учебного процесса и той среде, где этот процесс происходит. Учебная аналитика представлена следующими видами: дескриптивная (описательная), предиктивная (прогнозирующая), прескриптивная (предписывающая) [4].

Дескриптивная аналитика (descriptive analytics), отвечает на вопрос «Что происходит прямо сейчас?». Её цель — с помощью доступных данных составить объективное и максимально точное описание текущей ситуации. Описания, как правило, визуализируют через графики, диаграммы, инфографику, часто по усредненным данным. Задача — превратить огромные массивы цифр и графиков в доступную, понятную и легко воспринимаемую информацию, что может быть важным при принятии решений по различным направлениям функционирования компании, и процесса корпоративного обучения, в частности.

Предиктивная аналитика (predictive analytics), отвечает на вопрос «Что будет дальше?». Её цель — сопоставить полученные данные за прошедший и текущий период. Задача — предсказывать будущие события на основе сопоставления полученных данных. Например, анализируя данные о том, сколько времени обучающийся тратил на выполнение различных частей образовательной программы или заданий (какие из них делает качественно и быстро, какие нежелательно, не смог выполнить), аналитики делают оценку о сложности и допустимости тех или иных частей программы с целью внесения в неё изменений.

Прескриптивная аналитика (prescriptive analytics), отвечает на вопрос «Что делать?». Её цель — дать предписание, какие действия необходимо предпринимать. Её задача — дать рекомендацию, в каком

направлении стоит развивать или изменять индивидуальную учебную траекторию сотрудника. К примеру, для повышения достижений обучающихся используют такой способ прескриптивной учебной аналитики, как адаптивные учебные среды (adaptive learning environments, ALEs). Эти системы обратной связи, предоставляют возможность обучающимся сотрудникам контролировать собственный прогресс и разрабатывать индивидуальные учебные траектории. Системы адаптивного обучения дают обучающимся быструю и регулярную обратную связь об их успехах и неудачах, индивидуальные рекомендации по выбору учебных курсов и организации процесса обучения (например, советуют дополнительные материалы по интересующей теме).

Learning Analytics, используемая с целью понимания и оптимизации учебного процесса в компании, помогает:

- получить ответы на вопросы о том, какая часть обучения наиболее эффективна, когда сотрудники вовлечены в процесс больше всего и как данная программа обучения влияет на работу сотрудника, а также прибыль компании;
- измерить и оценить параметры сотрудников (их знания, способности, мотивацию) и параметры контента (формат, трудность, рабочая нагрузка) с целью организации обучения в адаптивной форме;
- оценить сложность и допустимость тех или иных частей образовательной программы с целью внесения в неё изменений;
- обнаружить индивидуальные различия между сотрудниками, измерить их и учесть с целью улучшения образовательных результатов [3].

Таким образом, основной отличительной чертой современной цифровой модели обучения становится особенность, что субъект обучения — начинает играть ключевую роль во всех процессах обучения. Сегодня сотрудникам компаний доступны самые разнообразные каналы получения знаний и навыков, поэтому они ожидают нового типа взаимодействия с ними в процессе обучения — использующего дистанционный 24/7 формат, индивидуальные траектории, адаптивный подход и самообучение сотрудника.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. 30 лучших образовательных онлайн платформ. <https://ru.studyqa.com/articles/30-educational-online-platforms>.

2. Виртуальная реальность в образовании: больше, чем edutainment? / EduTech информационно-аналитический бюллетень КУ Сбербанка. — Москва: Корпоративный университет Сбербанка, 2017. — 24 с.

3. Корпоративные университеты в современном мире. Аналитический отчет. — Москва: Корпоративный университет Сбербанка, 2017. — 48 с.

4. Учебная аналитика. Типы и способы применения. <http://www.edutainme.ru/post/learning-analytics/>

Рыбкина Марина Владимировна

Rybkina Marina Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Профессор кафедры гражданского и корпоративного права, д.ю.н.

Professor, Department of Civil and Corporate Law, doctor of Law, professor

Программа «Гражданское право, семейное право»

Master program “Civil Law, Family Law”

e-mail: marina-rybkina@mail.ru

Крайнова Надежда Александровна

Kraynova Nadezhda Aleksandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Декан юридического факультета

Dean of the Law Faculty, Cand. Sc. Law, docent

Программа «Теория и практика предупреждения преступлений в сфере экономики»

Master program “Theory and practice of crime prevention in the field of economics”

e-mail: kraynova.n@unecon.ru

ПРАВОВАЯ СРЕДА СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

LEGAL ENVIRONMENT OF MODERN RUSSIAN HIGHER EDUCATION: TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECT

В статье дано определение правовой среды, определены тенденции и перспективы развития высшего образования, выявлены проблемы локального нормативного правового регулирования.

The article defines the legal environment, identifies trends and prospects for the development of higher education, identifies problems of local regulatory legal regulation.

Ключевые слова: правовая среда, локальное нормотворчество высшего образования.

Key words: legal environment, local rule-making of higher education.

Для того, чтобы определить тенденции и перспективы развития российского образования необходимо понять, какие факторы влияют на формирование высшего образования и носят ли эти факторы системный характер. Одним из системообразующих понятий является понятие «правовой среды». Данное понятие возникло совсем недавно и еще не утвердилось как категория, принимаемая к осмыслению и анализу. Однако, системообразующей категорией «правовая среда» выступает вследствие широты обуславливающих взаимосвязей как юридического характера, включающих в себя правовую доктрину, правоприменительную практику, деятельность органов государственной и муниципальной власти по администрированию образовательного процесса, а также непосредственно взаимоотношений самих субъектов образовательных правоотношений, с той лишь особенностью, что социальная составляющая превалирует в правовой среде. Она выступает не только в виде фундамента, основы, но и социализирует все перечисленные выше факторы, что вполне логично, ведь цель образования не правовая, цель-социальная!

К сожалению, за процессами реформирования образования, образовательных организаций, формулировки допустимых критериев аккредитационных и лицензионных показателей забывается самое главное. А какова цель происходящего? Возможно ли ее достижение вне акцентирования внимания на процессах формирования правовой среды высшего образования? Не потеряны ли взаимосвязи права и общественных процессов?

Увидеть ответы на эти вопросы позволяют правовые нормы, входящие в систему нормативного правового регулирования высшего образования. На вершине иерархической лестницы находятся принципы, изложенные в Конституции Российской Федерации. Однако, в ней нет ни одного указания на то, что в Российской Федерации высшее образование является бесплатным. Вопрос об определении расхода бюджета на деятельность учрежденных государственных образовательных организаций высшего образования лежит на исполнительных органах государственной и федеральной власти. В соответствии с Федеральным законом «Об образовании» и иными нормативными правовыми актами, бюджет на высшее образование имеет только образовательные цели и выделяется с учетом определения количества так

называемых «бюджетных мест» для обучающихся. В этой связи обучающийся должен иметь не только права, но и нести обязанности, а также быть привлечен к гражданско-правовой ответственности в случае невыполнения своих договорных обязанностей. Но до сих пор не урегулирован вопрос заключения «именного» договора об отплате обучения за счет бюджетных средств, в котором одной стороной выступает образовательная организация высшего образования, другой стороной выступает обучающийся. Полагаем, что третьей стороной должен выступать орган исполнительной власти в лице Комитета по труду и занятости, поскольку именно он должен выявлять качество подготовки через трудоустройство выпускника по той профессии, компетенции которой выпускник осваивал на протяжении всего периода обучения, а в случае расторжения данного договора по инициативе обучающегося или в случае невыполнения им условий данного договора, именно Комитет будет выступать в качестве третьей стороны. Иными словами, бюджетирование высшего образования не в полной мере выполняет интересы страны и те социальные задачи, которые определены перед высшим образованием, при этом соотношение «централизации» и «децентрализации» нормативного правового регулирования, и входящие в них процессы контроля и надзора не уравниваются. Происходит некоторый перекос в область «централизации», что на наш взгляд не решает вопросов формирования тех компетенций, которые ставит перед выпускниками экономика, право и общество.

Определяя систему централизованного регулирования, представим ее в следующем виде:

- 1) документы, закрепляющие предусмотренные Конституцией РФ права на образование;
- 2) документы, регламентирующие основания и порядок оказания образовательных услуг;
- 3) документы, регламентирующие основания и порядок образовательного кредитования.

Определим основные проблемы, присущие системе нормативного правового регулирования высшего образования, для того, чтобы понять, как они влияют на формирование и осуществление эффективных взаимосвязей всех составляющих правовой среды современного высшего образования. В частности:

- 1) существуют различия в толковании норм ФЗ «Об образовании в РФ» на уровне ведомственных и локальных нормативных правовых актов;

2) ввиду значительного объема нормативно-правового регулирования образовательных правоотношений, что касается в том числе и норм технического характера. При формировании контрольно-надзорных требований органов исполнительной власти к образовательным учреждениям возникают правовые казусы, неправильные формулировки и «размытость» процессуальных действий, что приводит к ненужной нервозности при формировании локального правового регулирования;

3) отдельно хочется остановиться именно на локальном регулировании деятельности образовательного учреждения высшего образования, где вопросов более чем ответов на них.

Так, отметим, что локальное правовое регулирование включает в себя следующие взаимосвязанные аспекты: непосредственно формулировка и утверждение правовых норм, в рамках процесса нормотворчества и основанный на нем процесс администрирования образовательного процесса. Данные правовые акты содержат нормы, которые распространяются на определенный круг лиц и регламентируют образовательные отношения в конкретном аспекте. Это документы, закрепляющие правовое положение организации и ее структурных подразделений, регулирующие режим труда и отдыха в организации, порядок организации работы с обучающимися, режим учебной и внеучебной работы, порядок предоставления академических отпусков и т. д.

В организации действуют также локальные акты правоприменительного характера, регулирующие индивидуально-определенные образовательные правоотношения, основанные на законодательстве в сфере образования и направленные на возникновение, изменение и/или прекращение образовательных отношений. Это приказы ректора о движении контингента, приказы об объявлении благодарностей и дисциплинарных взысканий, решения ученого совета, проректоров и т. п.

Кроме того, в организации могут приниматься и иные локальные акты в целях дополнительного регулирования отношений, в случае, если существует правовая неопределенность либо принятие такого рода актов связано необходимостью улучшения каких-либо показателей, например, установление порядка работы ректората, принятие мер по стимулированию публикационной активности профессорско-преподавательского состава, в том числе в изданиях, входящих в международные индексы цитирования, и другие. Отметим, что основанием для издания правоприменительных могут служить различные источники.

Критерии оценки эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования являются не обоснованными, зачастую не выполнимыми вузами не в следствии халатности, а в следствии отсутствия экономической, социальной и кадровой основы для их реализации не только на уровне региона, но и в целом в стране. В частности, говоря о самофинансировании деятельности вуза, ведомство не учитывает значительного количества аспектов, хотя бы направленность подготовки обучающихся и экономические возможности субъектов предпринимательской деятельности.

Рассматривая компетентностный и практико-ориентированный подход в части формирования образовательных стандартов, отметим, что он направлен в основном на формирование профессионалов для российской экономики, поскольку не включает в себя интернациональные компетенции.

Существенной проблемой является так называемое формирование количества бюджетных мест. Обучающиеся, поступающие на обучение за счет федерального или регионального финансирования и не заключая с образовательной организацией высшего образования договорных отношений, не чувствуют в полной мере ответственность перед государством и обществом и, зачастую, после получения диплома о высшем образовании не работают по своему профилю и специальности.

В связи с чем предлагаем:

1. Обобщить положительный опыт ряда вузов по формированию локального нормотворчества и предложить создать некий реестр локальных нормативных правовых актов образовательных организаций высшего образования, с обсуждением такового на научно-практических мероприятиях с привлечением представителей Министерства науки и высшей школы и ассоциаций образовательных организаций.

2. Разработать проекты нормативного правового регулирования договорных отношений, закрепляющих не только порядок получения федерального и регионального финансирования по обучению конкретного студента, но и порядок его дальнейшего трудоустройства по полученной специальности и возмещения убытков в случае невыполнения требования по обязательному трудоустройству. Одной из сторон данных договорных отношений в которой должна выступать служба занятости населения региона.

Селищева Тамара Алексеевна
Selishcheva Tamara Alexeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли
доктор экономических наук, профессор
Professor, Department of General Economic Theory and History of Economic Thought
Doctor of Economics, Professor
Магистерская программа «Национальная экономика»
Master's program "National Economics"
e-mail: selishcheva@list.ru

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СТРАН-ЧЛЕНОВ ЕАЭС

DIGITAL ECONOMY IN THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT EAEU MEMBER COUNTRIES

Статья подготовлена при грантовой поддержке РФФИ, проект № 20–010–00674

В статье рассматриваются переход стран ЕАЭС к цифровой экономике как форма интеграции. Показаны общие черты и специфика национальных программ перехода к цифровой экономике и сделан вывод о том, что существующая социально-экономическая дифференциация стран-членов ЕАЭС влияет на развитие цифровой экономики этих стран.

The article discusses the transition of the EAEU countries to the digital economy as a form of integration. The general features and specifics of the national transition programs to the digital economy are shown and the conclusion is made that the existing socio-economic differentiation of the EAEU member countries affects the development of the digital economy of these countries.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровая трансформация, Евразийский экономический союз.

Keywords: digital economy, digitalization, digital transformation, Eurasian Economic Union.

Современный мир находится на этапе, когда идет трансформация модели процесса глобализации и усиления процессов регионализации мировой экономики под влиянием развития цифровой экономики. В мире наступает очередная промышленная революция («Индустрия 4.0»), в основе которой лежит цифровизация экономики и общества. Использование цифровых технологий, с одной стороны, усиливает экономическую глобализацию, растет уровень открытости экономик

стран мира. С другой стороны, происходит усиление процессов регионализации в форме образования экономических группировок стран одного и того же региона на основе тесных и стабильных экономических связей между хозяйствующими субъектами этих стран. Одним из таких региональных объединений является Евразийский экономический союз (ЕАЭС), куда вошли Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Россия. За 5 лет существования ЕАЭС сделано много на пути интеграции экономик этих стран. Особенностью современного этапа развития стран-членов Евразийского экономического союза является интеграция в сфере цифровой экономики, которую можно охарактеризовать как систему социально-экономических отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий. Президент России В.В. Путин подчеркивал, что «без цифровой экономики мы не сможем перейти к следующему технологическому укладу, а без этого перехода... у страны, нет будущего. Поэтому это задача номер один в сфере экономики, которую мы должны решить» [1].

Все страны ЕАЭС разработали программы перехода к цифровой трансформации экономик. Россия приняла «Стратегию развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», где поставлена цель перейти к информационному обществу, которое определено как «общество, в котором информация и уровень ее применения и доступности кардинальным образом влияют на экономические и социокультурные условия жизни граждан» [2]. В 2018 г. в стране была принята Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», в которой подчеркнуто, что данные в цифровой форме являются ключевым фактором развития экономики и общества, взаимодействия государства и граждан. Программа предусматривает интеграцию в пространство цифровой экономики государств-членов ЕАЭС. Развитие цифровой экономики является стратегическим национальным приоритетом правительства России.

В 2016 г. в Республике Беларусь Советом Министров страны была утверждена Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества до 2020 года, в декабре 2017 г. Президентом страны был подписан Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики».

В 2017 г. в Казахстане была принята госпрограмма «Цифровой Казахстан», целью которой является повышение темпов развития

национальной экономики, а также улучшение качества жизни населения за счет использования цифровых технологий. Основой этой программы стала госпрограмма «Информационный Казахстан-2020», утвержденная в 2013 году. В Программу вошли 23 проекта по пяти ключевым направлениям: «Цифровизация отраслей экономики», «Переход на цифровое государство», «Реализация цифрового Шелкового пути», «Развитие человеческого капитала», «Создание инновационной экосистемы. При этом Россия принимает большое участие в развитии цифровой экономики этой страны в рамках цифровой повестки ЕАЭС.

В Кыргызстане в 2018 году была принята Национальная стратегия развития Кыргызской Республики на 2018–2040 годы «Таза Коом», в которой уделено большое внимание цифровой трансформации страны. В том же году утверждена Концепция цифровой трансформации «Цифровой Кыргызстан 2019–2023», в которой разработана структура, система управления и основные направления цифровизации экономики страны.

В 2017 году правительство Республики Армения приняло решение о создании Фонда «Цифровая Армения», целью которого является превращение в конкурентоспособную страну на международном уровне путем цифровой трансформации экономики и общества. В стране планируется к 2030 году достичь 100%-й цифровизации по линии взаимодействия «государство — бизнес» и 80% — по предоставлению услуг населению.

Чтобы усилить цифровую интеграцию стран-членов Союза, в декабре 2016 года главы государств — членов ЕАЭС на заседании Высшего Евразийского экономического совета утвердили решение «О формировании цифровой повестки Евразийского экономического союза». В этом документе подчеркнута необходимость развития цифровой экономики с целью подъема эффективности экономики каждой из интегрирующихся стран и поставлена задача формирования единого цифрового пространства стран Евразийского союза наряду с единым экономическим пространством. В октябре 2017 года президентами стран ЕАЭС были утверждены «Основные направления реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года», реализация которых, по расчетам Всемирного Банка, позволит дополнительно получить прирост до 1% в год совокупного ВВП стран ЕАЭС. Это в 2 раза больше, чем был бы прирост ВВП, если бы каждая

страна проводила в жизнь исключительно свою национальную программу развития цифровой экономики. Кроме того, реализация Цифровой повестки дня позволит создать дополнительно 8 миллионов рабочих мест и сэкономит издержки бизнесу в размере 50 млрд. долларов [3].

По данным Евразийского банка развития, доля цифровой экономики в совокупном ВВП стран-членов Евразийского экономического союза, в 2019 году составляла менее 3%. Предполагается, что удельный вес цифровой экономики в ВВП стран — членов ЕАЭС в ходе выполнения Цифровой повестки ЕАЭС к 2025 году повысится не менее, чем на 20% [4].

Успешное выполнение целей и задач цифровой трансформации Евразийского экономического союза повысит конкурентоспособность стран ЕАЭС на глобальных рынках, где идет ожесточенная борьба.

На современном этапе осуществляется ряд проектов в области интеграции различных информационных систем стран-членов Союза и информационных систем органов ЕАЭС. Например, при регулировании внешнеэкономической деятельности действует национальный механизм единого окна, интегрированная информационная система внешней и взаимной торговли (ИИСВВТ) стран Евразийского экономического союза.

Существует согласование информационных систем таможенных органов государств ЕАЭС с целью прослеживаемости товаров.

Важной задачей является формирование единой цифровой платформы ЕАЭС. Цифровая платформа представляет собой совокупность средств, которая поддерживает использование ресурсов и сервисов субъектов цифровой экосистемы и дает им возможность непосредственного взаимодействия. В настоящее время стоит проблема активной создания различных платформ в евразийском экономическом пространстве: платформ для интернет-торговли, торговли ценными бумагами, взаимных платежей и переводов, дистанционного обучения, госзакупок, телемедицины, 3D-печати, IT-услуг, телефонной связи, информационной научной базы и других. Платформы позволят в перспективе подключить страны-члены Союза к другим экономическим союзам. Создание платформ усиливает интеграцию населения и бизнеса стран Союза.

Важно в рамках Евразийского экономического союза организовать безбарьерное цифровое пространство, т. е. создать условия для ком-

паний стран-членов Союза свободно торговать, вести бизнес в этом пространстве. Большие проблемы существуют для выхода малого и среднего бизнеса на цифровой рынок ЕАЭС, поскольку вход на ряд цифровых платформ очень дорогой. Существуют барьеры в виде несогласованного налогообложения, нерешенности проблем документооборота в цифровой торговле. Эти барьеры необходимо устранять, т. к. они сдерживают экономическую интеграцию.

Основой гармоничного развития цифровой экономики государств-членов Союза является согласование национальных нормативно-правовых документов, регулирующих различные аспекты цифровой экономики. Необходимо обеспечить гармоничное взаимодействие цифровых систем и внести изменения в технические регламенты государств-членов ЕАЭС.

В целом в странах ЕАЭС намечены похожие приоритетные направления политики формирования цифровой экономики, но есть и своя специфика у каждой из стран. Так, например, Казахстан участвует в реализации Цифрового Шелкового пути в рамках Программы «Цифровой Казахстан».

Очень важный аспект цифровизации экономики — внедрение электронного правительства. Его оценку можно дать с помощью рейтинга электронного правительства ООН (см. таблицу).

Т а б л и ц а

Рейтинг электронного правительства ООН для стран ЕАЭС в 2018 году [5]

Позиция	Изменение позиции 2018/2016	Страна	Уровень развития	Development Index (EGDI)	Онлайн сервисы	ИКТ-инфраструктура	Человеческий капитал
32	+3	Россия	Очень высокий	0,7969	0,9167	0,6219	0,8522
38	+11	Беларусь	Очень высокий	0,7641	0,7361	0,6881	0,8681
39	–6	Казахстан	Очень высокий	0,7597	0,8681	0,5723	0,8388
87	–	Армения	Высокий	0,5944	0,5625	0,466	0,7547
91	+6	Кыргызстан	Высокий	0,5835	0,6458	0,3418	0,7628

Проблемой перехода стран-членов ЕАЭС к цифровой экономике является различный экономический потенциал. Между странами — членами ЕАЭС существует огромная дифференциация в социально-экономическом развитии. Так, например, в 2019 г. ВВП РФ был в 219 раз больше ВВП Кыргызстана. При этом 86,5% совокупного ВВП стран ЕАЭС приходится на Россию. Такая дифференциация показывает неравные возможности стран-членов ЕАЭС для инвестирования в ИКТ, т. е. неравные возможности для перехода к цифровой экономике. Именно поэтому уровень развития внедрения ИКТ в странах ЕАЭС очень разнится.

В основе цифровой интеграции государств Союза лежит сглаживание существующих различий в потенциалах его участников. В формировании цифрового пространства стран Евразийского экономического союза большая роль отводится модернизации экономической модели, в частности модернизации и переходу к новому укладу. Россия должна стать ядром экономической и цифровой интеграции стран ЕАЭС. В основе стирания цифрового неравенства евразийских стран лежит неравенство их социально-экономических потенциалов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Пахомов Ю. Цифровая экономика Российской Федерации: экономика без экономики. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.itweek.ru/gover/article/detail.php?ID=195331> (дата обращения: 29.03.2020).
2. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203: [Электронный ресурс] // Кодекс. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420397755> (дата обращения 30.03.2020).
3. Костылева Т. Цифровую повестку ЕАЭС и её практическую реализацию обсудили на ПМЭФ. — 24.05.2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://d-russia.ru/tsifrovuyu-povestku-eaes-i-eyo-prakticheskuyu-realizatsiyu-obsudili-na-pmef.html> (дата обращения: 26.03.2020).
4. ЕАБР: Доля цифровой экономики в совокупном ВВП ЕАЭС составляет менее 3%. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eabr.org/press/releases/eabr-dolya-tsifrovoy-ekonomiki-v-sovokupnom-vvp-eaes-sostavlyayet-menee-3> (дата обращения: 1.04.2020).
5. Рейтинг электронного правительства ООН. [Электронный документ]. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения: 1.04.2020).

Соколов Вячеслав Ярославович
Sokolov Viatcheslav Yroslavovith

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
профессор кафедры бухгалтерского учета и анализа, д.э.н.
Professor of the Chair of
Accounting and Analysis, Doctor of Economics
Программа «Аудит и финансовый контроль»
Master program « Audit and financial control»
e-mail: sokolov@unecon.ru

Абдалова Елена Борисовна
Abdalova Elena Borisovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа, к.э.н.
Associate Professor of the Chair of
Accounting and Analysis, PhD
Программа «Аудит и финансовый контроль»
Master program « Audit and financial control»
e-mail: abdalova.e@unecon.ru

ВЕРБАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

VERBAL FINANCIAL REPORTING TOOLS

В статье рассматриваются и обосновываются изменения в отчетности организаций с точки зрения вербальных коммуникаций.

The article considers and substantiates changes in the reporting of organizations in terms of verbal communications.

Ключевые слова: вербальные коммуникации, достоверность, события после отчетной даты, финансовые риски, финансовая отчетность.

Key words: verbal communications, reliability, events after the reporting date, financial risks, financial statements

Пользователи информации о деятельности организации создают спрос на информационную базу, а организация, в качестве ответной меры, формирует в виде предложения отчетность о ее деятельности. Подходы к формированию информации изменяются под влиянием развития экономики, кризисов различной природы, информационных потребностей, государственной и социальной политики как на национальном, так и на глобальном уровнях. Часть факторов, влияющих на развитие отчетности организаций «связаны с разработкой единой

концепции социальной ответственности, учитывающей интересы субъектов, на основе параметров, показателей, способов их оценки, учитывающих сложившиеся научные теории и согласованного решения юридических, экономических, экологических, социальных и статистических задач» [1, с. 14].

Можно согласиться со следующими драйверами развития: «новейшая история учета связана с преодолением существующих недостатков и направленностью на динамично изменяющиеся условия современной бизнес-среды, ключевыми характеристиками которой являются глобализация, информатизация и социальная направленность» [2, с. 15].

Информация о деятельности организации должна строиться на основе доказательств и фактов деятельности, документированных в каких-либо источниках или полученных любыми другими путями (например, вербальными, о чем будет сказано позднее). Организация должна управлять доказательствами при формировании локальных актов по организации и методологии учетного процесса экономического субъекта. Следовательно, управление доказательствами — это предварительный выбор параметров для применения критерия информативности. Трансформация и развития отчётной информации порождает применение новых способов доказательства и изменения содержательного понятия доказательства. Однако, не смотря на изменяющиеся предпосылки, требования, внешнюю и внутреннюю среду функционирования организации, отчётная информация должна отвечать требованиям рационального ожидания инвестора: информативности, уместности и полезности. Отчетная информация должна быть направлена на обеспечение эффективности решений, принимаемых на основе отчетов организации. Тенденцию развития отчетной информации можно охарактеризовать как развитие финансовой и нефинансовой отчётности, количественной и качественной информации, раскрытие рисков и особенностей деятельности на основе профессионального суждения. Особый акцент ставится сегодня на текстовую часть отчетности. Следовательно, большая часть отчетной информации представляется в текстовом формате, и ее следует исследовать «руководствуясь логико-лингвистическим подходом в трех аспектах: синтаксическом, семантическом и прагматическом» [3, с. 4].

Финансовая отчетность, как и другие отчеты о деятельности организации в письменном виде сообщают заинтересованным пользователям определенную информацию. Этот процесс можно рассматривать с точки зрения вербальной коммуникации, часть информации можно получать не только из отчетов компании, но также из СМИ (интервью с руководящим составом), социальных сетей и аналитических обзоров. Например, когда организация создает отчетную информацию, то она участвует в процессе передачи информации, а пользователи отчетной информации получают, читают, изучают и анализируют финансовую отчетность.

Вербальные коммуникации строятся на основе информации, полученной вербальным путем. Можно обобщенно выделить следующие ее функции: репрезентативная (позволяет передавать информацию, полученную каким-либо образом), аккумулятивная (способ накапливать сохраняя и передавать полученную информацию), апеллятивная (как функция обращения к пользователю), коммуникативная (как способ предложить пользователю или выслушать его предложения).

Отчетную информацию можно разделить на части, каждая из которой строится по определенным стандартным правилам и потенциально несет регламентную, уместную и понятную информацию. Убеждения и доказательства лежат в основе уместной информации. Отчетность предоставляет возможность узнать не только факты, но и доказательства, основывающиеся на профессиональном суждении. Управление информацией на основе доказательств используется при учетной интерпретации: в о - п е р в ы х, фактов хозяйственной жизни и, в о - в т о р ы х, событий после отчетной даты. Во втором случае доказательства носят в большей части описательный характер, формируются на основе профессионального суждения, которое состоит в том, что управлять информацией необходимо на основе ограниченного доказательства путем экстраполяции на финансовую, бизнес-модель организации.

Отчетная информация обобщенно содержит две информационные группы: числовую информацию (используется для расчета производных показателей) и текстовую информацию (используется для раскрытия информации и является одной из составляющих сентимент-анализа). Оба вида информации дополняют друг друга и являются обязательной частью любого отчета, так как сухие цифры дают лишь

количественную характеристику деятельности компании, так и их отсутствие в отчетности говорит о ее посредственности.

Вербальная информация строится многопланово с использованием различных стилей, но основным является официально-деловой стиль. Вербальная информация в отчетности применяется для раскрытия и пояснения цифровой информации, сформированной в виде показателей отчетных форм, а также раскрытия информации, которая не была признана в отчётности через формирование показателей. Именно эти подходы приводят к тому, что современная отчетность представлена в большей части текстовой информацией, чем цифровой. Изменение структуры отчетов о деятельности организации приводит к появлению новых аналитических методик, основанных на анализе не цифр, а слов.

В конце 1990-х — начале 2000-х гг. в мире начали активно исследовать методики текстового анализа, с выделением оценочных лексиконов, алгоритмов и тональности текстов. Исследования активно развиваются и сегодня позволяют анализировать большие массивы текстовой информации. Подобные методы анализа не возможны без использования сети интернет, а также систем лингвистического анализа, основанных на использовании искусственного интеллекта и машинного обучения. Использование подобных систем требует специалистов, имеющих междисциплинарные компетенции и знания, а также умения в пользовании и обработке данных, например экономисты-лингвисты-программисты или имеющие достаточный опыт работы в data science.

Данный анализ применяется для оценки влияния внешних факторов, внешнего информационного фона на результаты деятельности организации как в прошлом, так и в настоящем и будущем. Как правило, особое внимание уделяется раскрытию рисков. Раскрытие информации о финансовых рисках организации (кредитный, ликвидности, рыночный и др.) требует их количественной и качественной оценки. Подтверждая достоверность финансовой отчётности, аудиторские компании в аудиторском заключении обязательно описывают свое видение рисков деятельности организации. Существенной группой факторов риска являются внешние факторы.

К таким внешним факторам сегодня можно отнести кризисные явления, связанные в основном, с распространением инфекции коронавируса COVID-19 и введением ограничительных мер. Сегодня

регулирующие государственные органы многих стран, профессиональные объединения и ведущие аудиторские компании вырабатывают рекомендации по учету, признанию и раскрытию информации в финансовой отчетности о влиянии вспышки коронавируса COVID-19 на деятельность организации. Применительно к отчетности за 2019 год рекомендовано классифицировать вспышку как событие после отчетной даты. Если при подготовки годовой финансовой отчетности за 2019 год организации не успели раскрыть информацию о влиянии пандемии COVID-19 на их бизнес, то начиная с промежуточной отчетности за 2020 год мы можем отслеживать данное раскрытие информации. Компания EY в 2020 году выпустила обзор по применению принципов МСФО в условиях вспышки коронавируса (Applying IFRS Accounting considerations for the coronavirus outbreak) [4]. С точки зрения EY особое влияние пандемия COVID-19 окажет на текущее и потенциальное изменение непрерывности деятельности организаций, обесценение активов, оценку по справедливой стоимости и другие учетные оценки, классификацию и оценку финансовых инструментов, государственные субсидии и гранты, налоговые обязательства, изменение условий договоров, особое внимание должно уделяться договорам аренды и договорам страхования, события после отчетной даты и другие требования к раскрытию информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Абдалова Е.Б., Карельская С.Н. Социальная ответственность: проблемы сбора и обработки больших данных // Наука о данных. Материалы международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 05–07 февраля 2020). — СПб.: Изд-во СПбГЭУ. 2020. с. 13–15.
2. Управленческий учет: опыт и инновации / О.Л. Островская, Е.Б. Абдалова, М.А. Осипов; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.Я. Соколова. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. — 180 с.
3. Рудакова Т.А. Корректировка учетно-отчетной информации в концепции достоверности: монография. — Барнаул : Изд-во ААЭП, 2014. — 176 с.
4. Пять областей, требующих особого внимания при подготовке финансовой отчетности в контексте ситуации, вызванной коронавирусом COVID-19 / https://www.ey.com/ru_ru/assurance/five-financial-reporting-issues-to-consider-as-a-consequence-of-covid-19

Сопина Наталья Владимировна
Sopina Natalia Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
доцент кафедры ОЭТ и ИЭМ, к.э.н.
Associate Professor, Ph.D
Программа «Национальная экономика»
Master program «National economy»
e-mail: nsopina@mail.ru

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И КАТЕГОРИИ

DIGITAL ECONOMY: BASIC CONCEPTS AND CATEGORIES

В статье рассматривается понятие цифровой экономики, дается ее определение и определяется роль в экономике России. Также даются характеристики категориям, описывающие цифровую экономику, таким как цифровые технологии, сектор ИКТ. Делается вывод о необходимости доработки понятийного аппарата, описывающего сферу цифровизации общества.

The article examines the concept of the digital economy, defines it, and defines its role in the Russian economy. It also describes categories that describe the digital economy, such as digital technologies and the ICT sector. The conclusion is made that the conceptual apparatus describing the sphere of digitalization of society needs to be refined.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, цифровая трансформация, сектор ИКТ.

Key words: digital economy, digital technologies, digital transformation, ICT sector.

Цифровизация все глубже проникает в жизнь общества, затрагивает различные его сферы. Экономика тоже не стала исключением. Появился новый термин «цифровая экономика». Поскольку процессы цифровизации являются относительно новыми, то на сегодняшний день научное сообщество еще не определилось с четкой формулировкой данного термина.

В Программе «Цифровая экономика Российской Федерации» под цифровой экономикой понимается экономика, где данные в цифровой форме выступают ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности [1].

Всемирный Банк характеризует цифровую экономику двумя определениями. С одной стороны, цифровая экономика представляет

собой новый уклад экономики в основе которой лежат новые знания и цифровые технологии, которые способствуют формированию новых цифровых возможностей и навыков у общества, бизнеса и государства. С другой стороны, определение цифровой экономики отражает результаты внедрения цифровых технологий в жизнь общества: повышение производительности труда, снижение издержек производства, рост конкурентоспособности бизнеса, снижение бедности и социального неравенства [2].

Согласно определению Европейской комиссии, цифровая экономика — это экономика, которая зависит от цифровых технологий.

Евразийский союз дает следующее определение: цифровая экономика — это экономическая деятельность, которая строится на цифровых процессах, моделях и технологиях, цифровых товарах (сервисах), производимых электронным бизнесом [3].

Если проанализировать все приведенные определения, можно сделать вывод, что цифровая экономика — это экономика, в основе которой лежат цифровые технологии.

В свою очередь, в общем понимании цифровые технологии представляют собой дискретную систему базирования и трансляции информационных данных, которые позволяют решать любые задачи в короткий период времени.

Цифровые технологии — это технологии, которые позволяют собирать, хранить, передавать, обрабатывать данные в электронном виде. Именно цифровые технологии будут определять формирование и развитие хозяйственной деятельности стран в будущем.

Для России основой развития экономики, согласно официальным данным, будут выступать: большие данные, искусственный интеллект, квантовые технологии, новые производственные технологии, промышленный интеллект и другие.

Все эти направления получили название «сквозные» технологии, т. е. технологии, которые могут радикальным образом изменить ситуацию на существующих рынках или будут способствовать созданию новых рынков. Иными словами, на основе данных технологий будет происходить и уже происходит цифровая трансформация и не только рынков, но и всей экономики в целом. Она проявляется во всех сферах жизнедеятельности общества, например в социальных и производственных отношениях, государственном и корпоративном управлении.

Происходит переход лидирующих функций управления обществом к институтам, основанным на цифровых моделях.

Нередко понятие цифровой экономики сравнивают с понятием сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), хотя это не идентичные термины. Сектор ИКТ выступает инструментом цифровой экономики. Его организации образует ее инфраструктуру.

Сегодня сектор информационно-коммуникативных технологий (сектор ИКТ) представляет совокупность организаций, занимающихся экономической деятельностью, которая связана с производством, распространением и применением информационных и коммуникационных технологий.

- Структура сектора ИКТ России включает следующие отрасли [4]:
- телекоммуникации;
- ИТ и прочие информационные услуги;
- производство ИКТ-оборудования;
- оптовая торговля ИКТ-товарами;
- издательская деятельность;
- деятельность в области производства, проката и показа фильмов, радиовещание и телевидение.

Наибольшая доля в общей структуре ИКТ сектора принадлежит телекоммуникациям, их доля в 2010 году составляла 50%, а в 2017 году уже — 38%. Второе место занимают информационные технологии и прочие информационные услуги, их доля в 2010 году составляла 16%, а в 2017 году выросла до 33% за счет роста услуг, связанных с обработкой данных. В связи с развитием проектов в сфере государственных информационных систем высока доля отрасли по производству оборудования (16%). Доля остальных элементов сектора кардинально не изменилась и составляет в среднем 5–7% [4].

Вклад цифрового сектора в экономику России сравнительно невелик в сравнении с экономиками развитых стран. Так, в 2018 г. его доля в экономике составила 3% ВВП. В то время в большинстве развитых стран размер цифрового сектора значительно выше. В тройку лидеров входят Корея — 12%, Швеция — 8,6% и Финляндия — 8,3%.

Что касается доли цифровой экономики в ВВП России, то она тоже не велика в 2017 году составляла 3,9%, но к 2025 году ее доля может вырасти до 8–10% ВВП [5].

Россия относится к группе активных последователей согласно индексу цифровизации, что характеризует рост инвестиций в инфраструктуру информационно-коммуникационных технологий и внедрение прорывных технологий в госуправлении. Однако пока еще наша страна отстает от лидеров в данной области: Сингапур, Израиль, США [5].

При изучении цифровой экономики часто используется термин «цифровизация», который может иметь различные трактовки.

Под цифровизацией можно понимать процесс перехода общества к новым функциональным моделям, основанным на цифровых технологиях.

С другой стороны, под цифровизацией понимается доступность и распространенность цифровых технологий среди экономических агентов.

Уровень развития цифровой экономики показывает степень цифровизации общества. Для цифровизации является недостаточным наличие инфраструктуры, необходимо еще правильное и эффективное ее использование.

Цифровизация проходит два этапа развития. Первый этап — это когда формируется и вводится в действие инфраструктура цифровой экономики. Второй этап показывает, насколько интенсивно используются объекты инфраструктуры. Процесс цифровизации в России отражает доступность и распространенность цифровых технологий на территории страны.

Уровень цифровизации страны отражает ряд показателей. Например, индекс развития ИКТ (ICT Development Index), Международный индекс цифровой экономики и общества (I-DESI), индекс цифровой грамотности.

Из-за некачественного сбора данных индекс развития ИКТ не печатался за 2017 и 2018 года. По данным на 2016 год 76% жителей России имели доступ к интернету, по миру это значение было равно 47%. По своей структуре, индекс развития ИКТ отражает показатели инфраструктуры и доступа к ИКТ, показатели использования ИКТ, показатели имеющихся навыков в ИКТ.

Международный индекс цифровой экономики и общества измеряет эффективность цифровой экономики стран входящих в ЕС по сравнению с другими странами, не входящими в ЕС. Он учитывает следующие параметры: подключение к интернету, цифровые навыки,

интенсивность использования интернета гражданами, интеграция технологий и цифровых государственных услуг. Согласно данному индексу лидерами в области цифровизации выступают Дания, Финляндия, Нидерланды.

Индекс цифровой грамотности включает следующие категории: цифровое потребление, цифровые компетенции, цифровая безопасность. В 2018 году значение индекса значительно снизилось по сравнению с 2017 годом и составило 4,52. При этом население России стало более компетентным в применении цифровых технологий, но менее стало заботиться о цифровой безопасности.

Цифровая экономика представляет собой экономику, основанную на цифровых технологиях. Цифровые технологии — это новые технологии, которые позволяют управлять данными в электронном виде и приводят к радикальным изменениям (цифровой трансформации) всех сфер жизни общества. На сколько глубоко цифровые технологии проникли в общество показывает уровень его цифровизации. В свою очередь, повышению уровня цифровизации общества способствует развитие сектора ИКТ.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что понятийный аппарат, описывающий сферу цифровой экономики, пока еще не сформировался. Многие термины подменяют друг друга, что требует четкой их проработки и описания. Но все они взаимосвязаны и являются отдельными звеньями общего процесса распространения цифровых технологий во всех сферах жизни общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 г., № 1632-р. <https://docviewer.yandex.ru> (дата обращения 11.03.2020).
2. Всемирный банк. Развитие цифровой экономики в России. <http://www.vseмирnyjbank.org/ru/events/2016/12/20> (дата обращения 11.03.2020).
3. Цифровая повестка ЕАЭС <http://eec.eaunion.org/ru/act/dmi/workgroup/Pages/glossary.aspx> (дата обращения 11.03.2020).
4. Россия: от цифровизации к цифровой экономике. Институт экономики роста им. Столыпина П.А. <http://stolypin.institute/institute/rossiya-ot-tsifrovizatsii-k-tsifrovoy-ekonomike> (дата обращения 11.03.2020).
5. Цифровая экономика увеличит к 2025 году ВВП России на 8,9 трлн руб. https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/07/2017 (дата обращения 11.03.2020).

Степанова Светлана Александровна

Stepanova Svetlana Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, д.э.н.

Professor of the department of the hotel and restaurant business, Ph.D

Магистерская программа «Управление гостиничным бизнесом»

Master program «Management of Hotel business»

e-mail: stepanova7205@mail.ru

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО ВУЗА И ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

SOCIAL PARTNERSHIP OF THE UNIVERSITY AND HOTEL BUSINESS ENTERPRISES IN THE PREPARATION OF PROFESSORIAL STAFF: PROSPECT OF DEVELOPMENT

Социальное партнерство ВУЗа и предприятий гостиничного бизнеса является основным фактором, обеспечивающим качественную подготовку выпускников для данной сферы. Направления, по которым должно развиваться социальное партнерство рассматриваются в данной статье.

The social partnership of Institute of Higher Education and enterprises of hotel business is the basic factor, which ensures the qualitative training of graduates for this sphere. The directions, in which must be developed social partnership they are examined in this article.

Ключевые слова: социальное партнерство ВУЗа и предприятий, подготовка по направлению «Гостиничное дело», кадровое обеспечение на гостиничных предприятиях.

Keywords: the social partnership of Institute of Higher Education and enterprises, preparation for direction "hotel matter", cadre guarantee in the hotel enterprises.

Проблема кадрового обеспечения — одна из важнейших в современном гостиничном бизнесе. Одним из возможных выходов из сложившейся ситуации кадрового дефицита является повышение эффективности сотрудничества вузов и работодателей. Однако формирование взаимодействия в одностороннем варианте, по программе «поставщик — потребитель», не сможет привести к максимальному результату. Необходимы другие, взаимовыгодные подходы, стимулирующие сотрудничество и совместные действия обеих сторон, например, социальное партнерство. Социальное партнерство в профессиональном

образовании — это взаимодействие предприятий (работодателей), общественных организаций, государственных органов власти (в сфере образования, труда и занятости), учреждений образования, профессионально-педагогического сообщества и граждан, которые намереваются получить, получают или уже получили профессиональное образование (обучающиеся образовательных учреждений, их родители, работники), действующих на основе консенсуса и взаимного учета интересов и потребностей в целях повышения эффективности профессионального образования и удовлетворения спроса на профессиональные компетенции работников на рынке труда [6].

Социальное партнерство в сфере высшего образования можно рассматривать с разных позиций:

- как социальный ресурс вуза;
- как способ интеграции инновационной и образовательной деятельности участников партнерства;
- как определенный тип взаимоотношений, в котором заинтересованы различные социальные группы и государство в целом;
- как механизм развития социально-инновационных процессов в самом вузе [1].

Понимая критичность сегодняшней ситуации, необходимо стремиться реализовать как можно более широкий спектр разнообразных форм взаимодействия: организация производственной практики и стажировок студентов; участие работодателей в учебном процессе (проведение семинаров, мастер-классов, преподавание профильных дисциплин); участие работодателей в определении требований к выпускникам в части умений и компетенций, в итоговой оценке качества выпускников (в том числе через профстандарты); стажировки преподавателей на предприятиях (как следствие, повышение качества образовательных услуг); совместные исследовательские проекты, партнерство в публикации результатов научных исследований и др.

Университет должен ставить перед собой задачу формирования качественного контингента обучающихся для подготовки квалифицированных работников гостиничного бизнеса с учетом потребностей регионов, оказание помощи молодежи в профессиональном самоопределении, становлении, социальной и психологической адаптации, дальнейшей трудовой деятельности. Концепция профориентационной работы определяет деятельность структурных подразделений университета на довузовском, вузовском и послевузовском этапах работы

в системе подготовки бакалавров и магистров. На довузовском этапе необходимо постоянно проводить расширение профориентационного пространства, осуществляя организацию и совершенствование профориентационной деятельности, организуя работу с абитуриентами, поступающими по целевому набору и многое другое.

Результатом многолетней работы СПбГЭУ является сформированная система партнерства, включающая различные учреждения и предприятия гостиничного бизнеса. Во взаимодействии с общеобразовательными учреждениями создается образовательное пространство, которое становится полем слияния интересов обучающегося, общеобразовательной организации, вуза, в дальнейшем работодателя [3]. Совместно с образовательными организациями осуществляется организация дополнительного обучения школьников с повышенной учебной мотивацией по профильным дисциплинам и некоторым специальным курсам в рамках сетевого взаимодействия в рамках направления подготовки «Гостиничное дело». Немаловажное значение для профориентационной деятельности имеет организация и проведение олимпиад школьников различных уровней, что может давать дополнительные баллы при поступлении. Помощь в проведении таких олимпиад конечно могут оказывать представители гостиничного бизнеса. Вузовский этап профориентационной работы предполагает сопровождение личностного и профессионального развития студентов (адаптационный лагерь для первокурсников, кураторство, профдиагностика для работы в гостиничном бизнесе, профориентированные мероприятия по курсам, психолого-педагогическая поддержка профессионального самоопределения обучающихся, развитие волонтерского движения профессиональной направленности), содействие в определении направлений будущей деятельности выпускника через инновационную деятельность, научные исследования и разработки, создание для студентов и выпускников в газете ВУЗа постоянной странички профориентационной направленности (электронного варианта на сайте) [4].

Социальное партнерство ВУЗа и предприятий гостиничного бизнеса с целью повышения качества подготовки выпускников также реализуется при совместной организации круглых столов, семинаров, конференций, посвященных вопросам практической подготовки студентов и трудоустройства выпускников. В рамках круглых столов обсуждаются вопросы: перспективное планирование кадровой политики на предприятиях гостиничного бизнеса конкретного региона,

целевые приемы обучающихся и много другое. Федеральный государственный стандарт высшего образования диктует требования высшим учебным заведениям обеспечивать гарантию качества подготовки, в том числе путем: разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей, а также регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей. Работодатели принимают участие в разработке и согласовании основных профессиональных образовательных программ, а также в анкетировании по оценке значимости формируемых компетенций. Этот сложный процесс требует концентрации усилий и ресурсов ВУЗа и социальных партнеров для того, чтобы изменения структуры профессиональных образовательных программ отвечали, в первую очередь, потребностям рынка труда, гибко и оперативно реагировали на внедрение инновационных технологий, позволяли в итоге формировать профессиональные компетенции и осваивать обучающимися определенные виды профессиональной деятельности. И для этого ВУЗы организуют взаимодействие выпускников и работодателей в формате Ярмарок вакансий, Дней карьеры, индивидуальных встреч с работодателями. Посещают данное мероприятие студенты выпускных курсов, которые имеют возможность обменяться с работодателями контактами, заключить предварительные договоренности о дальнейшем взаимодействии.

Важна роль социального партнерства в организации контроля над качеством подготовки обучающихся, в том числе и при проведении итоговой аттестации со стороны работодателей.

Таким образом, развитие взаимодействия ВУЗа и работодателей — ключевой момент в процессе трудоустройства выпускников. Развитие партнерского сотрудничества между системой высшего образования и работодателями позволяет модернизировать учебный процесс с учетом требований, предъявляемых рынком труда к специалистам, и, тем самым, повысить эффективность как самого процесса образования, так и степень успешного трудоустройства выпускников вузов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Балужева Т.В. Взаимодействие вуза с работодателями как фактор успешного трудоустройства выпускников // «Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика». — 2014. — вып. 1 (12).

2. Богачева О.В. Социальное партнерство как одна из форм взаимодействия бизнеса и учреждений высшего профессионального образования // Российское предпринимательство. — 2007. — № 8. Вып.2 (96). — С. 142–146.

3. Борисов А.Ф., Вагина О.С. Стратегии взаимодействия организации и ВУЗа: актуальность, проблемы и пути ее решения. Герценовские чтения 2015. Социологическое обозрение в России. Сб. материалов конференции / Отв. ред. А.В. Воронцов. — СПб.: Издательство ООО «ЭлекСис», 2015. — 192 с.

4. Булыгина И.И. Профессиональная адаптация студентов туристских специальностей как регулятор связи между системой образования и практической деятельностью. Электронный ресурс. URL: <http://www.sgu.ru/files/nodes/32835/04.pdf> (дата обращения: 20.05.2020).

5. Галанин Ю.Г. Социальное партнерство ВУЗа и гостиничного предприятия в профессиональной подготовке туристских кадров: дис. канд. пед. наук: 13.00.08. — Москва, 2011. — 192 с.

6. Задорина М.А. Изучение социального партнерства в профессиональном образовании на региональном уровне / М.А. Задорина, И.В. Тесленко // Мониторинг общественного мнения, 2013. — № 5 (117).

Тумарова Татьяна Гельцевна

Tumarova Tatyana

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет

St. Petersburg State University of Economics

Директор Института магистратуры СПбГЭУ

Профессор кафедры мировой экономики и международных
экономических отношений

Director of the Institute of Master programs UNECON

Professor, PhD

Department of World Economy and International Economic Relations

Программа «Международная экономика»

Master program «International Economics»

e-mail: tumarova@finec.ru

ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ECONOMIC SECURITY FACTORS IN MODERN CONDITIONS IN RUSSIA

В статье выделены особенности развития современной глобальной экономической системы, определены факторы, способствующие формированию в РФ конкурентоспособной экономики, повышающей экономическую безопасность страны. Акцент сделан на формировании эффективной валютной политики и ее элементов.

The article highlights the features of the development of the modern global economic system, identifies factors that contribute to the formation of a competitive

economy in the Russian Federation and that increase the economic security of the country. The emphasis is on the formation of an effective monetary policy and its elements.

Ключевые слова: глобальная экономика, экономическая и национальная безопасность, валютная политика государства, валютный курс, золото-валютные резервы, реформирование мировой валютной системы, новый технологический уклад.

Keywords: global economy, economic and national security, state exchange rate policy, exchange rate, gold and foreign exchange reserves, reform of the world monetary system, new technological structure.

В глобальной экономике в настоящее время усиливаются кризисные тенденции и потеря устойчивости развития. Глобальный мировой экономический кризис, пандемия COVID-19 резко обострили имеющиеся в мировой экономической системе противоречия, выявили бессилие в решении накопившихся проблем многих международных организаций и неэффективность действующей системы взаимодействия между странами для решения глобальных проблем, затрагивающих интересы всего человечества. В этих условиях наиболее актуальным вопросом становится формирование мирового экономического устройства на новых принципах, подходы к которому уже несколько десятилетий обсуждаются в среде научных исследователей и практиков. Такой переход сопряжен с огромными усилиями и финансовыми затратами всех государств мира, потребует формирования новой финансовой архитектуры, обновления мировых институтов, регулирующих различные сферы жизни глобального общества. Особенностью этого перехода является также активное развитие нового технологического уклада и цифровизации всех сфер жизнедеятельности общества, что усугубляет неопределенность формирования модели будущего. Важно осознавать, что такие изменения должны происходить в интересах мира в целом, как единой системы, а также перехода экономик стран на инновационное развитие, основанного на формирующемся новом технологическом укладе. При этом возникает и двуединая проблема для государств вхождения в такую новую систему миропорядка и при этом сохранения своей целостности и экономической безопасности. Под экономической безопасностью мы понимаем совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию.

В этих условиях задачи, стоящие перед Российской Федерацией, связаны с пониманием роли и места России во вновь формирующемся глобальном миропорядке и требует формулирования стратегии изменения российской экономики, нацеленной на переход от сырьевой модели развития страны, устаревшей инфраструктуры, теневой экономики, к новой модели, основанной на инновациях и резком повышении энергоэффективности и производительности труда, а, следовательно, повышении конкурентоспособности России в мире, а в условиях глобализации — обеспечения национальной, и в том числе экономической, безопасности страны. На глобальном уровне влияние России должно соответствовать ее статусу мировой державы, которая определяет достижение в мире более справедливого мироустройства.

При этом модернизация российской экономики протекает в условиях разбалансированности системы народного хозяйства, в условиях продолжающегося мирового экономического кризиса, который существенно усилился из-за пандемии, связанной с распространением COVID-19.

Важнейшими факторами, которые определяют формирующуюся модель экономического развития, являются технологические инновации, свойственные новому технологическому укладу. Помимо них существуют и другие факторы, обладающие разной степенью влияния на формирование новой модели развития страны. Не являясь основополагающими, как технологические инновации, они, тем не менее, способствуют или препятствуют формированию в России инновационной экономики, укреплению ее экономической безопасности и усилению ее участия в решении глобальных вопросов мироустройства.

Одним из таких важнейших факторов является валютная политика государства. Под валютной политикой будем понимать совокупность правовых, организационных и других мер в сфере валютных отношений, осуществляемых государством внутри страны и в международных валютно-кредитных связях в соответствии с текущими и стратегическими целями страны. Составляющими элементами валютной политики являются: формирование курса национальной валюты, состояние золото-валютных резервов страны, валютное регулирование и валютный контроль и т. п.

Так, по мнению многих аналитиков, отсутствие диверсификации в российской экономике и ее зависимость от состояния рынка нефти

связана с выбором политики валютного курса рубля. Сегодня ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры позволяет начать активную реструктуризацию экономической системы. Явная угроза экономическому положению России в тоже время выступает и важнейшей потенциальной возможностью для перестройки экономической системы страны в интересах повышения национальной безопасности. При этом вопросы курсообразования, основанного на плавающем, фиксированном или регулируемом курсе рубля, становятся жизненно важными для многих отраслей российской экономики, а также ориентиром для развития экспортно-импортной деятельности.

Вид валютной политики позволяет либо ускорять, либо сдерживать инновационный путь для России. Так, проведенная в 2008–2009, 2014 годах девальвация рубля укрепила позиции традиционных, ресурсодобывающих, экспортно-ориентированных отраслей российской экономики, но не способствовала, а скорее сдерживала развитие инноваций и инвестиций. Для долгосрочного развития России этот выбор оказался проблемным, привнес в систему угрозы, которые сейчас стремительно реализуются на практике. Между тем, Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ нацелена на диверсификацию экономики и инновационное ее развитие. Какая политика валютного курса нужна России сегодня и на длительную перспективу, какой курс российского рубля будет способствовать переводу страны на инновационный путь развития и ускорению темпов экономического роста, выполнению стоящих перед страной задач по развитию экономики и достижению указанного Президентом РФ уровня благосостояния населения? Научные дискуссии на этом поле еще далеки от завершения. В период вынужденных каникул весны 2020 года для многих предприятий российской экономики это еще и вопрос выживаемости, так как с этим фактором напрямую связаны и политика доступности банковских кредитов и стимулов для инвестиций и сбережений.

К составляющим валютной политики, наряду с формированием валютного курса, относится и достаточность золото-валютных резервов. Вопрос необходимости и достаточности золото-валютных резервов со времен введения Ямайской валютной системы представляется дискуссионным. С одной стороны, их достаточное количество способствуют поддержанию на определенном уровне курса национальной валюты, своевременному погашению внешнего долга, поднимают

рейтинг страны в ведущих рейтинговых агентствах, способствуя тем самым росту потока внешних инвестиций и повышению экономической безопасности страны. С другой стороны большие объемы валютных резервов «изымают» денежные средства из активного использования в экономике страны, что означает отвлечение части валовых национальных сбережений на финансирование иностранных государств. Эффективно ли в настоящее время используются созданные государством фонды, например Фонд национального благосостояния, является темой острых дискуссий.

Прошедшие за последние десятилетия глобальные экономические кризисы наглядно продемонстрировали, что через денежно-финансовые каналы происходит контроль за странами, не имеющими высокого уровня финансовой независимости. Происходит контроль за страной должником из-вне, он распространяется на все сферы жизни государства, начиная с экономической и переходя на социальные сферы и ведет к утрате де-факто национального суверенитета. Формы такого влияния все более и более становятся изощренными, лишая страну возможности проводить самостоятельную политику как на внешнем, так и на внутреннем контуре управления.

В связи с этим с точки зрения, в том числе формирования действенной валютной политики государства, важно определение того, как изменится мир после мирового кризиса, который еще на сегодняшний день далеко не исчерпан и каким образом будет восстанавливаться экономика РФ после двухмесячного вынужденного приостановления деятельности многих предприятий 2020 года. Здесь важнейший сигнал должен последовать от государства — кто в приоритете и кто является основным звеном для российской экономики.

Таким образом, сегодня на мировом пространстве происходят важнейшие изменения, передел сфер влияния, в том числе и на финансовых рынках, которые должны затронуть мировую финансовую и экономическую архитектуру и определяют взаимодействие между странами и сферы их влияния на ближайшие 70 лет. Проявилась необходимость модернизации всей мировой валютной системы (МВС), ее регулирующих органов — МВФ и Мирового банка, устранения гегемонии доллара США как мировой валюты, введения координирующих мировые финансовые рынки и банковские системы международного регулятора и построения новой архитектуры финансовых взаимосвязей. В этих процессах формирования нового глобального

миропорядка, для обеспечения своей национальной безопасности, Россия должна принимать активное участие, что уже продемонстрировано в рамках встреч стран G-20, где говорится о новом мироустройстве, в котором развивающиеся страны должны принимать более активное участие, что позволит реализовать идею об участии России в достижении более справедливого мироустройства и влиять на выработку решений, имеющих глобальные последствия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Современная трансформация мировой экономики: возможности и риски развития для России (монография) / Под ред. Рекорд С.И. Коллективная монография, посвященная 25-летию кафедры мировой экономики и международных экономических отношений СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016.

2. Тумарова Т.Г. Глобальные дисбалансы как предпосылка формирования новой мировой валютной системы Сборник материалов 5 Международной научно-практической конференции 28–29 марта 2014 года «Архитектура финансов: стратегия взаимодействия финансового и реального секторов экономики» — Изд-во СПбГЭУ, 2014.

3. Тумарова Т.Г., Редина Ю.Н. Концепция «валютной силы» как новый подход к исследованию реформирования мировой валютной системы // Научное обозрение. — 2014. — № 3.

Фомичева Наталья Михайловна

Fomicheva Natalia Michailovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса,

Associate Professor of the Chair of Hotel and Restaurant Business,

Программа «Управление гостиничным бизнесом»

Master program «Hotel management»

e-mail: n.fomicheva@yandex.ru

СТРАХОВАЯ ЗАЩИТА ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

THE INSURANCE PROTECTION OF THE ENTERPRISES OF HOTEL BUSINESS

Индустрия гостеприимства относится к наиболее рисковому видам предпринимательской деятельности. Управление рисками предприятий гостиничного бизнеса требует использования различных инструментов. Наиболее эффективным в настоящее время является страхование рисков.

The hospitality industry is one of the most risky types of business activity. Risk management of hotel businesses requires the use of various tools. The most effective currently is risk insurance.

Ключевые слова: риск, страхование, гостиничные комплексы.

Key words: risk insurance protection hotel.

В последние годы индустрия гостеприимства и туризма показывает активный рост, затрагивающий как внутренние, так и внешние рынки услуг. Ежегодно увеличивается мировой туристский поток, что увеличивает долю индустрии гостеприимства в мировом национальном продукте. В 2016, 2017 и 2018 годах число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию было более 24500 тысяч [1]. В то время как количество выездных поездок в зарубежные страны граждан России по годам показывает существенный рост. Так, в 2016 году более 31600 тысяч, в 2017 году — более 39600 тысяч, в 2018 году — около 42000 тысяч [1].

Соответственно увеличивается и доля предприятий, занятых в индустрии гостеприимства. Так, практически в три раза по сравнению с 1993 годом увеличилось количество гостиниц и аналогичных средств размещения. Если в 1993 году их было 6258, в 2010 году — 7866, то уже в 2017 году их численность достигла 18753 [1].

Однако, как любая сфера деятельности, индустрия гостеприимства подвержена влиянию целого спектра разнообразных рисков, которые затрагивают жизнь и здоровье людей, материальные активы предприятий и организаций, возможности получения доходов от деятельности и т. д. и является одним из наиболее рискованных видов деятельности. Катастрофические риски способны нанести непоправимый ущерб индустрии гостеприимства, в итоге многие предприятия этой сферы просто прекращают свою деятельность (например, COVID 19 практически парализовал деятельность данной сферы).

В этой связи проблеме управления рисками в индустрии гостеприимства в целом, и гостиничного бизнеса как ее составляющей в частности, должно уделяться особое внимание.

Риски, которые угрожают гостиничному бизнесу можно в первую очередь рассматривать как внешние и внутренние. К внешним рискам относятся такие риски как природные, политические, экономические, социальные, рыночные, форс-мажорные.

Внутренние риски связаны непосредственно с деятельностью предприятий гостиничного бизнеса и к ним относятся такие риски, как

ущерб имущественному комплексу, риски причинения вреда клиентам гостиниц и ресторанов, сотрудникам этих предприятий, и третьим лицам, а также предпринимательские и финансовые риски с учетом перерывов в работе предприятия по ряду причин.

Деятельность предприятий гостиничного бизнеса подвержена воздействию и внешних и внутренних рисков. Внешние риски затрагивают в той, или иной части деятельность практически всех предприятий гостиничного бизнеса и возможности повлиять на эти риски для руководителей предприятий практически не существует. Другое дело внутренние риски, которыми можно и нужно управлять.

Сегодня используется несколько базовых методов управления рисками, к которым относятся такие как переложение, разделение, диверсификация и страхование рисков. Наиболее часто используется страхование рисков.

Если говорить о рисках, которые касаются предприятий гостиничного бизнеса, то можно рассматривать две группы рисков. В о - п е р в ы х, это риски самого гостиничного предприятия, в о - в т о р ы х, это риски, которым подвержены клиенты гостиничных предприятий, в период, когда они пользуются услугами данных предприятий [2].

Несмотря на большое количество рисков, угрожающих предприятиям гостиничного бизнеса, страхованием охвачено менее трети всех существующих отелей. В основном, страхуют свои риски сетевые гостиницы и крупные гостиничные предприятия. Что же касается мини-отелей, то количество застрахованных гостиниц среди них составляет незначительную долю.

Страхование рисков гостиничных предприятий включает в себя в первую очередь имущественные риски. Это страхование самого имущественного комплекса. По итогам 2018 года основные фонды гостиниц и предприятий общественного питания составили 1415 млрд. руб., а степень износа основных фондов — 33,1% [1]. Коэффициент обновления гостиниц и предприятий общественного питания на конец 2018 года составил 3,1, а коэффициент выбытия на начало года — 0,4 [1]. Эти данные, наряду с динамикой роста количества гостиничных комплексов в последние годы, говорят о том, что гостиницы и предприятия общественного питания в целом находятся в хорошем состоянии и проблем с принятием этого имущества на страхование быть не должно.

Значительная часть крупных гостиниц расположена в зданиях, находящихся под охраной государства, или представляющих историческую

ценностью. При заключении договора страхования будут учитываться год постройки здания, проведенные реконструкции, изменения планировки и т. д. Страховая премия будет составлять где-то от 0,2 до 0,6% от страховой суммы.

Что касается страхования средств транспорта, принадлежащего отелю, то они как правило страхуются в двух видах. Это обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, без наличия которого автомобили не могут быть участниками дорожного движения и страхование самого автотранспортного средства на случай различных повреждений, угона и хищения.

Особое место занимает страхование рисков, связанных с повреждением и уничтожением имущества в номерах, в холлах, а также произведений искусства, находящихся внутри здания.

Страхование оборудования гостиничных комплексов касается как обязательного, так и добровольного страхования. При наличии лифтов и фуникулеров страхование их является обязательным, как источников повышенной опасности. В силу закона осуществляется страхование гражданской ответственности владельцев опасных объектов. Что касается остального оборудования, например, духовых шкафов, холодильников в ресторанах и т. д., то это является добровольным видом страхования, не подлежащим обязательной регламентации.

Еще одним добровольным видом имущественного страхования, но имеющим большое значение для функционирования гостиничных комплексов, является страхование ущербов, возникающих от перерывов в производстве. Как правило, это связано с пожарами, наводнениями и прочими рисками, от которых гостиница уже застрахована в рамках страхования имущества. Но вот компенсировать финансовые риски (оплата налогов, процентов по кредитам, потеря прибыли и т. д.) возникающие в итоге произошедших неблагоприятных событий можно только при наличии страхования от перерывов в производстве.

Страхование рисков гостиничного предприятия, относящихся к личному страхованию, представлено страхованием от несчастных случаев и болезней работников гостиниц и ресторанов, а также добровольным медицинским страхованием сотрудников. Это добровольные виды страхования, которые могут быть оба включены в социальный пакет. Небольшие гостиницы, как правило, заключают только договоры от несчастных случаев и болезней.

Вторая группа рисков гостиничных предприятий, связана с причинением вреда клиентам ресторанов или гостиниц. Эти риски могут быть покрыты следующими полисами: страхованием общегражданской ответственности предприятия, и страхованием ответственности за качество товаров, работ и услуг. Оба эти вида страхования являются добровольными, но переоценить их значения для гостиничных комплексов трудно. Они позволяют защитить гостиничные предприятия от претензий, связанных с причинением вреда жизни, здоровью и имуществу клиентов.

Таким образом, грамотно проведенная оценка рисков предприятия, выбор адекватных методов управления рисками и необходимого уровня страхования предприятий гостиничного комплекса позволяет защитить их от различных рисков, а при наступлении страхового случая получить финансовые средства для скорейшего возобновления деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральная служба государственной статистики Россия в цифрах — 2019 г. URL: https://gks.ru/bgd/regl/b19_11/Main.htm
2. Фомичева Н.М. Страхование как инструмент управления рисками в гостиничном бизнесе // Социально-экономические аспекты развития индустрии гостеприимства и модернизация образования в условиях цифровой экономики: монография (Коллектив авторов). — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 160 с. — С. 22–32.

Хорева Любовь Викторовна
Khoreva Lyubov Viktorovna

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: luhor@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: ОБЗОР ПОДХОДОВ

FORMING LOYALTY OF TOURISM CONSUMERS: AN OVERVIEW OF APPROACHES

Рассматривается изменение практики туристского потребления под влиянием пандемии и экономического кризиса; показано, что кризис привёл к падению экспорта туристских услуг, полному сокращению въездных и выездных

потоков на мировом рынке туризма; произошло изменение форматов потребления туристских услуг, часть индустрии впечатлений переходит в онлайн режим, закрепляется «дистанционный» тип потребления многих услуг; все это создаёт новую экосистему туристской индустрии. Изменения на туристском рынке актуализируют задачи по поиску новых подходов к формированию лояльности туристов с учётом новой системы потребительских практик. Приводится систематизация теоретических подходов к формированию лояльности туристов на различных уровнях обобщения; анализ построен с использованием методологического приёма, применяемого в маркетинге: модели воронка продаж. Данный подход использован в качестве логической модели для анализа особенностей формирования и удержания лояльности туристов к конкретным объектам, что позволило «сужать» взгляды на проблему, начиная от общего подхода к лояльности клиентов, через лояльность в сфере туризма в целом, лояльности бренда и лояльности к дестинации.

Changes in tourist consumption practices under the influence of the pandemic and the economic crisis are considered; it is shown that the crisis has led to a decline in the export of tourism services, a complete reduction in inbound and outbound flows in the global tourism market; there has been a change in the formats of consumption of tourist services, part of the industry of impressions goes online, the “remote” type of consumption of many services is fixed; all this creates a new ecosystem of the tourism industry. Changes in the tourist market actualize the task of finding new approaches to the formation of tourist loyalty, taking into account the new hierarchy of consumer values. The systematization of theoretical approaches to the formation of tourist loyalty at various levels of generalization is given; the analysis is built using the methodological technique used in marketing: sales funnel models. This approach was used as a logical model for analyzing the features of the formation and retention of tourist loyalty to specific objects, which allowed to “narrow” views on the problem, starting from a general approach to customer loyalty, through tourism loyalty in general, brand loyalty and destination loyalty.

Ключевые слова: туристские услуги, потребительские практики, экосистема туризма, лояльность, дестинация.

Keywords: travel services, consumer practices, tourism ecosystem, loyalty, destination.

Кризис туристской сферы, обусловленный абсолютным прекращением «оффлайн путешествий», стал серьёзным вызовом для всех участников рынка индустрии гостеприимства. Фактически мировая экономика переживает два кризиса: первичный, связанный с пандемией и, вторичный, экономический, вызванный масштабным падением спроса и ограничением предложения в сфере услуг. При этом меняется не только привычная практика потребительского поведения, но психология потребления, в том числе, в сфере туризма [7]. Именно индустрия гостеприимства находится в зоне наибольшего риска как

контактная сфера, прозванная производить клиентоориентированные услуги, что в современной рыночной экономике является одним из базовых конкурентных преимуществ любого участника сервисного рынка, а в условиях пандемии стало основанием для прекращения деятельности на период карантинных мероприятий. Пока еще трудно оценить общие экономические потери, но первые оценки российского туристского бизнеса весьма неутешительные: «... вполне реальна угроза потери 40–50% туроператоров, занятых во въездном и внутреннем туризме» [3]. Результатом станет падение экспорта туристских услуг, то есть сократятся въездные потоки туристов в большинстве стран, повторные посещения туристами дестинаций станут менее активными, изменятся в целом практики потребления услуг, часть индустрии впечатлений перейдет в онлайн формат.

Создавшаяся на рынке ситуация потребует от его участников считаться с новыми потребительскими практиками, которые сформирует и усилит кризис, а именно: появятся более высокие требования к безопасности путешествий, в том числе, при возникновении форс-мажорных ситуаций; расширится сегмент виртуальных путешествий; повысятся требования к обеспечению доступности онлайн сервисов поддержки, информирования, консультирования. Тенденции, которые стали складываться на туристском рынке под влиянием технологических и социальных изменений, актуализируются новыми кризисными обстоятельствами. Среди тенденций, которые будут «набирать обороты»: цифровизация туристского сервиса, индивидуальный подход к клиенту, экологичность турпродукта, разнообразие форматов предложения и обслуживания с использованием онлайн технологий и пр. [7]. Мы и сейчас это уже наблюдаем: происходит лавинообразный рост предложений виртуальных путешествий: по дестинациям, по музеям, по театральным и концертным площадкам и т. д., то есть закрепляется «дистанционный» тип потребления многих туристских услуг [1]. Подобные виртуальные сервисы в туризме существовали и до кризиса, но сегодня они будут кардинально менять пространство сферы туризма и создадут новую экосистему туристской индустрии. В общем случае экосистема в туризме — это система гибкого взаимодействия, обслуживающая все аспекты потребительского поведения и все бизнес-процессы, обеспечивающая тем самым гармоничное взаимодействие потребителей и поставщиков туристских услуг. Экосистема предполагает обмен ресурсами для создания «взаимной выгоды». Сегодня

речь может идти уже о «цифровой туристской экосистеме», обеспечивающей взаимосвязь между участниками туристской активности (туристами, поставщиками услуг, посредниками и др.) и техническими (информационными, цифровыми, сетевыми) ресурсами для гармонизации процесса создания и потребления туристского продукта [6], что весьма важно в условиях кризиса. Необходимо постоянно меняться и принимать решения в условиях неопределённости, однако для турбизнеса здесь кроются новые вызовы и возможности [7]. Важно думать не только как сейчас сохранить бизнес, но играть «на опережение», в том числе, с точки зрения сохранения своих клиентов, развития систем лояльности с учётом новой иерархии потребительских ценностей и выборов.

Мы в данной статье хотели бы провести некоторую систематизацию теоретических подходов к формированию лояльности туристов на различных уровнях обобщения. Анализ был построен с использованием методологического приёма, применяемого в маркетинге: модели воронки продаж. Опишем «воронку лояльности» в сфере туризма, адаптируя подход, используемый в построении модели «маркетинговой воронки» или «воронки продаж» [14]. Данный подход мы используем в качестве логической модели для анализа особенностей формирования и удержания лояльности туристов к конкретным объектам «сужая» взгляды на проблему, начиная от общего подхода к лояльности клиентов, через лояльность в сфере туризма в целом, лояльности бренду и лояльности к дестинации различных категорий путешественников.

Лояльность рассматривается как важный и мощный фактор обеспечения конкурентоспособности любого актора на рынке, является основой развития устойчивого конкурентного преимущества, зачастую более важной, чем доля рынка и структура затрат при производстве продукта [17]. В общем случае лояльность клиентов связана с тремя «намерениями»: намерением продолжать покупки (пользоваться услугами), намерением увеличить покупки, намерением рекомендовать [16]. Лояльность в большинстве случаев ассоциируют с повторной покупкой и рассматривается в двух аспектах: поведенческом и эмоциональном, что сформулировано в определении лояльности Р. Оливера [22], который определяет два базовых признака лояльности: наличие факта повторной покупки (повторного посещения) и, наличие в качестве базы формирования лояльности, потребительского опыта у субъекта, готовности потребителя распространить позитивную ин-

формацию, связанную с полученным опытом потребления, взаимодействия с брендом, посещения дестинации и т. д.

В формировании лояльности на базе потребительского опыта, используются «поведенческие измерения», чтобы отразить фактическое поведение клиентов и поведенческие намерения [24], а главными факторами, которые сегодня широко изучаются и называются в качестве базовых является: удовлетворённость клиентов оказанными услугами. Результаты многих исследований показывают, что удовлетворённость клиентов является самым сильным фактором, определяющим лояльность. Так, именно удовлетворённость формирует прямое положительное влияние на лояльность клиентов индустрии гостеприимства, в частности, гостиничных сетей, а также «гедонистические измерения» процесса оказания услуг [2; 18]. И если говорить о дестинации, то именно фактор удовлетворённости от различных аспектов пребывания в ней может быть фактором повторного посещения [9].

Следующим срезом в нашем исследовании является анализ лояльности потребителя (туриста) к дестинации. Вопросы лояльности к дестинации стали активно рассматриваться в исследовательской литературе с начала XXI века. Среди первых публикаций называются работы, в которых делаются попытки объяснить лояльность туриста к дестинации различными факторами [12]. В общем случае большинство работ определяют лояльность «места назначения» как сформировавшееся намерение вернуться и намерение рекомендовать дестинацию другим туристам [15].

Сегодня лояльность к дестинации рассматривается в таких аспектах как: лояльность туристов по отношению к объектам культурного наследия территории [19], дружелюбность дестинации по отношению к туристам с различными запросами и предпочтениями [8], созданию лояльности в дестинациях, развивающих различные виды туризма [26], уровень доверия туристов к дестинации, к ее бренду и имиджу как фактору формирования лояльности [11], а также связь лояльности с непосредственными намерениями туристов к повторным посещениям дестинации в будущем [21].

Однако лояльность не ограничивается только аспектами восприятия туристами дестинации как перспективной и интересной для повторных посещений, рассмотрение аспектов лояльности предполагает и изучение механизмов воздействия на лояльность жителей (резидентов) дестинации, которая является местом их проживания

и повседневного пребывания, а также индустрии гостеприимства в целом. Вопросы лояльности резидентов особенно актуальны в контексте овертуризма, который формирует отрицательную лояльность жителей, а зачастую открытое противодействие развитию туризма в конкретной дестинации. Отметим, что многие исследователи указывают, что брендинг играет значительную роль в овертуризме, поскольку способствует стимулированию повторных посещений [4]. Обычно в этом аспекте при рассмотрении процессов создания достаточного уровня лояльности наиболее признанным является общий подход к оценке отношения местных жителей к развитию туризма, базирующийся на теории социального обмена [23].

Место бренда и привязанности к определённым брендам является еще одним срезом, активно изучаемым в контексте формирования лояльности потребителей в сфере туризма. Здесь акценты расставляются через рассмотрение бренда дестинации и восприятия туристами ценностей бренда дестинации, эмоциональной составляющей восприятия бренда дестинации [10], развития стратегии бренда туристских аттракций, бренда событий, бренда фестивалей с использованием инновационных подходов и расширения привлечения различных стейкхолдеров к созданию бренда, возможности для привлечения новых и лояльности постоянных посетителей и влияния общего имиджа дестинации на лояльность туристов [28]. Зачастую бренд называется «промоутером» туризма и помогают закреплять позитивный имидж дестинации в сознании туристов, а имидж события связывается в конечном счете с брендом дестинации. Для развития эмоциональной привязанности к бренду важное значение играют «ментальные ассоциации», которые способствуют формированию позитивных устойчивых эмоциональных связей между клиентом и брендом, формируют условия для лояльности. Так, путешественник, скорее всего, выберет пункт назначения с наиболее благоприятным имиджем и сформовавшимся привлекательным брендом [5].

Тем самым в качестве инструмента для эффективного позиционирования территории как уникальной туристской дестинации на национальном и международном рынках используется туристский бренд [27], бренд рассеивается и как условие создания конкурентного преимущества на базе потребительского капитала бренда и правильного его позиционирования у целевых сегментов [25]. Брендинг туристской дестинации выступает средством обозначения отличий территорий, притягательных для туристов, друг от друга по всему миру и повыша-

ет общий уровень лояльности туристов к дестинации [20]. Компании, занимающиеся продвижением туризма в дестинации должны сосредоточиться на развитии у туристов опыта, позволяющего закреплять позитивные ассоциации брендов территорий и тем самым способствуя повышению лояльности к бренду и дестинации в целом [13].

Приведённый нами краткий анализ с использованием логической модели «воронки» позволил систематизировать теоретические подходы к формированию лояльности туристов на различных уровнях обобщения, переходя от общего к частному, мы выделили подходы к рассмотрению лояльности клиента как таковой, далее рассмотрели лояльность в сфере туризма в целом, через лояльность бренду рассмотрели лояльность как туриста, так и резидента к туристской дестинации. В заключении укажем, что понимание того, что ожидает турист от потребления туристского продукта, от пребывания в дестинации, от встречи с тем или иным туристским объектом, аттракцией, событием, брендом должно быть положено в основу разработки системы лояльности, основанной на создании условий для повышения уровня позитивных впечатлений от процесса потребления и стимулировать повторное посещение. В итоге в выигрыше окажутся те, кто разрабатывает и будет использовать новые системы лояльности туристов как на уровне собственного бизнеса, так и на уровне дестинации, и на уровне национальной индустрии туризма и гостеприимства в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Туристское потребление в системе социально-экономических отношений // Университетский научный журнал. 2012. № 2. С. 37–47.
2. Морозова Л.С., Поправкина А.А., Чернова Д.Г. Подходы к определению понятия «лояльность потребителя» в индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 1 (62). С. 85–93.
3. Рынку грозит потеря 40–50% туроператоров по въездному и внутреннему туризму // RATAnews. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. 2020. № 5033. 10 апреля. URL: https://ratanews.ru/news/news_10042020_2.stm
4. Сушинская М.Д. Лояльность местных жителей и развитие дестинации // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. С. 30–36.
5. Хорева Л.В., Трабская Ю.Г., Зеленская Е.М. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 6 (96). С. 50–60.
6. Хохлова О.В., Седова Н.А. Элементы экосистемы в туризме (на примере детского туризма) // Современное состояние и потенциал развития туризма в России. Омск: Изд-во ОмГТУ. 2018. С. 120–124.

7. Шпилько С. «Мы переживаем беспрецедентный кризис — два в одном» // RATAnews. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. 2020. № 5029. 06 апреля. URL: https://ratanews.ru/news/news_6042020_2.stm

8. Al-Ansi A., Han H. Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2019. Vol. 13. PP. 51–60.

Alderighi M., Bianchi C., Lorenzini E. The impact of local food specialities on the decision to (re)visit a tourist destination: Market-expanding or business-stealing? // *Tourism Management*. 2016. Vol. 57. PP. 323–333.

10. Aro K., Suomi K., Saraniemi S. Antecedents and consequences of destination brand love — A case study from Finnish Lapland // *Tourism Management*. 2018. Vol. 67. PP. 71–81.

11. Artigas E.M., Yrigoyen C.C., Moraga E., Villalón C. Determinants of trust towards tourist destinations // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2017. Vol. 6. Is. 4. PP. 327–334.

12. Bigné J.E., Sánchez M.I., Sánchez J. Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship // *Tourism Management*. 2001. Vol. 22 (6). PP. 607–616.

13. Chow H., Ling G., Yen I., Hwang K. Building brand equity through industrial tourism // *Asia Pacific Management Review*. 2017. Vol. 22. Is. 2. PP. 70–79.

14. Colicev A., Kumar A., O'Connor P. Modeling the relationship between firm and user generated content and the stages of the marketing funnel // *International Journal of Research in Marketing*. 2019. Vol. 36, Is. 1. PP. 100–116.

15. Cossío-Silva F., Revilla-Camacho M., Vega-Vázquez M. The tourist loyalty index: A new indicator for measuring tourist destination loyalty? // *Journal of Innovation & Knowledge*. 2019. Vol. 4. Is. 2. PP. 71–77.

16. Cronin J.J., Brady M.K., Hult G.T.M. Assessing the Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Customer Behavioral Intentions in Service Environments // *Journal of Retailing*. 2000. Vol. 76 (2). PP. 193–218.

17. Dick A.S., Basu K. Customer Loyalty: Toward an Integrated Framework // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1994. Vol. 22 (2). PP. 99–113.

18. El-Adly M.I. Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2019. Vol. 50. PP. 322–332.

19. Fu X. Existential authenticity and destination loyalty: Evidence from heritage tourists // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2019. Vol. 12. PP. 84–94.

20. Fyall A., Leak A. Destination marketing: Future issues-Strategic challenges // *Tourism and hospitality research*. 2006. Vol. 7(1). PP. 50–63.

21. Meleddu M., Paci R., Pulina M. Repeated behaviour and destination loyalty // *Tourism Management*. 2015. Vol. 50. PP. 159–171.

22. Oliver R.L. Whence Consumer Loyalty? // *Journal of Marketing*. 1999. Vol. 63. (special Issue). PP. 33–44.

23. Paraskevaidis P., Andriotis K. Altruism in tourism: Social Exchange Theory vs Altruistic Surplus Phenomenon in host volunteering // *Annals of Tourism Research*. 2017. Vol. 62. PP. 26–37.

24. Prentice C., Correia Loureiro S.M. An asymmetrical approach to understanding configurations of customer loyalty in the airline industry // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2017. Vol. 38. PP. 96–107.

25. Rodríguez-Molina M. A., Frías-Jamilena D. M., Del Barrio-García S., Castañeda-García J. A. Destination brand equity-formation: Positioning by tourism type and message consistency // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2019. Vol. 12. PP. 114–124.

26. Sato S., Kim H., Buning R. J., Harada M. Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers // *Journal of Destination Marketing & Management*. 2018. Vol. 8. PP. 74–81.
27. Todd L., Leask A., Ensor J. Understanding primary stakeholders' multiple roles in hallmark event tourism management // *Tourism Management*. 2017. Vol. 59. PP. 494–509.
28. Zhang Q. Research on Tourist Attractions Performance Promoting Method Based on the SWOT Analysis Method // *IERI Procedia*. 2012. Vol. 1. PP. 254–260.

Эпштейн Михаил Залманович
Epstein Michael Zalmanovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg state university of economics
Программа «Международный бизнес»
Master program «International business»
e-mail: m-epstein@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОНЯТИЯ ПРОСТРАНСТВА В СРАВНИТЕЛЬНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

USING THE CONCEPT OF SPACE IN COMPARATIVE MANAGEMENT

Рассматривается использование понятия пространства для описания бизнес-среды международной компании. Обсуждаются принципы выделения характеристик и их показателей для формирования пространства, а также введение метрик, позволяющих сравнивать близость анализируемых объектов.

The concept of space is used to describe the business environment of an international company. The principles of distinguishing characteristics and their indicators for the formation of space are discussed, as well as the introduction of metrics that allow comparing the proximity of analyzed objects.

Ключевые слова: сравнительные исследования, менеджмент, пространство, измерение, система показателей.

Key words: comparative research, management, space, measurement, indicator system.

Проведение международных сравнительных исследований требует создания методик, позволяющих анализировать объекты, находящиеся в разнокачественных средах. Одним из важных принципов при этом становится использование для анализа одних и тех же показателей, отражающих свойства этих объектов или окружающей их среды.

В качестве примера можно привести методики анализа политической и экономической среды, описанные в [1]. В этом случае можно говорить об экономическом и политическом пространствах, в которых действует предприятие.

В философском смысле пространство является формой существования объектов, проявляющейся в их взаимоотношениях со средой. В математике пространство рассматривается как совокупность математических объектов и отношений между ними, заданные используемыми аксиомами.

Понятие пространства используется для описания объектов различной природы. В физике речь идет о таких отношениях как протяженность, расстояние. Для социально-экономических систем подобные отношения также могут быть введены, но используются другие показатели.

В теориях интернационализации (стадийных моделях) используется понятие географического пространства. Предполагается, что фирмы-экспортёры выходят сначала на рынки стран-соседей, а затем осваивают более удалённые рынки. В данном случае физическое расстояние, как правило, отражает не только собственно географическое расстояние, но и различия рыночных условий.

Измерение географического расстояния можно считать наиболее понятным для конструирования процедуры измерения. Однако, даже здесь есть «подводные камни». Расстояние можно измерять по прямой от одной столицы до другой. При таком подходе появляется погрешность, связанная с географией поставок, которые могут циркулировать между другими точками в рассматриваемых странах. Если рассматривать возможность транспортировки разными видами транспорта, то выясняется, что могут проявляться отличия не только в физическом расстоянии, но и во времени, и в стоимости. Для разных видов товаров приоритетными являются разные показатели, которые и определяют транспортную доступность. Например, доставка товаров из японских портов в Западную Европу по Северному морскому пути короче, чем через Суэцкий канал, занимает меньше времени, но дороже.

Само по себе физическое расстояние важно при большом значении для формирования конкурентных преимуществ оптимизации физического перемещения товаров. Однако формы участия компании

в международных операциях могут быть различными (прямой и непрямой экспорт и/или импорт, лицензирование, франчайзинг, совместные предприятия, стратегические альянсы и т. п.). На выбор целевых рынков и форм выхода на них оказывают влияние факторы разной природы. Выделяют различия в социальной среде, экономике, институциональном окружении, культуре [2]. Географическое (физическое) расстояние определённым образом отражает нарастание различий в бизнес-среде по мере увеличения расстояния от страны базирования. В этой связи можно отметить различия в путях интернационализации на региональном и мировом уровне [3].

В теории интернационализации было введено понятие «психологического расстояния», которое учитывало сразу несколько факторов (социальных, институциональных и т. п.), но особенно акцентировалось внимание на культурных различиях [4].

Использование нескольких измерений важно для сравнения социально-экономических систем, обладающих разными по своей природе характеристиками. При этом встает несколько очевидных проблем. В качестве первой можно указать на полноту отражения существенных свойств бизнес-среды. В частности, представляется упущением при построении пространства, описывающего бизнес-среду, отсутствие коммуникационного пространства как самостоятельного подпространства. Коммуникационное пространство играет в международном бизнесе значительную роль, исследователи обязательно указывают на коммуникационные барьеры. При этом в сравнительных исследованиях анализируются культурные аспекты. Однако, в современных условиях усиливается роль международных проектов, в которых происходит обмен деятельностью в производственном процессе (в широком смысле). Соответственно, с одной стороны возрастает важность информационных обменов, с другой стороны используется виртуальное пространство для удаленной работы международных команд. Коммуникации в цифровой среде, с использованием информационных и телекоммуникационных технологий меняют способы общения, усиливая одни коммуникационные каналы и относительно ослабляя другие. Обычно указывают на разницу во времени при работе на больших расстояниях и отсутствие неформальной психологической атмосферы, снижение интенсивности коммуникационной деятельности.

При построении измерений пространства идеально использовать независимые показатели, которые в совокупности бы образовывали «базис» пространства международной компании. Как правило, этой проблеме не уделяется достаточного внимания.

Для каждого типа факторов разные авторы предлагали разные наборы показателей. Например, для определения различия национальных культур популярно использование индексов Г. Хофстеде. Ряд авторов являются сторонниками «объективных» показателей. На этом основании в [2] используется для измерения культурных различий показатель близости языков. Однако, следует отметить, что это измерение основано также на экспертной оценке. Тем не менее, разделение показателей, получаемых как результат измерения результатов деятельности, и показателей, отражающих мнение акторов или третьих лиц, является важным.

В [2] сделана попытка построения системы показателей, позволяющей получить расстояние между странами в «управленческом» пространстве. Сводный индекс является результирующим от социально-экономического, физического и культурно-исторического расстояний. В свою очередь, социально-экономическое расстояние складывается из различий в образовании, демократических институтах и уровне экономического развития. Культурно-историческое расстояние отражает дистанцию между странами вследствие колониального прошлого, религиозных и языковых различий.

После введения измерителя и показателей, отражающих его, необходимо ввести метрику, позволяющую делать количественные измерения и принимать управленческие решения, проверять исследовательские гипотезы. В [2] для этого использована техника свёртки критериев, а в [5] максимум модуля разности значений сравниваемых объектов по всем измерениям.

Конструирование набора показателей и введение метрик должно соответствовать типу описываемых объектов и поставленным лицом, принимающим решение, задачам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Дэниелс Дж. Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции. — М.: Дело, 1998. — 794 с.
2. Martín Martín, O., Drogendijk, R. Country Distance (COD): Development and Validation of a New Objective Measure // Journal of Small Business Management. — 2014. — Vol. 52. — Issue 1. — P. 102–125.

3. Chetty, S., Campbell-Hunt, C. Paths to internationalisation among small- to medium-sized firms: A global versus regional approach. — *European Journal of Marketing*, Volume 37, Numbers 5–6, 2003, pp. 796–820.

4. Johanson, J., and Wiedersheim-Paul F. The Internationalisation of the Firm: Four Swedish Cases // *Journal of Management Studies*. — 1975. — Vol. 12 (October). P. 305–322.

5. Родионова Е.А., Эпштейн М.З. Математическое моделирование характеристик национальной деловой культуры // *Актуальные теоретические и прикладные вопросы управления социально-экономическими системами: Материалы Международной научно-практической конференции*. — Том 4. Москва, 20 декабря 2019. — М.: Институт развития дополнительного профессионального образования, 2019. — С. 45–48.

ЧАСТЬ II
СТАТЬИ МАГИСТРАНТОВ

Абрамова Мария Владимировна
Abramova Mariia Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Корпоративные финансы»
Master program «Corporate finance»
e-mail: 231397@mail.ru

**ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛПК
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**THE MAIN FINANCIAL RISKS OF THE FORESTRY COMPLEX
IN MODERN CONDITIONS**

В статье рассмотрены основные инновационные направления компаний лесопромышленного комплекса. Выявлены риски, которые могут возникнуть при осуществлении деятельности в современных мировых условиях и их влияние на финансовое состояние фирмы.

The article considers the main innovative directions of the companies of the forest industry complex. Risks that may arise in carrying out activities in modern world conditions and their impact on the financial condition of the company have been identified.

Ключевые слова: лесопромышленный комплекс, ЛПК, финансовые риски, инвестиции, инновации в отрасли.

Keywords: The forestry complex, financial risks, investment, innovations in the industry.

В Российской Федерации на начало 2019 года по данным Государственного лесного реестра (ГЛР) насчитывалось 1 146 124,3 тыс. га земель лесного фонда, что составляет 20% мировых запасов лесов [2].

Вопреки тому, что Россия обладает обширными запасами древесины, состояние лесопромышленного комплекса (ЛПК) национальной экономики недостаточно развито.

В течение 2019 год мировой тренд изменения цен ЛПК остался нисходящим. Комфортное существование компаниям обеспечили «сверхдоходы», полученные в отрасли на пиковых ценах в 1–3 кв. 2018 года.

В период низких цен многие крупные компании как в России, так и за рубежом занимались модернизацией производства, а некоторые даже могли позволить приостановить производства.

Некоторые компании в ЛПК уже предоставили данные о результатах 2019 года: Mondi Group сократила выручку на 3% до € 7,268 млрд, International Paper: –3,99% до \$23,376 млрд, UPM: –2% до € 10,238 млрд, Stora Enso: –4,1% до € 10,055 млрд.

По итогам 2019 года компании в России так же получили сокращение, так, например, по предварительным оценкам, АО «Группа Илим» потеряла до 30% EBITDA из-за падения цен на целлюлозу [3].

Производство клеёной фанеры в России в 2019 г., по предварительным данным, составило 4,08 млн куб. м. это на 1% меньше, чем в предыдущем году. Изготовление целлюлозы и древесомассы в России за 2019 год сократилось на 3,9% в сравнение с 2018 годом. Производство бумаги и картона в России в 2019 г., по предварительным данным, составило 9,13 млн т. Это на 0,2% меньше, чем год назад, однако последующее уточнение обычно даёт прибавку порядка 100 тыс. т — если это подтвердится, то рост производства бумаги и картона будет идти уже 6 лет подряд с совокупной прибавкой за этот период 1,5 млн т [3].

За последние 10 лет вклад лесного комплекса в экономику России существенно ниже оцениваемого потенциала. Такая ситуация стала следствием ориентации отечественных производителей преимущественно на реализацию необработанной древесины, а также недоиспользование экспортного потенциала.

Согласно данным Стратегии развития лесного комплекса России до 2030 года, к указанному периоду ожидается, что вклад лесной промышленности в ВВП страны удвоится и достигнет 1%. [1].

Одной из целей Стратегии является «достижение устойчивого лесопользования, инновационного и эффективного развития использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов, обеспечивающих опережающий рост лесного сектора экономики, социальную и экологическую безопасность страны, безусловное выполнение международных обязательств России в части лесов» [1].

За последние 10 лет в России появились негативные тенденции развития ЛПК, одной из них можно назвать недостаточный уровень инвестиционной привлекательности и низкий объем инвестиций.

Для решения данной тенденции государство пересмотрело механизм приоритетных инвестиционных проектов (ПИП). На данный

момент минимальный объем инвестиций в ПИП, в котором реализуется модернизация мощностей, увеличилась до 2 млрд. руб., и до 3 млрд. руб. увеличился объем в проекты по созданию новых объектов. Отбор компаний идет очень серьезный, ведь инвестор получает ряд преимуществ (получать сырье с 50% скидкой, скидки на аренду земли, компенсация части расходов).

В 2019 году реализовывалось 16 проектов по всей России: от Северного Кавказа до Дальнего Востока.

Наибольшие перспективы связаны с реализацией проектов в области целлюлозно-бумажная промышленность (ЦБП), так как данный проекты обеспечивают наиболее глубокую переработку древесины, а спрос на её продукцию растёт с каждым годом [4].

На сегодняшний день развитие российского ЛПК связано в первую очередь с развитием целлюлозно-бумажной промышленностью. Стратегия-2030 предполагает увеличение производства товарной целлюлозы до 13 968 тыс. тонн, бумаги и картона — до 11 739 тыс. тонн. Прежде всего за счет реализации крупных инвестиционных проектов по строительству новых целлюлозно-бумажных комбинатов. Крупнейшими проектами по модернизации или созданию новых комбинатов являются; Лесохимический комплекс в Красноярском крае (ГК «Сегежа») — 156 млрд. руб.; Целлюлозный завод «Суда» в Вологодской области (ГК «СВЕЗА») — 150 млрд. руб.; Лесопромышленный комплекс в Красноярском крае (АО «Краслесинвест») — 102 млрд. руб. [5].

Большая часть инвестиций в компаниях направлена на экологичное использование сырья. Для минимизации негативного влияния на окружающую среду разрабатываются инновационные решения, способствующие сохранению и воспроизводству возобновляемых природных ресурсов, происходит замещение материалов в пользу экологически безопасных, в первую очередь материалов с возможностью вторичной переработки.

Особое внимание компании уделяют переработки отходов, стараясь сформировать безотходное производство. Так, например, ГК «СВЕЗА» занимается строительством Мини-ТЭЦ на своих комбинатах. Реализация в городе Санкт-Петербург станет третьим подобным объектом на предприятиях группы. Строительство аналогичных станций планируется произвести на всех комбинатах группы компании. В 2017 году на Мини-ТЭЦ холдинг инвестировал около 4,5 млрд рублей. Данное строительство позволит достичь безотходного производства.

В дальнейшем компания «СВЕЗА» планирует построить аналогичные объекты на комбинатах «СВЕЗА Усть-Ижора» в Колпинском районе Санкт-Петербурга и «СВЕЗА Уральский» в Пермском крае.

Развитие компаний в области использования отходов деревообработки может быть направлено не только в строительство экологичных ТЭЦ, но и в производстве древесных пеллет, так, например в январе-ноябре 2019 года увеличился более чем на 17%. По данным Росстата, за одиннадцать месяцев в России было произведено 1,5 млн т. топливных гранул.

Экологичность и технологизация — основные направления развития ЛПК на ближайшие годы, поэтому можно предположить и развитие вторичного использования макулатуры. Основанием для выводов служит, что в России сбор сырья составляет 20–30%, тем временем в развитых странах данный показатель достигает до 75%. Освоение новых технологий по производству продукции из вторичного сырья позволит экономить лесные ресурсы и в дальнейшем производить и изоляционные материалы, ткани, аксессуары для автомобильной промышленности, эковату и т. д.

Достижение инвестиционных программ, модернизации производства и использование экологичных технологий в современных мировых тенденция оказывается под угрозой.

Одно из самых серьезных влияний на деятельность ЛПК в России, конечно, будет со стороны распространившегося по всему миру вируса COVID-19. Компании, ориентированные на экспорт продукции, столкнулись с повышением цен доставки в регионы покупателей. С распространением вируса границы стран закрываются, что приводит к осложнению выполнения договоров. С условием, что Китай является основным экспортером лесной продукции, прекращение деятельности в этой стране окажет существенное влияние и на доходы лесных компаний в России.

Увеличение числа стран, в которых вводится изоляция граждан из-за пандемии, приводит к сокращению возможных рынков сбыта, что окажет существенный спад на поступление выручки. По подсчетам экспертов, Россия ежедневно теряет около 1 млрд руб. из-за пандемии в лесной отрасли.

В весенний период во многих странах рост строительных объектов стремительно увеличивался. Однако обстоятельства, связанные с распространением вируса COVID-19 вероятнее изменят тенденцию, что

приведет к сокращению спроса на продукцию лесной отрасли. Коснется падение спроса и по причине, что в последнее время распространилось строительство деревянных домов.

Еще одним мировым трендом является девальвация рубля по отношению доллара США и евро. Эффект от данного изменения достаточно трудно предсказать, ведь получение выручке в иностранной валюте для экспортеров принесет неожиданную прибыль. С другой стороны смогут ли курсовые разницы покрыть то сокращение по объемам, с которым сталкиваются предприятия на сегодняшний момент.

Несмотря на сложившуюся ситуацию, спрос на товары санитарно-гигиенического назначения возрос, что существенно повлияло на объем выпуска. Для компании ОАО «Сясьский ЦБК» продажи возросли более чем на половину.

Кроме мировых рисков, в России фактором, влияющим на сокращение ЛПК, можно назвать погодные условия.

За период 2010–2018 гг. наблюдалась общая тенденция к увеличению объемов заготовки древесины: суммарный рост составил 37,4%. В 2018 году объём заготовки древесины в России достиг 238,5 млн м3, что выше на 12% в сравнение с 2017 годом. Однако в 2019 году из-за профицита сырья на рынке и несостоятельности зимней лесозаготовки — снижение на 20 млн м3 [2].

Особое внимание в России уделяют запасу древесины в лесах. За 2017 год общий запас древесины в лесах, расположенных на землях лесного фонда, сократился на 216,75 млн м3.

В 2019 году Россия столкнулась с проблемой пожаров, охвативших большие территории. Так за весь 2019 год потери от пожаров составили 10 мл. га. лесных земель. На 16 апреля 2020 года уже насчитывается 14 634 пожаров, которые сократили лесную площадь еще на миллион гектаров.

Все указанные риски непосредственно влияют на финансовые показатели компании. Объем реализации связан с поставкой ресурсной базы, которая в последнее время сокращается из-за пожаров и вырубки. Реализация продукции у компаний находится под угрозой из-за пандемии, имеющей неопределенные сроки окончания. В связи с тем, что у компаний возможен нестабильный денежный поток, срок многих инвестиционных программ переносится или вовсе отменяется. Компаниям приходится разрабатывать новые условия общения с поставщиками, для поступлений в фирмы входящего денежного потока.

Компании уже задумываются о сокращении затрат, а при ухудшении мировой ситуации, многие вынуждены будут рассматривать вопрос об оптимизации кадров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Стратегию развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года: распоряжение правительства РФ № 1989-р: офиц. текст по сост. на 10 декабря 2019 г.
2. О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2018 году: государственный доклад Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации: офиц. текст по сост. на 10 декабря 2020 г.
3. Обзор «Лесной комплекс России в 2019–2020 годах»: нисходящий ценовой тренд, снижение финансовых показателей, торможение российского ЛПК и появление новых «черных лебедей» — статья агентства WhatWood. — 20 марта 2020 год.
4. Приоритетные инвестиционные проекты в области освоения лесов — Пресс релиз программы продвижения ЛПК России «Лесопромышленный комплекс России».
5. Экспорт: глубокая переработка против сырьевой модели. — специальный выпуск. — Пресс релиз программы продвижения ЛПК России «Лесопромышленный комплекс России». — ноябрь. — 2018 год.

Алексеева Татьяна Сергеевна

Alekseeva Tatiana Sergeevna

Матвеева Алина Витальевна

Matveeva Alina Vitalievna

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет

Saint Petersburg State University Of Economics

магистранты кафедры Экономики труда

Undergraduates of the Department of labor Economics

Программа «Экономика труда»

Program «Labour economics»

e-mail: tatus95_95@mail.ru

e-mail: matveeva.ma1096@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

IMPACT OF THE STATE OF THE LABOR MARKET ON LABOR PRODUCTIVITY

В статье рассмотрено влияние рынка труда на производительность труда. Раскрывается определение рынка труда и производительности труда, его составляющие элементы. Выделены аспекты производительности труда, факторы

производительности труда: технические и технологические. Положительное и отрицательное влияние рынка труда на производительность труда. Описана проблема и её решение. Сделан вывод.

The article considers the impact of the labor market on labor productivity. The definition of the labor market and labor productivity, its components are revealed. Aspects and factors of labor productivity such as technical and technological are highlighted. There are positive and negative impact of the labor market on labor productivity. The problem and its solution are described. The conclusion is made.

Ключевые слова: Рынок труда, производительность труда, спрос на рабочую силу, предложение рабочей силы, безработица.

Keyword: Labor market, labor productivity, labor demand, labor supply, unemployment.

За прошедшие два десятилетия в России сложилась модель рынка труда, которая заметно отличается от модели, характерной для большинства развитых стран. Ее ключевая особенность состоит в том, что приспособление рынка труда к колебаниям экономической конъюнктуры происходит, главным образом, за счет изменений в цене труда, а не за счет изменений в занятости и безработице (везде, как правило, наоборот). Такая модель обеспечивает высокий и стабильный уровень занятости и низкий уровень безработицы при значительных проциклических флуктуациях оплаты труда. Одним из важнейших трудовых показателей в России является показатель уровень занятости населения: Рынок труда характеризуется большим количеством показателей, таких как: показатель численности основных трудовых ресурсов, средняя продолжительность рабочего времени, уровень оплаты труда, уровень безработицы, а также, производительность труда. Данная тема актуальна в настоящий момент времени, так как экономически нестабильная ситуация в стране в связи с геополитической нестабильностью, неустойчивостью цен на энергоресурсы, высокой опасностью введения новых санкций крупнейшими мировыми державами, а также с замедлением мировой экономики может привести к девальвации рубля, торможению промышленности и производства, увеличению безработицы.

Рынок труда — это система трудовых, социально-экономических, правовых отношений, согласующая интересы работодателей и наемных работников в целях обеспечения нормального воспроизводства рабочей силы и эффективного использования труда занятых работников [2, с. 66]. Так как основными элементами рынка труда являются:

спрос на рабочую силу, предложение рабочей силы, оплата рабочей силы и конкуренция, можно сказать о том, что данные элементы так или иначе оказывают влияние на производительность труда.

В общем виде производительность труда — это показатель, характеризующий его результативность, отдачу каждой единицы используемого труда [2, 151 с.]. Для начала выделим два важных аспекта понимания производительности труда. Первый из них характеризует её как продуктивность трудовой деятельности, которая выражается соотношением измеренного определенным способом количества продукции, которая произведена системой (предприятием, отраслью), и потребовавшихся для этого определенных затрат труда, измеренных в человеко-днях, человеко-часах, среднегодовой численности. В общем и целом, одним из факторов увеличения объема производства является рост производительность труда. Второй аспект представляет производительность труда как эффективность его использования — соотношение экономического результата деятельности предприятия (выручка от реализации, доход, прибыль) и затрат, связанных с привлечением труда (зарплата, социальные выплаты, подбор и подготовка кадров, охрана труда) [2, с. 151].

В рыночных отношениях повышение производительности труда является основным фактором конкурентоспособности экономики, поскольку предприятия с помощью модернизации производства и инноваций должны постоянно создавать свои конкурентные преимущества, а также снижать расходы, обновлять продукцию и уменьшать их себестоимость, что позволит успешно развивать производство и увеличивать прибыль.

Важные факторы, которые влияют на производительность труда — технические и технологические. Технологические и технические факторы — это факторы, на основе новой техники, применения прогрессивных технологий, новых видов сырья и материалов. Введение научных и технологических нововведений в производстве снижает не только трудоемкость производства, но и уменьшает расходы на сырье. Технологические изменения позволяют повысить производительность труда, способствуя экономическому росту и созданию новых рабочих мест как на отдельных предприятиях, так и на национальном уровне [2, с. 155].

Из этого вышесказанного следует то, что ситуация на рынке труда может повлиять на производительность как положительно, так и отрицательно.

С положительной стороны рынок труда влияет:

- Конкуренция на рынке труда может положительно сказаться на производительности труда, это будет способствовать повышению качества труда работника, а работодателя побуждать к повышению заработной платы, а также создавать благоприятные условия труда и гарантировать дополнительные социальные блага для получения ценного работника.
- Оплата труда может привести к увеличению производительности труда, при условии, если она не превышает средний темп роста производительности труда.
- Научные открытия, создание новой техники и технологии, новых материалов, новых видов энергии, новые средства повышают производительность труда, поскольку при более производительной технике требуется от работника более высокая квалификация и новые знания. Соответственно с ростом новых технологий появляются новые профессии, в особенности те, которые будут обслуживать работу машин, что ведет к увеличению рабочих мест.
- Рост производительности труда создает также объективные предпосылки для сокращения продолжительности рабочего и увеличения продолжительности свободного времени, что обеспечивает благоприятные условия для более полного восстановления жизненных сил работников. В результате становится возможным повышение общественно оптимального уровня интенсивности труда.

Отрицательное влияние рынка труда на производительность труда:

- Оплата труда, может негативно сказываться на производительности труда, если ее темпы роста превышают средние темпы роста производительности труда.
- Технологическое отставание может привести снижению производительности труда и простоею рабочего времени, из-за устаревшего оборудования на предприятии и отсутствия у работников должных навыков работы с новым оборудованием и технологиями.

Из вышеуказанного можно сказать, что за счет эффективной работы предприятий при увеличении производительности труда и снижении количества рабочих мест может возникнуть такое явление как «безработица», которая негативно влияет на экономику

в целом. Причин безработицы достаточно много. Проблема заключается не в полном отсутствие рабочих мест, а в появлении рабочих мест с низким уровнем оплаты труда, что в свою очередь является сильным тормозящим фактором внедрения и модернизации новейших технологий, и как следствие снижение производительности труда. Кроме того, вытекающим из этого является низкий уровень организации труда на предприятиях, где почти что не учитывается соответствие функций и профессиональных навыков, оплата труда остается неизменной, как и условия труда, а ее стимулирующая роль и вовсе отсутствует.

Для решения проблемы безработицы в данном контексте фирмам необходимо выбирать стратегию роста производительности труда таким образом, чтобы снизить нагрузку на рынок труда, проводить планирование производительности и численности персонала, создавать программы производительности, совершенствовать управление производством, организацию производства и труда и выявить источники возникновения резервов роста производительности труда.

Стоит отметить, что труд должен оплачиваться в полном соответствии с выполненной работой. Возможно, необходимо на каких-либо предприятиях произвести замещение труда с помощью технологий, которые будут повышать производительность труда с возможностью сохранения рабочих мест за работниками.

В заключение можно сказать, что рынок труда непосредственно влияет на производительность труда с помощью его составляющих элементов. Положительно или отрицательно он влияет, сложно сказать, ввиду разнообразного влияния факторов на систему. В свою очередь, рынок труда влияет на производительность труда посредством оплаты труда и конкуренции.

С большой уверенностью можно утверждать, что технологический прогресс приведет к появлению новых профессий, которые будут более автоматизированы. В то время как высвобожденные работники будут иметь возможность переквалифицироваться и работать уже наряду с новыми технологиями. В свою очередь это приведет к увеличению производительности труда, увеличению рабочих мест.

Однако стоит добавить, для того чтобы повлиять на рост производительности труда, необходимо принимать решения системно и последовательно.

В итоге повышение производительности труда позволит заложить фундамент создания в России высоконкурентной экономической среды, что станет одним из факторов, стимулирующих экономический рост национальной экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: (ТК РФ) от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 02.08.2019) / Российская Федерация. Законы // КонсультантПлюс. ВерсияПроф. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/
2. Алиев И.М. Экономика труда: учебное пособие / И.М. Алиев, Н.А. Горелов, Л.О. Ильина. — Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2019. — 486 с.
3. Андрианова Н.В. Планирование производительности труда [Электронный ресурс] / Журнал «Молодой ученый». — 2015. — № 12. — С. 379–380. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/92/20427/>
4. Производительность труда в РФ-2019. Факторы роста. [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://worldsellers.ru/proizvoditelnost-truda/>
5. Труд и занятость в России — 2019, статистический сборник [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gks.ru/storage/mediabank/Trud_2019.pdf

Алексейнок Дарья Сергеевна
Alekseyonok Darya Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»
Master program “Project management and quality management”
e-mail: daryanela12@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДИК AGILE ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЕННОЙ КОМАНДОЙ В ОНЛАЙН-ПРОЕКТАХ

AGILE APPLICATION FOR MANAGING A REMOTE TEAM IN ONLINE PROJECTS

В статье изучены возможности применения Agile для управления удалённой командой в онлайн-проектах. Определены критерии успешной реализации онлайн-проекта удаленной командой, используя SCRUM в качестве инструмента реализации Agile-подхода.

The article explored the possibilities of using Agile to manage a remote team in online projects. The criteria for the successful implementation of an online project by a remote team are determined using SCRUM as a tool for implementing the Agile approach.

Ключевые слова: Удаленная команда, управление проектами, гибкие методики, онлайн-проекты.

Keywords: Remote team, project management, Agile, SCRUM, online projects.

В настоящее время осуществляется переход к совершенно новому устройству мира и экономики, что требует применения более адаптивных методик в управлении проектами.

Основой традиционного подхода к управлению проектами является наличие неизменных требований, жестких сроков и слабой оценки рисков. Наиболее популярным инструментом в таком подходе является диаграмма Ганта [4].

Однако, в современных условиях повышения динамизма внешней и внутренней среды и переходу к новым способам организации рабочего процесса, таких как удаленная работа, привлечение фрилансеров для проектной деятельности данный инструмент теряет свою наглядность. А менеджеры проектов, пытаясь выполнить работу в соответствии с графиком, начинают привлекать в проект слишком много дополнительных ресурсов, что приводит к срыву сроков, увеличению издержек, приостановке проекта или его закрытию.

На смену традиционному подходу к управлению проектами приходят гибкие методики. Подход к управлению на основе методологии Agile рассматривает бизнес-процессы компании как совокупность взаимосвязанных проектов, что позволяет наиболее четко скоординировать задачи, следовательно, повысить эффективность управления, сократив время на выполнение процессов, в результате фокусировки на ключевых критериях, которые способствуют достижению цели процесса и проекта в целом.

Согласно статистике исследования HubSpot, количество удаленных сотрудников выросло на 400% с 2010 года. При этом 77% опрошенных сотрудников ответили, что удаленно они работают эффективнее, однако больше половины чувствуют себя отдаленными от коллективов и имеют сложности с отдыхом после работы [5].

Представители бизнеса, зачастую, скептически настроены и стараются избегать Agile-подход из-за неуверенности в его совместимости для управления удаленными сотрудниками в онлайн-проектах. Гибкие методы направлены на постоянное взаимодействие членов команды, самоуправление и создание сильных горизонтальных связей внутри команды, оперативного выполнения задач и решения возникающих проблем.

Для успешной реализации проекта при использовании методик Agile необходимо соблюдать ряд принципов. По оценкам экспертов в области управления проектами, основная сложность заключается в строгом следовании графику спринта.

Для этого необходимо проводить ежедневные собрания в онлайн-формате всех членов команды и, желательно, в одно и то же время. Такая встреча должна длиться не более 15 минут, на которой каждый член команды отвечает на три вопроса:

1. Что вы сделали вчера, чтобы закончить спринт?
2. Что вы будете делать сегодня?
3. С какими препятствиями вы сталкиваетесь?

Исходя из анализа исследований в области управления проектами, удаленной работы и личного практического опыта работы с онлайн-школами, в которых 100% участников команды работают удаленно, были определены критерии успешной реализации онлайн-проекта удаленной командой, используя SCRUM в качестве инструмента реализации Agile-подхода:

1. Обеспечение самоорганизации внутри команды.

Самоорганизация начинается с составления бэклога — формирования всех задач по проекту, определения требований, и расставление приоритетов владельцем продукта (Product Owner). В дальнейшем с реализацией бэклога следит менеджер проекта (Scrum-master).

2. В команде должно быть не более пяти человек без учета владельца продукта и менеджера проекта.

Команду должны составлять специалисты в различных областях, закрывая своими компетенциями все текущие задачи по проекту. Для поддержания фокуса на задачах, количество членов команды должно быть ограниченным. Исходя из собственного опыта, оптимальное число участников — от 3 до 5 без учёта Менеджера проекта и Владельца продукта.

3. Детальное планирование — декомпозиция задач.

Составление бэклога должно осуществляться во время двух первых онлайн-конференций. При планировании необходимо зафиксировать весь перечень задач, который не должен меняться в течение всего спринта.

4. Регулярная коммуникация между членами команды.

Чтобы все задачи выполнялись в срок и в правильной последовательности необходимо создать экосистему, при которой все члены

команды будут обеспечены всеми способами коммуникации, средствами связи для проведения ежедневных видеоконференций и регулярного обмена сообщениями для оперативного решения возникающих проблем.

5. Завершение спринта точно в срок.

Необходимо следовать графику спринтов и в день сдачи спринта обсудить достигнутые результаты, разобрать проблемы и предложить улучшения, чтобы работа в команде была еще более эффективной. Следование данным принципам позволит организовать удаленную команду для успешной реализации проекта [1, с. 122].

Однако, необходимо помнить о рисках, которым подвержены удаленные работники. Для их предотвращения необходимо установить их причины. На основе опроса сотрудников онлайн-школы французского языка и онлайн-школы рисования были определены риски негативных последствий удаленной работы и причины их возникновения. Результаты представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Анализ рисков негативных последствий удаленной работы

Риск	Причины			
	Нет возможности сменить обстановку		Отсутствие социального взаимодействия	
Эмоциональное выгорание	Нет возможности сменить обстановку		Отсутствие социального взаимодействия	
Проблемы с самодисциплиной	Низкая физическая активность	Преобладание домашних привычек над офисными	Отсутствие оборудованного рабочего места	Личные причины (дети, животные)
Низкая прозрачность	У каждого свой график работы	Меньше обратной связи между людьми	Сообщения теряются в чатах	Нет понимания, взялся ли кто-то за задачу
Распад команды	Ответственность только за свою часть работы	Решения принимаются индивидуально, а не командой	Попытки микроменеджмента членов команд	Рассмотрение команды как набора ресурсов руководством
Потеря эффективности	Слишком много каналов коммуникации, теряется информация	Замедление коммуникации	Технические проблемы	Потеря структурированности и наглядности процессов

Таким образом, Agile-подход зарекомендовал себя как инструмент эффективного управления удаленной командой за счёт фокусировки на целевых действиях, четкой координации задач и сроков. В результате все стейкхолдеры удовлетворены: клиент получает персонализированный продукт в короткие сроки, участники проекта эффективно распределяют рабочее время, при этом устанавливая важные коммуникационные связи, работая удаленно. При этом управление удаленной командой требует особого подхода каждого сотрудника к организации своей работы дома, чтобы минимизировать риски, которые неизбежно возникают при переходе на удаленную работу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Azanha A. и др. Agile project management with Scrum: A case study of a Brazilian pharmaceutical company IT project // Int. J. Manag. Proj. Bus. 2017. Т. 10. № 1. С. 121–142.
2. Denning S. The age of agile: how smart companies are transforming the way work gets done. С. 25–72.
3. Ebert C., Paasivaara M. Scaling Agile // IEEE Softw. 2017. Т. 34. № 6. С. 98–103.
4. PMBOK Guide | Project Management Institute [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards/foundational/pmbok> (дата обращения: 18.04.2020).
5. HubSpot [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/remote-work-stats> (дата обращения: 18.04.2020).

Алмазова Александра Олеговна

Almazova Alexandra Olegovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственная и муниципальная служба»
Master program «State and municipal service»
e-mail: miss.alexandra06@gmail.com

«ЭЛЕКТРОННЫЙ МУНИЦИПАЛИТЕТ» КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАСЕЛЕНИЯ С ОРГАНАМИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

«ELECTRONIC MUNICIPALITY» AS THE BASIS FOR EFFECTIVE INTERACTION OF POPULATION WITH LOCAL

В статье раскрыты основные аспекты развития концепции электронного правительства на уровне местного самоуправления. Показана необходимость разработки общих стандартов взаимодействия органов местного самоуправ-

ления с населением посредством информационно-коммуникационных технологий. Выявлены основные проблемы и раскрыты пути их решения. Обоснованы принципы формирования эффективного «электронного муниципалитета».

The article reveals the main aspects of the development of the concept of e-government at the local government level. The necessity of developing common standards for the interaction of local governments with the population through information and communication technologies is shown. The main problems are identified and ways to solve them are revealed. The principles of forming an effective “electronic municipality” are substantiated.

Ключевые слова: информатизация, информационное общество, электронное правительство, электронный муниципалитет, информационные технологии.

Keywords: Informatization, information society, e-government, e-municipality, information technology.

В современном мире информационные технологии являются катализатором развития практически всех сфер жизни общества. Внедрение информационных технологий в институт публичной власти является одной из главных тенденций развития Российской Федерации в последние годы. Модель взаимодействия населения с органами государственной власти и местного самоуправления на основе информационно-коммуникационных технологий является новой формой осуществления деятельности государственных структур, направленной на повышение уровня открытости деятельности органов государственной власти, доступности и оперативности предоставления государственных и муниципальных услуг.

С начала XXI века начал использоваться термин «электронное правительство» или «e-government». Концепция подразумевает использование информационных технологий с целью качественного улучшения взаимодействия как между государством и обществом, так и между государственными службами. Уровень развития электронного правительства является одним из важнейших показателей уровня развития страны в целом и оценивается с помощью индекса The UN Global E-Government Development Index. Рейтинг стран по уровню развития электронного правительства формируется на основании оценки таких показателей, как степень охвата и количество предоставляемых Интернет-услуг, уровень развития ИКТ-инфраструктуры, человеческий капитал [5].

Согласно государственной программе «Информационное общество», первая редакция которой была одобрена распоряжением

Правительства Российской Федерации еще в 2010 году, к 2024 году планируется достичь следующих результатов в развитии института электронного правительства:

- организация взаимодействия государственных структур, бизнеса и общества в большей части посредством информационно-коммуникационных технологий;
- стандартизация процессов, направленная на обеспечение роста производительности труда и сокращение транзакционных издержек в экономике;
- интеграция Российской Федерации в мировое информационное пространство, соответствие уровня развития электронного правительства мировым стандартам;
- обеспечение 95% населения России доступом к качественным услугам связи и использованию сети Интернет, в том числе в сельской местности;
- предупреждение информационной изолированности отдельных граждан и социальных групп;
- формирование системы информационной защиты, обеспечивающей неприкосновенность частной жизни, личной и семейной тайны, безопасность информации ограниченного доступа [1].

По нашему мнению, качественному совершенствованию взаимодействия населения с органами власти будет способствовать внедрение информационных технологий в деятельность органов местного самоуправления — создание «электронных муниципалитетов».

«Электронный муниципалитет» представляет собой форму взаимодействия органов местного самоуправления с населением при помощи информационно-коммуникационных технологий, дистанционного предоставления муниципальных услуг. Такая форма не только упрощает и ускоряет взаимодействие, но и предоставляет возможность контроля всех аспектов деятельности местной власти (в том числе и финансово-экономической) со стороны населения.

Модель «электронного муниципалитета» должна обеспечивать открытость и доступность информации о проектах, реализуемых муниципалитетом, о ходе исполнения муниципальной услуги и т. д.; свободный поиск, получение и передачу информации о местных органах власти; соблюдение законных прав и свобод граждан, в том числе в рамках законодательства по вопросам защиты персональных данных [2, с. 29].

В рамках концепции «электронного правительства», «электронный муниципалитет» находится на нижнем уровне в структуре компонентов «электронного государства», включающего в себя информационно-коммуникационное взаимодействие с федеральными и региональными органами исполнительной власти, а также профильными ведомствами различного уровня [3, с. 96]. Такая позиция не умаляет его значимости в системе управления государством, а лишь отражает то, что местные власти наиболее близки к населению.

По нашему мнению, в рамках реализации концепции «электронного правительства» цели создания «электронного муниципалитета» заключаются в повышении уровня прозрачности деятельности местных властей, обеспечении более эффективной системы контроля их действий со стороны общественности, сокращении рисков коррупционных проявлений, оптимизации процесса предоставления муниципальных услуг населению и бизнесу. Это будет способствовать улучшению имиджа и повышению рейтинга органов местного самоуправления и, соответственно, снижению уровня неудовлетворенности населения действиями органов власти на местах.

Для достижения вышеперечисленных целей и создания эффективного «электронного муниципалитета» целесообразно опираться на следующие принципы:

- обеспечение электронного взаимодействия с жителями при помощи использования порталов предоставления государственных и муниципальных услуг, открытой нормативно-правовой базы, организации интернет-приемных;
- организация «одного окна» в предоставлении государственных услуг с применением электронного обмена информацией между гражданами и ведомствами, а также между самими ведомствами;
- полный переход на электронную форму организации документооборота как между гражданами и органами местного самоуправления, так и при обмене информацией внутри муниципалитета и между органами государственной власти и местного самоуправления;
- применение электронных технологий в работе муниципальных служащих, в частности баз данных, информационно-аналитических программ.

Следует также отметить ряд проблем в реализации концепции «электронного муниципалитета». Обобщая представленные в литературе подходы к данной проблематике [4, с. 123] и опираясь на результаты собственного анализа, нами выделены технические, организационные и социальные проблемы.

Технические проблемы связаны, прежде всего, с отсутствием общих стандартов и совместной инфраструктуры, а также трудностями в создании системы безопасности, полностью исключающей риски утечки информации. Реализации концепции «электронного муниципалитета» должно предшествовать создание архитектуры, включающей в себя набор принципов и стандартов работы.

К организационным проблемам следует отнести неготовность большинства муниципальных служащих к переходу на качественно новый формат деятельности. Данная проблема может быть преодолена организацией обучения сотрудников муниципалитетов новым методам работы.

Социальные проблемы связаны с неготовностью значительной части населения к переходу на использование новых технологий, недостаточным уровнем информационной и компьютерной грамотности. Проблема усугубляется тем, что немалую часть получателей муниципальных услуг составляют лица старшего поколения, работа с компьютером для которых вызывает существенные трудности. Данная проблема вполне может быть решена посредством организации и популяризации курсов компьютерной грамотности на базе муниципальных образований.

Система «электронного муниципалитета», по нашему мнению, должна быть представлена совокупностью элементов, обеспечивающих согласованное и консолидированное функционирование систем управления (рис. 1).

Представленные на рисунке компоненты взаимосвязаны и должны использоваться комплексно, только тогда можно обеспечить эффективность «электронного муниципалитета».

Таким образом, реализации концепции «электронного муниципалитета» в российской практике должен предшествовать подготовительный этап, направленный на формирование технической, организационной и социальной базы. Кроме того, с целью придания данным изменениям массового характера, распространения данной практики на всю территорию страны, а также повышения уровня доверия населения

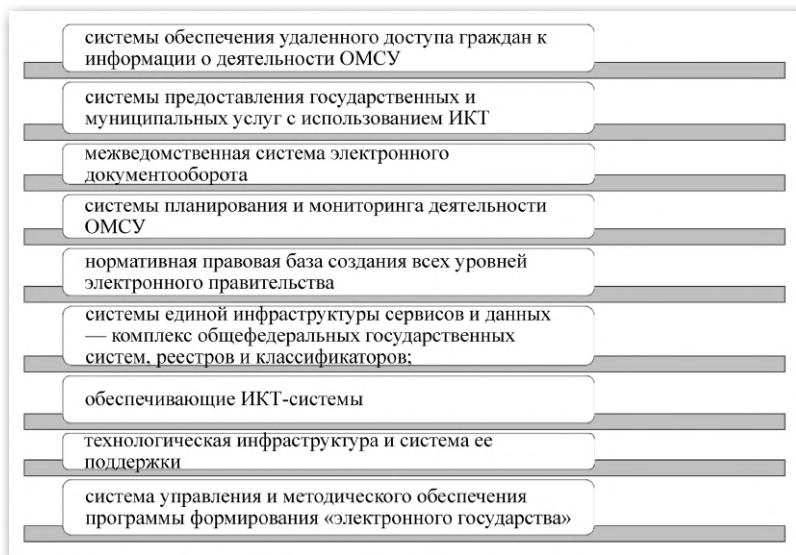


Рис. 1. Архитектура «электронного муниципалитета»

и муниципальных служащих к нововведениям необходимо создание нормативно-правовой базы, детально регламентирующей вопросы организации деятельности муниципалитетов в электронном формате.

Реализация концепции «электронного муниципалитета» в современных реалиях позволит не только оптимизировать процесс предоставления муниципальных услуг, но и повысит уровень открытости органов местного самоуправления, будет способствовать улучшению взаимодействия с жителями и, следовательно, существенно повысит уровень доверия граждан к органам местного самоуправления и государству в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 6 мая 2008 г. № 632-р «О Концепции формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 г.». [Электронный ресурс]. URL: Официальный интернет-портал правовой информации — Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 15.04.2020).

2. Аминов И.Р., Дронова К.С. Электронный муниципалитет // Теория и практика современной юридической науки. Сборник научных трудов по итогам международной межвузовской научно-практической конференции. — Самара: ИЦРОН, 2016. — С. 28–31.

3. Кириенко В.Е. «Электронный муниципалитет» как составная часть информационного общества России // Проблемы управления в социальных системах. — 2009. — № 2. — С. 93–106.

4. Корюкаев А.В. Особенности и проблемы внедрения системы «Электронный муниципалитет» // KANT. — 2016. — № 4 (21). — С. 122–125.

5. Рейтинг стран мира по уровню развития электронного правительства. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: Центр гуманитарных технологий — Режим доступа: <http://gtmarket.ru> (дата обращения 14. 04.2020)

Антонова Оксана Сергеевна
Antonova Oksana Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
магистрант кафедры экономики труда
Master of Labor Economics
Программа «Управление человеческими ресурсами»
Master's Program «Human Resource Management»
e-mail: ksanaantonova@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ В СФЕРЕ РИТЕЙЛА

MODERN APPROACHES TO TRAINING IN RETAIL

Современные реалии требуют от организаций применения новых технологий во всех сферах бизнеса. В первую очередь изменения затрагивают работу с персоналом. В статье рассматриваются современные подходы к обучению в организации. Изучен опыт обучения с применением геймификации в сфере ритейла. Раскрыты преимущества и недостатки применения современных методов в обучении персонала.

Modern realities force organizations to apply new technologies in all business areas. First of all, the changes affect the staff management. The article discusses modern approaches to staff training in retail organizations. The experience of training in retail with the use of gamification was studied. The advantages and disadvantages of modern methods in staff training are described.

Ключевые слова: современные технологии, обучение персонала, методы обучения персонала, геймификация.

Keywords: modern technologies, staff training, staff training methods, gamification.

Наш мир не стоит на месте. В эпоху быстро развивающихся технологий, которые меняют все сферы нашей жизни, современными компаниями поднимается вопрос о диджитализации бизнеса. И в пер-

вую очередь, это касается процесса работы с персоналом. Современные реалии требуют нового подхода к обучению и вовлечению сотрудников.

Важнейшим изменением в развитии человеческих ресурсов в рамках организации является то, что профессиональное образование становится более привлекательным и значимым для сотрудников. Благодаря виртуальным образовательным ресурсам, доступу к обучению в аудиториях и на рабочем месте сотрудники могут воспользоваться различными методами профессиональной подготовки. Новые технологии оказывают позитивное воздействие на занятость и развитие, обеспечивая широкий спектр возможностей для широкого охвата работников и включения в образовательный процесс.

Например, новые достижения в области электронного обучения сделали упор на «геймификацию» или использование игровых концепций для поощрения обучения. А новые достижения в области виртуальной и дополненной реальности дают возможность HR-специалистам найти новые способы представления информации и учебных материалов сотрудникам компании.

Сейчас на рынке существует множество платформ и инструментов, которые помогают компаниям выстроить процесс обучения в диджитал-формате [4] (Таблица 1).

Таблица 1

Краткая характеристика инструментов обучения

Инструмент обучения	Характеристика
Learning Management System (LMS)	Программное приложение для администрирования, документирования, мониторинга, составления отчетности и предоставления образовательных курсов, учебных программ или программ обучения и развития. Системы управления обучением были разработаны для выявления пробелов в подготовке кадров и обучении, использования аналитических данных и отчетности
Massive Open Online Courses (MOOC)	Массовые открытые онлайн-курсы. Представляют интерактивные курсы с применением технологий электронного обучения и открытым доступом через Интернет. Являются одной из форм дистанционного образования

Инструмент обучения	Характеристика
Интерактивное обучение	Реализуется с помощью интерактивных роликов, снятых по заранее написанному учебному сюжету с участием профессиональных актеров либо самих сотрудников. Оно на порядок эффективнее, чем обычное учебное видео или электронные курсы и дает больший эффект погружения и вовлечения в процесс, чем любой другой формат
Мобильное обучение	Платформы дистанционного обучения с возможностью использования мобильного устройства. Доступ к обучающим курсам открыт для сотрудников в режиме 24/7. Данный метод направлен на вовлечение в процесс обучения молодого поколения
Виртуальная и дополненная реальность	С помощью разработанных технологий и с применением специальных технических средств (очки, шлемы или мобильное приложение) сотрудник переносится в симулятор, что позволяет обучаться в режиме реального времени
Learning Experience Platform (LEP)	Программное обеспечение, предназначенное для создания более персонализированного обучения. Объединяет содержание обучения из различных источников, рекомендует и предоставляя их с поддержкой искусственного интеллекта (в т. ч. через мобильное приложение)

Внедрение современных технологий обучения персонала затрагивает все отрасли экономики, в том числе и розничную торговлю.

Возможность предоставления услуг и сервисного обслуживания становится основным конкурентным преимуществом компаний на розничном рынке, а ключевой фигурой во внедрении и поддержании (а отчасти и в разработке) стандартов обслуживания является продавец-консультант. Благодаря профессионализму и компетентности сотрудников розничные компании получают возможность не только привлечь и удержать клиентов, но и обеспечить обратную связь, выступая источником информации о покупательских предпочтениях для менеджмента компании. На первый план выходят обучение техникам продаж и искусству взаимодействия с клиентом.

Обучение персонала розничной торговли имеет важное значение даже для самого маленького розничного бизнеса. Оно необходимо для решения следующих задач:

- увеличения объема продаж;
- повышения репутации компании;
- улучшения морального климата в коллективе;
- снижения текучести кадров;
- обеспечения сохранности товарно-материальных ценностей.

В настоящий момент на рынке труда в сфере розничной торговли преобладают представители поколения Y, которые только начинают свою карьеру. Зачастую это студенты, которым необходим гибкий график работы. Для них практически не важен престиж компании, они ориентированы на быстрый результат и легко адаптируются к изменяющимся условиям. Представители поколения Y выросли в виртуальном мире, и проводят значительную часть своего времени в гаджетах. Поэтому стандартные методы обучения (такие как наставничество, лекции, тренинги и семинары) являются для них недостаточно эффективными.

Как обучить молодой персонал, который постоянно находится в виртуальном пространстве? Рассмотрим опыт российских розничных компаний.

Во-первых, следует рассмотреть обучение в виртуальной реальности.

Известная торговая сеть по продаже бытовой техники и электроники группа «М.Видео-Эльдорадо» решила сократить время на адаптацию и обучение новых сотрудников и сделать этот процесс более эффективным. Для этого в июле 2018 года компания осуществила пилотный образовательный проект с использованием виртуальной реальности.

Надев VR-очки, продавец магазина оказывался в виртуальном доме с несколькими комнатами, в каждой из которых находились различные виды бытовой техники. Перемещаясь по дому, сотрудник изучал ключевые характеристики товаров и по окончании обучения проходил тестирование.

Данный метод позволил компании расширить компетенции сотрудников, а также значительно сократить время на их обучение. Также данный метод обучения снизил затраты на обучающий персонал и исключил необходимость дополнительной техники и оборудования для обучения.

Во - в т о р ы х, важную роль в профессиональной подготовке имеет игра, позволяющая обучающемуся выступить в роли директора.

В начале 2015 года российский филиал крупной международной компании «ОБИ», осуществляющей розничную торговлю товарами строительного ассортимента, внедрила новый подход к обучению персонала – компьютерную игру «Ритмен» (сокращено от «Ритейл Менеджер»), направленную на процесс профессионального развития будущих руководителей.

В данной игре участник выступает в роли директора виртуального гипермаркета «ОБИ», где он осваивает бизнес-процессы, управляет продажами, логистикой, административными издержками и персоналом. По итогам игры сотрудник должен добиться максимальной прибыли магазина.

Прохождение каждого уровня и выход на определенную прибыль в игре является обязательным условием для соответствия позиции «Старший специалист» и выше. Поэтому любой сотрудник, претендующий на руководящую должность, проходит данную игру.

Результаты от внедрения игры «Ритмен» таковы:

- уменьшились затраты на обучение персонала на 30%;
- сократилось время на обучение одного руководителя на 85%;
- снизилась текучесть стажеров на руководящие должности на 10%.

За разработку и применение игры «Ритмен» в 2016 году «ОБИ» получила премию «HR бренд» в номинации «Федерация».

В - т р е т ь и х, существенное значение имеет система, которую называют «Обучение в твоём кармане».

Российская сеть аутлетов OFFPRICE организовала мобильное обучение сотрудников при помощи образовательной IT-платформы «Skill Cup». Данная платформа обеспечивает организацию мобильного обучения с элементами геймификации и позволяет адаптировать любой обучающий контент под нужды конкретного бизнеса, предоставляя доступ только определенным сотрудникам или группам.

Почему компания остановилась на данном методе обучения? Возраст основной части сотрудников находится в интервале от 18 до 23 лет. Skill Cup является для них отличным решением, поскольку интерфейс приложения напоминает отлично знакомые молодому поколению социальные сети Instagram и Вконтакте.

Процесс обучения напоминает чтение ленты в социальной сети. Каждый учебный материал рассчитан на 3–10 минут, что позволяет быстро освоить и запомнить его. Ассортимент продукции, актуальные акции, правила работы в торговом зале намного легче запоминаются в ходе изучения коротких учебных карточек, а встроенная проверка знаний позволяет убедиться в нужном уровне усвоения.

Сотрудник имеет доступ к обучающим программам в режиме 24/7 и может изучать новый материал, когда ему удобно: по дороге на работу, за кофе, между делами.

Платформу «Skill Cup» OFFPRICE начали использовать летом 2019 года. За прошедший период платформу использовало более 500 сотрудников из двух структур: розницы и офиса. В будущем планируется подключить распределительный центр (70–80 человек), поскольку там также работают лидеры команд, менеджеры и линейный персонал, которые заняты удалённо и нуждаются в знаниях не меньше остальных.

Какими бы не были современные методы обучения персонала в розничной торговле, всегда существуют связанные с их внедрением риски. Перечислим наиболее весомые из них [5].

1. Краткосрочный эффект — платформы и игры постоянно нужно совершенствовать и дорабатывать. То, что актуально и важно в настоящий момент времени, не будет играть существенной роли через пару лет.

2. Разные способы обучения и разные способы достижения целей у различных людей. Некоторые любят соревноваться, а другие ориентированы на методичное отслеживание достижения своих целей. Поэтому необходимо сегментировать аудиторию при внедрении геймификации в обучение персонала.

3. Снижение мотивации части занятых. В любой организации есть лидеры и отстающие. Если последние увидят свое место в коллективном рейтинге, то могут опустить руки и потерять дальнейший интерес к обучению.

Устранение данных рисков возможно обеспечить посредством добровольного участия сотрудников в игре. Тотальный контроль демотивирует их, поэтому применение геймификации в обучении должно быть для них абсолютно прозрачным. Персонал должен видеть и понимать конечные цели такого метода обучения, это дает возможность мотивировать его к достижению высоких результатов, увеличению прибыли компании от эффективных продаж и повышению лояльности сотрудника к компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Даниленко Е.А., Ярушева С.А. VR-технологии: их потенциал и внедрение в систему обучения и развития персонала компаний // Общество, экономика, управление. 2018.
2. Дынкина Е.Д. Геймификация как инструмент повышения эффективности обучения персонала // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 2 (7).
3. Краснова М.В., Земскова М.С. Внедрение геймификации в процесс мотивации персонала поколения Y // МНИЖ. 2016. № 10–1 (52).
4. Учитяся некогда работать! Международные тенденции и направление по обучению и развитию персонала [Электронный ресурс] — https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/uchitsya_nekogda_rabotat.pdf
5. Чуланова О.Л., Раджабова Г.Р. Использование геймификации в обучении персонала организации: принципы, риски и их минимизация // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 2–3.

Ашуров Альберт Рашидович

Ashurov Albert Rashidovich

Джуряев Умарджон Умриджонович

Juraev Umarjon Umrijonovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Банки и управление активами»

Master program «Banks and Asset Management»

e-mail: albert91712@gmail.com

e-mail: juraev_1010@mail.ru

КОНКУРЕНЦИЯ БАНКОВ И ФИНТЕХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

COMPETITION OF BANKS AND FINTECH COMPANIES IN DIGITALIZATION

В последнее десятилетие широко распространилось понятие «финтех». Финтех компании стремительно развиваются, постепенно переходя от небольших стартапов к довольно крупным компаниям, которые могут составить конкуренцию банкам. В данной статье рассматриваются мировые тенденции конкуренции банков и финтех компаний, а также ситуация на Российском рынке.

In the last decade, the concept of «fintech» has become widespread. Fintech companies are rapidly developing, gradually moving from small startups to fairly large companies that can compete with banks. This article examines the global competition trends of banks and fintech companies, as well as the situation on the Russian market.

Ключевые слова: цифровизация, финансовый сектор, финтех, банки, конкуренция.

Keywords: digitalization, financial sector, fintech, banking, competition.

«Финтех» — одна из самых актуальных тем на сегодняшний день, хотя взаимодействие информационных технологий и финансовых услуг обсуждалось и ранее. Однако стоит отметить, до недавнего времени этой теме не уделялось много внимания в научном сообществе.

Термин «финтех» или «финансовые технологии» появился с 1990-х годов, когда Citigroup инициировал проект под названием «Консорциум технологий финансовых услуг», целью которого было содействие технологическому сотрудничеству в сфере финансовых услуг. Однако широко известен этот термин стал известен с 2014 года, когда стал использоваться для обозначения огромного потока технологий, новейших платформ и экосистем, которые делают услуги и продукты в финансовой индустрии более эффективными и доступными для большего числа людей [4]. Финтех обещает изменить отрасль банковских и финансовых услуг за счет сокращения значительных затрат, все более разнообразных услуг и более стабильного промышленного и рыночного ландшафта.

Генерация, хранение и передача информации является ключевым элементом операций компаний финансового сектора. Клиенты и все финансовые операции регистрируются в виде цифровых данных в компьютерных системах, платежи и транзакции осуществляются посредством передачи информационных потоков. Анализ этих данных позволяет компаниям финансового сектора лучше оценить кредитоспособность потенциальных заемщиков. Это лишь один из примеров, показывающий степень, в которой компании финансового сектора полагаются на обработку потоков цифровой информации. Это объясняет, почему исторически сложилось так, что именно компании финансового сектора имеют одни из самых высоких объемов инвестиций в информационные и коммуникационные технологии (ИКТ).

С конца 1970-х годов, когда в головных офисах компаний появились первые мейнфреймы, а затем и персональные компьютеры в дополнительных офисах, финансовые компании стремятся постепенно цифровизировать операции и внутренние процессы, которые раньше были чрезвычайно трудоемкими и ресурсоемкими. Это первая волна ИКТ. Введение новых технологий позволило обрабатывать все более сложные операции все более эффективно. Масштабирование в результате

автоматизации подтолкнуло финансовый сектор к слияниям и поглощениям, чтобы увеличить преимущество повышения эффективности. Фактором, отличающим последнюю волну цифровой трансформации, является то, что в дополнение к нововведениям, повышающим эффективность деятельности компаний финансового сектора существенно изменилось отношение компаний к своим клиентам, порождая новые услуги и бизнес-модели, а так же снижая барьеры для входа на данный рынок, которые делали его относительно статичным. Результатом этих явлений является постоянная трансформация ландшафта и структуры рынка финансовых услуг [5]. За этими изменениями стоят три основных технологических достижения:

- широкополосный доступ к сети и повышение вычислительной мощности мобильных устройств;
- появление на рынке компаний, предоставляющих услуги облачных вычислений;
- использование больших данных и внедрение искусственного интеллекта.

Развитие сетей стационарной и мобильной широкополосной связи и повсеместное внедрение смарт-устройств привело к появлению новых каналов распространения и обслуживания клиентов — сначала веб-сайты электронного банкинга, а затем приложения для мобильного банкинга. Потребители, которые привыкли к непосредственности, повсеместности и простоте цифровых услуг, таких как социальные сети и интернет-магазины, с готовностью используют эти новые каналы для своей повседневной деятельности, особенно молодое поколение. С точки зрения конкуренции, интернет-сайты и мобильные приложения позволяют поставщикам услуг ориентироваться на более широкие рынки, извлекать выгоду из эффекта масштаба без необходимости разветвления и поддержания разветвленной сети дополнительных офисов.

В дополнение к постоянному доступу в интернет, благодаря развитию технологий связи и мобильных устройств, еще одно из основных технологических достижений — облачные вычисления. Благодаря облачным вычислениям вычислительная мощность, необходимая для цифровой трансформации, становится всё более доступной, что крайне важно в условиях экспоненциального роста объема данных. Облачные вычисления обеспечивают большую эффективность, гибкость и масштабируемость, чем традиционные централизованные системы.

Компании могут использовать вычислительные и программные ресурсы по мере необходимости, таким образом, извлекая выгоду из эффекта масштаба за счет облачных технологий, независимо от их индивидуальных размеров. Эта замена капиталовложений с эксплуатационными расходами снижает один из барьеров входа на рынок финансовых услуг.

Новыми компаниями, которые воспользовались возможностями цифровой трансформации, чтобы войти в финансовый сектор стали известны как финтех. Эти новые компании, как правило, специализируются на конкретном финансовом продукте или услуге, а иногда и на потребительском сегменте в целом. Они работают в тех областях финансового сектора, которые не подвержены значительному регулированию и не являются капиталоемкими, например, платежи и переводы, риск менеджмент и финансовый менеджмент. Это та область, в которой сосредоточено большинство видов деятельности с высокой цифровизацией, а также с кредиты, которые не основаны на приеме депозитов, например краудфандинговые платформы, или приложения, которые помогают клиентам управлять своими личными финансами (такие как агрегаторы счетов и автоматизированные финансовые консультации).

Компания EY провела онлайн-интервью примерно с 27 000 пользователями на 27 рынках, расположенных на шести континентах, чтобы определить уровень проникновения финтех (рис. 1).

По результатам данного исследования был сделан вывод о том, что уровень проникновения финансовых технологий на глобальном

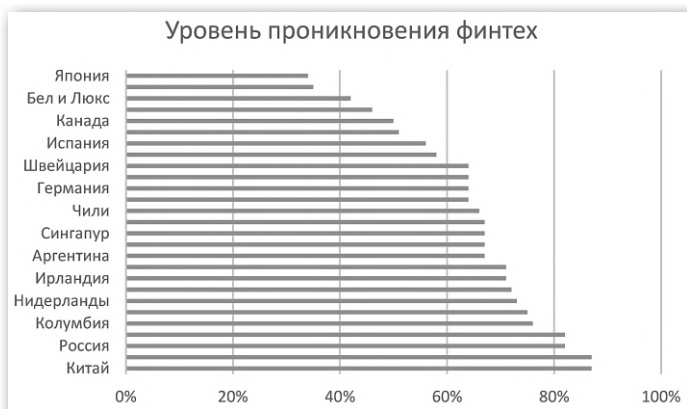


Рис. 1. Уровень проникновения финтех-сервисов

уровне достиг 64%. Финтех-услуги стали распространенным явлением на всех исследуемых рынках. Россия является одним из лидеров по принятию финтех пользователями (82%) и пропустила вперед только Китай и Индию.

По данным на 2019 год, развивающиеся страны задают тон: в Китае и Индии уровень проникновения составляет 87%. Незначительно отстают Россия и ЮАР с показателем в 82%. Среди развитых стран наиболее высокий уровень проникновения отмечается в Нидерландах, Великобритании и Ирландии, что частично обусловлено развитием в Европе банковского обслуживания в открытом формате [3].

Однако, несмотря на такой активный рост финтех компаний, говорить о вытеснении с рынка банков пока преждевременно. А.А. Никонов в исследовании, посвящённом внедрению цифровых технологий в финансовом секторе отметил, что наиболее правдоподобный сценарий развития отрасли состоит в сосуществовании банков и финтех компаний, поскольку и те, и другие будут занимать свою нишу [2].

Что же касается конкуренции банков и финтех компаний в России, ситуация значительно отличается от других стран. Проблемы с венчурным финансированием в России приводят к тому, что в роли основных инвесторов в финтех выступают крупные банки. Именно поэтому для российского рынка характерно отсутствие конкуренции между финтех-стартапами и классическими финансовыми игроками — большинство появляющихся на рынке финтех-проектов призваны дополнять услуги банков, а не конкурировать с ними. В ходе исследования компанией ЕУ было установлено, что эксперты сходятся во мнении касательно того, что три четверти отечественных финтех-компаний ориентированы именно на совместные проекты с банками.

В исследовании, посвящённом роли финтех-компаний на финансовом рынке проф. Т.В. Никитина и М.А. Гальпер так же рассматривали развитие этих компаний на российском рынке [1]. Авторами было отмечено, что развитию финтех-компаний в России способствует проникновение интернета в малых городах, увеличение доли смартфонов и банковских карт, а также активное развитие рынка электронной коммерции.

Из вышеперечисленного можно сделать вывод о том, что с одной стороны, активное развитие технологий и цифровизация финансового сектора позволила банкам значительно повысить эффективность своей деятельности и удобство для клиентов, одновременно сократив расходы, с другой стороны, развитие технологий снизило порог входа

на данный рынок для небольших компаний, которые теперь активно конкурируют с банками. Для Российского рынка ситуация обстоит немного иначе. Поскольку основными инвесторами финтех-компаний являются банки, данные компании в своём большинстве сотрудничают с банками, а не конкурируют. Что же касается перспектив развития финтех-компаний в России, на наш взгляд финтех компании будут активно развивать сервисы, помогающие инвесторам в торговле на финансовых рынках, а также сервисы, связанные с риск-менеджментом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Никитина Т.В., Никитин М.А., Гальпер М.А. Роль компаний сегмента финтех и их место на финансовом рынке России // Известия Санкт-петербургского государственного экономического университета / СПбГЭУ. 2017 / 1 (103).

2. Никонов А.А., Стельмашонок Е.В. Анализ внедрения современных цифровых технологий в финансовой сфере // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 4. С. 111–119.

3. Материалы информационно-аналитического агентства ЕУ. Индекс проникновения услуг финтех [Электронный ресурс] — 2019. — Режим доступа: <https://www.eu.com/Publication/vwLUAssets/ey-fai-2019-rus/%24FILE/ey-fai-2019-rus.pdf>

4. Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–538.

5. Coyle, D. (2016). Making the most of platforms: a policy research agenda. Toulouse School of Economics — JeanJacques Laffont Digital Chair Working paper [Электронный ресурс] — 2016. — Режим доступа: https://www.tse-fr.eu/sites/default/files/TSE/documents/ChaireJL/wp/platforms_dcoyle.pdf

Бадардинов Илья Константинович
Badardinov Ilya Konstantinovich

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет
Программа «Международная экономика»
St. Petersburg State University of Economics
Master program «International Economy»
e-mail: badya7@gmail.com

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ IPO

ANALYSIS OF CROSS-BORDER IPOs' TRENDS

Несмотря на развитие фондовых рынков, мир столкнулся с проблемой сворачивания международной инвестиционной деятельности, связанной с возникновением геополитических проблем. Торговая война США и Китая,

затянувшийся Brexit и другие события привели к сокращению количества международных IPOs. Станет ли это драйвером развития национальных фондовых рынков? В данной статье автор пытался найти ответ на данный вопрос.

Despite the development of stock markets, the world was faced with the problem of curtailing international investment activity associated with the emergence of geopolitical problems. The trade war between the USA and China, the protracted Brexit and other events led to a certain decrease of the number of cross-border IPOs. Has this become a driver for the development of national stock markets? In the article the author tries to answer this question.

Ключевые слова: международные IPOs, фондовый рынок, международные инвестиции, депозитарные расписки.

Key words: cross-border IPOs, stock market, international investment, depository receipts.

Международная инвестиционная деятельность последние годы находится в состоянии неопределенности и отсутствия стабильности. В 2019 году это было обусловлено прежде всего геополитическими проблемами в мире, основными из которых являлись:

- 1) торговая война США и Китая;
- 2) затянувшийся процесс Brexit;
- 3) беспорядки в Гонконге и впервые за долгий период вступление Гонконга в рецессию;
- 4) напряженные торговые отношения между США и ЕС, вызванные внешней политикой Дональда Трампа.

Таким образом, можно предположить, что в ближайшие годы будет происходить сокращение международной инвестиционной активности, так как к существующим неразрешенным проблемам на мировой политической арене добавилась общемировая проблема, связанная с коронавирусом, которая уже по оценкам экспертов приведет к новому крупнейшему за последнее столетие глобальному экономическому кризису. Сделка первичного публичного размещения акций на фондовом рынке — IPO (Initial Public Offering), — является инструментом фактического привлечения капитала эмитентом в отличие от вторичного рынка, где проходят ежегодные торги ранее выпущенными акциями. Компания-эмитент может многократно делать новые выпуски акций, что будет также являться процедурой привлечения капитала (инвестиций), однако, как правило, определяется термином вторичной публичное размещение — SPO (Secondary Public Offering). Международные IPOs (cross-border IPOs) — это первичный и вторичные вы-

пуски акций на фондовом рынке иностранными компаниями-эмитентами с целью привлечения капитала. Спонсированный выпуск депозитарных расписок — DRs (depository receipts), является по сути инструментом привлечения капитала иностранной компанией-эмитентом, хотя фактические DR является производной ценной бумагой, а именно: распиской банка, учреждающей его владение акциями иностранного эмитента, помещенными в иностранном депозитарии ценных бумаг. Именно данные три процесса (IPO, SPO, размещение DR) характеризуют активность иностранных компаний-эмитентов на фондовых площадках различных стран мира. Количество иностранных IPO и их стоимостной размер дают аналитику понимание привлекательности данного фондового рынка для иностранных компаний.

Несмотря на то, что активность в проведении международных IPO заметно сократилась из-за вышеизложенных факторов, проведение крупных национальных IPOs на рынках Китая и США позволило рынку сохранить определенные темпы и избежать сильного падения общей суммы привлеченных средств с помощью IPO в 2019 году. К таким IPOs относятся в 2019 году [1, с.16]:

1. SPO Alibaba Group Holding Ltd. (е-коммерция) на Гонконгской фондовой бирже. Объем привлеченных средств — \$11,2 млрд.

2. IPO Uber Technologies, Inc. (интернет-платформа для транспортных услуг) на Нью-Йоркской фондовой бирже. Объем привлеченных средств — \$8,1 млрд.

3. IPO Budweiser Brewing Co APAC Ltd. (производство пива) на Гонконгской фондовой бирже. Объем привлеченных средств — \$5,7 млрд.

4. IPO Avantor, Inc. (производство высокотехнологических материалов и химикатов) на американской фондовой бирже Nasdaq. Объем привлеченных средств — \$3,3 млрд.

5. IPO Lyft, Inc (интернет-платформа для транспортных услуг) на американской фондовой бирже Nasdaq Объем привлеченных средств — \$2,6 млрд.

Также обязательно нужно отметить выход на IPO крупнейшей нефтегазовой компании Saudi Aramco. Первичное размещение было произведено на национальной бирже Саудовской Аравии, что в общей структуре национальных размещений за 2019 год привело к появлению данной страны с существенной долей в 13% от общего объема международных IPO в мире. После реализации опциона на продажу

дополнительных 450 млн. акций компания увеличила объем привлеченных средств вследствие проведения своего IPO до \$29,4 млрд.

На рисунке 1 можно увидеть динамику развития международных IPO с 2008 по 2017 года. Из данного графика видно, что последствия кризиса 2008 года сильно повлияли на поведение эмитентов и инвесторов, что привело к резкому сокращению в 2008–2009 года как количества IPOs, так и привлеченных средств. Но график показывает, что в 2010 году рынок показал уверенный рост по данным показателям в 2010–2011 годах. Стоит предположить, что эмитенты остановили процедуры размещения и решили выходить на IPO в обозримом будущем, дав экономикам всего мира оправиться после шока кризиса 2008 года. Причем, в тот момент эмитенты именно приостановили процедуры размещения, а не изменили свой выбор в сторону размещения на национальных площадках [2, с.17].

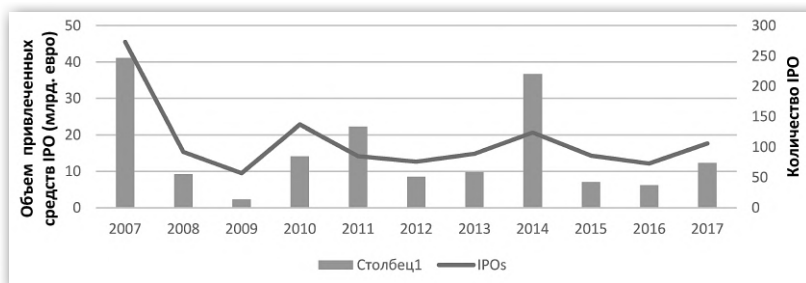


Рис. 1. Динамика международных IPOs в 2007–2017 гг.; PwC: IPO Watch Europe 2017 annual review [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.pwc.co.uk/audit-assurance/assets/pdf/ipo-watch-europe-2017-annual-review.pdf>

Анализируя дальнейшую динамику мирового рынка IPO в 2015–2019 гг. можно увидеть, что в период с 2015 по 2017 год количество cross-border IPO находилось в прямой зависимости от общего количества проведенных IPO. В этот период не было тренда на локализацию инвестиционной деятельности и сворачивание международной инвестиционной деятельности. Однако, по данным Ernst & Young в 2019 году по сравнению с 2018 годом количество IPO сократилось на 19%, а сумма привлеченных средств с помощью IPO уменьшилась на 4% по сравнению с прошлым годом.

По данным отчета Ernst & Young видно, что на протяжении с 2015 по 2019 гг. отношение cross-border IPO к общему количеству IPO в мире было на уровне 6–10%. Максимальная активность была достигнута в 2018 году. Относительно 2018 года в 2019 году произошло снижение доли cross-border IPO на 2%. Традиционно, за последние годы, самым активным являлся Азиатско-Тихоокеанский регион, где резиденты таких стран, как Китай, Сингапур и Малайзия являлись самыми активными при размещении акций как входе международных IPO, так и входе национальных IPO [3, с. 5–6].

За 2019 год в Азиатско-Тихоокеанском регионе количество компаний, проводивших IPO на фондовых биржах своего же региона, сократилось на 8,3%, при том условии, что количество компаний Азиатско-Тихоокеанского региона вышедших на IPO в других регионах сократилось на более чем 29% [3, с.14]. Сравнивая самый активный инвестиционный регион и весь мир можно сделать вывод не только об ухудшении международной инвестиционной активности, связанной с геополитическими проблемами, но и об еще большем усилении позиций данного региона и развитии его фондовых рынков.

По мнению автора, эмитенты и инвесторы в результате санкций и ограничений, вызванных пандемией, вынуждены будут отдавать предпочтение национальным рынкам для проведения IPO и инвестирования.

Из данных отчетов PwC за 2018 и 2019 год видно, что в 2018 году основными крупными эмитентами с выходом на американские фондовые биржи были китайские компании. Но в 2019 году, лишь одна китайская компания DouYu вышла на иностранное IPO на фондовой бирже NASDAQ в США. Основная масса китайских компаний вышла на IPO на Гонконгской фондовой бирже, что формально является международными IPO, но в практически можно отнести данные размещения к национальным IPO, так как материковый Китай и Гонконг очень сильно связаны друг с другом во многих аспектах. Вышеизложенные факты подтверждают то, что между Китаем и США в 2019 году были сложные отношения в торговом и экономическом плане, и как поведут себя эмитенты в обозримом будущем сложно сказать, несмотря на урегулирование определенных проблем между данными странами.

Анализируя активность российских эмитентов по выходу на IPO и выбору площадки, следует отметить, что традиционно для российских

компаний привлекательной являлась Лондонская фондовая биржа, но в силу введенных санкций против России и конкретных российских компаний, российские эмитенты стали отдавать предпочтение Московской фондовой бирже, проводить делистинг или вовсе не выходить на биржу. Так же, одной из причин невыхода на IPO является публичность, которая может навлечь на российскую компанию санкции со стороны США и ЕС, что особенно опасно для компаний, использующих импортное сырье и комплектующие, а также работающих на экспорт. Начиная с конца 2013 года по середину 2016 года, лишь 5 российских компаний вышли на IPO, причем 4 из 5 выбрали площадкой для размещения Московскую фондовую биржу [5, с. 3]. В 2017 году, всего лишь 3 компании вышли на IPO и все на Московской фондовой бирже — Группа компаний «Детский мир», Группа компаний «Обувь России» и GT Globaltruck Limited. 2018 год был ознаменован затишьем впервые за последнее десятилетие, что обосновано было антироссийскими санкциями и нестабильностью геополитической ситуации. В 2019 году российская компания HeadHunter провела cross-border IPO на NASDAQ и смогла привлечь \$253 млн.

Можно отметить, что рынок депозитарных расписок является растущим и быстро набирающим обороты, где самым активным регионом выпуска спонсированных DR является Латинская Америка. Однако, за последние годы мировой рынок DR начал снижать темпы роста. Сравнивая статистику 2018 и 2019 гг. можно выделить следующие факты:

- 1) объем торгов DRs за год сократился на 4% в номинальном исчислении и на 21,5% в денежном выражении (–\$0,9 трлн.);
- 2) в 2019 году было привлечено на \$2 млрд. больше с помощью 83 программ выпуска, чем в 2018 году (49 программ выпуска);
- 3) количество новых спонсируемых программ выпуска сократилось на 24,5%, а неспонсируемых на 25%;
- 4) общее количество программ выпуска за год сократилось на 0,6%.

Эксперты BNY Mellon оценивают динамику рынка DR и его темпы аналогично мировому рынку IPO. Так как рынок депозитарных расписок по определению завязан на международную инвестиционную деятельность, то и любые геополитические проблемы, участниками которых являются крупные игроки, такие как США, Китай, ЕС, сильно влияют на данный рынок.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. PwC: IPO Watch Europe Q4 2019 [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.pwc.co.uk/audit-assurance/assets/pdf/ipo-watch-q4-2019-annual-review.pdf>
2. PwC: IPO Watch Europe 2017 annual review [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.pwc.co.uk/audit-assurance/assets/pdf/ipo-watch-europe-2017-annual-review.pdf>
3. EY: Global IPO trends: Q4 2019 [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/growth/ey-global-ipo-trends-q4-2019.pdf
4. PwC: IPO Watch Europe 2018 annual review. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.pwc.co.uk/audit-assurance/assets/pdf/ipo-watch-europe-annual-review-2018.pdf>
5. PwC: Российские компании после IPO: сравнительный анализ ликвидности и котировок [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/assets/post-ipo-analysis-of-russian-issuers-rus.pdf>

Бажина Анастасия Андреевна

Bazhina Anastasia Andreevna

Яшникова Анна Андреевна

Yashnikova Anna Andreevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Банки и управление активами»

Master program «Banks and Asset Management»

e-mail: nastasiabazh@mail.ru

e-mail: yashnikovaaa@gmail.com

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

INDICATORS OF ECONOMIC EFFICIENCY OF THE BANK

В данной статье раскрыта проблема оценки эффективности деятельности финансовых институтов. В настоящее время конкуренция на рынке обостряется, а банковский бизнес терпит существенные изменения, что создает объективные предпосылки к оценке и дальнейшего управления эффективностью деятельности.

This article discloses the problem of evaluating the performance of financial institutions. Currently, competition in the market is escalating, and the banking business is undergoing significant changes, which creates objective prerequisites for evaluating and further managing performance.

Ключевые слова: методы оценки эффективности, коммерческий банк, комплексная оценка, финансовые коэффициенты

Key words: performance evaluation methods, commercial bank, integrated assessment, financial ratios.

В зарубежной и отечественной научной мысли значительное внимание уделяется проблемам оценки эффективности финансовых институтов, в том числе и банков. Процессы либерализации, дерегулирования финансовых рынков, глобализации и технологического прогресса значительно изменили среду, в которой функционируют банки, обострили конкуренцию на рынке и создали объективные предпосылки к оценке и дальнейшего управления своей эффективностью на рынке. В свою очередь, методология оценки эффективности, вместе с усложнением банковской деятельности, также развивается и постоянно расширяется ее аналитический инструментарий.

Под эффективностью деятельности банка, на наш взгляд, следует понимать его способность достигать поставленных целей путем оптимального использования ресурсов, учитывая при этом не только микроэкономическую, но и макроэкономическую функции банков в рыночной экономике [1]. Обеспечение эффективного функционирования банка, в свою очередь, требует рациональной организации аналитической работы, результаты которой служат основой для принятия экономически обоснованных управленческих решений. С помощью анализа становится возможным:

- определение тенденций и закономерностей деятельности банка, оценка характера влияния внешних и внутренних факторов на его функционирования;
- научно обоснованно планировать дальнейшую работу и контролировать ее выполнение;
- определять потенциал развития банка и резервы повышения эффективности его деятельности.

Для оценки эффективности коммерческих банков регулятором является получение информационного обеспечения для системы государственного управления, в том числе, для принятия управленческих решений в денежно-кредитной сфере. Экономическая система РФ находится в процессе структурной трансформации, соответственно, механизм государственного регулирования также находится на стадии формирования. Анализ отечественных и зарубежных источников по-

зволяет объединить все инструменты оценивания в два условных методических подхода:

- бухгалтерский, основным критерием которого выступает доходность (прибыльность) деятельности банка, который основан на использовании методов финансовых коэффициентов;
- экономический / производственный, критерием которого выступает оптимальность ведения деятельности (включая уровень прибыли, затрат и риска), основанный на экономико-математическом моделировании.

Первый подход, основанный на оценке эффективности деятельности банка относительно доходности банковского бизнеса, определяет эффективность как относительную расчетную величину. В данном случае основным показателям эффективности выступают показатели рентабельности активов (ROA) и рентабельности капитала (ROE), чистая процентная маржа, чистый спрэд, производительность труда, рентабельность затрат и тому подобное.

Несмотря на преимущества метода финансовых коэффициентов (простоту расчета и интерпретации полученных данных, доступность для всех субъектов оценки), использование метода ограничивается сложностью определения факторов влияния на эффективность, ретроспективным характером оценки, сосредоточенностью на краткосрочных финансовых результатах деятельности банка, в значительной степени, уменьшает его ценность для дальнейшего анализа и принятия стратегических решений. Аналитическая модель Дюпона или методика декомпозиционного анализа прибыльности собственного капитала также базируется на методе финансовых коэффициентов, хотя и позволяет выявлять факторы, влияющие на доходность капитала банка. Рассмотрен подход отождествляет понятие эффективности деятельности с рентабельностью, позволяя оценить, тем самым, лишь одну из сторон эффективной деятельности банка.

Второй подход к оценке эффективности рассматривает банк в качестве фирмы финансовых услуг, основываясь на синтезе теории финансов и теории фирмы. В соответствии с ним эффективность рассматривается как характеристика процесса производства, а именно оптимальность организации банковской деятельности, преследуя основной принцип экономической деятельности — минимизация затрат и максимизация выпуска. Следует отметить, что в экономических исследованиях основным инструментом отображения функционирования

любой производственной системы как на макро-, так и на микроуровне, выступает многофакторная производственная функция, которая позволяет исследовать закономерности экономических процессов, решать задачи анализа и планирования тому подобное.

Особенно внимание в процессе оценки эффективности деятельности банков требует вопрос выбора входных и выходных параметров, характеризующих технологию банковской деятельности, и существенно влияют на результаты оценки. В зарубежной экономической мысли выделяют два основных подхода, которые отличаются определением экономической природы «депозитов» [3]:

- производственный (production approach), который рассматривает банк как поставщик финансовых услуг, соответственно, депозиты рассматриваются как выходной параметр деятельности;
- посреднический (intermediation approach), учитывая специфику банковской деятельности, депозиты являются ресурсом для деятельности банка.

Далее исследуем основные ключевые финансовые показатели «ЮНИКРЕДИТ», которые представлены в таблице 1 и 2.

Таблица 1

Ключевые финансовые показатели «ЮНИКРЕДИТ»

Показатель	За 2017 год, в тыс. руб.	За 2018 год, в тыс. руб.	Изм., в тыс. руб.	Изм., в %
Всего активов	1 178 214 031	1 357 637 038	179 423 007	15,23
в том числе чистая ссудная задолженность	909 091 345	1 159 608 054	250 516 709	27,56
Всего обязательств	994 561 458	1 164 352 151	169 790 693	17,07
** в том числе средства клиентов, не являющихся кредитными организациями	806 811 441	1 013 747 908	206 936 467	25,65
Всего собственного капитала	183 652 573	193 284 887	9 632 314	5,24
Получено процентных доходов, всего	76 855 769	82 474 649	5 618 880	7,31

Окончание табл. 1

Показатель	За 2017 год, в тыс. руб.	За 2018 год, в тыс. руб.	Изм., в тыс. руб.	Изм., в %
** в том числе доходы от ссуд, предоставленных клиентам, не являю- щимся кредитными организациями	60 034 187	63 207 485	3 173 298	5,29
Понесено процентных рас- ходов, всего	42 442 693	43 208 957	766 264	1,81
** в том числе расходы по привлечённым сред- ствам клиентов, не явля- ющихся кредитными организациями	34 415 781	35 829 103	1 413 322	4,11
Полученные чистые про- центные доходы	34 413 076	39 265 692	4 852 616	14,10
Прибыль после налогоо- бложения	27 963 928	18 710 333	-9 253 595	-33,09
Операционные доходы до создания / восстановления резервов	15 298 128	20 919 016	5 620 888	36,74

Таблица 2

Ключевые финансовые показатели «ЮНИКРЕДИТ»

Показатель	2017 год	2018 год	Изм. абс.	Изм. отн.
Рентабельность активов RoA (Return on Assets)	2,37	1,38	-1,00	-41,93
Рентабельность капитала (Return on Equity)	15,23	9,68	-5,55	-36,43
Чистая процентная маржа	3,79	3,39	-0,40	-10,55
Доходность активов	8,45	7,11	-1,34	-15,87
Стоимость пассивов	4,76	3,96	-0,81	-16,92
Чистый спрэд	3,69	3,16	-0,54	-14,52
Операционная эффективность CIR (Cost / income)	166,89	143,29	-23,59	-14,14
Стоимость активов (Cost of assets)	2,81	2,58	-0,22	-7,95

Исходя из представленной таблицы, можно отметить, что за исследуемый период активы «ЮНИКРЕДИТ» увеличились на 179 423 007 тыс. руб. или 15,23%. Обязательства «ЮНИКРЕДИТ» увеличились на 250 516 709 тыс. руб. или 27,56%, собственный капитал также увеличился на 9 632 314 тыс. руб. или 5,24%. Процентные доходы «ЮНИКРЕДИТ» увеличились на 5 618 880 тыс. руб. или 7,31%, понесенные процентные расходы увеличились на 1,81% или 766 264 тыс. руб.

В таком показателе как прибыль после налогообложения наблюдается тенденция на сокращение в 2017 году она составляла 27 963 928 тыс. руб., а в 2018 году она сократилась до 18 710 333 тыс. руб., таким образом прибыль после налогообложения сократилась на –9 253 595 тыс. руб. или –33,09%.

Исходя из представленной таблицы мы наблюдаем ухудшение ключевых финансовых показателей «ЮНИКРЕДИТ», рентабельность активов RoA сократилась на –41,93%, рентабельность капитала (Return on Equity) уменьшилась на –36,43%, чистая процентная маржа упала на –10,55%, доходность активов сократилась на –15,87%, Стоимость пассивов уменьшилась на –16,92%, операционная эффективность CIR упала на –14,14%, стоимость активов (Cost of assets) сократилась на –7,95%.

Однако, при всех достоинствах вышеперечисленного метода оценки эффективности экономической деятельности банка может оказаться недостаточным, выделим слабые стороны: отсутствие должного внимания внешним и внутренним воздействующим факторам и социального аспекта деятельности банка, ретроспективный характер, альтернативные издержки. Анализируя существующие методы оценки, а также рассмотрение их слабых сторон, позволяет сделать вывод о необходимости внедрения нового подхода, а именно: *«комплексной оценки эффективности деятельности коммерческого банка»*. Данный анализ следует проводить поэтапно.

На первичном этапе проводится сбор и анализ внутренней и внешней информации.

Второй этап более трудоемкий, он заключается в расчете показателей, формировании экспертных мнений, конкретизация результатов опросов в соответствии с агрегированным группами показателей. Также во втором этапе можно выделить четыре блока для анализа: анализ группы показателей экономической, социальной, организационной структуры и эффективность кадровой политики.

Третий этап заключается в расчете интегрального показателя эффективности. Завершающий этап — формирование отчетности.

Под блоком экономическая эффективность, мы подразумеваем расчет таких показателей как: рентабельность активов, капитала; анализ качества портфеля (NPL90+), CIR. Социальная эффективность может характеризоваться: долей социально-ориентированных продуктов банка; SROI; качество раскрытия информации в сфере КСО; уровнем удовлетворенности клиентов. Эффективность организационной культуры определяется: уровнем технологичности процессов, количеством нереализованных в срок проектов. Анализ эффективности кадровой политики выражается в степени квалификации сотрудников банка и инвестиций на их обучение, уровне текучести кадров.

Таким образом, комплексный анализ позволит дать более точную и объективную оценку экономической деятельности банка.

Можно отметить, что для коммерческого банка положительное заключение о его финансовом положении приобретает ещё большую важность, так как от степени надежности банка и предоставлении различных аспектов его деятельности, зависит не только эффективность его функционирования, но и прямой интерес его клиентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. А.Ю. Петров, В.И. Петрова. Комплексный анализ финансовой деятельности банка. — М.: Финансы и статистика, 2017. — 560 с.
2. Е.П. Жарковская. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка. Учебник. — М.: Омега-Л, 2018. — 384 с.
3. Совершенствование оценки эффективности деятельности коммерческого банка в условиях межбанковской конкуренции: монография / Л.И. Юзвович, Е.А. Трофимова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 120 с.
4. Янцен Константин Иванович, Мещерякова Эмма Ивановна, and Ларионова Анастасия Вячеславовна. «Оценка деятельности руководителей организации на основании компетентностно-ориентированной модели» / Векторы благополучия: экономика и социум, no. 2 (33), 2019, pp. 1–15.
5. Селявина Елизавета Алексеевна Модель оценки эффективности деятельности банков развития на макроуровне // Экономика. Налоги. Право. 2016. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-otsenki-effektivnosti-deyatelnosti-bankov-razvitiya-na-makrourovne> (дата обращения: 24.04.2020).

Белоконь Евгения Сергеевна

Belokon Evgeniya Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Прикладная информатика в экономике и управлении»
Master program «Applied Computer Science in Economics and Management»

e-mail: ms.belokon@inbox.ru

**АВТОМАТИЗАЦИЯ СОПРОВОЖДЕНИЯ
МАТЕРИАЛЬНЫХ ПОТОКОВ В ТРАНСПОРТНО
ЭКСПЕДИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ТРАНС-БИЗНЕС»**

**AUTOMATION OF SUPPORT OF MATERIAL FLOWS
IN TRANSPORT AND FORWARDING ACTIVITIES
BY THE EXAMPLE OF THE TRANS-BUSINESS GROUP**

В статье рассматривается процесс развития TMS-системы (Transport Management System) транспортно-экспедиционного предприятия, включающий выбор ИТ-решения и расчет эффективности внедрения от него.

The article discusses the process of developing a corporate information system (CIS) of a freight forwarding company, including the selection of an IT solution and calculating the effectiveness of implementation from it.

Ключевые слова: материальные потоки, TMS-система, ИТ-проект.

Keywords: material flows, TMS system, IT project.

Мировое сообщество показывает, что рынок услуг по сопровождению материальных потоков существенно эволюционирует, прежде всего за счет интеграционных процессов при транспортировке в системе логистических потоков [1]. В основе названных процессов — информационно-коммуникационные системы и технологии в транспортной логистике [2].

Сопровождение материальных потоков представляет собой системно интегрированные материальные и информационные потоки, реализуемые в форме комплекса услуг в целях повышения эффективности транспортных перемещений груза. Таким образом, предприятия, осуществляющие транспортно-экспедиционную деятельность, из посредников между предприятием-заказчиком и предприятием-перевозчиком трансформируются в полноценных логистических операторов, которые с помощью целого комплекса стоящих перед ними задач

могут максимально оптимизировать транспортную услугу, увеличить рентабельность и снизить возможные денежные потери.

Группа Компаний «Транс-Бизнес» является 3PL-оператором и осуществляет комплекс услуг, связанный с сопровождением материальных потоков. В настоящее время среди актуальных задач совершенствования деятельности 3PL-оператора является контроль процесса перевозки груза автомобильным транспортом, а также состояния груза в процессе перевозки, при использовании мощностей привлеченных перевозчиков [3].

Несмотря на то, что основная часть транспортных средств оснащена телематическими устройствами сбора и передачи данных в пути следования (ГЛОНАСС-трекеры, тахографы, датчики контроля температуры), когда речь идет о привлеченных транспортных средствах, возникает ряд проблем:

- различные компании используют разные системы контроля передвижения транспорта, которые не взаимодействуют между собой [4];
- отсутствует информации о передвижении транспорта и состоянии груза по всем существующим заказам предприятия [5].

Как результат, данные о доставке груза и его состоянии в пути следования, могут быть получены только после окончания перевозки. Форматы отчетов различаются между собой, что подразумевает дополнительную работу, включающую приведение данных к общему виду и их последующую загрузку или ручное внесение в TMS-систему. Также отсутствует возможность проверки достоверности получаемых данных.

Для контроля за передвижением транспортных средств (как собственных, так и привлеченных) и получения достоверной информации о перемещении и состоянии груза в пути следования, предложено внедрение единой телематической платформы сбора данных. ГЛОНАСС/ GPS устройства от различных производителей подключаются к единому телематическому серверу, который получает данные, обрабатывает их и передает в TMS-систему исследуемого предприятия.

Для решения задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, были выбраны программные продукты, представленные на рынке для автоматизации контроля и состояния груза, позволяющие учитывать как собственный, так и привлеченный транспорт:

1. AggreGate Fleet Manager

2. AXELOT TMS X4

3. 1С:Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками»

4. ОПТИМУМ ГИС

5. 1С:Центр спутникового мониторинга ГЛОНАСС/GPS

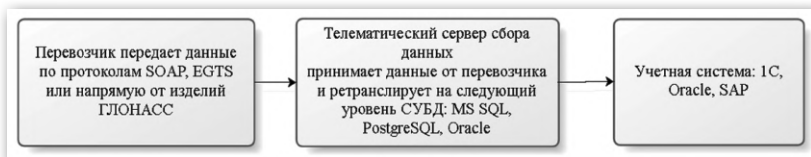


Рис. 1. Получение и передача данных при помощи телематического сервера сбора данных

Среди преимуществ внедрения телематического сервера сбора данных можно выделить:

- получение данных о перевозке в момент её совершения, что позволит оперативно выставлять счета клиенту и уменьшить дебиторскую задолженность предприятия,
- данные, полученные непосредственно с телематических устройств, являются более надежными, чем полученные от третьих лиц, что позволят уменьшить риск потери груза в пути следования,
- сокращение ручного труда сотрудников предприятия.

Для оценки эффективности внедрения проекта был проведен расчет капитальных и текущих затрат проекта и рассчитан эффект от внедрения проекта (табл. 1). В качестве показателей использованы реальные и прогнозные значения показателей, которые претерпят изменения при внедрении проекта.

Капитальные затраты проекта составляют 2160 тыс. руб. и включают:

- серверное оборудование (180 тыс. руб.),
- лицензия на 500 подвижных объектов (850 тыс. руб.),
- консультационные услуги по внедрению проекта (150 тыс. руб.),
- заработная плата сотрудников на проект с отчислениями (780 тыс. руб.),
- услуги по кастомизации внедряемой системы (200 тыс. руб.).

Таблица 1

Расчет показателей эффективности проекта

Номер периода, квартал	Расчет показателей эффективности внедрения						
	0	1	2	3	4	5	6
Эффект (экономическая выгода), тыс.руб.	–	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00	690,00
Прирост текущих затрат, тыс. руб.	–	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	–	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00
Налог на прибыль, тыс. руб.	–	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00
Чистая прибыль, тыс. руб.	–	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
Капитальные затраты, тыс. руб.	2160,00	–	–	–	–	–	–
ЧДД, тыс. руб.	–2160,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00	432,00
ЧДД (интегральное значение), тыс. руб.	–2160,00	–1728,00	–1296,00	–864,00	–432,00	0,00	432,00
Коэффициент дисконтирования денежных потоков (при ключевой ставке 10%)	1,00	0,98	0,95	0,93	0,91	0,89	0,87
NPV, тыс. руб.	–2160,00	–1738,17	–1326,28	–924,08	–531,35	–147,87	226,58
PI	–	0,20	0,24	0,30	0,42	0,72	2,53

В качестве текущих затрат были выделены услуги по сопровождению и сервисному обслуживанию программного продукта (150 тыс. руб./квартал).

Экономическая выгода от проекта достигается путем:

- уменьшения дебиторской задолженности (200 тыс. руб./квартал)
- сокращения фонда оплаты труда при средней зарплате диспетчера 65 тыс. руб./месяц с отчислениями (390 тыс. руб./квартал),
- уменьшения потерь груза (100 тыс. руб./квартал).

Коэффициент дисконтирования был определен как среднее значение ставки кредитования для юридических лиц.

Положительное значение чистого дисконтированного дохода $NPV > 0$ в шестом квартале после внедрения свидетельствует о том, что проект эффективен и будет приносить прибыль через полтора года после внедрения проекта.

Расчет индекса доходности в форме относительного значения чистого денежного дохода на единицу приведенных капитальных затрат, позволяет сделать выводы о проекте, как о прибыльной финансовой инвестиции. Следовательно, предложенное ИТ решение по автоматизации транспортного сопровождения материальных потоков обеспечивает предприятию не только возможность отслеживания местоположения грузов, но и экономическую эффективность проекта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Трофимов В.В., Трофимова Л.А., Минаков В.Ф., Кияев В.И., Барабанова М.И., Макачук Т.А., Ильина О.П., Путькина Л.В., Лобанов О.С., Газуль С.М. Цифровая конвергенция в экономике: монография. — СПб: Изд-во СПбГЭУ. — 2019. — 150 с.

2. Баша Н.В., Лобанов О.С., Макачук Т.А. Научно-исследовательская деятельность: затраты, публикации научных результатов // Международный научно-исследовательский журнал. — 2014. — № 7—1 (26). — С. 31—33.

3. Минаков В.Ф. От информационных потоков к трансферу знаний в индустрии 4.0 // В книге: Развитие науки и научно-образовательного трансфера логистики. — Санкт-Петербург, — 2019. — С. 184—204.

4. Минаков В.Ф. Логистика мобильной торговли // Международный научно-исследовательский журнал = Research Journal of International Studies. — 2014. — № 9 (28). — С. 77—78.

5. Минаков В.Ф., Шепелёва О.Ю., Шепелёв П.Ю. Феномен конвергенции информационных и материальных потоков в экономических процессах // Правовая информатика. — 2018. — № 3. — С. 70—74.

Беляева Мария Юрьевна

Belyaeva Maria Ureyeva

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление гостиничным бизнесом»

Master program «Hotel management»

e-mail: eldorado1661654@yandex.ru

**ПОЛИТИКИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
НА ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ:
ТРЕНДЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА ВНЕДРЕНИЯ**

**SOCIAL RESPONSIBILITY POLICIES AT THE HOTEL ENTERPRISE:
TRENDS AND ADVANTAGES OF IMPLEMENTATION**

В статье рассматриваются особенности внедрения политики корпоративной социальной ответственности на гостиничном предприятии, проанализированы примеры реализации социальных программ в международных гостиничных компаниях, а также разработаны рекомендации для внедрения политики корпоративной социальной ответственности на гостиничном предприятии различного уровня.

The article discusses the features of implementing a corporate social responsibility policy at a hotel enterprise, analyzes examples of implementing social programs in international hotel companies, and develops recommendations for introducing a corporate social responsibility policy at a hotel enterprise at various levels.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, гостиничное предприятие, социальные программы, конкурентное преимущество.

Key words: corporate social responsibility, Hotel Company, social programs, competitive advantage.

В эпоху высокой конкуренции на рынке услуг, среди многообразия предложений в различных сферах предприятию уже недостаточно быть популярным и узнаваемым. В современных условиях за предоставлением услуги должно стоять нечто большее, в том числе этические параметры в отношении общества, экологии и ведения бизнеса.

Важным аспектом деятельности предприятий, как в России, так и за рубежом является корпоративная социальная ответственность (КСО) [2]. КСО — это концепция, в рамках которой компания берет на себя ответственность за соблюдение норм и правил перед клиентами, организациями с которыми взаимодействует в процессе работы, а также перед обществом [4]. КСО — это не просто набор принципов,

которых следует придерживаться для получения максимальной прибыли, а это миссия, нацеленная на развитие честных взаимоотношений между всеми участниками процесса, заботе об обществе, сохранению и защите окружающей среды. Если брать во внимание гостиничный бизнес, то здесь, по словам профессора международной высшей школы Бад-Хоннеф Вилли Легранда, имеется большое количество направлений для реализации данной концепции. Преподаватели кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса также разделяют эту концепцию, что нашло отражение в содержании учебных дисциплин в рамках подготовки бакалавров и магистрантов с целью формирования soft skills компетенций обучающихся [1]. Гостиница — это целый комплекс услуг, который не заканчивается проживанием, а в предоставлении услуг ресторана, СПА, фитнес-комплекса и многих других, и на каждом этапе их предоставления возможно внедрение КСО.

Целью данного исследования является анализ крупных игроков рынка гостиничных услуг, которые развивают политику КСО на своем предприятии, анализ направлений их деятельности и, как результат проделанной работы, разработка рекомендаций в отношении программ, которые позволят небольшим гостиничным предприятиям наравне с гигантами этого бизнеса быть социально ответственными и иметь конкурентное преимущество, относительно других игроков рынка.

На протяжении 14 лет международная исследовательская компания Ethisphere, мировой лидер в разработке и продвижении стандартов этического бизнеса, представляет рейтинг самых этических компаний мира — The World's Most Ethical Companies. В 2020 году 132 компании из 51 отрасли были признаны за установление мировых стандартов честности бизнеса. Оценка деятельности компании осуществляется по нескольким категориям:

- программа этики;
- культура этики;
- корпоративное гражданство и ответственность;
- руководство;
- лидерство и репутация.

В качестве анализируемых компаний взяты две мировые гостиничные сети Hilton и Wyndham Hotels and Resorts, которые оказались единственными представителями из сферы размещения в рейтинге.

Hilton — известная во всем мире сеть отелей. Более 100 лет компания на международной арене, за это время проделана огромная рабо-

та. На данный момент это первая гостиничная компания, которая занимает 1-е место в списке 2020 Fortune Best Companies to Work For второй год подряд.

КСО в системе ценностей Hilton играет одну из ключевых ролей. Так как здесь разработан целый комплекс мер, который направлен на сбережение ценностей компании, честном ведении бизнеса и охране природных ресурсов. Помимо реализации собственных проектов, компания также участвует в сторонних программах и финансово их поддерживает, например, GlobalSoap Project — компания занимается переработкой остатков неиспользованного мыла в отелях и поставками нового переплавленного мыла в более чем 20 стран мира.

Рассматривая структуру работы сети Hilton, можно увидеть, что политика КСО здесь проходит через всю компанию. Программа деятельности в рамках социальной ответственности в сети разделена на несколько блоков и охватывает разные сферы, где поддержка необходима [5]. В Таблице 1 представлен обобщающий свод программ, которые реализуются на данный момент отельной сетью Hilton.

Таблица 1

Направления реализации политики КСО в Hilton

Направление	Содержание
<i>Социальные проекты</i>	
Молодежь	Карьера @ Hilton — проект состоит из большого комплекса мероприятий, целью которых является профориентации молодых людей и последующее их трудоустройство в отели Hilton.
	Youth Empowerment (Расширение прав и возможностей молодежи) — сотрудничество с International Youth Foundation (IFY), направленное на создание условий для развития потенциала молодежи
Всесторонний корпоративный рост	Стратегия направлена на поощрение культурного многообразия, создание благоприятных условий для всех членов команды через рамки культуры и реализации глобального конкурентноспособного бизнеса. Каждый год проводится более 95 корпоративных мероприятий разной направленности: работа с аудиторией, развитие членов команды, бизнес-тренинги.

Направление	Содержание
	«Создание возможностей для всех» — Hilton осуществляет поддержку более 3000 предприятиям-поставщикам, которые принадлежат женщинам, ветеранам и другое.
	«Поддержка беженцев» — с 2018 года объявили об оказании поддержки беженцам. В рамках данной программы проводят различные обучения навыкам гостеприимства с дальнейшим трудоустройством и осуществляют финансовую поддержку.
Общественный вклад	«Волонтерская деятельность» — реализована программа «Global Week of Service». Члены гостиничной сети Hilton из 93 стран на протяжении 236 930 часов работали добровольно и приняли участие в более 5 000 проектах.
	«Грантовая поддержка» — на сегодняшний момент выделены денежные средства в виде грантов на реализацию 76 проектов, направленных на решение глобальных проблем.
	«Ликвидация последствий катастроф» — Hilton Respond Fund — фонд создан, для того чтобы члены команды Hilton и сотрудники, работающие по франшизе, могли оказывать добровольную поддержку и гуманитарную помощь по восстановлению после стихийных бедствий.
<i>Окружающая среда</i>	
Энергия	С 2008 года осуществляется снижение использования энергии на 24% и выбросов углерода на 34%. В 2018 году Grand Wailea — A Waldorf Astoria Resort начал установку самой большой фотоэлектрической солнечной батареи на острове Мауи, которая обеспечит 1,5 мегаватта чистой энергии в отель. Более чем 5600 отелей сертифицировано по ISO 9001 (Управление качеством), ISO 14001 (Управление окружающей средой) и ISO 50001 (Управление энергопотреблением).

Направление	Содержание
Вода	С 2008 года на 20% сократилась интенсивность водопользования. Планируется к 2030 году сокращение на 50%. Совместная работа с Всемирным фондом дикой природы для комплексного подхода к управлению водными ресурсами.
Отходы	Сокращение объема утилизированных отходов на 41% по всем управляемым отелям. Реализовано 45 пилотных проектов по сокращению пищевых отходов.

Программа политики КСО в Hilton на данный момент является примером для многих крупных корпораций во всем мире. Данные, представленные в Таблице 1 — это основные направления работы, но каждый блок включает в себя еще множество мероприятий. Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на 100-летнюю историю и стабильную прибыль, компания не стоит на месте, а развивает новые направления деятельности, которые выделяют гостиничную сеть Hilton на рынке услуг и являются конкурентным преимуществом относительно других брендов.

Другая гостиничная сеть, которая также была в рейтинге The World's Most Ethical Companies — это Wyndham Hotels and Resorts. Крупнейшая в мире компания с социальной, этической и экологической ответственностью, насчитывающая более 9000 отелей по всему миру [6]. Каждый год компания работает над созданием прочного фундамента для максимальной реализации политики КСО. В Таблице 2 представлены основные инициативы социальной ответственности в компании Wyndham Hotels and Resorts.

Рассмотрев программы осуществления политики КСО на примере крупнейших международных гостиничных сетей Hilton и Wyndham Hotels and Resorts, можно сделать вывод, что поддержка и реализация социальных программ является неотъемлемой частью в современном бизнесе, так как они затрагивают глобальные проблемы, которые существуют на данный момент в мире.

Современные реалии бизнеса диктуют условия поведения гостиничных предприятий, уже сейчас многие отельные сети и отдельные гостиничные предприятия используют разнообразные программы по

экологической и технологической безопасности [3], что свидетельствует об их ответственном отношении не только к потребителю гостиничной услуги, но и в целом ко всему обществу и окружающей среде.

Несмотря на все преимущества внедрения политики КСО в деятельность компании, далеко не все готовы осуществлять социальные программы. Если брать во внимание данные из Таблицы 1 и Таблицы 2, то можно увидеть, часть программ, действительно, подходит для крупных гостиничных корпораций с большим опытом, но в качестве вывода к данной работе, необходимо выделить несколько направлений, которые могут быть внедрены в деятельность сети гостиницы с небольшим охватом и стать обладателем конкурентного преимущества на рынке гостиничного бизнеса.

Таблица 2

Направления реализации политики КСО в Wyndham Hotels and Resorts

Направление	Содержание
Многообразие и вовлеченность	Корпоративное обучение. Расширение бизнес-сообщества внутри гостиничной сети. Поддержка женщин, ветеранов, ЛГБТ-сообществ и различных организаций по всей сети.
Права человека	Развитие и обучение в отношении прав человека
Общество	Поиск и привлечение талантов команды Wyndham для поддержки Целей устойчивого развития ООН. Оказание поддержки в случае стихийных бедствий. Осуществление спонсорской поддержки и партнерства Wyndham Championship.
Экология	Минимизация воздействия на окружающую среду. Запуск программы сертификации Wyndham Green для дальнейшего осуществления лучших практик более чем в 9000 отелях.

По результатам исследования, можно выделить следующие направления деятельности в рамках КСО, которые подходят для внедрения на гостиничные предприятия разного уровня:

- Профориентационная программа.
- Сотрудничество с молодежными фондами.
- Волонтерская деятельность.
- Корпоративное обучение.
- Минимизация воздействий на окружающую среду.

Итак, данные направления выбраны таким образом, что они затрагивают разные составляющие политики КСО и направлены на различные сферы деятельности. Постепенно внедряя практики КСО, компания достигнет доверие потребителей. По словам генерального директора Ethisphere Тимоти Эрблиха: «Ведение этического бизнеса является ключом к максимизации прибыли».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Воронцова Г.Г., Воронцова А.В. Оптимизация образовательных технологий в высшей школе для формирования и оценки soft skills компетенций у будущих работников сферы туризма и гостеприимства // Проблемы современной экономики. 2019. — № 2 (70). — С. 212–215.

2. Строева О.А., Мироненко Н.В., Иванов Х.М. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. № 1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-rossiyskie-i-zarubezhnye-standarty> (дата обращения: 14.04.2020).

3. Поночевный Д.А., Воронцова Г.Г., Воронцова А.В. Современные системы управления безопасностью в гостиничных комплексах // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2019. — № 2 (48). — С. 44–48.

4. Худякова А.Д., Ахтем А.Э. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как фактор устойчивого развития экономики региона // Таврический научный обозреватель. 2016. № 1–2 (6). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya-ekonomiki-regiona> (дата обращения: 14.04.2020).

5. Our journey towards 2030 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cr.hilton.com/>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз., англ. (дата обращения: 12.04.2020).

Березина Ирина Васильевна

Berezina Irina Vasilevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»

Master program «Project management and quality management»

e-mail: irishbere@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF THE CONCEPT OF LEAN PRODUCTION AT ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

Бережливое производство является на данный момент распространенной концепцией. Несмотря на это исследователи изучают подходы к внедрению концепции на разных предприятиях и выделяют проблемы, с которыми сталкиваются руководство и работники. Данная статья направлена на поиск коренных причин проблем, исходя из которых можно предложить пути решения.

Lean production is a common concept at the moment. Despite this, researchers study approaches to implementing the concept at different enterprises and highlight the problems faced by management and employees. This article is aimed at searching for the root causes of problems based on which solutions can be proposed.

Ключевые слова: бережливое производство, поиск коренных причин проблем, диаграмма Исикавы, управление предприятием.

Keywords: lean production, searching for root causes of problems, Ishikawa's diagram, enterprise management.

Бережливое производство — это концепция организации производственных и/или офисных процессов, направленная на устранение потерь и стремление к совершенству. К основным потерям в данной концепции относят перепроизводство, излишние запасы, лишнюю транспортировку, брак, потери времени, лишние этапы обработки, излишние движения. Данные виды потерь не добавляют ценность продукту, которую видит потребитель. Концепция бережливого производства была разработана в компании Toyota и стала всемирно известна как TPS или Toyota Product System (производственная система Тойоты).

Целью статьи является выявление проблем реализации концепции бережливого производства, их систематизация и анализ. Изучение

наиболее частых проблем, возникающих при внедрении концепции на предприятиях, и последующий поиск их причин позволит найти узкие места и задать направления для дальнейшего развертывания и адаптации концепции.

Проблемы реализации концепции бережливого производства на отечественных предприятиях можно разделить на внешние и внутренние. Наиболее острые проблемы — это непонимание концепции и неготовность сотрудников к внедрению концепции. При этом отмечается, что за последние годы сделано много для развития бережливого производства в России — это и внедрение стандартов, обучение сотрудников на предприятиях, выпуск пособий о внедрении концепции предприятиями-пионерами [2, с. 87].

Для топ-менеджеров компаний важно видеть эффективность от внедрения бережливого производства. Исследования взаимосвязи между концепцией бережливого производства и эффективностью бизнеса показывают, что существует положительная связь между этими показателями. Соответственно, при внедрении концепции бережливого производства бизнес начинает работать эффективнее, но при этом не отмечено влияние на финансовые показатели компании [5, с. 90].

Важен и вопрос интеграции концепции бережливого производства с системой менеджмента качества (далее — СМК). Чаще всего в организациях подразделение, занимающееся вопросами развития бережливого производства, обособлено от подразделения СМК. Но у этих концепций существует сходство в направленности и конечной цели. Поэтому интеграция бережливого производства в управление качеством необходима для единого понимания концепции [1, с. 18].

Анализ связи проблем при внедрении концепции с элементами предприятия дает понимание направлений, где необходимо искать потери. Выделяют пять элементов — мотивация, обучение, лидерство, культура и структура. Например, к проблемам, связанным со структурой предприятия, относятся несоответствие структуры управления требованиям рынка, гиперархия, концентрация полномочий на верхних этажах управления [3, с. 44].

Обзорное исследование [4, с. 908] позволило сделать вывод о том, что бережливое производство является основополагающим для развития Индустрии 4.0. При этом раскрываются такие проблемы концепции как недостаточное использование технологий, человеческий фактор, сложности во взаимодействии между людьми и машинами, отсутствие стандартных процедур реализации концепции.

Для дальнейшего анализа выявленных в ходе обзора литературы проблем реализации концепции бережливого производства систематизируем их по группам. В таблице 1 представлена группировка проблем.

Т а б л и ц а 1

Группировка проблем реализации концепции бережливого производства

Группа проблем	Проблемы
Работники	Отсутствие квалифицированных специалистов. Дефицит времени. Недостаточный уровень знаний. Отсутствие генерации идей. Отсутствие опыта ведения проектной деятельности. Сопротивление переменам. Отказ работников от новых должностных обязанностей. Нежелание подавать предложения по улучшениям. Нежелание говорить о проблеме. непонимание целей изменений.
Среда	Уровень производства. Отсутствие подходящей корпоративной культуры. Отсутствие влияния изменений на эффективность бизнеса. Конфликт ценностей. Отсутствие интеграции с СМК. Гиперьерархия. Недостаточное использование технологий. Несоответствующая рыночная ситуация. Сдельная система оплаты труда. Недостаток финансовых ресурсов. Ошибки в системе мотивации работников.
Регламентирование	Противоречивая терминология. Отсутствие внешних требований. Недостаток информации о практическом применении. Отсутствие ограничения. Сложная идентификация потерь. Редкое применение статистических методов. Отсутствие стандартных процедур реализации концепции.
Руководство	Слабая или неправильная организация работ по повышению эффективности. Неправильный выбор уровня внедрения концепции. Подавление инициативы работников. Нежелание руководства менять собственное мышление. Мнение, что обучение работников может препятствовать работе. Неумение строить партнерские отношения с работниками. Нежелание руководства выходить на производственную площадку и самим находить проблемы. Ориентация на быстрое получение результатов. Разногласия в проведении изменений. Незнание основ и инструментов концепции.

Для того чтобы определить дальнейшие действия по улучшению реализации концепции необходимо определить коренные причины проблем. С этой целью составлена диаграмма Исикавы, представленная на рисунке 1.

Проблемы реализации концепции со стороны работников сводятся к незнанию концепции и неподходящей системе оплаты труда. Теоретическая база концепции бережливого производства подразумевает под собой знание инструментов и методов, способов выявления потерь, ключевых моментов в работе бережливого предприятия. Начинать обучение следует с руководства, которое в последствии будет управлять реализацией концепции.

Для внедрения новшества необходимы четкие процедуры, операции, которым нужно следовать, чтобы достичь поставленной цели. В литературе не всегда можно найти единые подходы к реализации концепции. Тем не менее необходимо найти среди множества источников тот верный путь, который подойдет конкретному предприятию, для получения выгоды от внедрения концепции.

Специфика деятельности предприятия также занимает важное место при выборе инструментов и методов для внедрения концепции. Существуют отраслевые стандарты на системы менеджмента качества, но в рамках бережливого производства создан лишь единый стандарт. Так как концепция возникла первоначально на производственных предприятиях, сфере услуг сложно увидеть возможности применения бережливого производства.

Как правило, концепция бережливого производства имеет отложенный эффект. Соответственно, собственники бизнеса не всегда понимают, как отразится новшество на результатах деятельности. В данном случае можно смотреть на опыт других предприятий, которые успешно реализуют бережливое производство.

Большинство причин неэффективности реализации концепции бережливого производства происходит от непонимания концепции как руководством предприятия, так и работниками. Чтобы охватить всю деятельность предприятия необходимо определять наиболее проблемные места, внедрять на них подходящие методы и распространять лучшие практики на другие участки. Из проблемы редкого применения всего набора инструментов вытекает сложность поиска потерь. В рамках концепции бережливого производства и для управления качеством разработаны инструменты, которые направлены

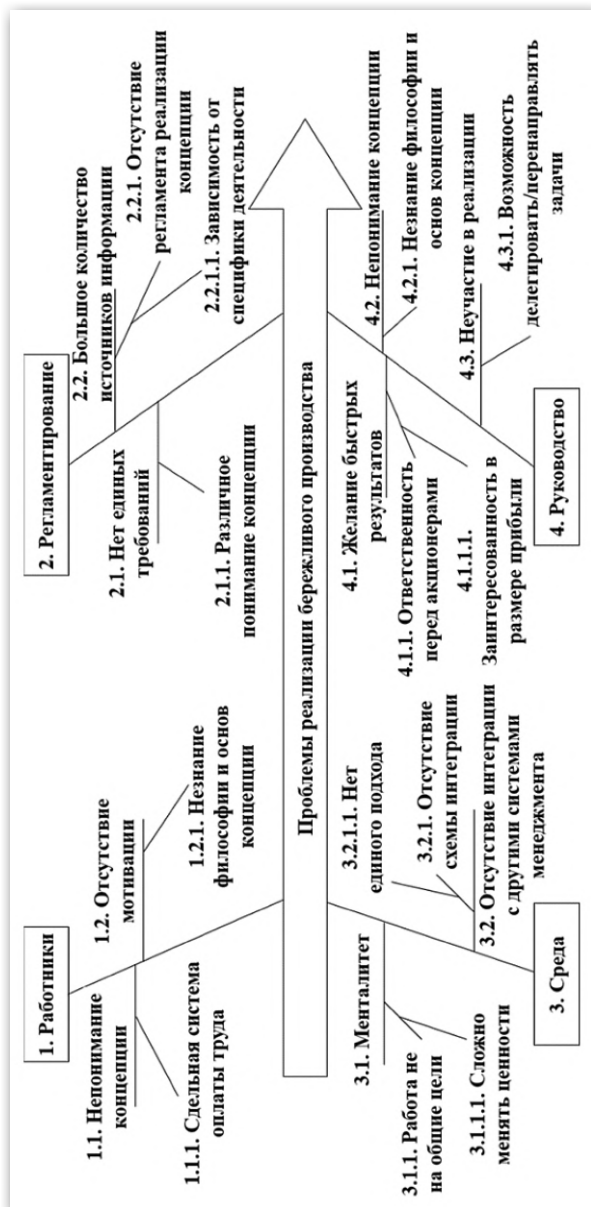


Рис. 1. Коренные причины проблем реализации бережливого производства

на выявление и систематизацию различного рода дефектов, неисправностей, оценку затрачиваемых ресурсов.

Бережливое производство направлено на повышение ценности продукта для потребителя, улучшение его качества. Проблемы, решаемые данной концепцией, во многом связаны с СМК, которая является устоявшейся и привычной для современных предприятий. Введение премиальной системы оплаты труда решает проблему с мотивацией работников. Поскольку внедрение методов и инструментов бережливого производства, поиск проблем и путей решений отнимает время от непосредственных обязанностей, работник должен понимать, что за дополнительный объем работ он получит соответствующее вознаграждение. Идеология японской концепции подразумевает непрерывное стремление к совершенству, а значит поиск потерь и их устранение должно происходить перманентно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Биктемирова М.Х., Демчук М.Р. Возможности интеграции системы менеджмента качества и бережливого производства // Казанский экономический вестник. — 2018. — № 3 (37). — С. 15–19.
2. Грашенкова Н.В. Проблемы внедрения и развития системы бережливого производства // Теория и практика общественного развития. — 2017. — № 5. — С. 87–90.
3. Маркова Н.А., Марков Д.А. Проблемы внедрения концепции бережливого производства на предприятиях // Управленец. — 2018. — № 6. — С. 40–48.
4. Bittencourt V.L., Alves A.C., Leao C.P. Lean Thinking contributions for Industry 4.0: A Systematic Literature Review // IFAC-PapersOnLine. — 2019. — № 52–13. — P. 904–909.
5. Rene Abreu-Ledon, Darkys E. Lujan-García, Pedro Garrido-Vega, Bernabe Escobar-Perez. A meta-analytic study of the impact of Lean Production on business performance // International Journal of Production Economics. — 2018. — № 200. — P. 83–102.

Большанина Наталья Васильевна
Bolshanina Natalya Vasilevna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,
St. Petersburg State University of Economics
Магистерская программа «Инновационный менеджмент»
Master program «Innovation Management»
e-mail: bolshanina.n@yandex.ru

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

INNOVATIONS IN WASTE MANAGEMENT AS THE BASIS FOR COMPETITIVENESS

Инновационность является одним из главных факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятий в современной экономике. Все страны мира, имеют катастрофический запас отходов, так в нашей стране имеется более 60 млрд. тонн мусора и это значение имеет только прогрессирующий рост, все это может быть вторичным сырьем при применении эффективных технологий и качественной поддержке государства. Целью данного исследования является рассмотрение эффективности применения вторичного сырья — пластика в технологии построения автомобильных дорог.

Innovation is one of the main factors affecting the competitiveness of enterprises in the modern economy. All countries of the world have a catastrophic waste stock, so in our country there are more than 60 billion tons of garbage, and only progressive growth is of importance, all this can be secondary raw materials when using effective technologies and high-quality state support. The purpose of this study is to consider the effectiveness of the use of recycled materials — plastic in the technology of building highways.

Ключевые слова: конкурентоспособность, инновационность, переработка отходов, вторичное сырье

Key words: competitiveness, innovativeness, greening production, unmanned vehicles, waste recycling, recyclable materials

Наиболее актуальной проблемой в настоящее время, которой уделяется все большее внимание, является проблема по защите окружающей среды и снижения нагрузки на природу. Это становится возможным при использовании, в частности, водоочистительных сооружений, изобретении новых способов утилизации отходов, создании и использовании альтернативных источников энергии.

В качестве утилизации отходов используются различные способы, среди которых к радикальным можно отнести сжигание при высоких

температурах. Мировым лидером по термической переработке мусора является Япония. Также существуют и другие способы решения вопроса с переработкой отходов, а именно создание комплексных технологий, направленных на переработку для вторичного использования. К странам лидерам данного вида переработки можно отнести Германию.

Если же говорить о европейских странах, то становлению и развитию данной отрасли способствовала разработка комплексной стратегии и усиленная государственная поддержка, отраженной в создании специальных законов и реализации государственных программ.

В Российской Федерации так же, как и в других странах, острым образом стоит вопрос о накоплении и утилизации отходов, объем которых стремительно возрастает с каждым годом. Согласно данным «Стратегии развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления на период до 2030 года» в 2014 году объем отходов превысил 55 млрд. тонн, среди которых свыше 97% составляют отходы промышленности [1].

Данная стратегия представляет собой комплекс мер и основных положений, направленных на обеспечение экологической безопасности и создания положительного экономического эффекта от ее реализации. Основным целевым показателем, позволяющим отслеживать реализацию данной стратегии, является доля утилизированных и обезвреженных отходов в общем объеме образованных отходов. Среди других ключевых показателей выделяют долю твердых коммунальных отходов, направленных на обработку, в общем объеме таких отходов, вывезенных с мест накопления, уровень снижения образования отходов, количество введенных в эксплуатацию и функционирующих объектов инфраструктуры отрасли промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов [1].

Основным сценарием развития событий приводится инновационный вариант. Данный сценарий предполагает сбалансированный комплекс мер, ориентированных на создание условий по эффективной обработке и утилизации отходов, а также переработку для вторичного использования. Такое становится возможным только при достаточном уровне финансирования программы стратегического развития отрасли. В программе выделено 2 этапа реализации стратегии: первый этап с 2018 по 2021 годы, второй этап с 2022 по 2030 года. При этом предполагаемый срок появления положительных результатов не ранее

2025 года. Инновационный подход непосредственно основан на применении новейших ресурсосберегающих разработок, технологий и техники, создании и развитии инфраструктуры, многофункциональных производственно-технических и сортировочных комплексов, экотехнопарков.

Более 4-х миллионов гектаров площади в России занимают бытовые отходы и прочий мусор, можно провести аналогию с площадью некоторых государств Европы, таких как Нидерланды или Швейцария.

Каждый год на специально отведенные свалки в России поступает более 60 млн. тонн отходов. Исходя из проведенных исследований, каждая семья из 4-х человек выбрасывает в среднем 150 кг пластмассовых изделий, 100 кг бумажной макулатуры и более 1000 стеклянной тары [2]. Все эти материалы могут стать вторичным сырьем при применении эффективных технологий и качественной поддержке государства.

На данный момент в России функционирует более одной тысячи полигонов с мусором и более 15 тысяч организованных мест хранения отходов. Кроме того, более чем 17 тысяч свалок организованы незаконно [2]. Наиболее крупные свалки мусора сконцентрированы в Московской, Ленинградской, Волгоградской, Пермской, Свердловской, Томской и Челябинской областях.

Все чаще можно услышать фразу «циклическая экономика» — эта экономика, которая предполагает не только первичное производство и потребление, но и последующую переработку отходов. Если всерьез не рассматривать переработку вторичного сырья, то не исключено что через 100–200 лет планета будет одним огромным полигоном отходов.

По данным Росстата на 2018 год, общая протяженность российских автомобильных дорог составила 1529,4 тыс. км [3]. На их расширение и создание новых магистралей ежегодно тратится 1,6 трлн. тонн асфальта [4]. Основной составляющей асфальтированного материала входят песок или отсев, битум, щебень, минеральный порошок. Тем самым, частичная замена этих материалов переработанными пластиковыми отходами позволит решить множество проблем, главной среди которых является загрязнение окружающей среды.

Наблюдая текущее состояние автомобильных дорог России, их качество оставляет желать лучшего. Для поддержания их в хорошем состоянии требуется значительная доля денежных средств бюджета страны. Применение переработанных полимерных материалов в до-

рожном строительстве заметно сократит затраты на строительство дорог и увеличит износостойкость дорожного покрытия. Такая технология использования в России разрабатывала компания ОАО «Роснано».

Мировой опыт показывает, что впервые в 2002 г. была запатентована технология использования пластиковых отходов при асфальтировании дорог инженерами индийской компании KK Plastic Waste Management Ltd. Данная компания создала полимерную смесь, которая замещает 8% битума в составе асфальтобетонной смеси и улучшает характеристики дорожного покрытия, при этом повышая срок эксплуатации в два раза. Компания KK Plastic Waste Management Ltd организовала в своем штате более 2000 км дорог из переработанных отходов пластика, к настоящему моменту переработано более 8000 тонн отходов [4].

Еще одним лидером в данной отрасли является шотландская компания MacRebug, которая на основании проведенных исследований в этой сфере разработала и запатентовала инновационные добавки на основе переработанного пластика. Эти добавки производятся в виде гранул и хлопьев, которые затем смешиваются с битумом при создании дорожного покрытия.

Но лидерами в производстве асфальта на основе переработанного сырья сейчас являются канадцы. Канадская компания Green Mantra разработала собственную инновационную технологию создания дорожного покрытия, состав которой на 20% это переработанные пластиковые отходы. Такой асфальт активно используется для создания новых дорожных покрытий и модификации существующих в городе Ванкувер [4].

Согласно проведенному исследованию, применение технологии переработки вторичного пластика в производстве автомобильно-дорожного полотна, уменьшит его конечную стоимость и увеличит его износостойкость.

Так же предполагается, что данная технология повысит потенциал отечественного производства, и при этом, позволит наработать новые интеллектуальные и физические способности трудовых ресурсов.

Не поддается сомнению, что с применением «пластиковых дорог» возрастет утилизация мусора в окружающей среде и произойдет сокращение выбросов углекислого газа в атмосферу при монтаже, а значит и повысится экологическая безопасность.

Использование данного покрытия экономически выгодно, поскольку ведет к снижению расходов на содержание дорог, минимальным затратам на модернизацию асфальтовых заводов, а также снижению затрат на утилизацию мусора на полигонах. Внешне покрытие не отличается от традиционного асфальтобетона и применение такой технологии может стать одним из важнейших стратегических шагов на пути к бережному отношению к природе и оптимальному использованию ресурсов планеты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Стратегия правительства по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления в период до 2030 года: распоряжение правительства РФ от 25.01.2018 № 84-р [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/> (дата обращения: 02.04.20).

2. Стенин А. В России мусорные свалки занимают почти 50 тысяч гектаров [Электронный ресурс] // РИА Новости — Режим доступа: <https://ria.ru> (дата обращения: 30.03.2020).

3. Протяженность путей сообщения по Российской Федерации [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. — Электрон. дан. — М., 1999—2019. — Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 28.03.2020)

4. Дорожное покрытие из пластика — качественные дороги и забота о природе [Электронный ресурс] / Все о переработке вторсырья и утилизации отходов. — Электрон. дан. — М., 2015—2019. — Режим доступа: <https://rcycle.net> (дата обращения: 02.04.2020).

Брия Диана Георгиевна
Briya Diana Georgievna

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: briya.diana@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РИСКОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕДОБЫЧИ

FEATURES OF RISK ACCOUNTING AT OIL PRODUCTION ENTERPRISES

В данной статье даны определения наиболее ключевым рискам для деятельности нефтегазовых компаний. Подробно были рассмотрены экологический риск и риск неверного отражения ликвидационных обязательств в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

This article defines the most important risk for oil and gas companies. The environmental risk and the risk of incorrect reflection of liquidation obligations in the accounting (financial) statements were considered in detail.

Ключевые слова. Окружающая среда, нефтегазодобывающая промышленность, оценочные обязательства, перечень рисков, бухгалтерская (финансовая) отчетность, экологический риск.

Keywords. Environment, oil and gas industry, estimated liabilities, list of risks, accounting (financial) statements, environmental risk.

В современных условиях важная роль отводится учету и обоснованной оценке всех факторов, которые могут оказывать влияние на осуществление хозяйственной деятельности экономического субъекта и влияющих на получение прибыли. Высокие темпы изменения окружающей среды приводят к неопределенности и неустойчивости, хозяйственным рискам, что в конечном итоге существенно осложняет формирование достоверной бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Эффективность деятельности хозяйствующего субъекта в большой степени зависит от определения риска, возможности его описания, определения факторов воздействия и управления возникающими рисками в процессе деятельности. При этом бухгалтерский учет в качестве информационной системы должен содержать данные для заинтересованных лиц о сопутствующих рисках для целей анализа с позиции их влияния на деятельность экономического субъекта. Управление рисками возможно при наличии объективных данных, которые могут быть сформированы только в системе взаимосвязанных данных бухгалтерского учета.

Являясь неотъемлемой частью экономической, политической, социальной жизни общества риск является спутником всех областей предпринимательской деятельности. В качестве рисков, присущих нефтегазовой отрасли, можно выделить:

1. Политический риск представляет собой риск недополучения прибыли вследствие мер государственной политики. Например, основным рисковым событием в настоящее время для отечественных нефтегазовых компаний является запрет на оказание сервисных услуг по разведке и добыче углеводородов для глубоководных, арктических и сланцевых проектов со стороны зарубежных компаний.

2. Кредитный риск в нефтегазовой отрасли возникает в связи с развитием этой отрасли. Так как нефтегазовые компании являются

одними из крупнейших пользователями кредитов в России, а долговая нагрузка при этом достаточно велика, риск увеличения ставок по кредитам может оказать существенное влияние на деятельность компаний. Помимо этого, нефтегазовые компании обременены валютными кредитами.

3. Рыночный риск — риск снижения стоимости активов, либо недополучения прибыли из-за сложившейся рыночной конъюнктуры. Такой тип риска обычно возникает при неблагоприятных изменениях на финансовом рынке и рынке капитала.

4. Операционный риск возникает в процессе деятельности, в том числе ее осуществлении в плохо изученных природных условиях. Объясняется тем, что в современных условиях деятельность компаний направлена в сторону труднодоступных месторождений углеводородов — глубоководные и арктические месторождения. В большинстве случаев освоение данных месторождений требует применения совершенно новых технических решений, а также специальной подготовки персонала.

5. Налоговый риск возникает при взаимодействии нефтегазовых компаний с главными внешними стейкхолдерами, такими как государство и его регулирующие органы, принимаемые ими законы в области налогообложения. Управлять таким риском крайне затруднительно, но неопределенность таких рисков может приводить к существенным финансовым потерям для компаний. Потер могут представлять собой дополнительные выплаты в бюджет в результате незапланированного повышения налоговых ставок и др.

6. Сезонный риск — неравномерность потребления нефти и газа в соответствующие сезонные периоды вызывает различные колебания в уровнях добычи и последующей реализации углеводородов.

7. Экологический риск связан с отраслевым характером деятельности экономических субъектов. Поскольку нефтегазовая деятельность предполагает добычу нефти и газа на поверхности и морском шельфе, происходит разрушение пород и загрязнение вод. Нередко возникают и аварийные ситуации, вплоть до разлива нефти и последующей гибели флоры и фауны. Поэтому нефтегазовым компаниям необходимо планировать финансовые средства на восстановление окружающей среды.

8. Риск неверного отражения ликвидационных обязательств. В бухгалтерском учете данный вопрос является весьма неоднозначным

в области первоначального признания, последующего доначисления и оценки ликвидационных обязательств для целей формирования финансовой отчетности. В настоящее время для нефтегазовой отрасли этот риск является актуальным, поскольку возможны условия, при которых разработанные шахты должны быть закрыты.

Далее рассмотрим экологический риск и риск неверного отражения ликвидационных обязательств как совокупность зависимых элементов.

Исследование научной литературы позволило сделать вывод в отношении экологической безопасности. Многие ученые считают, что проведение специальных мероприятий в исследуемой отрасли должно осуществляться в течении всего жизненного цикла проекта, начиная от осуществления геологоразведочных работ, разработки территории добычи до периода закрытия объекта от промышленной эксплуатации и рекультивации земельной территории. Это связано в конечном итоге с мероприятиями, направленными на предупреждение экологической катастрофы, что эффективнее, чем устранение возможных ее последствий. В качестве одного из механизмов смягчения последствий влияния на окружающую среду, можно назвать начисление оценочных обязательств на последующее закрытие скважин и рекультивацию земель.

Согласно законодательству Российской Федерации, компании нефтегазодобывающей отрасли должны заранее предусмотреть комплекс работ по устранению нарушений земельных территорий, на которых ведется процесс создания скважин, их эксплуатации с целью добычи природного ресурса, а в дальнейшем их закрытия. В этой ситуации необходимо осуществлять планирование затрат на «закрытие скважины», а также на последующие работы по рекультивации использованных земель.

Если в процессе использования недр земли при проектировании, строительстве, вводе в эксплуатацию и дальнейшей эксплуатации нефтегазодобывающих скважин имеются нарушения правил охраны земельных территорий, то в соответствии со ст. 155 УК РФ вышеперечисленные действия повлекли причинение существенного ущерба окружающей среде, возникает уголовная ответственность. Положения о ликвидации объектов и рекультивации земель также отражены в законе об окружающей среде, согласно которому при выводе из эксплуатации зданий и других объектов основных средств в обязательном

порядке должны быть разработаны и реализованы мероприятия по устранению последствий загрязнения окружающей среды.

Создание резервов предстоящих расходов проблема не новая. Еще в XVIII веке рассматривались подобные резервы. Однако проблемы, с которыми сталкиваются экономисты XXI века, несколько иные. Сохранение экологии жизни для будущих поколений в связи с разработкой земельных территорий при добыче полезных ископаемых связано с большими затратами. Тем более, что разработка осуществляется в течении десятков лет, а только потом после освоения месторождения и закрытия будет осуществляться рекультивация земель. Это обусловило закрепление в нормативных актах положений об обязательном порядке в части производства работ по устранению последствий и рекультивации испорченных земель добывающими предприятиями. Это положение является обоснованным с экономической и юридической точек зрения. Для источника покрытия таких затрат в будущем создание резервов за счет расходов организации текущего периода правомерно, что и находит отражение в бухгалтерском учете и финансовой отчетности.

Оценочные обязательства отражаются на счете учета резервов предстоящих расходов — счет 96 «Резервы предстоящих расходов». При признании оценочного обязательства в зависимости от его характера его величина относится на расходы по обычным видам деятельности, которые формируются на счете 20 «Основное производство», а также в составе прочих расходов, которые отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы» субсчет «Прочие расходы», либо также включаются в стоимость актива (ПБУ 8/2010).

Обязательство по созданию резерва, представляет собой законодательное требование, которое регламентируется и регулируется нормативным документом в области бухгалтерского учета ПБУ 8/2010. В соответствии с указанным положением, компании обязаны признавать оценочное обязательство по расходам на ликвидацию основных средств (скважин) и по расходам на рекультивацию земель. Признание такого обязательства осуществляется в периоде, в котором существует возможность оценки затрат на его исполнение.

В соответствии с п. 15,16 ПБУ 8/2010 величина оценочного обязательства по восстановлению окружающей среды по сути должна отражать наиболее достоверную стоимостную оценку расходов после-

дующего периода. Поэтому наступает необходимость в обосновании методики для расчетов по обязательствам на отчетную дату.

В деятельности нефтегазовых компаний зачастую возникает множество рискованных ситуаций, которые могут затруднить осуществление их деятельности. Серьезность ситуации по нанесению ущерба всей окружающей среде нефтегазодобывающей отрасли очевидна, поскольку восстановление природного ландшафта в будущем потребует существенное количество временных и денежных затрат. Поэтому, компаниям нефтегазовой отрасли необходимо своевременно прогнозировать и анализировать ключевые риски, адаптироваться к рискованным событиям, а также свести рискованные потери к минимуму. Своевременное выявление и учет проанализированных в статье рисков позволит компаниям нефтегазовой отрасли эффективно осуществлять свою деятельность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Закон РФ от 21.02.1992 № 2395–1 «О недрах» [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки российской науки и образования Консультант Плюс.

2. Закон РФ от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки российской науки и образования Консультант Плюс.

3. Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 8/2010, утв. Приказом Минфина России от 13.12.2010 № 167н [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки российской науки и образования Консультант Плюс.

4. Петрова В.В., Щербачева Е.Н. Формирование оценочного обязательства по расходам на ликвидацию основных средств и восстановлению окружающей среды // Финансовые и бухгалтерские консультации: ежемесячный научно-практический журнал. 2014. № 3. Март. С. 11–19.

Бугумбаева Дана Рамазановна
Bugumbaeva Dana Ramazanovna
Обухова Александра Сергеевна
Obukhova Aleksandra Sergeevna

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет
Saint-Petersburg State University of Economics
Программа «Управление человеческими ресурсами»
Master program «Human Resource Management»
e-mail: bugumbaeva@gmail.com,
e-mail: obukhova.alex@mail.ru

АУДИТ И КОНТРОЛЛИНГ ТРУДА В КОМАНДЕ ИТ-ПРОЕКТА

AUDIT AND CONTROLLING OF LABOR IN THE IT PROJECT TEAM

В статье раскрывается вопрос эффективности команды проектов в сфере информационных технологий. Авторы статьи рассматривают методы и метрики, применимые для аудита трудовой деятельности членов ИТ-команды.

The article reveals the issue of the effectiveness of a team of projects in the field of information technology. The authors of the article consider the methods and metrics that are applicable for auditing the labor activity of IT team members.

Ключевые слова: Информационные технологии, команда, ИТ-проект, аудит труда.

Key words: Information technology, team, IT project, audit of labour.

Информационные технологии играют важнейшую роль не только в развитии экономики, но и других сферах человеческой жизни. Современная политика многих государств, в том числе и России, направлена на развитие информационных технологий и их популяризацию. В числе основных трендов рынка — процессы цифровой трансформации, рост сегмента облачных сервисов и спрос на услуги по внедрению или разработке решений, замещающих западные.

На практике развитие, внедрение информационных технологий происходит посредством реализации ИТ-проектов (от масштабных на уровне государства до локальных на уровне небольшой организации).

На успешную реализацию ИТ-проекта влияют непосредственно технические компетенции членов команды проекта. Работа специалистов по УЧР с сотрудниками ИТ-отделов осложнена спецификой и технологичностью трудовой деятельности ИТ-специалистов, поэтому зачастую специалистам УЧР очень сложно корректно оценить эффек-

тивность работы команды ИТ-проекта в целом или определенного сотрудника команды [3]. Таким образом, аудит и контроллинг труда ИТ-специалистов требует от специалистов УЧР глубокого погружения в предметную область проектной деятельности в ИТ.

В данной статье будут рассмотрены основные представители ИТ-команды и предложены методы и метрики, применимые для аудита их трудовой деятельности.

Команда проекта (любого, не только в области ИТ) — совокупность отдельных лиц (участников проекта), привлеченных к выполнению работ проекта и ответственных перед руководителем проекта за их выполнение.

В ИТ-команде основными членами команды являются:

Аналитик (бизнес-аналитик). Аналитики берут на себя весьма существенную часть работы, находясь на стыке бизнеса и технологий. Идеальный кандидат на эту роль это тот, кто может выслушать потребности представителей бизнеса, корректно трактовать их, разработать соответствующее техническое решение, описать его в документации, произвел разработку, протестировал ее, обучил пользователей работе с новым функционалом. Такие люди действительно есть, но гораздо эффективнее в данном случае работает связка аналитик + программист (аналитик берет на себя часть описанных задач, находящихся на стыке ИТ и бизнеса, а непосредственно разработку ПО выполняет разработчик).

В типичные задачи бизнес-аналитика входит:

1. Работа с представителями бизнеса и глубокое понимание их процессов;
2. Самостоятельная идентификация и анализ проблем/узких мест в рабочих процессах;
3. Сопоставление найденных проблем с потребностями бизнеса, которые они сами изъявили;
4. Проектирование решения, которое удовлетворит все потребности и решит проблемы (зачастую, помимо проектирования IT решения, требуется также и предложение по реструктуризации деятельности);
5. После того, как решение спроектировано (построены модели данных, описаны use-case, написаны спецификации на разработку), документация переходит к разработчику, а аналитик продолжает постоянную коммуникацию с разработчиком для более эффективной работы.

Разработчик. Ключевым членом команды является разработчик/ программист/ девелопер. Именно разработчики занимаются непосредственным созданием программного продукта или сложным конфигурированием базового коробочного решения. Особенно ценными являются разработчики, которые понимают также бизнес-сторону вопроса. Поскольку за любым программным продуктом стоит какая-то бизнес-потребность и ее приблизительное понимание командой разработки является существенным преимуществом в рамках реализации проекта.

Проектный менеджер (руководитель проекта). Менеджер проекта выполняет огромное количество работ, начиная от разработки плана проекта, оценки рисков, контроля функциональных и стоимостных рамок и заканчивая ежедневной работой с командой на проекте.

Также в команду могут входить: тестировщики, консультанты, архитекторы, технические писатели и т. д.

Следует понимать, что группа профессионалов не всегда способна образовать эффективную команду — необходимо брать во внимание определенные условия формирования и дальнейшего существования эффективной команды.

ИТ-проекты обладают уникальной спецификой, которая включает в себя технические задачи повышенной сложности и быстро меняющиеся условия в развивающейся отрасли. На успешную реализацию ИТ проекта непосредственно влияет состав и компетенции команды проекта, поэтому так важно организовать эффективную работу членов команды. В рамках данной работы мы предложим свой способ оценки эффективности работы команды ИТ-проекта.

Используемые для оценки труда членов ИТ-команды метрики и показатели должны учитывать специфику проектной деятельности, а также возможность ведения одновременно нескольких проектов одной проектной группой.

В целом, в аудите и контроллинге труда могут применяться следующие методы оценки результатов деятельности работников [2]:

- Оценка решающих событий (произошедшие события за период оцениваются в балльной оценке, где одно событие берется как базовое и оценивается в один балл; события могут быть оценены как положительные и как отрицательные, что отражается в балльной оценке);
- Оценка степени достижения целей (ставится цель, которая может быть выражена в баллах или в значениях целевых по-

казателей; затем в тех же метриках оцениваются фактические показатели);

- Анализ ожиданий (наименее предметный метод, где ожидания от деятельности работника за период описываются как события и оцениваются в баллах, затем фактические события также описываются и оцениваются в баллах).

В нашей статье мы обращаемся к методу оценки степени достижения целей (как к наиболее часто используемому). Также этот метод позволяет учесть план компании по эффективности деятельности сотрудников компании.

В частности, мы предлагаем рассмотреть следующие трудовые функции и использовать соответствующие показатели эффективности для построения системы контроля за трудом членов проектной ИТ-команды (описано в таблице 1).

Таблица 1

Трудовые функции и показатели

Роль члена ИТ-команды	Трудовая функция	Показатель
Бизнес-аналитик	Обучение новых сотрудников, менторство	% обученных сотрудников
Бизнес-аналитик	Написание технической документации	% согласованной документации
Бизнес-аналитик	Повышение профессионального уровня, саморазвитие в прикладной области, самообучение	Количество пройденных обучений, тренингов, аттестаций в рамках профессиональной деятельности
Разработчик	Написание качественного кода	% закрытия задач
Разработчик	Разработка ПО в условиях ограничения трудозатрат	% превышения план. объема трудозатрат
Руководитель проекта	Оптимизация затрат на проект	Экономическая эффективность ведения проектов
Роль члена ИТ-команды	Трудовая функция	Показатель
Бизнес-аналитик	Обучение новых сотрудников, менторство	% обученных сотрудников

Расчет предложенных показателей описан ниже.

Для бизнес-аналитика:

- % обученных сотрудников = (факт / план) за период;
- % согласованной документации = (факт / план) за период;
- Количество пройденных обучений, тренингов, аттестаций в рамках профессиональной деятельности = (кол-во для сотрудника / кол-во среднее по компании) за период.

Для разработчика:

- % закрытия задач = кол-во факт. закрытых задач за период / план. кол-во задач за период ЛИБО кол-во закрытых задач за период / кол-во созданных задач за период [количество созданных и закрытых задач определяется в системе трекинга задач, например, Jira, при помощи статусов, присваиваемых задачам, например: «backlog» (т. е. новая задача), в анализе, в работе, на тестировании, закрыта]

% превышения план. объема трудозатрат = факт. трудозатраты по задаче (в часах) / исходная оценка трудозатрат по задаче (в часах) [объем трудозатрат (количество потраченных часов) на каждую задачу определяется в той же системе Jira: в системе есть возможность для каждой задачи указывать плановый и фактический объем трудозатрат]

Для руководителя проекта:

- Экономическая эффективность ведения проектов = среднеарифметическое по всем проектам за период (плановый бюджет по проекту / фактический бюджет на проект);
- % успешно закрытых проектов = количество успешно закрытых проектов / количество закрытых проектов;
- Среднее время закрытия проекта = среднеарифметическое по всем закрытым проектам за период (t проекта в статусе «В работе»).

Каждому показателю присваивается удельный вес (например, 25%) в интеграционном показателе для позиции сотрудника.

Показатели берутся за определенный период (например, месяц), рассчитываются значения показателей за период. Берется отношение полученного значения к эталонному (отдельно для каждого показателя, по каждому сотруднику). Затем рассчитывается эффективность труда каждого из сотрудников (через интеграционный показатель) — сумма полученных значений с поправкой на вес показателя. На основании сделанных выводов принимаются управленческие решения

о премировании или принятии дисциплинарных мер по отношению к сотруднику в целях достижения поставленных задач в рамках общей системы мотивации сотрудников на предприятии. [1]

В таблице 2 приведен пример расчета для позиции руководителя проекта.

Таблица 2

Интеграционный показатель для руководителя проекта

Название показателя	Расчет значения по сотруднику	Значение по сотруднику	Целевое значения для позиции	Результат по показателю	Вес показателя
Экономическая эффективность ведения проектов	$(4 \text{ млн} / 3,5 \text{ млн} + 7 \text{ млн} / 10 \text{ млн}) : 2$	0,92	1,00	0,92	0,50
% успешно закрытых проектов (в рублях)	1 / 2	0,50	1,00	0,50	0,25
Среднее время закрытия проекта (в мес.)	$(5 + 9) / 2$	7,00	7,00	1,00	0,25
Интеграционный показатель по сотруднику:				0,84	1

На основе полученных таким образом значений интеграционных показателей для всех членов команды ИТ-проекта был рассчитан совокупный показатель эффективности работы команды. Расчет представлен в таблице 3.

Таблица 3

Совокупный показатель

Роль в команде	Значение интеграционного показателя по сотруднику	Вес
Аналитик	1,08	0,3
Разработчик	0,77	0,3
Руководитель проекта	0,84	0,4
Совокупный показатель:	0,89	1

По результатам проделанной работы можно сделать ряд выводов:

- ИТ-проекты обладают уникальной спецификой (высокотехнологичные, дорогостоящие), поэтому они требуют высокой эффективности работы каждого члена ИТ-команды.
- Отсюда следует важность своевременной и точной оценки эффективности работы членов команды; это позволяет своевременно корректировать деятельность членов команды в ходе реализации проектов.
- Оценивать эффективность работы членов команды позволяет система интеграционных показателей, основанная на расчете значений по каждому сотруднику и сравнению этих значений с целевыми.
- Для составления системы показателей необходимо определить трудовые функции сотрудников, подлежащие оценке, а затем определить метрики, которые будут применяться при оценке;
- Расчет совокупных показателей по ИТ-команде в целом позволяет оценить эффективность работы всей команды, сравнить значения показателя с эталонным или со значениями, полученными по результатам деятельности других команд в компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Беркович Т.А. Аудит и контроллинг персонала / Т.А. Беркович. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2010. — 305 с.
2. Горелов Н.А. Аудит и контроллинг труда / Горелов Н.А., Тучков А.И. // Санкт-Петербург; Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2003 г.; — 143 с.
3. Озерникова Т.Г., Носырева И.Г. Экономика труда: учеб пособие Т.Г. Озерникова, И.Г. Носырева. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009. — 444 с.

Бусарев Александр Андреевич

Busarev Aleksandr Andreevich

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: busarevaleksandr@gmail.com

**СТАНОВЛЕНИЕ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
ОБРАЩЕНИЯ КРИПТОВАЛЮТ:
МИРОВОЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ**

**ESTABLISHMENT OF LEGAL REGULATION OF
CRYPTOCURRENCY CIRCULATION:
GLOBAL AND RUSSIAN EXPERIENCE**

Актуальность исследования обусловлена необходимостью в формировании полноценного регулирования обращения криптовалют и повышенным интересом законодательных органов к данной сфере.

The relevance of the research is due to the need to form a full-fledged regulation of the cryptocurrency circulation and the heightened interest of legislative bodies in this area.

Ключевые слова: рынок криптовалюты, правовое регулирование, биткоин, цифровая экономика, виртуальные валюты.

Keywords: cryptocurrency market, legal regulation, bitcoin, digital economy, virtual currency.

В современном обществе, ускоренное развитие различных цифровых технологий вносит существенные коррективы в установившийся экономический уклад, затрагивая в том числе и финансовую сферу.

Своевременное и полноценное правовое регулирование инновационных механизмов является неотъемлемой частью становления цифровой экономики, что, в свою очередь, напрямую формирует повестку государств, претендующих на первенство в технологической сфере.

Одним из таких новшеств стала криптовалюта.

Годом рождения криптовалют принято считать 2009 год, когда Сатоши Накамото вывел на рынок первую криптовалюту — Bitcoin. И на данный момент на долю биткоина приходится более 65% капитализации среди всех криптовалют. Альткоинов, в свою очередь, насчитывается более 900. Сущность их разнообразия заключается

в технических новшествах, которые призваны преодолеть технические ограничения первой криптовалюты (высокая продолжительность транзакций, недостаточная анонимность и т. д.) [3].

По состоянию на апрель 2020 года в Российской Федерации не сформирована достаточная нормативно-правовая база, которая могла бы обеспечить законное обращение данного вида объекта гражданских прав.

Таким образом, в последние несколько лет ведутся активные дискуссии о необходимости определения правового статуса и дефиниции криптовалют.

В 2014 году Центробанк озвучил свою позицию, итогом которой стал «запрет эмиссии на территории Российской Федерации денежных суррогатов» [1].

В феврале того же года Росфинмониторинг заявил, что придерживается аналогичной позиции и предупреждает о возможных неблагоприятных последствиях использования криптовалют [4].

В 2017 году, на собрании по вопросу использования цифровых технологий в финансовой сфере повестка изменилась.

В ноябре 2017 года Минфин, для исполнения поручений Президента РФ, подготовил проект федерального закона «О цифровых финансовых активах».

На данный момент в РФ законопроект «О цифровых финансовых активах» находится на рассмотрении во втором чтении с марта 2019 года.

Такая задержка обусловлена новыми требованиями комиссии ФАТФ (группа разработки финансовых мер по борьбе с отмыванием денег — Financial Action Task Force) относительно регулирования криптовалют.

По заявлению Анатолия Аксакова, главы думского комитета по финансовому рынку, данный законопроект может быть принят в весеннюю сессию Госдумы. Документ рассматривают около двух лет, однако принятию мешали разногласия в правительстве касательно легализации криптовалют.

Позднее, он заявил, что работа над законопроектом «О цифровых финансовых активах» завершена. По его словам, в нем будет дано определение криптовалют, а также прописан запрет на их использование в роли платежного средства.

«Принятие документа будет отложено, вероятно, до конца весны. Из-за коронавируса все процессы в законодательной сфере замедли-

лись, центр внимания переключился на первоочередные меры по борьбе с пандемией», — пояснил депутат.

В принимаемом законопроекте, цифровым финансовым активом устанавливается имущество в электронной форме, созданное с использованием шифровальных средств. К ЦФА будут относиться криптовалюты и токены.

Криптовалюта — это вид цифрового финансового актива, создаваемый и учитываемый в распределенном реестре цифровых транзакций участниками этого реестра.

Токен — это вид цифрового финансового актива, который выпускается ЮЛ или ИП с целью привлечения финансирования и учитывается в реестре цифровых записей.

Оператор обмена ЦФА — это юридическое лицо, осуществляющее сделки по обмену ЦФА одного вида на ЦФА другого вида и/или обмену ЦФА на рубли или иностранную валюту.

Существует несколько основных подходов к определению криптовалют: как электронных денег, имущества, цифровой валюты и цифрового финансового актива.

Для наглядности была составлена терминологическая матрица определения криптовалюты различными авторами и Министерством финансов РФ (таблица 1).

Таблица 1

Терминологическая матрица определения криптовалюты

Определение Автор	Электронные деньги	Имущество	Цифровая валюта	Цифровой финансовый актив (имущество)
Д.С. Вахрушев	+			
О.В. Железнов	+			
В.А. Перов		+		
Р. Гринберг			+	
Министерство финансов РФ				+

Позиция Министерства финансов на данный момент законодательно не закреплена, она определена проектом Федерального закона «О цифровых финансовых активах» [5].

Следует отметить что цифровой финансовый актив в законопроекте определяется именно как имущество в электронной форме, что отличается от дефиниции криптовалюты как иного имущества, предлагаемого В.А. Перовым.

Аналогично, приведена дефиниция криптовалюты странами, в которых статус криптовалюты законодательно закреплен или находится на рассмотрении (таблица 2).

Таблица 2

Подходы к определению криптовалют по странам

Страна	Определение
Китай	Виртуальный товар
Норвегия	Разновидность капитального имущества (биржевой актив)
Германия	Расчетная денежная единица (частные деньги)
Япония	Законное платежное средство
США	Виртуальная валюта
Швейцария	Иностранная валюта
Сингапур	Виртуальная валюта
Россия	Цифровой финансовый актив (имущество, на рассмотрении)

На основе приведенных данных можно заключить, что «виртуальная валюта» является наиболее распространенным определением криптовалюты.

Говоря о регулировании криптовалют, стоит рассмотреть опыт Республики Беларусь. Подписание Декрета № 8 «О развитии цифровой экономики» 21 декабря 2017 года Президентом Республики Беларусь стало мировым прецедентом комплексного законодательного регулирования криптовалют

В документе, в числе прочего, приведены определения токенов, смарт-контрактов и криптовалют. Помимо этого, были законодательно регламентированы права физических и юридических лиц в части владения и обращения криптовалют. Площадкой для реализации и обеспечения декрета стала особая экономическая зона — Парк Высочных Технологий.

Таким образом, криптовалютой в Беларуси является «биткоин или иной цифровой знак (токен), используемый в международном обороте в качестве универсального средства обмена».

В свою очередь, Пунктом 12 Приложения 1 к Декрету № 8, цифровой знак (токен) определен как запись в реестре блоков транзакций (блокчейне), иной распределенной информационной системе, которая удостоверяет наличие у владельца цифрового знака (токена) прав на объекты гражданских прав и (или) является криптовалютой.

Цифровой знак (токен) — запись в реестре блоков транзакций (блокчейне), иной распределенной информационной системе, которая удостоверяет наличие у владельца цифрового знака (токена) прав на объекты гражданских прав и (или) является криптовалютой [2].

По итогам проведенного исследования, субъектам права законодательной инициативы, предлагается:

1. Разработать и внести необходимые поправки в законопроект «О цифровых финансовых активах», связанные с появлением новых мировых практик и структурных изменений на рынке криптовалют с момента внесения законопроекта на рассмотрение, в связи с его продолжительной «заморозкой».

2. Профилактично и последовательно внести на рассмотрение рекомендации по проведению аудита цифровых активов организаций, для упрощения последующего за законопроектом контроля за данной сферой.

3. Заблаговременно составить рекомендации судебной практики, для предотвращения двоякого интерпретирования судопроизводства новой сферы.

4. Определить методы, при помощи которых будет предотвращен незаконный оборот цифровых финансовых активов, для регулирования «теневого» сектора экономики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Алексеенко А.П., Лапшина Ю.В. Проблемные аспекты определения правового статуса криптовалюты в России // Территория новых возможностей. — 2018. — № 2. — С. 117–122.

2. Декрет Президента Республики Беларусь № 8 «О развитии цифровой экономики» [Электронный ресурс]//Портал Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/dekret-8-ot-21-dekabrya-2017-g-17716/ (дата обращения: 23.04.2020).

3. Демидов О.В. «Связанные одним блокчейном: обзор международного опыта регулирования криптовалют» // Индекс безопасности — 2015 — № 2 (113) — С. 41–60.

4. Информационное сообщение Росфинмониторинга от 6 февраля 2014 г. «Об использовании криптовалют» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.fedsfm.ru/news/957> (Дата обращения 23.04.2020).

5. Проект федерального закона «О цифровых финансовых активах» [Электронный ресурс] // Минфин России. — Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=121810 (дата обращения: 23.04.2020).

Бурыхина Полина Николаевна
Burykhina Polina Nikolaevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Master program «Marketing and digital communications»
e-mail: polinaB97@gmail.com

УСТОЙЧИВЫЙ МАРКЕТИНГ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ КОМПАНИЙ

SUSTAINABLE MARKETING IN THE DIGITAL ENVIRONMENT OF COMPANIES

В данной статье рассматриваются онлайн-коммуникации с потребителями в устойчивом маркетинге, а также примеры их реализации в международных и российских компаниях. В конце приводятся особенности онлайн-коммуникаций компаний с потребителями, в том числе в концепции устойчивого маркетинга.

This article has information about communications with consumers in sustainable marketing, also there are examples of implementation of these communications in the international and Russian companies. In the end, the differences of online communications between companies and consumers, including in sustainable marketing, are formed.

Ключевые слова: устойчивое развитие, устойчивый маркетинг, устойчивое потребление, цифровые коммуникации.

Keywords: sustainable development, sustainable marketing, sustainable consumption, digital communications.

В мире набирают обороты тенденции устойчивого развития. В связи с этим появляется новый вид маркетинга — устойчивый маркетинг.

На основании изучения публикаций российских и зарубежных авторов (Конникова О.А., Скоробогатых И.И., Соловьева Ю.Н., Юл-

дашева О.У., Kardos M., Miklosik A. и др.) устойчивый маркетинг можно определить как философию бизнеса, заключающуюся в разработке и продвижении на рынок устойчивых ценностей и ответственных моделей потребления, учитывающих окружающую социальную и природную среду и обеспечивающих компании прибыль.

Одними из основных задач устойчивого маркетинга являются обучение потребителей и продвижение в массы устойчивого потребления [1, с. 421; 2, с. 36].

В реализации таких задач может помочь электронный (или Интернет) маркетинг (набор маркетинговых инструментов, методов и технологий, которые должны быть реализованы с использованием электронной среды, электронных средств связи и электронного присутствия целевой аудитории), который является важным инструментом устойчивого маркетинга [3, с. 93].

В эру, когда человечество не представляет своей жизни без технологий, в том числе Интернета и социальных сетей, использование электронного маркетинга особенно актуально. С его помощью могут осуществляться онлайн-коммуникации с потребителями. Потребители узнают актуальную информацию в e-mail рассылках и социальных сетях, начиная от акций и скидок и заканчивая полезными советами и информацией об организации образа жизни, в том числе об устойчивом потреблении.

Ведение страниц в социальных сетях стало неотъемлемой частью жизни успешных компаний — так им удастся всегда быть в тренде и при этом продвигать свои принципы. По статистике, в мире насчитывается 2,56 млрд. пользователей социальных сетей, при этом каждый третий потребитель поколения Y использует социальные сети как основной канал связи с различными компаниями, 74% из них утверждают, что социальные сети влияют на их решение о покупке [4, с. 20].

Рассмотрим на примерах онлайн-коммуникации с потребителями в концепции устойчивого маркетинга.

Многие крупные международные компании, в частности по производству одежды и обуви, используют устойчивый маркетинг (включая соответствующие коммуникации с потребителем) в своей деятельности.

Так, одной из компаний, которые активно придерживаются устойчивого развития и внедряют устойчивый маркетинг в работу, является UNIQLO. На сайте компании существует раздел, посвященный

устойчивому развитию. В социальных сетях компания информирует своих подписчиков о важности устойчивого потребления, о проводимых мероприятиях в этой сфере (например, в марте 2020 года была проведена первая в России интерактивная выставка «Life Wear» со свободным входом для посетителей, отражающая взаимосвязь человека, технологий и окружающей среды).

Большое значение компания придает обучению потребителя. Так, в UNIQLO действует программа Recycle, которая позволяет потребителям сдать бывшую в употреблении одежду фирмы UNIQLO в специальные боксы, установленные в магазинах, далее одежда отправится в благотворительные фонды для обеспечения ею малоимущих граждан. Ярким примером в сфере устойчивого потребления был отказ компании от использования одноразовых пластиковых пакетов (об этом оповестили по e-mail и в социальных сетях). В данном случае посылом компании стало побуждение «Сделайте шаг на встречу экологичному будущему» или «Становитесь экологичнее вместе с нами!». Призывая уберечь планету от ненужного мусора, компания информирует о своей экологической инициативе, одновременно обучая потребителя использовать вместо одноразовых пакетов многоразовые эко-сумки.

Компания Timberland также придерживается устойчивого развития и использует устойчивый маркетинг в своей деятельности. Например, с помощью технологии ReBOTL некоторые модели одежды и обуви создаются из переработанного пластика. Конечно, такого рода информацию компания старается донести до потребителя различными способами, преимущественно с помощью цифровых технологий, чтобы обозначить свой вклад в жизнь общества и планеты в целом. Для того, чтобы стимулировать у потребителей следование устойчивому потреблению, компания предлагает свои услуги по приему ненужной одежды или обуви (не только своего производства), которые потом передаются людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Так вещи приобретают вторую жизнь, что способствует сохранению экологии, а участники программы получают скидку на следующую покупку. На данный момент такой сервис доступен только в США, узнать о нем можно из брошюры, которая предлагается в бумажном и электронном виде. Заголовок брошюры «Give back and Get back!» («Отдай назад и получи обратно!») призывает потребителя к действию, в качестве обучения потребителя предлагаются подробные действия, которые он

должен совершить, чтобы дать вещам «вторую жизнь». Брошюра также информирует о преимуществах сервиса.

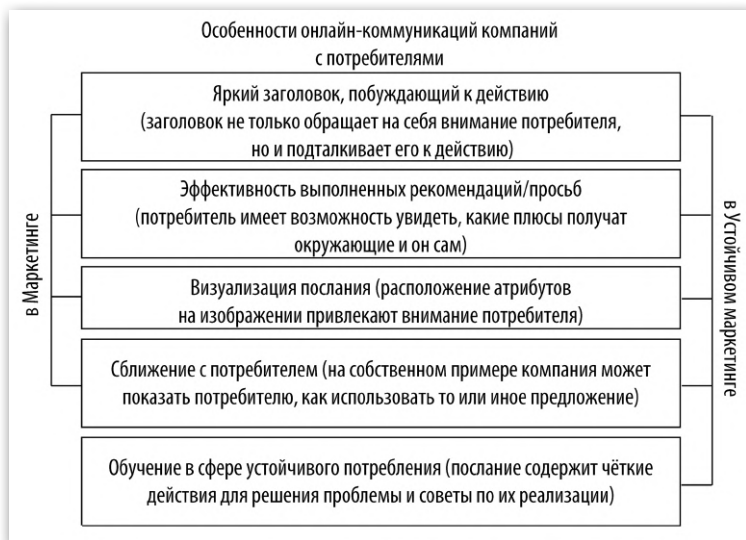
К сожалению, в России, в основном, устойчивое развитие, в том числе устойчивый маркетинг, в сфере одежды и обуви реализуется зарубежными, а не отечественными компаниями. Однако российские компании реализуют устойчивое развитие и устойчивый маркетинг в других сферах.

Так, кофейня и кондитерская Буше активно продвигает устойчивое потребление среди своих клиентов. Одним их «устойчивых» нововведений Буше стало существенное ограничение использования влажных салфеток, которые не подлежат переработке, и введение санитайзеров для дезинфекции рук. В кофейне также действует «устойчивое» предложение — если принести свою тару для напитка, можно рассчитывать на скидку к заказу. Об этом Буше сообщает на своих страницах в социальных сетях.

Коммуникации в концепции устойчивого маркетинга Буше несколько отличаются от примеров UNIQLO и Timberland. Вместо «кричащих» заголовков Буше знакомит потребителей с «устойчивыми» проектами компании, своими сотрудниками, придерживающимися устойчивого потребления (трансляция видеоисторий о персоналиях ведется Буше на YouTube-канале), приглашает каждого присоединиться к устойчивому потреблению: «будь как мы — мы стремимся к устойчивому потреблению». Тем самым раскрывается философия устойчивого маркетинга Буше, которая работает на сближение потребителя и компании. В посланиях Буше часто упор делается на визуализации, поскольку изображение (например, девушки с эко-сумкой и многоразовой бутылкой для воды), не перегруженное текстом, быстрее привлекает внимание и подталкивает к действию.

Исходя из рассмотренных примеров, можно сделать выводы об особенностях онлайн-коммуникаций с потребителями в концепции устойчивого маркетинга, которые в целом соответствуют задачам устойчивого маркетинга, отраженным в научной литературе.

Таким образом, цифровые технологии являются неотъемлемым звеном в коммуникации компаний с потребителями, а также залогом коммерческого успеха. Следует отметить, что в условиях тотального перехода личных и деловых коммуникаций в цифровую среду под воздействием фактора пандемии, внимание покупателей привлекают именно онлайн сервисы. Вынужденное расширение онлайн аудитории



**Рис. 1. Особенности онлайн-коммуникаций компаний
с потребителями**

потребителей может быть использовано компаниями не только в коммерческих целях, а также для развития идей устойчивого маркетинга, решения практических задач, в том числе по формированию устойчивого потребления. Тем самым тенденции устойчивого развития в мире получают свое дальнейшее развитие в меняющейся среде.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Конникова О.А. Результаты эмпирического исследования устойчивого потребления в российской федерации / О.А. Конникова, О.И. Ширшова // Вестник факультета управления СПбГЭУ. — 2018. — № 3. — С. 416—421.
2. Соловьева Ю.Н., Халина Е.В., Юлдашева О.У. Устойчивый маркетинг и барьеры для устойчивого потребления // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2017. № 3. С. 35—43.
3. Miklosik A. Search-centric approach to sustainability of academic marketing / A. Miklosik // Economic Annals-XXI. — 2016. — Volume 156, issue 1—2, pages 92—96.
4. Retail trends / Global Consumer and Retail / KPMG // — 2019. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/02/global-retail-trends-2019-web.pdf>. — Текст: электронный.

Валько Алена Леоновна

Valko Alena Leonovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистика»

Master program «Logistics»

e-mail: valko.alena.lev@mail.ru

**ОСОБЕННОСТИ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНОЙ ТРАНСПОРТИРОВКИ
СКОРОПОРТЯЩИХСЯ ГРУЗОВ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**THE SPECIFICATION OF THE DOCUMENTARY SUPPORT OF
INTERNATIONAL TRANSPORTATION OF FRESH GOODS
DURING THE DIGITALIZATION OF LOGISTIC ACTIVITY**

В представленной статье затрагивается тема цифровизации документооборота в международных перевозках «фреш» грузов. Развитие этого направления позволит сократить время прохождения всех необходимых процедур и, как следствие, возможные издержки. Основное внимание в публикации уделено текущему положению дел и возможным дальнейшим перспективам развития.

The article touches on the topic of digitalization of the documentary support of international transportation of fresh goods. The development in this direction will help to reduce the time required to complete all necessary procedures and as a result possible costs. The publication focuses on the current state of situation and possible future development prospects.

Ключевые слова: документооборот, цифровизация, международные перевозки, логистическая деятельность, таможенное оформление.

Key words: document exchange, digitalization, international transport, logistics activity, customs clearance.

Около 60% международных перевозок осуществляется морским путём [4], поскольку это позволяет одновременно перевозить крупные партии товара на большие расстояния. Транспортировка «фреш» грузов (скоропортящиеся фрукты и овощи) происходит либо в контейнерах, либо на рефрижераторных судах (трюмовая погрузка), данный фактор также сказывается на составе пакета документов.

Для организации перевозки, прежде всего, необходим коносамент — документ, подтверждающий перевозку на судне. Коносаменты всех линий имеют свои отличительные черты, но прежде всего, следует

разделять контейнерные и балкерные (на трюмовую перевозку) коносаменты. В первых обязательно обозначается номер контейнера, количество груза в нем и вес. Во втором варианте, номер контейнера отсутствует, вместо этого указывается общее количество груза от данного грузоотправителя, данному грузополучателю и вес партии.

Конкретное расположение груза по трюмам на корабле отмечается в отдельном документе — каргоплане, который представляет собой схематичное отображение загрузки трюмов, с указанием номеров коносаментов и количеством груза по ним в каждом конкретном трюме. Данный документ в электронном виде рассылается представителем морской линии всем прочим контрагентам, связанным с выгрузкой судна.

В изначальном варианте документооборота предполагается, что линия выпускает оригиналы коносаментов в стране отправления, где передаёт их поставщику. Далее, поставщик отправляет документы либо напрямую грузополучателю, либо ответственному брокеру или экспедитору, после чего этот коносамент сдают в отделение линии в стране получателя. Только после этого линия выдаёт ответственному лицу коносамент с направляющим штампом на карантинный фитосанитарный контроль (КФК), который необходимо пройти в течении трёх дней с момента прибытия груза [3, часть VI].

На сегодняшний день, все линии стремятся упростить данную процедуру: все чаще практикуют выдачи телекс-релизов вместо отправки оригиналов коносаментов. Телекс-релиз — это внутренний электронный документ линии, который подтверждает, что груз может быть получен без предоставления оригинала коносамента.

Чтобы получить телекс-релиз, грузоотправитель должен вернуть оригиналы коносамента перевозчику, который их выпустил, и сделать заявку на телекс-релиз, то есть подтвердить своё согласие на выдачу груза получателю. Далее, телекс-релиз будет отправлен в порт прибытия, также информация о его наличии будет доступна для грузополучателя или ответственного контрагента, после чего получателю предоставляется право забирать из порта свой груз без предъявления коносамента. Линия может отказать в выдаче телекс-релиза, если не был оплачен фрахт или не выполнены иные условия, тогда грузополучатель не сможет произвести таможенную очистку и вывезти груз из зоны таможенного контроля (ЗТК). Таким образом, при использовании данной системы линии сохраняют контроль. Обычно при

соблюдении всех условий телекс-релиз появляется в системе за 3–5 дней до прибытия корабля, его статус можно проверить онлайн и его наличие гарантирует получение линейных документов для прохождения карантина.

В итоге, единственным документом в оригинале со стороны линии остаётся коносамент с направляющим штампом КФК. Однако на текущий момент (середину апреля 2020 г.), в связи с введением карантинных мер, рассматривают в том числе вариант цифровизации и этого процесса.

Инвойс как документ, подтверждающий продажу и покупку груза, является необходимым для прохождения таможенного оформления и подачи таможенной декларации. К нему также, в зависимости от типа груза, может прилагаться упаковочный лист или паллетный лист. Зачастую их отправляет поставщик вместе с оригиналами коносамента, если требуется, либо с оригиналами фитосанитарного сертификата (ФСС) и Формы А — документом, который используется импортёром груза для получения льгот и преференций при таможенной очистке груза. В некоторых ситуациях Форма А также заменяет сертификат происхождения. Однако, на сегодняшний день, для проверки и подачи комплекта документов, а также для заполнения таможенной декларации (ТД), достаточно сканов данных документов в хорошем качестве на бланке организации и с необходимыми атрибутами: подпись, печать, которые также могут быть электронными.

Декларация соответствия (ДС) — ещё один необходимый документ для ввоза груза на территорию таможенного союза. ДС выдают на основании произведённого отбора проб. Декларация подтверждает, что указанный тип груза от данного грузоотправителя конкретному грузополучателю соответствует требованиям в части безопасности пищевой продукции и её маркировки. Обычно серийные ДС выдают сроком на 1 год. Этот документ запрашивают каждый раз при таможенном оформлении новой партии товара. Однако данную задачу облегчает то обстоятельство, что каждая ДС зарегистрирована в реестре и нет необходимости предоставлять её оригинал, а достаточно лишь знать номер ДС для проверки её подлинности и срока действия на официальном сайте Росаккредитации [2, Приложение 2].

В России с 1 января 2014 года все декларирование осуществляется исключительно в электронном виде [1, статья 104], что также способ-

ствовало ускорению множества процедур. Информация о подаче ТД, присвоении номера и выпуске доступна онлайн. При любом изменении статуса груза, а также назначении досмотра или иных процедур, инспектор Центра электронного декларирования (ЦЭД) отправляет уведомление экспедитору, а также таможенной группе терминала, на котором находится груз. Таким образом, из данного процесса полностью исключён бумажный документооборот.

Из основных документов, без которых вывоз груза из зоны таможенного контроля невозможно осуществить и которые необходимо предоставлять исключительно в оригинале, остаются фитосанитарный сертификат, контейнерные листы к нему (если номера контейнеров не указаны в самом сертификате) и Форма А.

ФСС выдаётся органами по карантинному контролю страны отправления. Если данный документ не был предоставлен вовремя или был предоставлен с ошибками, при этом невозможно получить корректный оригинал в ближайшие дни, то груз с большой вероятностью будет реэкспортирован в страну отправления.

Основная проблема создания единого реестра для ФСС в том, что в каждой стране существуют уникальные формы выпуска данного документа, и пока унифицировать её невозможно. На данный момент нет информации о создании общего мирового онлайн реестра подобных документов и трудно назвать страны, которые двигались бы в данном направлении. Возможно, в связи с текущей ситуацией (коронакризисом), вопрос будет пересмотрен, поскольку на данный момент, без ФСС импортный груз не может быть принят страной-получателем или отправлен экспортёром.

Форма А является документом, который используется импортёром груза для получения льгот и преференций при таможенной очистке. В некоторых ситуациях Форма А также заменяет сертификат происхождения, подтверждающий страну происхождения товара, оригинал которого не требуется, достаточно скана. При наличии сертификата происхождения в электронном виде наличие Формы А не является обязательным. По этой причине пока нет информации о перенесении регистрации и выпуска этого документа в режиме онлайн.

Таким образом, документооборот является неотъемлемой частью международных перевозок. Контрагенты (морские линии, грузоотправители, грузополучатели и морские терминалы), а также государ-

ственные органы в целом, стремятся к упрощению системы обмена документацией и ее полной цифровизации. Однако это осложнено масштабами процессов, так как данный вид перевозок всегда затрагивает минимум две страны, имеющие разные законодательные базы и нормативы касательно выпуска необходимых документов. Вероятно, что текущая ситуация, связанная с введением карантинных мер во многих странах мира, станет дополнительной мотивацией для ускорения перевода документооборота международных перевозок в онлайн формат.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза), КонсультантПлюс [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru/>: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/ (дата обращения 16.04.2020).

2. Приказ Минэкономразвития России от 21.02.2012 № 76 (ред. от 02.11.2018) «Об утверждении Порядка регистрации деклараций о соответствии и Порядка формирования и ведения единого реестра зарегистрированных деклараций о соответствии, представления содержащихся в указанном реестре сведений» (Зарегистрировано в Минюсте России 28.04.2012 № 23970), КонсультантПлюс [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru/>: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129325/ (дата обращения 16.04.2020).

3. Приказ ФТС России от 30.09.2011 № 1996 (ред. от 17.01.2014) «Об утверждении Инструкции о действиях должностных лиц таможенных органов, расположенных в пунктах пропуска через государственную границу Российской Федерации, при проведении транспортного контроля и проверке документов, необходимых для осуществления санитарно-карантинного, карантинного фитосанитарного контроля и ветеринарного надзора», КонсультантПлюс [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru/>: Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120255/ (дата обращения 16.04.2020).

4. Бердина М.Ю., Торосян Е.К. Морской транспорт в системе международных бизнес-операций // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1—1. Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17841> (дата обращения 16.04.2020).

Васева Валерия Сергеевна
Vaseva Valeria Sergeevna
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Социальное управление в организациях»
Master program «Social management in the organizations»
e-mail: vasevav2014@gmail.com

РАЗВИТИЕ ВОЛОНТЕРСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

DEVELOPMENT OF VOLUNTEERING IN THE DIGITAL ECONOMY

В данной статье рассматривается цифровое волонтерство в современных условиях. Определены типы волонтерской деятельности, а так же приведены примеры реализуемых проектов цифрового волонтерства.

This article considers digital volunteering in modern conditions. The author analyzed the types of volunteer activities and examples of implemented projects of digital volunteering.

Ключевые слова: цифровизация общества, цифровое волонтерство, типы волонтерской деятельности, проектов цифрового волонтерства.

Keywords: digital volunteering, types of volunteer activities, projects of digital volunteering.

Волонтерские движения — это, прежде всего устойчивое сообщество волонтеров, которое существует для того, чтобы оказывать помощь кому-либо или же решить какую-либо общественную проблему. Волонтерство — глобальный социальный феномен современности, включенный в мировые тренды и учитывающий национальные особенности [1, с. 4]. В России, к сожалению, волонтерский труд не является нормой повседневной жизни. Даже большое количество благотворительных организаций в нашей стране еще не говорит о том, что волонтерские движения развиты в достаточной степени. Согласно статистическим данным, в 2017 году в России насчитывалось около 5,3 млн. волонтеров из них 3 640 335 молодых людей в возрасте 14–30 лет [2, с. 2]. Однако в современных условиях цифровизации общества развитие волонтерства в молодежной среде происходит посредством различных интернет ресурсов.

В условиях цифровизации волонтерство подстраивается под существующие изменения. Развивается виртуальное волонтерство или цифровое. Данный вид волонтерства подразумевает дистанционное выполнение волонтерской деятельности, которая осуществляется с использованием Интернета. Виртуальным волонтером может стать человек, который владеет устройством с доступом в Интернет, так как с его помощью происходит выполнение добровольной помощи и достижение поставленных целей.

Мотивация виртуальных волонтеров не имеет отличий от мотивации не виртуальных волонтеров. Основным мотивом является альтруизм, согласно которому благо других людей и их интересы более значимы, чем личные интересы. Виртуальной волонтерской деятельностью могут заниматься те, чей профессиональный опыт связан с интернет пространством, те, кто имеют ограниченные физические возможности или те, для кого это наиболее возможный вариант помощи, который они способны оказывать.

Цифровое волонтерство характеризуется тем, что не требует вашего физического присутствия. Такой тип волонтерства не исключает волонтерство в реальной жизни, оно является разновидностью обычного волонтерства, тем самым, увеличивая границы оказываемой помощи. Молодые люди, которые решили принять участие в цифровом волонтерстве, оказывают помощь в соответствии со своими возможностями. Оказание помощи не зависит от имеющегося опыта у волонтера, так как те, кто не обладает достаточным волонтерским опытом, способны участвовать в подобной волонтерской деятельности при условии, что человек владеет знаниями в цифровых технологиях.

Цифровое волонтерство является доступным инструментом для различных некоммерческих организаций или заинтересованных в помощи людей, которыми движет мотив оказывать помощи и быть причастными к созданию чего-то полезного. В настоящее время волонтеры в условиях цифровизации способны оказывать различные виды помощи: бесплатные консультации, перевод документов, поиск предметов, корректировка и написание пресс-релизов и статей, основание профессиональных групп и групп взаимопомощи, подготовка информационно-бюллетеней.

Единая информационная система «Добровольцы России» насчитывает 1,5 млн. добровольца и более 90. тыс. возможностей

для помощи. Одним из проектов является Движение волонтеров цифрового развития, реализуемым в Самарской области. «Движение волонтеров цифрового развития» формирует направление цифрового волонтерства, в котором волонтеры обладают определенными знаниями и навыками в области информационных технологий и успешно применяют их на практике. Целью движения является формирование компетентной группы волонтеров для решения задач по механизмам интеграции цифровых технологий во все аспекты жизни» [3].

Традиционное волонтерство различают по сферам деятельности, так например, можно выделить социальное, экологическое, спортивное и другие виды волонтерства. Цифровое волонтерство так же имеет свои типы. Можно выделить несколько признаков:

1. По организатору: Формальное — волонтерская деятельность осуществляется под руководством неправительственных организаций, учреждений или других институтов, которые могут сотрудничать с волонтерами в соответствии с законом. Неформальное — под руководством неофициальных групп, обычно в форме инициатив местного значения для решения проблем граждан.

2. По отношениям между организаторами и волонтерами и типами сотрудничества: Прямые — организации и волонтеры, имеющие прямые отношения, работают как обычные добровольцы, а по контракту; Общественное — соглашение об участии в добровольческой деятельности на основе инструкции веб-страницы.

3. По целям проекта: Сбор средств от общественности и электронные пожертвования; Сбор финансовых и не финансовых источников для определенной цели; Краудсорсинг: общий поиск и устранение неисправностей и / или в поиске новых идей; Общественная журналистика: журналистика выполняется непрофессионалами на благо общества; Дистанционное обучение: репетиторство и обучение с использованием Интернета; Сбор знаний: создание общих ресурсов знаний; Картография: распространение в виде карты для иллюстрации проблемы, явления или объектов; Поддержка и взаимопомощь: оказание помощи людям, которые в этом нуждаются.

4. По времени: Микроволонтерство — выполнение задач, которые требуют минимальные затраты по времени; Длительное волонтерство — задачи, направленные на долгосрочное получение помощи.

5. По характеру электронного волонтерства: Долгосрочное — более продолжительное долгосрочное сотрудничество, выполнение которого включает четко определенные задачи (дублирующий или формальный логический порядок); Цикличное — повторение проекта на определенном промежутке времени в зависимости от этапа; Проектное — особенность «краткосрочных действий», направленных на привлечение как можно большего числа людей в одно и то же время [4].

Таким образом, можно отметить, что волонтерские движения осуществляют свою деятельность на постоянной основе, подстраиваясь под изменения, происходящие в обществе. В настоящее время волонтеры могут оказывать помощь посредством выполнения проектов в сети Интернет, которые имеют свои особенности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Певная М.В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики: монография / М.В. Певная; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал, федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2016. — 434 с.

2. Доклад о развитии добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации в соответствии с пунктом 4 Плана мероприятий по развитию добровольческого (волонтерского) движения в Российской Федерации, утвержденного Правительством Российской Федерации от 5 июля 2017 г. № 4723п-П44.

3. Проект «Движение волонтеров цифрового развития», URL: <https://www.добрoвольцыроссии.рф/projects/движение-волонтеров-цифрового-развития> (дата обращения 17.04.2020).

4. «Виртуальное волонтерство // ВОЛОНТЕРСКОЕ ДВИЖЕНИЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ, Департамента образования и науки города Москвы. URL: <https://www.volonter.msk.ru/novosti/680-a-vy-znaete-chno-takoe-virtualnoe-volonterstvo.html> (дата обращения 17.04.2020).

Володарская Алекса Александровна
Volodarskaya Aleksa Aleksandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Saint-Petersburg State University of Economics,
Программа « Теория и практика предупреждения преступлений в сфере экономики»
Master program «Theory and practice of financial crime prevention»
e-mail: volodarskaya_alexa@mail.ru

Научный руководитель: ***Крайнова Надежда Александровна***
Academic Advisor: ***Krainova Nadezhda Aleksandrovna***
к.ю.н., доцент, декан юридического факультета
PhD in Law., Assistant professor, dean of the Law Faculty
Санкт-Петербургского государственного экономического университета
of Saint-Petersburg State University of Economy

**КРИМИНАЛЬНОЕ БАНКРОТСТВО
КАК ОТДЕЛЬНЫЙ СЕКТОР ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ
CRIMINAL BANKRUPTCY AS A SEPARATE SECTOR
OF THE SHADOW**

Основной целью написания данной статьи является прогнозирование возникновения криминального банкротства как одного из секторов теневой экономики в условиях экономического кризиса, вызванного пандемией. Важно оценить масштаб возможного распространения данных преступных деяний в России и установить пробелы в Российском законодательстве с целью предотвращения распространения криминальных банкротств уже сегодня.

The main goal of this article is to predict the emergence of criminal bankruptcy as one of the sectors of the shadow economy in the context of the economic crisis caused by the pandemic. It is important to assess the extent of the possible dissemination of these criminal acts in Russia and to establish gaps in Russian law in order to prevent the spread of criminal bankruptcies today.

Ключевые слова: теневая экономика, незаконное банкротство, использование процедур банкротства в недобросовестных целях, криминальное банкротство организаций, мораторий на банкротство, экономический кризис.

Key words: shadow economy, illegal bankruptcy, the use of bankruptcy for unfair purposes, criminal bankruptcies of organizations, bankruptcy guarantee, economic crisis.

Важно понимать, что теневая экономика является частью экономики, хоть и относится к «серому» сектору. Кризисные ситуации в экономике неизбежно приводят к росту преступного поведения в стране. В условиях пандемии, снижение уровня потребления — естественный процесс, но для рыночной экономики этот процесс является губитель-

ным. Восстановление может занять больше времени, чем мы можем себе представить. А в условиях неэффективного функционирования экономики, нарушения устойчивости системы государственного управления вероятно усиление деструктивности социума и его криминализация. Активное участие криминальных субъектов в экономических отношениях, как правило, приводят к искажению механизма здоровой конкуренции, кроме того, ущемляются имущественные права, происходит необоснованное повышение цен. Все вышеуказанные обстоятельства провоцируют рост сектора теневой экономики, и криминальное банкротство является одним из его составляющих.

Сегодня, в разгар пандемии COVID-19, международный валютный фонд бьет тревогу — пандемия увеличит дефицит бюджета и размер госдолга во всем мире. Мы стали очевидцами ситуации, когда мировая экономика оказалась на грани глубокого кризиса, который может стать самым серьезным за столетие. Страны закрывают свои границы, блокируются пути сообщения, а выход из дома становится правонарушением и даже преступлением. Это время, когда счетчик жертв нового вируса становится важнее курса валют, и, все труднее встретить человека, который бы не ощутил экономические последствия происходящего. Все чаще в повестке дня появляются вопросы: «Что же произойдет с экономикой нашего государства? Что будет с бизнес средой?» Ведь простой в месяц, два, могут превратить прибыль организаций в колоссальные убытки, а способность компании погашать свои обязательства будет снижаться с каждым днем.

Тем временем, правительство России и Центральный банк обсуждают возможность создания резерва на первоочередные расходы для стабилизации экономической ситуации в стране. В ряде случаев допускаются фискальные послабления, сдвигаются сроки уплаты налогов. Но будут и те граждане и организации, которым государство не сможет оказать «первую помощь». Многие компании среднего и малого бизнеса, уже становятся убыточными. И хотя сейчас введен мораторий на возбуждение дел о банкротстве[1], рано или поздно, встанет вопрос о ликвидации убыточных организаций. Стоит отметить, что не всем пострадавшим от кризиса представителям бизнес среды и гражданам, попавшим в тяжелую финансовую ситуацию, могут быть знакомы и понятны положения, утвержденные в Законе о банкротстве, не все осознают ответственность, которую могут понести за неправомерные действия.

В феврале 2020 года Госдумой обсуждался вопрос о принятии законопроекта об ужесточении уголовного наказания «за неправомерные действия при банкротстве, а также преднамеренное и фиктивное банкротство кредитной организации, страховой организации или негосударственного пенсионного фонда» [2]. Законопроект направлен на создание дополнительных инструментов защиты широкого круга лиц от противоправных действий вышеуказанных организаций. Он предусматривает ужесточение ответственности за совершение данных преступных деяний в виде увеличения штрафа до 4 млн. руб. с пересмотром максимального срока лишения свободы до 7 лет. Ожидается, что введение формального состава преступления в статьи 195–197 УК РФ, должно способствовать облегчению в возбуждении дел о криминальном банкротстве. Ранее, при наличии лишь материального состава в статьях вышеуказанных статей УК, преступное деяние часто попадало под признаки сразу нескольких составов преступлений, так как зачастую, к моменту возбуждения уголовного дела часть ликвидных активов уже выведена из организации в иностранные юрисдикции.

В настоящее время Госдумой также рассматривается законопроект о внесудебном порядке признания физических лиц банкротами бесплатно, без привлечения арбитражных управляющих. Закон, в первую очередь направлен на обеспечение защиты малоимущих граждан. Банки прогнозируют негативные последствия одобрения данного законопроекта, так как он может привести к намеренному банкротству недобросовестных должников и росту невозврата кредитов [3].

Процедура подачи заявления на внесудебное банкротство упрощена, физическое лицо должно соответствовать следующим критериям: быть неплатежеспособным, общий размер его долга перед кредиторами должен быть от 50–700 тыс. руб., лицо не должно являться ИП, в его отношении не должно быть возбуждено дело о банкротстве. У гражданина не должно быть имущества, кроме того, на которое не может быть обращено взыскание (например, единственное жилье) и, если соблюдается хотя бы одно из четырех условий: заемщик признан безработным, его официальный доход менее двойного размера прожиточного минимума на каждого члена семьи, его единственный доход — пенсия, в отношении него прекращено исполнительное производство. Период времени, за который гражданин в полном размере может погасить все обязательства, составляет более шести месяцев. В случае, если никто не оспорит в суде соблюдение

условий внесудебного банкротства, гражданин автоматически будет признан банкротом.

Ассоциация банков России бьет тревогу, по их мнению, внесудебным банкротством могут воспользоваться не малоимущие граждане, а недобросовестные заемщики, изначально не желающие возратить кредиты. И с целью того, чтобы обезопасить себя, просят внести ряд поправок в законопроект. Банки не согласны с денежным порогом, обозначенным в законопроекте, так как 700 тыс. руб. превышают минимальный размер обязательств для инициирования судебной процедуры банкротства — 500 тыс. руб., кроме того, считают необоснованным срок в 6 месяцев, так как это слишком короткий период для изменения материального положения должника. Таким образом, банки предлагают внести в законопроект следующие изменения: кредитный договор должен исполняться не менее года и на момент подачи заявления о банкротстве, должно быть внесено не менее 9 платежей. Необходимо скорректировать диапазон долгов и закрепить его в размере от 250–500 тыс. руб., а также увеличить срок процедуры до 12 месяцев. Необходимо сохранить баланс интересов должника и кредиторов и, возможно, банки должны предложить своим заемщикам условия, которые позволят избежать радикальных решений в виде открытия процедуры банкротства.

Однако преступные деяния могут исходить не только со стороны должника, но и со стороны лиц, чьи интересы были «задеты», требования не в полной мере погашены. Действующее законодательство направлено на то, чтобы максимально обезопасить кредиторов и исполнить обязательства перед ними. Но, как показали экономические кризисы 2008 и 2014 годов, беззащитным может стать и организация-должник. Нарастает опасность возникновения «контролируемого банкротства». Ранее знакомая схема, может вновь быть реализована на практике. Кредитор, требующий признания должника банкротом, может получить возможность влияния на процесс банкротства, например, назначив «своего» временного управляющего на период наблюдения или предложив кандидатуру конкурсного управляющего, в том случае, если конкурсное производство было введено сразу же. Так как в период конкурсного производства руководство должника больше не может принимать решения, от лица компании выступает конкурсный управляющий, возникает вероятность возобновления захватов организаций. Усугубляет ситуацию и то, что в 2016 году Верховный суд РФ подтвердил, что переход статуса заявителя по делу

о банкротстве к иному лицу не предоставляет права пересмотреть предложенную первым заявителем кандидатуру арбитражного управляющего [4]. Таким образом, несмотря на то, что задолженность перед первым кредитором может быть полностью погашена или требования будут признаны необоснованными, управляющий, предложенный кредитором продолжит контролировать процедуру банкротства. Все это может привести к тому, что в результате процедуры, активы должника полностью или частично уйдут в виде конкурсной массы в «нужные руки».

К сожалению, на сегодняшний день Правительство РФ распространяет действие многих нормативных актов только на те отрасли, которые признаны правительством «пострадавшими», «адресность» проводимых мероприятий поддержки вызывает множество негодования со стороны бизнес единиц, не попадающих под их число. Важно понимать, что для предотвращения масштабного передела собственности после устранения пандемии, бизнесу, как никогда необходима поддержка государства и обеспечение защиты на законодательном уровне. Например, предотвратить переход прав на имущество должника можно, задействовав комплекс мероприятий юридического характера, таких как получение судебных обеспечительных мер, которые препятствовали бы переходу прав на имущество и оспаривание уступки прав требования от банка к новому кредитору.

В сложившейся ситуации актуален вопрос о переориентации ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» на более реабилитирующую модель. Для того чтобы защитить интересы должника, необходимо предоставить право о пересмотре кандидатуры арбитражного управляющего и рассмотреть возможность создания статьи в УК РФ о контролируемом банкротстве с введением специального субъекта — кредитора. Главное, не позволить перехват контроля над процедурой банкротства и разработать комплекс мероприятий по восстановлению деятельности предприятия, не допуская утечки его активов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», в ред. от 01.04.2020.

2. Проект ФЗ-Н 909883–7 «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации в части установления дополнительных механизмов противодействия преступлениям, связанным с банкротством кредитной или иной финансовой организации».

3. «Банки испугались внесудебного банкротства» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2020/04/01/826862-banki-ispugalis> <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2020/04/01/826862-banki-ispugalis> (дата запроса 04.04.2020).

4. Позиция Верховного суда, применяемые нормы: п. 5 ст. 313 ГК РФ, абз. 2 п. 9 ст. 42-ФЗ от 26.10.2002 № 127-ФЗ.

Воскресенская Ольга Викторовна
Voskresenskaya Olga Viktorovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Экономика и инжиниринг на предприятии»
Master program «Economics and engineering at the enterprise»
e-mail: antip8585@mail.ru

ЦИФРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО И БУДУЩЕЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

DIGITAL PRODUCTION AND FUTURE INDUSTRY

В статье анализируется интересная и актуальная тематика цифрового производства и будущего промышленности, даются определения основным терминам, рассматривается современное состояние затрагиваемых в работе сфер, а также делаются прогнозы относительно дальнейшего развития. Особое внимание уделяется прогнозу будущего развития промышленности.

The article analyzes the interesting and relevant topics of digital production and the future of industry, defines the main terms, examines the current state of the areas involved in the work, and makes forecasts regarding further development. Particular attention is paid to forecasting the future development of industry.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровое производство, промышленность, будущее.

Key words: digital economy, digital production, industry, future.

Цифровое производство — достаточно новый, модный термин, переросший, впрочем, из обычного модного словечка в обозначение важной, наукоёмкой отрасли, которая уже приносит реальные осязаемые результаты.

За последние годы становится всё более ощутим тот факт, что цифровые технологии приносят свои первые выгоды промышленному сектору, особенно в переработке и производстве, но огромный

неиспользованный потенциал все еще существует — пишут в своей статье П.-Л. Кайлар, К. Наик и О. Нотердем. [1, с. 190]

Цифровые возможности, такие как платформы электронной коммерции, могут существенно улучшить традиционное обслуживание клиентов и поставщиков. Современные достижения в области автоматизации, обработки больших массивов информации и аналитики, а также Интернет вещей обеспечивают дополнительные возможности для значительного роста всей цепочки создания стоимости.

Так что же такое цифровое производство? Л. Миротин и Е. Лебедев в своей книге «Основы логистики транспортного производства и его цифровой трансформации» пишут о том, что цифровые технологии — есть совместная трансформация производства за счёт использования достижений в области информационных технологий [2].

Определение выглядит вполне справедливо, но всё же, стоит понимать, что цифровое производство — это что-то наибольшее, чем комплекс различных технологий, которыми фирма сумела овладеть. Глубокая цифровизация потребует комплексной работы и мощной общеотраслевой экспертизы, и оптимальный метод — это воплотить — формирование специализированной фирмы в структуре корпорации. Пример такого варианта — созданная в сентябре 2017 года компания «Цифра». «Цифра» занимается разработкой технологий искусственного интеллекта для промышленных компаний и системы здравоохранения, а также предлагает готовые проекты в рамках аналитических прогнозов и анализа данных, мониторинга промышленного оборудования, персонала и корпоративного автопарка [3].

Цифровые технологии развивались постепенно и лишь в последние годы их вес стал действительно серьезен. Их развитие рассматривается некоторыми исследователями как новая промышленная революция.

Уже существуют признаки наставшей цифровой революции. Amazon Business, платформа электронной коммерции B2B, которая была запущена весной 2015 года. За первый год своего существования можно было наблюдать увеличение продаж в размере \$1 млрд. Потребители все чаще отдают предпочтение цифровым технологиям, и большая часть из них изучает информацию онлайн прежде чем примет решение о покупке.

Последующими изменениями, которые повлияли на правила игры в промышленности стали уменьшение стоимости новейших технологий обработки, таких как аддитивное производство и усовершенствование

ванная робототехника. Примером может послужить снижение затрат на 3D-печать в размере 60% в период с 1990 по 2014 год, а издержки на промышленных роботов сокращались на 5% каждый год в период с 2000 по 2012 год [4].

В рамках цифрового производства можно выделить несколько ключевых технологий, которые активно развиваются в наши дни. Среди них, например [5]:

- средства численного моделирования. Своевременное создание математических моделей различных производственных процессов даёт возможность уменьшить промышленные затраты;
- трехмерная визуализация. С помощью 3D-моделирования (компьютерной графики) стало легче проводить согласование объектов и это сократило расходы на реальные проекты макетов. По сути речь идет о разработке цифрового двойника этого либо другого образца детали или конечного продукта;
- обобщенная информационная модель. CIM-модель гарантирует быстрый и без перебоев обмен данными между разными приложениями и устройствами, созданными различными фирмами. CIM — основа интегрированных промышленных процессов в XXI веке;
- проектирование для производства. Идея DFM заключается в конструировании объектов на основе технологичности и позволяет заранее производить точные расчеты цены процессов;
- управление жизненным циклом изделия (PLM). Прикладное программное обеспечение должно эффективно функционировать еще на этапе изготовления макета продукта. Основная задача — сокращение затрат на дальнейшую доработку продукции на той или иной стадии.

Эффективность цифрового производства, по мнению автора, не вызывает никаких сомнений, и в пользу этого утверждения свидетельствуют четыре аргумента.

1. Благодаря таким цифровым технологиям достаточно просто организовать промышленное производство, которое станет отвечать стандартизации безопасности, рациональности, а также экологичности.

2. Современные технологические инновации поддерживают финансовое состояние любого предприятия, так как сокращаются расходы на ненужное оборудование и персонал.

3. Благодаря цифровым технологиям возможна организация гибкого производства: при наличии потребности организация может поменять выпуск продукции на другую, либо изменить объемы и сроки изготовления с целью поддержания конкурентоспособности и выхода на мировой рынок.

4. Благодаря современным автоматизированным системам и оборудованию возможно обеспечение обмена информацией между технологами и конструкторами без задержек, что в свою очередь приводит к быстрому достижению производственных целей и зачастую сокращает себестоимость продукции.

В обоснование высокой эффективности цифрового производства можно привести следующие практические примеры.

В нефтегазовой отрасли уже активно используется так называемое профилактическое техническое обслуживание, основанное на цифровых технологиях. Оно позволяет устранить незапланированные простои и дорогостоящие ремонты. Нефтеперерабатывающие заводы, располагающие необходимыми цифровыми технологиями, используют дистанционные датчики для прогнозирования и составления отчетов о состоянии и работе оборудования. Результатом становится максимизация полезного использования технического оборудования.

Другой отличный пример относится к сфере целлюлозно-бумажной индустрии. В ней прослеживается существенный рост производительности, благодаря возможности контроля температур дистанционно. Датчики печи осуществляют контроль температур известкового раствора, что является важным индикатором кальцинирования. Сложные приборы собирают показатели температур и анализируют их, а затем автоматически настраивают интенсивность разогрева печи. В итоге это приводит к экономичному использованию топлива на 6%, а пропускная способность по переработке извести возрастает на 16%.

Кроме того, если рассматривать производство в целом, то примером может послужить — роботизация. Сложные работы, требующие повтора и усилий, выполняются роботами, а их в свою очередь контролируют операторы цеха. Информационные системы оптимизируют материальные потоки и отслеживают ключевые показатели эффективности.

Что же можно сказать о будущем промышленности в связи с цифровой революцией, происходящей в наши дни?

В первую очередь, стоит указать на то, что перемены в будущем будут всеобъемлющи. Выше уже приводились примеры цифровизации

различных сфер. Но это лишь частные случаи — цифровизация становится общим трендом, затрагивающим всех и каждого.

Так, сфера ритейла стала одной из первых во внедрении в жизнь цифровых технологий. Ритейлеры очень быстро стали пытаться приспособить различные онлайн-инструменты к своей работе и доказательство тому — масштабное развитие онлайн-ритейла.

Не секрет, что цифровизация оказывает своё воздействие и на логистику. С помощью цифровых технологий повышается качество и скорость обслуживания клиентов в логистической сфере.

Стоит также упомянуть о том, какие цифровые тренды могут быть наиболее существенны для будущего промышленности.

Д. Ньюман в своей статье в журнале «Форбс» пишет о целом ряде весьма актуальных, по его мнению, трендов будущего в цифровых технологиях [5].

В частности, он уделяет внимание развитию 5G, называя 5G одним из главных трендов ближайших лет. Аргументация проста — немалое количество компаний, таких как Qualcomm, AT&T, Verizon, Nokia, Ericsson и Huawei занимаются развертыванием необходимого оборудования и технологий для 5G. Данный формат связи, по мнению Ньюмана, получит широкое развитие уже в 2020 году. В дополнение к более высоким скоростям широкополосного доступа и более стабильным мобильным сетям, распространение 5G также ускорит прогресс «умных» городов, «умных» транспортных средств, «умных» производств в промышленности. Практически каждая отрасль будет трансформирована — к лучшему. Само собой, не является исключением и промышленная сфера, где повышение качества и быстродействия связи благоприятно отразится на производственных процессах.

Ещё один достойный внимания тренд — это, конечно, блокчейн, который уже выходит далеко за пределы криптовалютного рынка.

Как известно, Amazon Web Services уже демократизирует технологию блокчейн благодаря предлагаемой подписке на платформу, работающую на блокчейн-технологиях. Amazon — не единственная компания в данной отрасли. В развитии блокчейн уже заинтересован целый ряд цифровых гигантов, таких как Samsung, Microsoft, IBM и китайская Alibaba. Блокчейн может использоваться для соблюдения технологий сохранности пищевых продуктов, а также в сфере интеллектуальной собственности и роялти.

Промышленность также может подвергнуться воздействию блокчейна и подключиться к общему тренду. Например, значительный

потенциал существует в нефтегазовой промышленности — здесь можно добиться значительной оптимизации процессов благодаря внедрению блокчейн в производство.

Следующий тренд, несомненно представляющий интерес — это развитие искусственного интеллекта, который всё чаще используется для коммуникации.

Уже существуют программы, ориентированные на голосовое общение, такие как «Сири» или «Алиса». В ближайшие годы мы можем наблюдать развитие и совершенствование этих программ, которые всё шире будут применяться в различных областях человеческой жизни.

Для промышленности развитие коммуникаций с помощью искусственного интеллекта может означать не только повышение технологичности, но и рост удобства и скорости передачи сообщений, получения необходимой информации и её безошибочной интерпретации. Искусственный интеллект сможет эффективно принимать, обрабатывать и сохранять запросы.

И, наконец, ещё одна тенденция о которой следует упомянуть.

Транспортные средства, оборудованные системами связи и автономного пилотирования, а также различного рода «умная техника», без сомнений, станет нашей новой реальностью. В мире уже существует весьма прорывная разработка — автомобиль Tesla, способный к самостоятельному пилотированию.

В связи с чем можно говорить о том, что будущее промышленности определено будет связано с повышением автоматизации. В ближайшее время внедрение новых цифровых технологий вполне может начать играть определяющую роль для определения конкурентоспособности промышленного предприятия.

Подводя итог, подчеркнем, что цифровая промышленность и её развитие тесно сопряжены с использованием результатов прогресса информационных технологий.

Цифровые технологии лишь недавно приобрели столь значительный вес, что исследователи даже заговорили о новой, цифровой революции. Перспективность цифровых технологий для промышленности не вызывает сомнений, так как с их помощью можно выстроить более эффективный производственный процесс, поддержать экономику, выстроить гибкую бизнес-модель и понизить себестоимость продукции.

В отношении будущего промышленности отмечено, что наиболее заслуживают внимания такие технологии как 5G, блокчейн, развитие искусственного интеллекта и «умная» техника. Возможно, уже в ближайшие годы эти технологии изменят лицо промышленности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Лебедев Е.А. Основы логистики транспортного производства и его цифровой трансформации: учебное пособие / Е.А. Лебедев, Л.Б. Миротин — М.: Издательство Инфра-Инженерия. — 2019. — 190 с.

2. Цифровое производство, мониторинг и искусственный интеллект — с чего начать? [Электронный ресурс] 25 декабря 2017 / Интеграл. — Режим доступа: <http://integral-russia.ru/2017/12/25/tsifrovoe-proizvodstvo-monitoring-iskusstvennyj-intellekt-s-chego-nachat/> (дата обращения: 02.11.2019).

3. About us / Digital Industry. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.eitdigital.eu/about-us/digital-industry/> (дата обращения: 02.11.2019).

5. Цифровое производство — что это? [Электронный ресурс] / Пневмоавтоматика. — Режим доступа: <http://pnevmosalon.ru/news/cifrovoe-proizvodstvo-chto-jeto/> (дата обращения: 02.11.2019).

6. Newman D. Top 10 Digital Transformation Trends For 2020. [Электронный ресурс] 14 July 2019 / Forbes. — Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2019/07/14/top-10-digital-transformation-trends-for-2020/#192244fa76be> (дата обращения: 02.11.2019).

Гаврилов Стефан Юрьевич
Gavrilov Stefan Yurievich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Проектный менеджмент и управление качеством»
Master program «Project management and quality management»
e-mail: stefan_set@mail.ru

КАЧЕСТВО БАНКОВСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

THE QUALITY OF BANKING SERVICES IN DIGITAL CONDITIONS

В статье рассмотрено понятие банковских услуг, определение качества банковских услуг в цифровых инновациях; задачи банка по увеличению эффективности услуг для клиентов; определены главные вызовы и минусы банковских услуг в эпоху цифровизации.

The article discusses the concept of banking services, the determination of quality of banking services in digital innovation; the tasks of bank in order to increase the efficiency of services for customers; the main challenges and cons of banking services in the digital age were identified.

Ключевые слова: банковская услуга, качество, цифровизация, конкурентоспособность, цифровой банкинг, сервисы банковского обслуживания, линейка потребителя, высококомпетентные специалисты.

Keywords: banking service, quality, digitalization, competitiveness, digital banking, banking services, consumer line, highly qualified specialists.

Современное общество постоянно движется вперед, ищет пути к достижению новых целей, меняются условия производства, появляются новые профессии, улучшается качество жизни людей, соответственно адаптируются социальные услуги общества. Подобные изменения оказывают огромное влияние на деятельность всех финансовых организаций, которые держат курс на цифровую экономику. Чтобы преуспевать, держаться на плаву, финансовые компании, в том числе и банковские, претерпевают цифровую трансформацию.

Очевидно, что новые технологии приводят к изменению роли и самих банков, которые стремятся стать мобильными и персонализированными.

Все эти условия заставляют банки увеличивать эффективность собственного бизнеса и повышать качество предоставляемых услуг.

Под качеством банковских услуг мы имеем совокупность свойств и характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности клиента. Если услуга в полной мере удовлетворяет потребности клиентов, то считается, что она выполнена качественно. Если рассматривать в цифровом понятии, то под управлением качеством мы будем понимать системную деятельность банка с новейшими информационно-коммуникационными технологиями, направленную на постоянное изменение и контроль процесса оказания банковских услуг в целях улучшения качества предоставляемых услуг.

Качественное предоставление банковских услуг определяется:

- коммуникационным клиентурным анализом (активность клиента в использовании банковскими услугами, готовность его сотрудничать с банком, используя данную банковскую услугу);

- организацией работы с претензиями и конфликтными ситуациями от граждан (приём, рассмотрение, обработка, урегулирование, систематизация, анализ жалоб и претензий, внесение корректировок в бизнес-процессы, приводящих к возникновению конфликтных ситуаций);
- работой с внутренними жалобами (сотрудник одного отдела недоволен качеством работы сотрудников других отделов);
- ролью сотрудников банка (недостаточные знания и умения сотрудников банка).

Соответственно, при анализе качества банковских предоставляемых услуг банк решает следующие задачи:

- повышение конкурентоспособности банковских продуктов;
- уяснение потребности клиентов;
- осмысление линии развития услуг банка и понимание потребностей клиентов в будущем;
- повышение количества повторных продаж;
- совершенствование уровня удовлетворенности клиентов.

Помогают решать данные задачи и новые технологии. Многие банки уже вступили на путь изменений. Так, «Сбербанк», «Тинькоффбанк» активно инвестируют в IT, наращивают компетенции своих сотрудников, используют удалённую биометрическую идентификацию (отпечаток пальца, лицо, голос, подпись человека), развивают электронные сервисы автоматического обмена информации, как с физическими лицами, так и с юридическими, применяют сервисы по инициации платежей (PISP) и по агрегации финансовой информации (AISP).

Все данные изменения рассмотрены и регламентируются следующими документами:

- Директива о платёжных услугах (PSD2), направленная на модернизацию и снижение стоимости платёжных сервисов для конечного потребителя (от 13.01.2018);
- Проект федерального закона (проект во втором чтении № 419059–7) «О цифровых финансовых активах»;
- Проект федерального закона № 419090 «Об альтернативных способах привлечения инвестиций (краудфандинг)»;
- Федеральный закон № 259 от 02.08.2019 «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ»;
- Проект федерального закона № 373645–7 «О системе распределенного национального майнинга».

Среди новаций в этих законодательных актах можно выделить такие понятия как: «инвестирование и привлечение инвестиций с использованием инвестиционных платформ», «правовые основы деятельности операторов инвестиционных платформ», «краудфандинговая деятельность», «распределенный реестр цифровых транзакций (майнинг) национального цифрового финансового актива», «крипторубль как средство платежа на территории Российской Федерации».

К 2022 году в рамках общепанковской стратегии 70% операций и 50% продаж будут совершаться именно в цифровых каналах [1].

Уже с середины 2000-х годов во многих странах при росте использования Интернета стали развиваться сервисы дистанционного банковского обслуживания (сервисы по инициации платежей (PISP) — это посредники между потребителем и источником финансирования; сервисы по агрегации финансовой информации (AISP) — это сбор информации обо всех вкладах клиента во всех банках).

Современный банк — это банк, где работают сотрудники банковского или аутсорсингового колл-центра (который может быть уже заменён ботами), курьерская служба или партнерская оффлайн-сеть, идентификация (Единая биометрическая система, ЕБС) и токенизация банковских карт.

Уровень цифровизации банковских услуг определяется следующим:

- автоматизирован ли уровень бизнес-процессов;
- развиты ли каналы самообслуживания (сервисы и функции, доступные в цифровых каналах);
- какова скорость операций (оффлайн, онлайн, в режиме реального времени);
- развит ли уровень управления данными (data management), включая машинное обучение (machine learning) и механизмы управления данными (data governance);
- доступен ли сервис 24×7;
- каковы скорость изменений и время вывода на рынок (time-to-market).

Показателями, на которые, в том числе, влияют перечисленные свойства, являются доля и объемы онлайн-продаж и сервисных операций. Изучение данных рейтингов позволяют понять, насколько эффективно банк работает со своей клиентурой в цифровой среде. Есть много технологий, которые остаются только модными трендами,

не превращаясь в ценности для клиентов. А есть те, которые уже прошли испытание временем и занимают своё место в банковских процессах.

Главные вызовы в банковских услугах в эпоху цифровизации — это изменение конкурентной среды, скорость поставки продукта (time-to-market), высокий темп цифровых технологий (переход активности клиента в онлайн, высокий темп развития дистанционных сервисов, конвертирование трафика контактов с клиентами в цифровых каналах в увеличение объёмов продаж и развитие бизнеса).

Общепонятность финансовых услуг повышается, если появляются новые способы их предоставления и расширяется ассортиментный ряд для потребителя:

- дистанционные каналы обслуживания,
- мобильные приложения,
- анализ больших массивов данных,
- машинное обучение,
- углубленная аналитика,
- искусственный интеллект,
- робо-эдвайзинг, предоставляющий финансовые консультации и управление инвестиционным портфелем с минимальным вмешательством человека.
- блокчейн, позволяющий совершать операции без посредников,
- персонализированные кешбэк-сервисы с возможностью выбора категорий покупок,
- использование предиктивной аналитики для создания индивидуальных предложений (Сбербанк, ВТБ)
- полное оформление ипотеки в онлайн: удаленная биометрическая идентификация и электронные закладные и т. д.

Приведём ещё некоторые примеры цифровизации банковских услуг:

1. Интеграция видео (встраивание видеоизображения в режиме реального времени в онлайн- и мобильные терминалы для того, чтобы создавать ещё более персонализированные интерактивные сервисы).

Так, интеграция видео позволяет, например, сделать проще порядок подачи отчетности в страховую компанию о повреждениях в результате ДТП. Или с наименьшими затратами оптимизировать процесс взаимодействия пользователя с банкоматом. Неудивительно, что около 80% поставщиков финансовых услуг рассматривают видео-банкинг

в качестве инструмента, который позволит улучшить клиентский опыт и сократить расходы.

2. Применение чат-ботов и виртуальных помощников.

Это возможность автоматизировать поставщикам некоторые финансовые услуги, как обнаружение вторжений, перевод средств, сравнение программ страхования, оплата и др.

3. Использование роботов-консультантов.

С помощью технологий искусственного интеллекта банковский сектор может создавать интеллектуальные механизмы, которые будут консультировать практически по всем вопросам, начиная с инвестиционных возможностей и заканчивая персонализированными подходами к накоплению сбережений.

4. Работа на опережение при взаимодействии с клиентами.

Те, кто предоставляет финансовые услуги, могут использовать обучающие алгоритмы, обеспечивающие необходимые интеллектуальные возможности на последнем этапе выбора ресурсов, оптимизировать любые взаимодействия и работать на опережение и устранять любые потенциальные проблемы.

Представленные выше аспекты повышают услуги банка в рейтингах цифровых решений и инновационных продуктах для клиентов. Но реализовывать и внедрять новые проекты и современнейшие решения банк может при условии усиления штата квалифицированных специалистов: системных аналитиков, тестировщиков, бизнес-аналитиков, UX-дизайнеров, администраторов и разработчиков информационных систем, специалистов по алгоритмам оценки рисков, devops-инженеров, data-инженеров, data scientists и других. Парадоксально, но при активизации цифровых банковских технологий требуются высококомпетентные специалисты, которые определяют вектор развития организации.

Наряду с внедрением новых технологий по улучшению банковских услуг существуют и «минусы» данного процесса:

- распространение Интернета (в среднем по России — 75%) (источник: intemetworldstats.ru);
- наличие смартфонов (владеют смартфонами около 59% граждан России) (источник: Spring 2017 Global Attitudes Survey);
- низкий уровень цифровой грамотности (у пожилого и старшего поколения нет умений и возможности использовать данные услуги) (только у 26% россиян — высокое знание цифровизации) источник: naf1.ru;

- использование новейших технологий, делающих услуги подходящими клиенту.

Делаем вывод, что внедрение современных технологий в банке содействует повышению конкурентоспособности в финансовом рынке, увеличивает доступность, качество и ассортимент услуг, минимизирует затраты банковского сектора.

Внедрение цифровизации в банковские услуги влечёт за собой необходимость компетентных специалистов, которые благодаря технологиям будут обрабатывать результаты, полученные на практике, а также создание среды, которая будет доверительна с клиентами, создаст равновесие между безопасностью данных клиента и риском применения новых приемов обработки информации — все это направлено на совершенствование качества банковских услуг и улучшения клиентского опыта в цифровых каналах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Банковская отрасль — 2020: прогнозы лидеров. URL: <https://pro.rbc.ru/demo/5df216779a794744dec3175c> (дата обращения 01.04.2020)

Галушка Юлия Анатольевна
Galushka Iuliia Anatolevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Экономика и инжиниринг на предприятии»
Master program «Economics and engineering at the enterprise»
e-mail: iuliiagalushka@gmail.com

ИТ-ИНФРАСТРУКТУРА АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

IT INFRASTRUCTURE FOR AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES OF AN ENTERPRISE

В данной статье рассматриваются вопросы автоматизации бизнес-процессов предприятия в условиях глобального мирового кризиса. Освещены составляющие ИТ-инфраструктуры в целом и внедрение мобильного программного обеспечения, как средства автоматизации бизнес-процессов предприятия, в частности.

This article describes issues of automation of business processes of the enterprises in the context of global crisis. The components of the IT-infrastructure in general and the introduction of mobile software as a means of automation of business processes of the enterprise, in particular, are clarified.

Ключевые слова: IT-инфраструктура, автоматизация, цифровизация, мобильное программное обеспечение, бизнес-процесс.

Keywords: IT Infrastructure, Automation, Digitalization, Mobile Software, Business Process.

В условиях глобального мирового кризиса, вызванного рядом шоков, возникает острая необходимость в совершенствовании телекоммуникационных и информационных систем предприятия. Условия тотальной цифровизации мировой экономики испытывают на прочность существующую IT-инфраструктуру, а также дают толчок для поиска инновационных решений, без которых крайне трудно сохранить конкурентоспособность на рынке. Таким образом можно сказать, что использование передовых инструментов IT-инфраструктуры позволяет вывести автоматизацию бизнес-процессов предприятия на качественно новый уровень, что позволит сохранить позиции на рынке под давлением кризисных явлений.

Вопросы состава и специфики IT-инфраструктуры в своих научных работах рассматривают А.М. Гизатулин, В.А. Ченакал, В.С. Нехотина, В.А. Ломазов, М.А. Степура, А.А. Фадеева.

В своей научной статье Степура М.А. определяет IT-инфраструктуру как совокупность взаимосвязанных информационных систем, сервисов, сетей, технических и программных средств, обеспечивающих функционирование предприятия и осуществление деятельности персонала, а также решение бизнес-задач [2, с. 63]. Данная совокупность представлена на рисунке 1.

Информационные системы включают: базы данных, системы управления баз данных, а также специализированные программные продукты, обеспечивающие работу ранее перечисленных систем.

Информационные сервисы можно охарактеризовать как платформу, призванную для предоставления информационного поля взаимодействия информационных потоков.

Сети являются провайдером взаимодействия информационных потоков.



Рис. 1. Составляющие IT-инфраструктуры

К техническим средствам относятся устройства ввода/вывода информации, вычислительная техника, телекоммуникационные инструменты.

Драйверами вышеперечисленных взаимодействий являются программные средства, а именно программное обеспечение.

В настоящем исследовании мы подробнее остановимся на одной составляющей IT-инфраструктуры — программном обеспечении.

Кардинальные изменения конъюнктуры взаимодействия во всех областях экономической деятельности сдвигают приоритеты в пользу первостепенного внедрения мобильного программного обеспечения. Данная тенденция вполне обоснована. Ввиду того, что в новых условиях дистанционного формата работы, необходимо иметь средства, позволяющие организовать непрерывную и комфортную экосистему взаимодействия сотрудников всех уровней подразделений предприятия. Безусловно, многие задачи можно выполнить с использованием персонального компьютера. Однако в штате предприятия могут быть подразделения, которые лишены возможности оперативного доступа к персональному компьютеру, таким образом мобильное устройство, например, смартфон или планшет, оказывается существенным подспорьем для сохранения рабочей структуры предприятия. Положительный эффект может быть выражен в снижении документационной нагрузки сотрудников. Например, мастеру потребуется меньше времени для оформления необходимых документов, благодаря этому он сможет уделить больше внимания специфичным требованиям своей работы.

Особое внимание стоит уделить снижению документационной нагрузки сотрудников и менеджмента, т. к. качество данного решения оказывает большое влияние на процесс организации работы менеджмента предприятия. Такое решение может существенно сократить или упростить рутинные процессы, тем самым высвободить ресурс руководителя для решения вопросов стратегических направлений развития предприятия. Для менеджмента предприятия такое средство коммуникаций позволит проводить необходимые согласования в более короткие сроки без обращения к своему непосредственному месту работы, например, в командировке.

Рассмотрим более подробно данный инструмент автоматизации бизнес-процессов предприятия. Выделим современные технологии в области разработки мобильных приложений:

- Visual Studio;
- Android Studio;
- EvrazMES platform;
- Foresight Mobile Platform.

Для дальнейшего рассмотрения необходимо обозначить требования к разрабатываемым мобильным приложениям с точки зрения менеджмента предприятия [6].

1. Сквозная аутентификация (регистрация) предполагает возможность входа (регистрации) в различные мобильные приложения компании, при помощи входа (регистрации) только в одно приложение, вход (регистрация) в остальные — должен осуществляться автоматически.

2. Централизованное администрирование приложений: должна быть возможность управления всеми мобильными приложениями компании единой службой поддержки.

3. Масштабируемость и производительность: технические возможности мобильного приложения должны быть гибкими для увеличения числа пользователей и объемов обрабатываемой информации, что с свою очередь подкрепляется необходимостью увеличения производительных мощностей.

4. Скорость обработки должна удовлетворять нормативам временных затрат на автоматизируемые процессы. Сервисы мобильных приложений позволяют собирать статистику обработки запросов для мониторинга выполнения текущих нормативных значений предприятия.

5. Скорость освоения технологии: разработка, наладка, внедрение мобильного приложения должны удовлетворять плановым срокам

проекта. Данный пункт важен, например, при планировании внедрения мобильного приложения в рамках сезонных скачков спроса на продукцию предприятия.

6. Документация и организация обучения: структура и содержание документационного обеспечения должна позволять персоналу самостоятельно осваивать необходимые для работы области знания.

На практике для достижения целей разработки мобильных приложений приходится использовать комбинацию технологий, т. к. существующие технологии не могут в полном объеме удовлетворить требованиям к разработке, внедрению и эксплуатации мобильного приложения. Совершенствование, расширение и актуализация возможностей компаний разработчиков являются перспективными направлениями для их развития.

Таким образом мы приходим к выводу, что совершенствование IT-инфраструктуры автоматизации бизнес-процессов является драйвером инновационного развития предприятия в части обеспечения бесперебойного доступа сотрудников и менеджмента к информационным системам предприятия. Тотальная цифровизация экономики и мировой кризис оказывают сильное давление на существующие организационные структуры предприятий, становятся преградами для их устойчивого развития. В таких условиях на плечи руководителей налагается большая ответственность за конкурентоспособность их предприятия, что в свою очередь требует стратегического подхода к организации и совершенствованию бизнес-процессов предприятия. Достижение успехов в данной области позволят управленческому аппарату оптимизировать многие процессы, например, касающиеся взаимодействия сотрудников в особых условиях труда, рутинных задач и комфортабельности рабочей среды предприятия в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Анисифоров, А.Б. Ключевые задачи информационного менеджмента на предприятии в цифровой экономике [Электронный ресурс] / А.Б. Анисифоров. — Электрон. журн. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2018. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35045821>.

2. Гизатулин, А.М. ИТ-аудит бизнес-процессов как инструмент выявления резервов экономического развития [Электронный ресурс] / А.М. Гизатулин, В.А. Ченакал. — Электрон. журн. — Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2018. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36280839>.

3. Нехотина, В.С. Экономический анализ проектов по управлению ИТ-инфраструктурой [Электронный ресурс] / В.С. Нехотина, В.А. Ломазов. — Электрон. журн. — Пенза: Издательский Дом «Академия Естественных наук», 2019. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41454786>.

4. Степура, М.А. ИТ-инфраструктура предприятия. понятие и значение [Электронный ресурс] / М.А. Степура. — Электрон. журн. — Пермь: Индивидуальный предприниматель Мухин Максим Николаевич, 2019. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39221882>.

5. Фадеева, А.А. Современные концепции управления ИТ-инфраструктурой предприятия [Электронный ресурс] / А.А. Фадеева. — Электрон. журн. — Нефтекамск: Научно-издательский центр «Мир науки» (ИП Вострецов Александр Ильич), 2019. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42310457>.

Гензель Софья Евгеньевна

Genzel Sofya Evgenyevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Анализ данных в экономике»

Master program «Data analysis in economics»

e-mail: sof.genzel@gmail.com

АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ANALYSIS OF ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

В докладе рассматривается трансформация процесса анализа хозяйственной деятельности предприятия под воздействием цифровизации экономики, а также пример решения бизнес-задачи с помощью методов интеллектуального анализа данных.

In the article there are the issues of the transformation of the process of analyzing the economic activity of an enterprise under the influence of digitalization of the economy and in addition an example of solving a business problem using data mining methods.

Ключевые слова: анализ данных, управление данными, машинное обучение, цифровизация экономики, клиентская аналитика.

Key words: data analysis, data management, machine learning, digital economy, customer analytics.

Актуальность и практическая значимость выбранной темы обусловлены несколькими причинами. В о п е р ы х, это нарастающая глобальная конкуренция, которая одновременно является и двигателем

развития компании, и причиной ее падения. Поэтому необходимо непрерывно анализировать все бизнес-процессы компании, что поможет не отставать от своих конкурентов в рамках эффективности деятельности и адаптации передовых технологий, а также выявить неявные закономерности, которые могут оказать положительный финансовый эффект на деятельность компании. Во - в т о р ы х, в связи с утверждением программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [1] — для компаний актуально искать новые бизнес-возможности на основе данных, представленных через цифровые платформы.

Таким образом, предприятиям в условиях цифровой трансформации необходимо выработать систему анализа деятельности компании на основе накопленных данных, которая является процессом от сбора данных до бизнес-результата.

На основе проанализированных работ [2;3] и практического опыта была выработана схема по анализу и управлению данными.

Описание схемы. В каждой компании существуют системные и не-системные источники, данные из которых нужно размещать в хранилище данных. Системный аналитик разрабатывает требования на интеграцию источников. Данные в хранилище поступают после ETL-процедуры (от англ. Extract, Transform, Load). На этапе экстракции, трансформации и выгрузки данные проходят проверки на качество данных, сформированные специалистами по качеству данных. От специалистов различных подразделений поступают бизнес-инициативы к бизнес-аналитикам. Бизнес-аналитик является связующим звеном между бизнесом и ИТ. На основе бизнес-требований, полученных от заказчика, бизнес-аналитик формализует техническое задание для разработчика в терминах систем и имеющихся данных, а также описывает методику расчетов каких-либо показателей, полученную от заказчика. После согласования функционально-технических требований с заказчиком разработчик реализовывает данный функционал в среде, используемой компанией и предназначенной для данных целей. После реализации функционал/приложение передается в тестирование заказчику с последующей отработкой обратной связи с участием бизнес-аналитика и разработчика. Таким образом, если приняты функционал и доработки, то заказчик имеет готовый инструмент для анализа какого-либо бизнес-процесса. Далее Заказчик проводит интерактивный анализ данных в различных разрезах, где реализованы предикативная и расширенная аналитика. На основе

проведенного анализа заказчик внедряет проекты, направленные на оптимизацию бизнес-процесса. Таким образом, заказчик может отслеживать показатели и влияние внедренных проектов в оперативном режиме и изменять стратегическую концепцию по данному бизнес-процессу. Вышеописанный процесс дает на выходе бизнес-результат в виде финансовой выгоды, извлечения новых бизнес-ценностей, сокращения транзакционных издержек, снижения неопределенности и рисков ведения бизнеса, ориентации деятельности на главные стратегические задачи, а не на рутинные операции. Также стоит отметить, что в связи с появлением мощных технических средств становится актуальной концепция «Озеро данных». Это репозиторий, где хранится огромный объем данных в их первоначальном формате до тех пор, пока они не будут затребованы. При доступе к озерам данных пользователи должны знать конкретные типы данных и источники, в которых они нуждаются, а также объем данных. Эту информацию обеспечивает отдел метаданных, который формирует служебную информацию (метаданные) файлов. В некоторых компаниях этот процесс частично автоматизирован с помощью таких технических средств, как Informatica Axon, Qlik Data Catalyst.

В зависимости от цели анализа и вопросов бизнес-анализа подбираются методы интеллектуального анализа данных (таблица 1).

Таблица 1

Методы интеллектуального анализа данных

Пример бизнес-задачи	Метод	Суть метода
Есть ли зависимость между ценами двух активов?	Корреляционный анализ	Позволяет судить о том, насколько похоже ведут себя разные переменные.
Оценить прогноз рисков по клиентам, которые должны взять ипотечный кредит.	Дискриминантный анализ	Классификация данных и определение переменных, которые различают две или более возникающие совокупности (группы).
Спрогнозировать объем продаж в зависимости от расходов на рекламу, количество человек, участвующих в продажах и другие факторы.	Регрессионный анализ	Определение наличия и характера связи между переменными.

Пример бизнес-задачи	Метод	Суть метода
Нужно ли инвестировать средства в новую торговую точку?	Деревья решений	Способ представления правил в иерархической последовательной логической структуре, который позволяет соотнести объект или ситуацию на входе с одним или несколькими выходными узлами.
Обнаружение и прогнозирование схем мошенничества для снижения финансовых убытков и сохранения репутации.	Нейронные сети	Решает следующие задачи: классификация образов, кластеризация, аппроксимация, прогнозирование, оптимизация.
Определить изменение фактических показателей прибыли по отношению к плану, а также влияние на эти изменения факторов.	Факторный анализ	Сокращение числа рассматриваемых параметров, нахождение осмысленных групп параметров, каждая из которых будет являться одним самостоятельным параметром
Сегментацию клиентов для определения реакции на изменение цен.	Кластерный анализ	Разбиение множества исследуемых объектов и признаков на однородные в некотором смысле группы, или кластеры.
Различия себестоимости 1л молока связаны с продуктивностью коров или с другими случайными факторами?	Дисперсионный анализ	Суть заключается в разложении общей дисперсии всего статистического комплекса на ее составляющие и сравнении их друг с другом.
Определить цену на недвижимость при нечетко заданных факторах.	Нечеткая логика	Нечеткая логика позволяет описывать правила в незавершенном, «размытом» режиме на основе знаний и весов событий, позволяющих предположить вероятность события

Ниже приведен пример использования вышеуказанного подхода к реальной бизнес-задаче — развитие клиентской аналитики и работа с клиентским активом.

Описание бизнес-инициативы. В компании есть данные по продажам топлива корпоративным клиентам по топливным картам. На основе этих данных необходимо построить оптимальную модель сегментации клиентов. Это позволит сегментировать клиентов и прогнозировать сегмент клиента на постоянной основе, принимать решения по проведению маркетинговых кампаний, направленных на удержание клиента, а также отслеживать процесс удержания клиента.

Описание данных. Сегментация проводилась на данных 2019 года. Данные содержат информацию об объемах продаж по контрагенту и качественную информацию по контрагенту. Число наблюдений — 400 контрагентов. Переменные, которые рассматривались при построении модели: *government* (является ли договор госконтрактом); *activity* (основной вид деятельности); *volume* (среднемесячный объем продаж); *place* (транзитные или местные перевозки); *nomenclature* (бензин или дизельное топливо); *check_volume* (среднее количество литров за одну транзакцию); *class* (классификация клиента по договору).

Результаты сегментации. Кластерный анализ проводился методом иерархического кластерного анализа и методом *k-means*. Результаты 2-х методов похожи, если делить выборку на 3 кластера. Но метод *k-means* дает наиболее точное деление выборки на 4 кластера с точки зрения полноты интерпретации.

Интерпретация результатов для 4-х кластеров:

1. Контрагенты, которые работают по госконтракту.
2. Контрагенты, у которых классификация по договору относится к непрямому каналу продаж.
3. Контрагенты, осуществляющие грузоперевозки по стране до 150 тыс. л. в месяц, используют преимущественно дизельное топливо.
4. Контрагенты, осуществляющие коммерческие локальные перевозки до 40 тыс. л в месяц, используют преимущественно автомобильный бензин.

Для прогнозирования сегментов использовался метод машинного обучения «случайный лес». Случайные леса могут использоваться не только для задач классификации и регрессии, но и для задач выявления

наиболее информативных признаков, кластеризации и выделения аномальных наблюдений.

Результаты классификации. На основе полученной сегментации была выбрана факторная переменная: сегмент. Для обучения выборка разделена на тестовую (70%) и обучающую (30%). Для решения, как и задачи кластеризации, так и классификации была выбрана программная среда R. Для случайного леса использовалась библиотека RandomForest, в методе которого подбирались оптимальные параметры для минимизации оценки ошибки out-of-bag (ООВ): тех образцов, которые не попали в обучающую подвыборку за счёт повторений. По результатам обучения минимальная ошибка составила 16,7%. С помощью метода случайного леса можно также определить, какая переменная является наиболее значимой. Для этого рассматривался критерий Джини и среднее снижение точности. Основным видом деятельности является наиболее значимым признаком как и по критерию Джини, так и для среднего снижения точности.

Таким образом, ключевой особенностью анализа данных в цифровых реалиях является наличие определенной технологической среды, которая позволяла бы организовать систему сбора, хранения, обработки и управления качеством данных, а также позволяла бы агрегировать данные и оперативно предоставлять их пользователем для дальнейшего анализа. Стоит отметить, что для анализа становятся доступными новые источники данных (например, счетчик слов Яндексa, Google Trends.), позволяющие вывести новые потребности, а также появляется возможность проводить анализ неструктурированных данных.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
2. Аналитическая культура. От сбора данных до бизнес-результатов / Карл Андерсон; пер. с англ. Юлии Константиновой; [науч. ред. Руслана Салахив]. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 366 с.
3. DAMA-DMBOK: Data of Management Body of Knowledge. — New Jersey: Technics Publications. — 2017.

Голубь Алена Сергеевна

Golub Alena Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Организация управления туристскими дестинациями»

Program «Organization of management of tourist destinations»

e-mail: Golub_aluona@mail.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК МЕТОД ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

DIGITALIZATION AS A METHOD OF EFFECTIVE PROMOTION OF TOURIST DESTINATION

В данной работе автор рассмотрел, как туристская отрасль включилась в процесс цифровизации, и какой аспект в туризме наиболее потенциален и требует внедрения цифровых технологий. В рамках работы автор продемонстрировал результаты исследования 78 туристских порталов.

In this article, the author examined how the tourism industry was involved in the digitalization process, and which aspect in tourism is the most potential and requires the introduction of digital technologies. As part of the work, the author demonstrated the results of a study of 78 tourist portals.

Ключевые слова: цифровые технологии, туристские дестинации, цифровизация, туризм, регионы.

Keywords: digital technologies, tourist destinations, digitalization, tourism, regions.

Процесс цифровизации, начало которому было положено утверждением программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в 2017 году [1], естественно, захватил и туристскую отрасль.

Официальным подтверждением того, что туризм является, как и все отрасли, активным участником процесса цифровизации, и что имеется острая необходимость в создании цифровых инструментов продвижения для формирования комфортной информационной инфраструктуры, является включение в Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [2] раздела «Внедрение цифровых технологий в сфере туризма». Согласно данной Стратегии, внедрение цифровых технологий в туристскую отрасль позволит увеличить прибыльность индустрии.

Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации [2] основным направлением внедрения цифровых технологий являет-

ся создание условий для формирования туристской экосистемы, объединяющей всех участников рынка на онлайн-платформе для формирования лучшего клиентского опыта, интегрированной с внешними источниками данных и социальными платформами.

Стоит отметить, что в Стратегии [2] не уделяется внимание методике использования и внедрения цифровых инструментов в систему продвижения, отсутствуют требования к цифровым инструментам: площадкам, порталам, «сквозным» цифровым платформам, доступу общественно значимых объектов к сети «Интернет» и т. д.

По итогу теоретического анализа автором были выделены наиболее популярные и часто используемые информационно-цифровые инструменты в системе продвижения туристских дестинаций: информационные сервисы, поисковые системы, коммерческие сервисы, социальные сервисы, почтовые сервисы.

Для того, чтобы оценить, насколько туристские дестинации используют цифровые инструменты в продвижении туристского потенциала, автором было проведено исследование туристских порталов 85-ти регионов России. Основной целью исследования было выявить наличие основных сервисов на портале, а также выявить инновационные инструменты, которые применяются для продвижения не только туристского потенциала дестинации, но и участников туристской индустрии.

Объектом исследования выступили туристские порталы, сайты, поддерживаемые туристско-информационными центрами или туристскими фирмами, выступающими в качестве информационного бюро дестинации.

В качестве основных критериев проверки были взяты следующие: наличие коммерческих сервисов: формы для заказа тура по определённому 1) маршруту, оплаты услуг по туру; 2) наличие инструмента обратной связи: социальные сети, онлайн чаты, чат-бот, опросы; 3) наличие геoinформационных систем с возможностью построить маршрут: Яндекс.Карты, 2GIS, интерактивные карты; 4) наличие личного кабинета с возможностью сохранить понравившиеся объекты или услуги; 5) наличие формы бронирования номера в гостиницы.

Данные критерии выбраны автором по той причине, что именно эти инструменты позволят туристу сформировать маршрут от размещения до трансфера, не переходя на другие вспомогательные ресурсы. В современных условиях данные инструменты являются основополагающими, так как простой сайт с описательной информацией не нужен

туристу, ему нужна интерактивная площадка для непосредственно взаимодействия со всеми поставщиками услуг.

По результатам проверки обнаружилось, что только 79 субъектов имеют туристский портал. 10% от всех регионов России составляют субъекты, которые не имеют официальной интернет-страницы. Таковыми являются Еврейская автономная область, Республика Ингушетия, Карачаево-Черкесская Республика, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Кабардино-Балкарская Республика, Ульяновская область. Данные регионы имеют государственные сайты департаментов, комитетов, министерств по туризму, но не имеют специализированную площадку, ориентированную на туриста.

По критерию наличия коммерческих сервисов отмечено, что только 18% или 14 регионов имеют такую возможность на сайте. В этой части хотелось бы отметить туристский портал Липецкой области, на котором есть интернет-магазин сувениров с формой оплаты и доставки. Это очень удобный сервис, так как чаще всего у туриста не остается времени, и он приобретает сувениры у нелегальных продавцов или у других субъектов теневого рынка, что не позволяет увеличить вклад туристической индустрии в ВРП. Туристский портал Новгородской области примечателен коммерческим сервисом по покупке карты гостя (дисконтная и транспортная бесконтактная карта), которую можно онлайн оплатить, и выбрать пункт выдачи и активации.

48 региональных порталов имеют коммуникативные сервисы, что составляет 62% от общего числа субъектов. На туристском портале Ямало-Ненецкого АО размещены опросы на разную тему с открытыми данными по прошлым исследованиям. Портал Республики Хакасия имеет отдельный блог Путешественника — уникальный раздел, где собраны все новости, обзоры и анонсы. Есть возможность оставить комментарии и поделиться своими историями. Республика Саха сформировала интеграционную страницу с блогерами, которые популяризируют туристские ресурсы Якутии. На странице собраны все статьи и посты о Якутии, о путешественниках и способах недорогого путешествия по Республике Саха. Удобны сервис автоматического звонка в информационный центр есть на портале Волгоградской области.

Согласно проведенному исследованию, только 24 региона из 79 не имеют картографические, геоинформационные сервисы, или имеют, но сервис не функционирует. 70% туристских порталов имеют возможность построить маршрут и изучить расположение объекта.

Только 18 порталов туристских дестинаций имеют возможность авторизоваться и завести личный кабинет. На сегодняшний день личный кабинет на сайте является основным инструментом формирования повторного туризма. На портале Орловской области есть возможность через авторизацию приобрести не только экскурсию, но и квест, посмотрев заранее состав и концепцию.

Электронное бронирование номера в гостинице сейчас не является уникальным сервисом, однако является уникальным для включения данной возможности на туристский портал. Только 10 из 79 регионов предоставляют такую возможность. В этой группе выделился туристский портал Костромской области, на котором имеется не только форма для бронирования тура, но и возможность оплатить прямо на сайте. Хотелось бы отметить, что в данные 10 порталов вошли и те, которые не имеют собственной формы для бронирования, но имеют ссылку на одну из GDS с уже установленными туристом фильтрами на портале.

Главной проблемой всех туристских порталов является раздел, посвященный транспорту. В большинстве случаев раздел «Как добраться», «Как проехать», «Транспорт» и т. д. включает информацию транспортных магистралей, об аэропортах и видах самолетов, о названиях автодорог, ссылки на административные сайты транспортных отделов, направления движения поездов и другая информация, которая не помогает туристу самостоятельно спланировать маршрут. Отличное решение данной проблемы предложила Республика Марий Эл, на туристском портале которой установлен виджет Яндекс.Расписания. Данный виджет позволяет посмотреть расписание автобусов, электричек, а также используя поисковую строку можно найти удобный маршрут до города Йошкар-Олы, столицы Республики Марий Эл. Данный ресурс устанавливается на сайт бесплатно. Пользователю необходимо указать предпочитаемый вид транспорта, его местоположение, и агрегатор выдаст подходящий рейс. Данный инструмент задерживает пользователя на сайте и упрощает процесс планирования его путешествия.

Несмотря на широкое распространение цифровых технологий продвижения и активное создание новых инструментов, по результатам исследования выяснилось, что из 79 регионов только Орловская область имеет все основные сервисы, входящие в список критериев. Липецкая область, Республика Адыгея и Республика Татарстан входят в группу, которая не имеет только одного цифрового инструмента из перечисленных — это коммерческие сервисы или геоинформационные системы.

По мнению автора, использование цифровых инструментов должно иметь комплексный подход для эффективного продвижения, так как каждая технология будет работать эффективно только в системе фундаментальных цифровых инструментов: коммерческие, коммуникативные сервисы, геоинформационные системы, система бронирования отеля и личный кабинет. Существует взаимосвязь всех цифровых инструментов продвижения с каждым этапом принятия решения о туристской поездке. Так интерактивная карта и интеграция с социальными сетями позволит сформировать осведомлённость посетителя сайта о туристском потенциале региона. Возможность оставлять отзывы, проходить социальные опросы, осуществлять коммуникацию со специалистами и функции личного кабинета стимулируют интерес к посещению, а уже непосредственно бронирование и формирование туристского маршрута стимулирует спрос. Формировать положительный опыт позволяют инструменты личного кабинета (разработка и продвижение собственных маршрутов, создание своего туристского потенциала, предложения своих проектов), демонстрирующие открытость дестинации к развитию и предложениям потенциальных туристов. Отсюда следует, что каждый элемент комплексного инструмента способствует формированию потребности посетить регион и формированию положительного образа о регионе как туристской дестинации.

Таким образом, для успешного использования цифровых технологий в качестве инструментов продвижения необходимо придерживаться комплексного подхода, то есть применять технологии в совокупности, а не отдельно. Результаты исследования показали, что отсутствие комплекса цифровых инструментов продвижения туристских дестинаций порождает проблему информационного хаоса и потери туристской дестинации своей идентичности в пространстве Интернета, что в свою очередь порождает низкий уровень удовлетворённости туриста, так как он расходует огромное количество времени на поиск необходимой информации о туристской дестинации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 1632-р Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» от 28 июля 2017 г. // Российская газета. — 2017 — Федеральный выпуск — № 57 (7815).
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации № № 2129-р «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» от 20 сентября 2019 г. — 2019 г.

Горбунов Андрей Александрович
Gorbunov Andrei Aleksandrovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международная экономика»
Master program «International Economy»
e-mail: andrew0700@mail.ru

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДОЛИ ЭКСПОРТА
РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКАХ ПШЕНИЦЫ
СТРАН БЛИЖНЕГО ВОСТОКА И СЕВЕРНОЙ АФРИКИ
С ПОМОЩЬЮ ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТОВ
МЕЖДУНАРОДНОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРА**

**FORECASTING OF ESTIMATE SHARE
OF RUSSIAN COMPANIES' EXPORTS IN WHEAT MARKETS
OF MIDDLE EAST AND NORTHERN AFRICA WITH ONLINE
TOOLS BY THE INTERNATIONAL TRADE CENTRE**

В статье рассматривается проблема прогнозирования потенциальной доли экспорта российских компаний на рынках стран региона MENA. Рассмотрены трудности, с которыми может столкнуться исследователь, пользующийся онлайн-инструментами, разработанными Международным торговым центром.

The report focuses on the problem of forecasting of estimate share of Russian companies' exports into the markets of MENA countries. The report addresses some of the challenges researcher has to face with while using online tools developed by International Trade Centre.

Ключевые слова: экспорт, регион MENA, прогнозирование, Международный торговый центр.

Keywords: exports, MENA, forecasting, International Trade Centre.

Одной из ключевых проблем, с которыми сталкиваются международные компании, является дефицит надежной торговой информации о рынках. В процессе глобальной цифровой трансформации в открытом доступе появляется все больше данных, касающихся международного бизнеса, предоставляемых как государственными учреждениями, так и частными компаниями и некоммерческими организациями. Таким образом, стоит задача консолидирования и сопоставления большого объема данных из различных источников. Международным торговым центром (ИТС) был разработан ряд онлайн инструментов, призванных облегчить задачу анализа рынков.

В качестве экспортного товара была выбрана мягкая не семенная пшеница. Такой выбор обусловлен тем, что она является несырьевым неэнергетическим товаром (согласно методологии Российского экспортного центра), а также сложившейся благоприятной конъюнктурой рынка.

Для того, чтобы составить прогноз доли экспорта российских компаний на рынке пшеницы стран Ближнего Востока и Северной Африки, были использованы такие ресурсы ИТС, как база данных международной торговли Trade Map, инструмент оценки нереализованного экспортного потенциала Export Potential Map и справочник применяемых торговых барьеров Market Access Map [1]. Различные организации, например Всемирный банк или ООН, включают в регион под названием MENA (Middle East and North Africa) различные страны. В настоящем исследовании использовался компромиссный список стран, входящих в регион MENA, составленный палестинским финансовым экспертом и специалистом по странам Ближнего Востока Рами Абду [2].

Согласно данным Trade Map, в 2018 году Россия являлась крупнейшим экспортером обыкновенной, или мягкой не семенной пшеницы (код 100199 действующей Гармонизированной системы описания и кодирования товаров HS 2017) — ее доля составила 21,1% от всего мирового объема экспорта. Крупнейшими импортерами российской пшеницы в 2018 году среди стран Ближнего Востока и Северной Африки выступили такие государства, как Египет, Турция, Йемен, Ливан и Израиль. На рисунке 1 проиллюстрирована динамика роста экспорта пшеницы из России в указанные страны.

С помощью инструмента Export Potential Map был определен потенциальный объем экспорта российской пшеницы в 2024 году в страны, лидирующие по объему ее импорта из России на настоящий момент. Кроме того, были определены страны исследуемого региона, обладающие наибольшим потенциалом для российского экспорта (более 100 млн долл. США) — Иран и Марокко. Величина потенциального объема российского экспорта была рассчитана онлайн инструментом автоматически согласно принятой методологии, по которой Export Potential Map осуществляет анализ спроса и предложения на основании данных о торговых потоках базы Trade Map за 2014–2018 годы, используя среднее значение величины объема импорта в страну за пять лет для смягчения воздействия выбросов. При про-

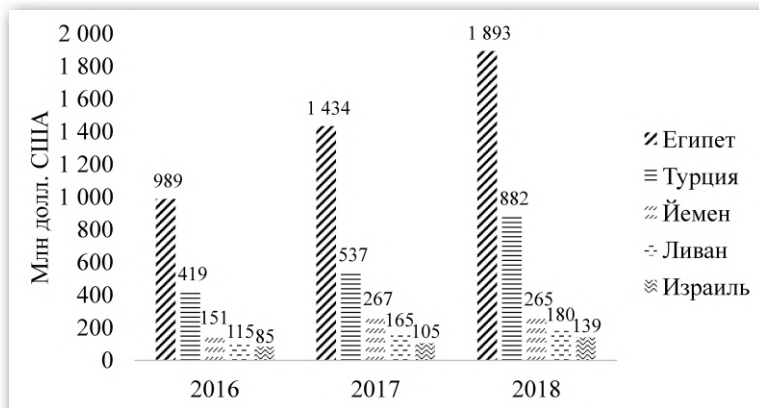


Рис. 1. Объем экспорта российской пшеницы в крупнейшие страны-импортеры Ближнего Востока и Северной Африки

гнозировании на будущее используются данные ожидаемого ВВП на душу населения за 2019–2024 годы. Кроме того, учитывается сила взаимосвязи между торговыми партнерами — тарифные барьеры между странами и географическая удаленность [3].

На портале Market Access Map была получена актуальная информация об адвалорном эквиваленте относительно тех стран, для которых ранее был определен потенциальный объем экспорта. Полученные данные были сгруппированы в таблице 1.

Таблица 1

Потенциальный объем экспорта российской пшеницы в страны Ближнего Востока и Северной Африки и адвалорный эквивалент защиты внутренних рынков данных стран по отношению к импорту из РФ

Страна	Потенциальный объем экспорта, млн долл. США	Адвалорный эквивалент, %
Турция	953,3	45
Йемен	387,4	0
Израиль	66,8	50
Марокко	174,4	86,25
Иран	148,4	15

В таблице 1 не представлены Египет и Ливан, так как инструмента Export Potential Map не удалось определить потенциальный объем экспорта российской пшеницы для этих стран.

Для того, чтобы оценить потенциальную долю российских компаний на рынке стран, указанных в таблице 1, необходимо определить прогнозный объем рынка для этих стран в 2024 году.

С помощью формулы, приведенной в методологических пояснениях к инструменту Export Potential Map [4, с. 8], рассчитать прогнозный объема рынка страны возможно не для всех приведенных в таблице 1 стран. Прогнозный объем рынка страны рассчитывается на основе данных о текущем импорте, прогнозируемом росте населения и прогнозируемом росте ВВП на душу населения. В базе данных Trade Map, на которую в качестве источника данных ссылается Export Potential Map, отсутствуют данные об импорте пшеницы под кодом 100199 для Алжира (за 2018 год), Йемена (начиная с 2015 года), Марокко (начиная с 2014 года), Ирана (начиная с 2017 года). Данные по импорту Ливана присутствуют, однако не являются сопоставимыми с соответствующими данными Федеральной таможенной службы РФ по экспорту в эту страну.

В таблице соответствий онлайн-инструмента Export Potential Map указано, что код 1001Xb, по которому осуществлялось автоматическое прогнозирование, соответствует коду HS 100199, по которому осуществлялся поиск данных вручную. Следовательно, можно сделать вывод о том, что опираться на автоматически полученные расчеты относительно вышеупомянутых стран при прогнозировании не вполне оправданно.

Тем не менее, определить прогнозный объем рынка Турции и Израиля, используя те же источники относительно ожидаемого ВВП и ожидаемой величины населения, что и инструмент Export Potential Map [5], возможно. Так, объемы рынков Турции и Израиля в 2024 году составят 1579,6 и 253,3 млн долл. США соответственно.

Таким образом, ожидаемая доля российских компаний на рынке Турции в 2024 году составит 60,4%, а на рынке Израиля — 26,4%. По данным Trade Map было установлено, что в 2018 году доля рынка российских компаний на рынке Турции составляла 84,9%, а на рынке Израиля — 44,2%. На основании расчетов можно сделать заключение о том, что, несмотря на наблюдаемую тенденцию к увеличению поставок пшеницы в эти страны из России, относительная доля рынка

отечественных компаний снизится за счет стремительного роста этих рынков. Для того, чтобы не упускать будущую прибыль, российским компаниям можно порекомендовать наращивать объемы экспорта изделий из пшеницы, характеризующихся более высокой добавленной стоимостью.

В результате работы с онлайн инструментами, разработанными Международным торговым центром, можно сделать вывод о том, что опираться на данные, автоматически рассчитанные с помощью этих инструментов не всегда целесообразно, поскольку в данных, на которые опирается система, существуют пробелы и разночтения. Процесс глобальной цифровой трансформации должен быть нацелен на то, чтобы накапливаемые разными источниками данные, находящиеся в открытом доступе, соотносились между собой, и формировалось единое информационное пространство, поскольку качественная информация необходима для развития международного бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Market analysis tools // International Trade Centre. URL: <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/overview/> (дата обращения: 19.04.2020).
2. Defining the MENA region // Ramy Abdu, PhD. URL: <http://www.ramyabdu.com/2018/12/29/defining-the-mena-region/> (дата обращения: 19.04.2020).
3. Frequently Asked Questions // Export Potential Map. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/learning/faq> (дата обращения: 19.04.2020).
4. Export Potential Assessments // Export Potential Map. URL: https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1089/epa-methodology_141216.pdf (дата обращения: 19.04.2020).
5. Verifying data quality // Export Potential Map. URL: <https://exportpotential.intracen.org/en/resources/data/data-sources> (дата обращения: 19.04.2020).

Гриценко Виктория Олеговна

GricenkoViktoria Olegovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Налоги и налогообложение»

Master program «Taxes and Taxation»

e-mail: gricenkoviktoria97@mail.ru

РАЗВИТИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: НАЛОГ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ДОХОД

DEVELOPMENT OF TAXATION IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY: TAX ON PROFESSIONAL INCOME

В данной статье рассматривается развитие налога на профессиональный доход в России, а также влияние цифровизации на оптимизацию деятельности налоговых органов на сегодняшний день.

This article discusses the development of tax on professional income in the Russia, as well as the impact of digitalization on the optimization of tax authorities today.

Ключевые слова: налог на профессиональный доход, цифровая экономика, самозанятые, цифровизация.

Keywords: income tax, digital economy, self-employed, financial technology, digitalization.

Цифровизация на сегодняшний день является главенствующим инструментом будущего, благодаря которому упрощается жизнь каждого индивида, происходит экономия такого невозполнимого ресурса, как время. Диджитализация финансового сектора экономики внедрилась в большинство отраслей, что поспособствовало оптимизации деятельности.

Налоговые органы России осуществляют администрирование с помощью инструментария цифровой экономики. Ярким примером является внедрение новых технологий в экспериментальном налоговом режиме «Налог на профессиональный доход» для самозанятых.

Ниже представлены основные понятия, используемые в данном налоговом режиме.

1. Налог на профессиональный доход — это специальный налоговый режим для самозанятых граждан.

2. К самозанятому населению относятся физические лица, не являющиеся индивидуальными предпринимателями и оказывающие

услуги физическим лицам для личных, домашних или иных подобных нужд без привлечения наемных работников, подлежат постановке на учет в налоговых органах на основании соответствующих уведомлений [1]. Необходимо заметить, что с 1 января 2019 года к данной категории отнесены лица, применяющие специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход».

3. «Мой налог» — это официальное приложение налоговой службы России для налогоплательщиков налога на профессиональный доход [1].

Федеральный закон № 422-ФЗ от 27.11.2018 «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)» включает в себя всю информацию о данном налоговом режиме. Для главных характеристик налога на профессиональный доход мной были выделены основные пункты [1]:

1. Согласно ст. 2 налогоплательщик не имеет права нанимать работников.

2. Ст. 5 предусматривает, что налогоплательщик данного налога имеет лимит доходов, который должен составлять не более 2,4 млн. рублей в год.

3. В соответствии со ст. 10 Федерального закона № 422-ФЗ от 27.11.2018 налоговые ставки представлены в двух вариантах:

1) 4% — доходы от реализации товаров и услуг в отношении физических лиц;

2) 6% — доходы от реализации товаров и услуг в отношении индивидуальных предпринимателей и юридических лиц.

4. Согласно ст. 12 в отношении реализации товаров и услуг физическим лицам налоговый вычет составляет 1% от налоговой базы, но не более 10 тыс. рублей; в отношении реализации товаров и услуг индивидуальных предпринимателей и юридических лиц налоговый вычет составляет 2% от налоговой базы, но не больше 10 тыс. рублей.

5. Деятельность, производимая налогоплательщиков в данном режиме, не предусматривает ведения налоговой отчетности.

С 1 января 2020 года вышел новый Федеральный закон № 428-ФЗ от 15.12.2019 «О внесении изменений в Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального

значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)», в который были добавлены еще 19 регионов России [2].

Для целей исследования было проанализировано два показателя, характеризующих динамику налога на профессиональный доход: количество налогоплательщиков (рис. 1) и поступления налога (рис. 2).

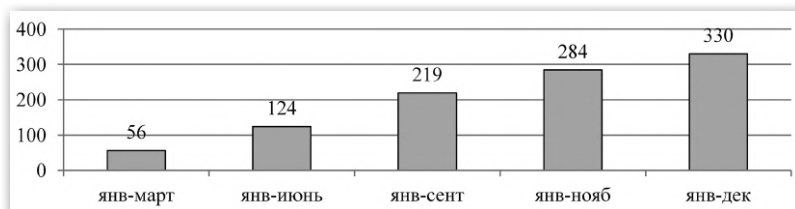


Рис. 1. Количество налогоплательщиков налога на профессиональный доход в 2019 году, тыс. человек [4]

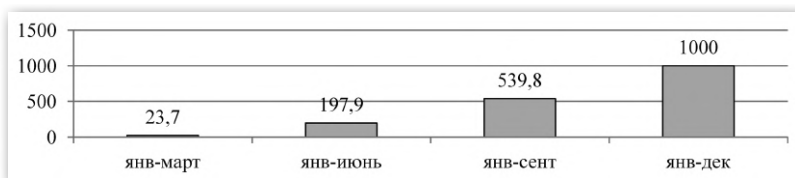


Рис. 2. Поступления налога на профессиональный доход в бюджетную систему России в 2019 году, млн. рублей [4]

Нарастающая положительная динамика данного показателя свидетельствует о высокой востребованности населения налога на профессиональный доход. Можно заметить, что резкий отрыв произошел в третьем квартале 2019 года, что равнозначно увеличению числа плательщиков.

Первое место по количеству зарегистрированных в качестве плательщиков налога на профессиональный доход является Москва. Согласно официальным данным ФНС России за три квартала 2019 года доля поступлений налога составила 60% [5]. Далее список представляет Московская область с 22% налогоплательщиков и третье место — Республика Татарстан, где зарегистрированы 16% плательщиков НПД. Завершает список с 2% налогоплательщиков Калужская область.

Динамика поступления налога в бюджет также положительная. Во II квартале объем поступлений увеличился в 8,4 раза, в III квартале — в 2,7 раза, в IV квартале — в 1,9 раза. Произошел значительный рост по итогам II квартала 2019 года, чему поспособствовал интерес со стороны плательщиков, информирование населения налоговыми органами, в том числе через Интернет-ресурсы.

Цифровая экономика является мощным стимулом развития различных цифровых платформ, что способствовало быстрому распространению нового налогового режима для самозанятых. Федеральная налоговая служба России разработала API-интерфейс для коллаборации с крупными цифровыми площадками [5]. Данный интерфейс помогает налоговым органам и пользователям корректно находить, использовать и вводить различные данные. Россия и технологии в целом значительно изменились в лучшую сторону, в связи с этим, государство должно оперативно реагировать на различные нововведения. Таким образом, ФНС выстроила отличную модель взаимодействия рынка и пользователей через API. Партнерами в работе с федеральной налоговой службой являются: Яндекс, Сбербанк, ЦИАН, Альфа-банк и многие другие. Такое сотрудничество помогает их «капитализации». Кроме того, повышается прозрачность налоговой системы государства, снижаются налоговые риски граждан-налогоплательщиков, активно развиваются различные маркетплейсы, работающие с открытыми базами данных самозанятых ФНС.

Федеральной налоговой службой согласно ст. 3 Федерального закона от 27.11.2018 № 422-ФЗ было разработано удобное для использования мобильное приложение «Мой налог». Но налогоплательщики имеют право лично обращаться в налоговую инспекцию по вопросам НПД, применение данного приложения не носит обязательный характер.

Благодаря приложению «Мой налог» плательщики могут осуществлять постановку на налоговый учет и снятие с него; предоставлять сведения налоговому органу о полученных доходах от реализации товаров и услуг; получать уведомление от налогового органа о сумме налога, подлежащей уплате в бюджет; формировать чеки по результатам расчетов с контрагентами и т. д. Необходимо отметить, что в соответствии со ст. 3 п. 9 Федерального закона от 27.11.2018 № 422-ФЗ налогоплательщикам дается гарантия их прав, в случае технического

сбоя мобильного приложения, влекущего невозможность исполнения ими обязанностей в определенный срок [1].

Планировалось, что к концу III квартала 2019 года количество пользователей, зарегистрированных в данном приложении составит 200 тыс., фактическое значение — 219 тыс. По итогам 2019 года общее количество пользователей составило свыше 330 тыс. человек [4].

Распределение самозанятых по профессиям в 2019 году выглядит следующим образом: репетиторы — более 60%, домработницы — 17,5%, няни — 14,5% прочие услуги около 8%, куда вошли сдача в аренду имущества, выгул домашних животных, парикмахерские услуги, фотография и другое [4].

Также в качестве примера цифровой площадки можно привести маркетплейс «Самозанятые.рф», пока действующий в режиме предварительной подписки. Этот маркетплейс для самозанятых применяется с целью поиска заказчика, исполнителя. Данная площадка дает ряд преимуществ для пользователей: автоматическая отправка уведомлений о доходах в налоговую, отправка чека заказчику, подсчет налогов и напоминание об их уплате, удобная оплата через платежный сервис — «Кошелек» [3]. По нашему мнению, в дальнейшем этот маркетплейс станет лидером среди других интеграций для самозанятых в России.

Таким образом, эксперимент по установлению специального налогового режима можно считать удачным и перспективным. Перечисленные цифровые коллаборации дают огромный скачок в развитии данного сегмента. Несомненно, что развитие цифровой экономики влияет на государственный бюджет. За 2019 год налог на профессиональный доход принес в бюджетную систему России свыше 1 млрд рублей. Развитие цифровых платформ, расширение территории распространения данного налога по всей стране будет способствовать выведению «из тени» доходов многих граждан, у большинства будет заинтересованность в пониженной налоговой ставке, в сравнении с налогом на доходы физических лиц (13%), что в итоге приведет к увеличению налоговых поступлений в бюджет. По нашему мнению, особую актуальность цифровизация налогообложения и применение налога на профессиональный доход приобретают в условиях сегодняшнего экономического кризиса, вызванного пандемией. В перспективе — право регионов самостоятельно вводить данный налог, обсуждается возможность снижения ставки. Именно самозанятые смогут стать одним из драйверов выхода из кризиса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон № 422-ФЗ от 27.11.2018 «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/ (дата обращения 13.04.2020).
2. Федеральный закон № 428-ФЗ от 15.12.2019 «О внесении изменений в Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_340170/ (дата обращения 13.04.2020).
3. Россия в цифрах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gks.ru/storage/mediabank/gus19.pdf> (дата обращения 13.04.2020).
4. Публичный ресурс API [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://npd.nalog.ru/> (дата обращения 13.04.2020).
5. Специальный налоговый режим для самозанятых [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://npd.nalog.ru/> (дата обращения 13.04.2020).

Гущина Мария Владимировна
Guschina Maria Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственная и муниципальная служба»
Master program «State and municipal service»
e-mail: mariya-gushina@yandex.ru

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ОБОСНОВАНИЯ ДОСРОЧНОГО ВЫХОДА НА ПЕНСИЮ

ALGORITHM FOR DEVELOPING A JUSTIFICATION FOR EARLY RETIREMENT

В статье разработан алгоритм обоснования досрочного выхода на пенсию. Предлагается порядок и варианты предоставления такой возможности гражданам, изъявившим желание воспользоваться возможностью выйти на пенсию ранее установленного срока государством. Предложены пути возмещения государству компенсационных выплат в результате досрочного прекращения трудовой деятельности гражданином и выходом на досрочную пенсию.

The article develops an algorithm for justifying early retirement. It offers the procedure and options for providing such an opportunity to citizens who have expressed a desire to take advantage of the opportunity to retire before the deadline set by the state. Ways to compensate the state for compensation payments as a result of early termination of employment by a citizen and early retirement are proposed.

Ключевые слова: досрочная пенсия, компенсация государству.

Keywords: early retirement, compensation to the state.

Досрочное назначение пенсии — это назначение пенсионных выплат гражданину раньше, чем он достигнет установленного пенсионным законодательством возраста.

Существующие положения законодательства РФ разрешают досрочный выход на пенсию сейчас только некоторым категориям граждан. Это категории [1]:

- граждане, которые были задействованы в работе на опасных производствах;
- граждане, которые долгое время осуществляли свою трудовую деятельность в районах Крайнего Севера;
- инвалиды, а также для некоторых категорий специальных профессий, где необходимый трудовой стаж для выхода на пенсию уменьшен на определенный установленный законодательством срок.

В настоящее время острой социальной проблемой является вопрос досрочного выхода на пенсию граждан, которые не относятся ни к одной из вышеперечисленных категорий. То есть в настоящее время законодательством не предусмотрен вариант выхода на досрочную пенсию обычного гражданина не имеющего определенных льгот. Вместе с тем многие граждане не доживают до пенсионного возраста, а те, кто доживает не всегда удовлетворены суммой пенсии которую назначили органы Пенсионного фонда. В результате данных обстоятельств, возникает потребность в разработке комплекса мер по решению данной проблемы. Ранее эта тема изучалась в работах Е.Д. Кибовской [2], Е.М. Ширяевой [3], С.В. Кибовской [4], но по нашему мнению наиболее обоснованным является подход, предложенный авторами Н.В. Смирновой, М.В. Гущиной [5], так как он наиболее корректно адаптирован к существующим положениям действующего законодательства [1] и методическим рекомендациям по формированию размера пенсионных выплат. Используя данный подход необходимо разрабатывать варианты предоставления гражданам возможности досрочного выхода на пенсию.

В настоящей статье автором предлагается разрешение существующей проблемной ситуации на основе применения алгоритма разработки и обоснования условий досрочного выхода на пенсию граж-

дан, у которых возникла необходимость завершения трудовой деятельности в силу сложившихся личных обстоятельств.

Алгоритм применяется тогда, когда у гражданина появляется желание выйти досрочно на пенсию с получением удовлетворяющей его суммы ежемесячной пенсионной выплаты. При этом со стороны гражданина в Пенсионный фонд будет поступать финансовое возмещение определенного размера, соизмеримое с затрачиваемыми государственными органами ресурсами.

Основываясь на методическом подходе Н.В. Смирновой, М.В. Гушиной [5] предложим следующий состав алгоритма:

Шаг 1: Гражданин обращается в отделение пенсионного фонда находящееся на территории на которой проживает для расчёта суммы возмещения государству с учетом предполагаемых затрат последнего на социальные обязательства. При этом подразумевается, что гражданин прекратит свою трудовую деятельность раньше установленного срока и ему будет назначена пенсия соответствующего размера (по желанию заявителя).

Шаг 2: Пенсионный фонд производит расчет суммы компенсации государству, которая, в свою очередь, рассчитывается исходя из возраста, в который гражданин планирует уйти на пенсию; желаемого размера ежемесячной пенсионной выплаты, а также размера финансовых затрат, которые понесет государство из-за того, что человек прекратит свою трудовую деятельность раньше, чем это положено ему по законодательству. Размер суммы понесенных затрат представляется на ознакомление гражданину. Тот в свою очередь может согласиться выплатить данную сумму, если у него имеется такая возможно или же отказаться, так как сумма является для него не приемлемой.

Шаг 3: Гражданину предлагается выбор источника финансирования покрытия расходов государству. В свою очередь государство может предложить гражданину доработать какой-то определенный срок, тем самым снизить сумму компенсации если нужной суммой гражданин не располагает. Если человек соглашается с рассчитанной суммой, оформляется данный проект досрочного выхода на пенсию.

Шаг 4: В том случае если гражданина не устраивает размер рассчитанной суммы, то пенсионный фонд предлагает воспользоваться альтернативным источником финансирования. Этот вариант финансирования подразумевает внесение денежных средств путем перевода имеющийся в собственности у человека недвижимости в зачет

выплаты государству соизмеримой с размером рассчитанной ранее компенсации, т. е. осуществляется перевод жилья в собственность государства под социальные нужды.

Шаг 5: В том случае если гражданина устраивает такой вариант, то жилье оценивается. После оценки жилья делается вывод о достаточности (или недостаточности) проводимых мер. При необходимости определяется сумма компенсации как со стороны гражданина, так и со стороны государства. Когда финансовые условия выхода на пенсию будут согласованы заключается необходимый договор, с указанием срока выхода на пенсию, набором определенных льгот и размером ежемесячной пенсионной выплаты.

Предлагаемый вариант позволяет гражданам приобретать права на досрочную пенсию и получать пенсию на тех же условиях, которые он указал в заявлении обращаясь в Пенсионный фонд. Блок-схема предлагаемого алгоритма представлена на рисунке 1.

Предварительный расчет, проведенный авторами [5] показывает, что сумма возмещения в зависимости от многих параметров будет колебаться от нескольких сотен тысяч до нескольких миллионов рублей. Такая сумма является неприемлемой для подавляющего большинства населения нашей страны. Вместе с тем одной из наиболее серьезных тем в регионах нашей страны не перестает быть вопрос обеспечения малоимущих и незащищенных слоев населения социальным жильем. Выделяемых из бюджета государства денег на эту статью расходов систематически не хватает, а других путей финансирования данного вопроса пока что не существует. По мнению автора, эти две проблемы можно решать в комплексе. Так, например, возможно на добровольной основе гражданину переводить свое жилье в собственность муниципальных органов, освобождать его, а взамен получать условия или финансовые гарантии выхода на пенсию по личным обстоятельствам. Такой вариант действия позволит увеличить количество социального жилья, при этом затраты федерального бюджета не будут носить существенный характер. Безусловно, возможны варианты замены жилья с большего на менее по площади или жилье в других регионах, где стоимость аналогичных жилищных условий существенно ниже. Так, например, в 2020 году в стране установлен норматив средней стоимости одного квадратного метра в размере 46013 руб., но в зависимости от региона сумма колеблется в большую или меньшую сторону. В частности, норматив в Москве составляет 105043 руб.,

в Санкт-Петербурге — 76429, в Сахалинской области — 79331 руб. и Республике Саха (Якутия) 73072 руб., следовательно, в рассмотренных выше регионах при продаже или переводе квартиры в собственность государства, для компенсации затрат которые оно понесёт при досрочном выходе на пенсию гражданина по собственному желанию, будет оцениваться дороже, чем в других городах. Можно предположить, что для жителей этих регионов предлагаемый алгоритм будет актуальным.

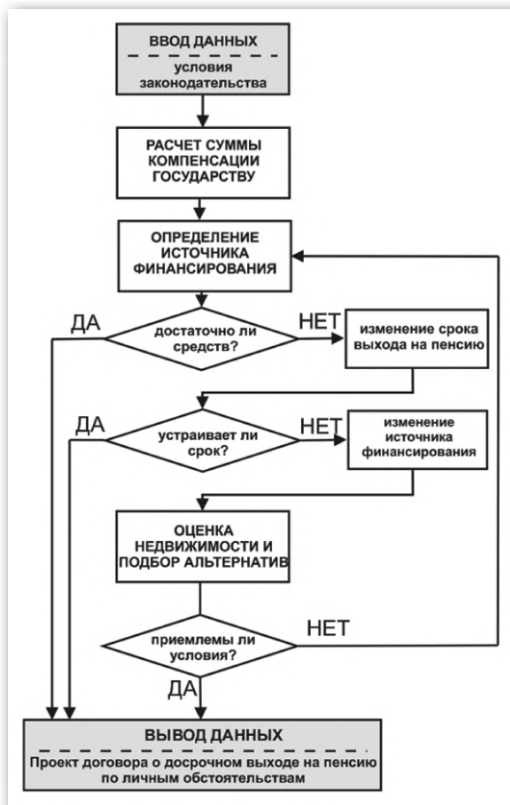


Рис. 1. Блок-схема алгоритма разработки и обоснования условий досрочного выхода на пенсию граждан, завершающих трудовую деятельность по личным обстоятельствам

Так, например, обмен квартиры в Москве на квартиру с более низкой ценой за кв. метр в Брянской области (стоимость кв. метра составляет 30414 руб.) позволит высвободить средства в размере 3–5 млн. руб., что в свою очередь позволит сократить срок выхода на пенсию на 5–7 лет при размере пенсионной выплаты в 70 тыс. руб./мес. Так же у некоторых граждан в собственности имеется несколько объектов недвижимости, продажа или передача государству которых может обеспечить выплату рассчитанной суммы компенсации за досрочный выход на пенсию.

Отличительной особенностью предлагаемого алгоритма является его подконтрольность государственным структурам и, как следствие, государственная гарантия на принятые меры. Кроме того, прямое финансовое влияние гражданина в пенсионный проект позволит сформировать условия для наследования пенсии. То есть в случае смерти гражданина, часть пенсии будет наследоваться ближайшими родственниками, как посредством перевода в счет их накопительной пенсии, так и непосредственно переводом на банковский счет наследуемого. Этот подход становится более привлекательным для многих категорий граждан нашей страны, обладающих достаточными активами для обеспечения выплаты компенсационных выплат бюджету, так как систематизирует в себе ряд организационных мероприятий, позволяющих упростить процедуру выхода на пенсию и планирования жизни после окончания активной трудовой деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон «О страховых пенсиях» от 28.12.2013 № 400-ФЗ (ред. от 01.10.2019, с изм. от 28.01.2020).
2. Семикова Е.Д. Получение досрочной пенсии в связи с осуществлением определенного вида деятельности // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 3 [Электронный ресурс]. <https://human.snauka.ru/2014/03/6379>. (дата обращения: 29.03.2020 г.).
3. Ширяева Е.М. Реформирование системы досрочных пенсий / Всероссийский экономический журнал ЭКО « Экономика и бизнес» // Том 2, № 2 (2012). С 84–88.
4. Кибовская С.В. Пути совершенствования системы досрочного пенсионного обеспечения / Всероссийский экономический журнал ЭКО « Экономика и бизнес» // Том 2, № 2 (2012). С 89–96.
5. Смирнова Н.В., Гущина М.В. К вопросу о развитии современной пенсионной системы России с целью обоснования возможности досрочного выхода на пенсию: методический аспект. / Экономика образования // № 6 (115) ноябрь–декабрь 2019 г. С 108–117.

Дашкевич Павел Михайлович
Dashkevich Pavel Mikhailovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Анализ данных в экономике»
Master program «Data analysis in the economy»
e-mail: pmd2015@ya.ru

Флуд Наталья Александровна
Flud Natalia Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
к.э.н., доцент кафедры статистики и эконометрики
e-mail: fna1963@rambler.ru

ИЗМЕРЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

RESEARCH OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ARCTIC ZONE OF THE RUSSIAN FEDERATION

В работе обсуждается необходимость измерения устойчивого развития Арктической зоны РФ. Рассматривается методология расчета интегральной оценки «Полярный индекс» для компаний и регионов. Анализируются рейтинги устойчивости компаний, представленных в арктических территориях.

The article discusses the need to measure the sustainable development of the Arctic Zone of the Russian Federation. The authors consider the methodology for calculating the integral assessment «Polar Index» for companies and regions. The stability ratings of companies represented in the Arctic territories are analyzed.

Ключевые слова: Арктическая зона РФ, Полярный индекс, оценка устойчивого развития, рейтинг устойчивости компаний.

Key words: Arctic Zone, Polar Index, Sustainable Development Assessment, company sustainability rating.

Одним из ключевых приоритетов внутренней и внешней политики нашей страны является устойчивое развитие Арктики. Здесь сосредоточены богатейшие природные ресурсы, транспортный потенциал, уникальные этнические культуры и незатронутые хозяйственной деятельностью территории.

Общая площадь Арктической зоны РФ (АЗ) составляет порядка 3,7 млн. км² (21% всей территории РФ). Арктика обеспечивает значительный объём национального дохода — около 9% совокупного

валового регионального продукта всех субъектов РФ, 28% общего объёма добычи полезных в стране.

Огромный экономический потенциал сочетается с существенными социальными и экологическими особенностями региона. На 1.01 2019 г. численность населения АЗ составляла 2397,5 тыс. чел. и характеризовалась очень низкой плотностью расселения: 1–2 чел. на 1 км² и менее. В регионе наблюдаются отрицательные демографические тенденции. За 2018–2019 гг. население Арктики уменьшилось на 8,9 тыс. чел., как за счет естественной убыли, так и за счет миграции. В среднем по арктическим регионам миграционная убыль в последние годы составляла 6 промилле, а в некоторых регионах существенно больше (Республика Коми в 2018 г. — 34,4 промилле). Миграция, прежде всего, связана с низким уровнем жизни населения. Несмотря на высокие заработные платы (в АЗ РФ в 2019 г. — 83,5 тыс. р., в среднем по РФ — 53,9 тыс. р.), из-за высокого уровня цен на товары и услуги реальные доходы населения невелики. Отток населения также обусловлен неразвитостью транспортной, коммуникационной и социальной инфраструктуры, неблагоприятной экологической обстановкой.

Экологическая обстановка зоны напрямую зависит от отраслевой структуры и основных видов деятельности, представленных в регионе. В пределах Арктики размещены многочисленные объекты добычи и переработки нефти и газа, предприятия металлургической, рудодобывающей, энергетической отраслей, которые несут потенциальную и реальную угрозу экологии региона, здоровью населения и привычному образу жизни коренных народов Севера. Данные факты ставят перед государством задачу по обеспечению безопасности хозяйственной деятельности, сохранению природной среды.

В рамках стратегий развития Арктической зоны на государственном уровне была разработана госпрограмма «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 г.» (утв. в 2014 г., актуализирована и продлена до 2025 г.). Обязательным условием реализации Стратегии является создание эффективной системы мониторинга и комплексного анализа уровня социально-экономического развития АЗ. В 2014 г. произошло выделение АЗ в качестве самостоятельного объекта статистического учета, что способствовало систематизации и организации огромного массива статистических данных и повысило их аналитические возможности.

Однако данной информационной базы недостаточно, поскольку она не позволяет оценить вклад отдельных предприятий в устойчивое развитие Арктики, учесть мнение экспертов и населения о происходящих процессах. Это способствовало активизации исследований, направленных на формирование дополнительных источников информации и разработку измерительных инструментов, выполняющих роль индикаторов устойчивого развития Арктики. Наиболее перспективными на наш взгляд, являются подходы по построению интегральных показателей, позволяющих учесть все многообразие стоящих перед Арктикой проблем.

В 2018 г. Экспертный центр «Проектный офис развития Арктики» (ПОРА) начали реализацию проекта «Полярный индекс», направленный на разработку методики оценки устойчивого развития АЗ на основе концепции «триединого итога» как баланса экономической, экологической и социальной составляющих. Устойчивое развитие характеризуется сбалансированностью этих трех групп параметров, что обеспечивает гармоничность отношений общества, власти и бизнеса. В случае перекоса в ту или иную область взаимодействия вектор устойчивого развития уходит в сторону, движение замедляется. В итоге запрос будущих поколений на новое качество жизни не удовлетворяется в полной мере, тем самым нарушается основной принцип устойчивого развития — сохранение планеты для будущих поколений [5, 6].

Проект «Полярный индекс» реализуется по трем направлениям:

- 1) оценка устойчивости развития компаний, представленных в АЗ — «Полярный индекс. Компании»;
- 2) оценка устойчивого развития отдельных субъектов РФ, территории которых находятся в АЗ — «Полярный индекс. Регионы»;
- 3) социологическое исследование по индексу благополучия жителей российской Арктики — «Народный полярный индекс».

Первое и второе направление представлено самостоятельными индексами, в основе которых лежит единая методика расчета количественного, экспертного и итогового индекса. Третье направление — опрос жителей АЗ — позволит выявить, как население Арктики оценивает экологическую и социально-экономическую ситуацию в своем регионе.

Для количественной составляющей индексов «Полярный индекс. Компании» и «Полярный индекс. Регионы» был отобран набор

показателей, характеризующих положение исследуемого субъекта (компании или региона) с экономической, социальной и экологической стороны. Учитывая то, что все показатели имеют разные шкалы измерения, для обобщения в КИ они нормируются в относительные единицы по шкале от «0» до «1». Затем для каждого субъекта рассчитывается многомерная средняя как средняя арифметическая из нормированных показателей. В результате каждому субъекту присваивается количественный индекс устойчивого развития (КИ) в виде числа от «0» до «1».

Экспертная составляющая индекса устойчивого развития (ЭИ) строится на опросе экспертов, которые отвечают на 9 вопросов, выставляя каждому субъекту оценку от «0» до «10» баллов, где «0» — наименьшая оценка, а «10» — наибольшая. Вопросы разбиты на три блока (экологический, экологический, социальный) и предполагают оценку усилий и политики компаний и регионов в достижении целей устойчивого развития. В результате сложения оценок по девяти вопросам, субъект исследования получает свою индивидуальную суммарную оценку. Далее вычисляется средняя арифметическая от всех суммарных оценок экспертов (N).

Поскольку экспертный этап, по мнению авторов методики, имеет корректирующий, вспомогательный характер в итоговом индексе он имеет вес — 20%. Таким образом, ИИ рассчитывается по следующей формуле:

$$[ИИ] = КИ \cdot 0,8 + ЭИ = КИ \cdot 0,8 + (N \cdot 0,2)/90.$$

Итоговый индекс принимает значение от «0» до «1», чем выше значение индекса, тем более «устойчивым» признается субъект.

Методика расчета «Полярного индекса» позволяет формировать рейтинги среди субъектов исследования. Анализируя изменения «Полярных индексов» в динамике, можно посмотреть, как субъекты меняют свое положение относительно друг друга, оценить положительные или отрицательные тренды в направлении достижения целей устойчивого развития.

В проекте «Полярный индекс. Компании» принимают участие крупнейшие системообразующими предприятия АЗ, среди которых ресурсодобывающие, энергетические, нефтехимические и другие компании, рейтинг которых представлен в таблице 1.

Таблица 1

Рейтинг компаний по величине интегрального индекса*

Компания	2018 г.		2019 г.	
	ИИ	место	ИИ	место
ПАО «Лукойл»	0,909	1	0,767	3
ПАО «СИБУР Холдинг»	0,901	2	0,872	1
ПАО «ГМК «Норильский никель»	0,856	3	0,861	2
ПАО «Роснефть»	0,839	4	0,678	8
ПАО «АК «Алроса»	0,826	5	0,573	14
ПАО «Северсталь»	0,812	6	0,684	7
Государственная корпорация «Росатом»	0,810	7	0,672	9
ПАО «Транснефть»	0,807	8	0,685	6
ПАО «Газпром»	0,779	9	0,562	16
ПАО «Новатэк»	0,768	10	0,696	5
ПАО «Совкомфлот»	0,752	11	0,629	11
ПАО «Т плюс»	0,748	12	0,511	17
ПАО «Россети»	0,737	13	0,481	19
ООО «Башнефть-полус»	0,734	14	0,637	10
ПАО «ФосАгро»	0,723	15	0,441	20
АО «ЕвроХим»	0,720	16	0,591	13
Филиал «РУСАЛ Кандалакша»	0,703	17	0,432	21
ПАО «Газпром нефть»	–	–	0,744	4
ОАО «Ямал СПГ»	–	–	0,605	12
АО «Зарубежнефть»	–	–	0,565	15
ПАО «Мурманский морской торговый порт»	–	–	0,494	18

Анализ рейтинга показал несущественную дифференциацию компаний по уровню устойчивого развития. Среднее значение индекса по всем компаниям 0,790, коэффициент вариации 7,7%, что свидетельствует о достаточной однородности компаний по их политике и достижениям на пути устойчивого развития. Лидерам рейтинга

* Построено авторами по материалам Полярный индекс. Версия 1.0. Компании, 2018 и Полярный индекс. Версия 2.0. Регионы, 2018.

в 2018 г. стали ПАО «Лукойл», ПАО «СИБУР Холдинг», ПАО ГМК «Норильский никель». В 2019 г. тройка лидеров рейтинга сохранилась. Существенно ухудшили свои показатели ПАО «АК «Алроса» и ПАО «Газпром» — опустилось на 9 и 7 позиций (по сопоставимому кругу компаний на 7 и 4 позиции соответственно). Улучшился рейтинг у ПАО «Новатэк», ООО «Башнефть-полюс».

В целом наблюдается снижение значений ИИ у всех компаний, что повлекло за собой снижение среднего значения ИИ с 0,790 до 0,628. Двукратно вырос размах значений и среднее квадратическое отклонение. Существенно увеличился коэффициент вариации значений индекса с 7,7% до 19,1%, что свидетельствует о снижении однородности компаний по достигнутым результатам в рамках устойчивого развития.

В 2019 г. в рамках проекта были составлены отдельные рейтинги компаний по экономическому, социальному и экологическому компоненту ИИ (субиндексам ИИ). Примечательно, что лидеры этих рейтингов разные. Лидером по экономическому развитию является ПАО «ГМК «ГМК «Норильский никель», по социальному — ПАО «СИБУР Холдинг». Данные компании одновременно вошли в пятерку лидеров по всем трем рейтингам. Лидером по экологическому развитию стало ПАО «Лукойл». Стоит отметить, что ПАО «СИБУР Холдинг» является единственной компанией, удерживающей первую и вторую строчки одновременно по всем рейтингам.

Наибольшее среднее значение среди трех субиндексов у субиндекса по экологическому развитию. Это позволяет говорить о том, что результативность и направленность усилий компаний в экологическом направлении устойчивого развития выше, чем по другим направлениям. Далее следует социальное развитие и экономическая составляющая устойчивого развития.

Для оценки взаимосвязи между отдельными субиндексами, нами были рассчитаны коэффициенты ранговой корреляции Спирмена (ρ). Для экономического и социального субиндексов коэффициент ранговой корреляции $\rho = 0,411$, для социального и экологического $\rho = 0,330$ для экономического и экологического $\rho = 0,196$. Полученные значения свидетельствуют о слабой согласованности рангов отдельных составляющих ИИ, то есть, добиваясь успехов в достижении одних целей устойчивого развития, компании явно проигрывают в других, то есть баланс «триединого итога» для большинства компаний не соблюдается.

Деятельность промышленных предприятий оказывает прямое влияние на состояние устойчивости регионов. В 2018 г. был рассчитан «Полярный индекс. Регины», который показал, что регионы АЗ достаточно однородны по уровню устойчивого развития, половина регионов имеет значение индекса выше среднего. Лидером рейтинга является Мурманская область (индекс: 0,673), с отставанием в три сотых расположилась Республика Саха (Якутия). Аутсайдерами рейтинга стали республика Коми (0,590) и земли и острова в Северном Ледовитом океане (0,490).

Актуальность разработки интегральных оценок устойчивого развития определена тем, что их можно учитывать при оценке эффективности баланса экономической и социальной политик, природоохранных мер в отдельных регионах. Особое значение имеет рассмотрение индекса в динамике, поскольку достижение устойчивого развития представляет собой постоянный и непрерывный прогресс достижения «триединого итога».

Подводя итог, резюмируем. Арктическая территория нашего государства является стратегической площадкой, требующей грамотного и бережного обращения. Сегодня здесь существуют серьезные экологические и социальные проблемы, которые, несомненно, оказывают влияние и на экономическое развитие региона. Государство заинтересовано в их разрешении и принимает меры по разработке программ и стратегий развития. Бизнес-сектор так же прикладывает усилия к развитию Арктических территорий, поскольку это необходимо для успешного функционирования. «Полярный индекс» это новый и развивающийся проект, интерес к которому, на наш взгляд, будет расти. Компании и регионы заинтересованы в участии в подобных проектах, что способствует развитию диалога власти, бизнеса и общества, партнерства в интересах целей устойчивого развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации» [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 21 апр. 2014 г. № 366 // СПС «КонсультантПлюс».
2. Полярный индекс. Версия 1.0. Компании // Рейтинг устойчивого развития регионов Российской Арктики. / под общ. ред. С.М. Никоноров. — Т. 1: Компании. — М.: Экспертный центр «Проектный офис развития Арктики ПОРА», 2018.

3. Полярный индекс. Версия 2.0. Регионы // Рейтинг устойчивого развития компаний, работающих в Российской Арктике. / под общ. ред. С.М. Никоноров. — Т. 2: Регионы. — М.: Экспертный центр «Проектный офис развития Арктики ПОРА», 2018.

4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: офиц. сайт. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Дашкова Виктория Александровна
Dashkova Viktoriya Aleksandrovna

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: dashkovaviktoriya@gmail.com

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА РЕКОНСТРУКЦИИ И МОДЕРНИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

CURRENT ISSUES OF RECONSTRUCTION AND MODERNIZATION FIXED ASSETS IN DIGITAL ECONOMY

Статья посвящена мероприятиям по реконструкции и модернизации основных средств, возникающим проблемам, связанным с необходимостью правильно организованного налогового и бухгалтерского учёта затрат на восстановление, а также возможным путям их решения.

The article is devoted to the reconstruction and modernization of fixed assets, emerging problems associated with the need for properly organized tax accounting and accountancy costs of restoration, as well as possible ways to solve them.

Ключевые слова: основные средства, реконструкция, модернизация, цифровая экономика.

Keywords: fixed assets, reconstruction, modernization, digital economy.

В процессе осуществления производственно-хозяйственной деятельности у организации может возникнуть потребность в восстановлении функциональности объекта основных средств или в изменении его качественных характеристик (что чаще всего связано с появляющейся возможностью изменить или повысить технико-экономические показатели объекта, такие, как срок полезного использования, мощность, качество применения и иные).

Практическая значимость разработки этой темы связана с тем, что ошибки порождают значительные риски искажения отчётности.

Существует три основных вида восстановления объектов основных средств: ремонт, реконструкция и модернизация. Рассмотрим более подробно понятия реконструкции и модернизации.

Понятие реконструкция объектов капитального строительства закреплено в первой статье Градостроительного кодекса РФ. Примером реконструкции может послужить пристройка к зданию, увеличившая его площадь в 2 раза, а также перепланировка объекта в целях переоборудования помещения под дальнейшее использование в другой деятельности.

В целом модернизация и реконструкция по экономической и технической природе идентичны, но есть всё же отличия. Согласно сформировавшейся практике термин «реконструкция» применим, как правило, в отношении объектов капитального строительства (здания, сооружения), а модернизация проводится в отношении движимого имущества компании (транспорт) и, как правило, с возможностью использования заменённых частей и деталей в дальнейшем. Например, в качестве модернизации может выступать установление оперативной памяти большего объёма на персональный компьютер.

Характерными особенностями работ капитального характера, увеличивающими первоначальную стоимость основного средства, подвергнутого восстановлению, являются следующие:

- в результате проведения мероприятия повышаются технико-экономические показатели объекта,
- в результате данных работ изменяется технологическое и служебное назначение объекта,
- у объекта появляются новые качества,
- у основного средства возникает возможность выдерживать повышенные нагрузки.

Правильная классификация видов восстановления основных средств важна с точки зрения бухгалтерского учёта ввиду разного порядка признания затрат (модернизация/реконструкция увеличивает первоначальную стоимость объекта, в то время как ремонт относится к расходам текущего периода). Аналогично, для целей налогообложения прибыли порядок учёта расходов на реконструкцию и модернизацию (затраты увеличивают первоначальную стоимость объекта и подлежат списанию посредством амортизации) отличается от учёта

расходов на ремонт (включаются в состав прочих расходов в периоде осуществления).

При улучшении характеристик объекта после проведения работ по модернизации и реконструкции срок полезного использования объекта может быть увеличен.

На практике организации нередко сталкиваются с проблемами учёта работ по восстановлению объектов, в том числе по реконструкции и модернизации. Рассмотрим наиболее распространённые из них и предложим возможные пути решения.

Вопрос грамотного разграничения мероприятий по реконструкции и модернизации от других видов восстановления основных средств, в частности от ремонта, является наиболее актуальным и, в случае ошибки, влекущий за собой более серьёзные последствия, такие как искажение данных бухгалтерской отчётности в части стоимости основных средств, искажение финансового результата текущего отчётного периода, занижение налога на прибыль.

На практике такое разграничение может осуществляться посредством разработки в организации следующих документов (учитывающих критерии классификации, упомянутые выше):

- отдельного локального нормативного документа по восстановлению основных средств, с указанием в нём диапазона значений либо процента допустимого отклонения, не приводящих к изменению технико-экономических характеристик (в случае превышения данных показателей работы будут классифицированы как капитализируемые),
- собственного классификатора объектов основных средств, учитывающего специфику конкретной организации и используемых ею основных средств, в котором по каждой группе объектов могут быть отражены технико-экономические характеристики и критерии их изменения.

Другим аспектом для затруднения является вопрос списания затрат при проведении капитализируемых работ по восстановлению полностью амортизированных основных средств. В случае проведения модернизации таких объектов, амортизация будет рассчитываться путём деления понесённых затрат по восстановлению на срок, на который в результате работ увеличится СПИ объекта [3]. Например, у организации на балансе числится полностью амортизированный объект, амортизация начислялась линейным способом. В отношении этого

основного средства была проведена модернизация стоимостью 200 тыс. руб. и в результате работ СПИ увеличился на 8 месяцев. Сумма амортизации составит 200 тыс. руб.: 8 мес. = 25 тыс. руб. в месяц.

При налоговых проверках у инспекторов нередко возникают претензии, связанные с включением затрат на восстановление основных средств в расходы периода осуществления (а не на увеличение первоначальной стоимости объекта):

1. Замена неисправной детали на более дорогую и современную. Налоговые органы считали, что замена сломанного двигателя самосвала на аналог является модернизацией (так как с новым экономится топливо), однако суд оказался на стороне организации, поскольку та доказала, что заменённый двигатель снизил мощность объекта, поэтому данные работы нельзя признать модернизацией [1]. Снизить риск претензий возможно путём подтверждения факта неисправности детали (посредством составления дефектной ведомости), либо при замене на более усовершенствованный элемент объекта — может составляться служебная записка с пояснением причин такой замены (невозможность приобретения «родной» детали той же марки или модели, так как их больше не выпускают, аналог дешевле и быстрее доставят); в случае улучшения функциональных характеристик основного средства, рекомендуется привести недостатки такой замены (ухудшение других функций).

2. При перепланировке помещения рекомендуется проверить, не изменилось ли назначение объекта, его площадь или этажность; расходы на данные мероприятия, а также в особенности отделочные работы следует списывать через амортизацию. Так, организация переоборудовала помещение производственного цеха под складские и офисные нужды (пробив несущие стены, установила систему кондиционирования, облицовала плиткой переделанную лестницу, снесла ненужные стены, смонтировала новые перегородки, поставила новые двери); кроме того, после этого сделала текущий ремонт, включающий покраску стен, установку светильников и прокладку плитки на пол. При этом все понесённые затраты организация списала единовременно, однако налоговая потребовала включить данные расходы в первоначальную стоимость объекта, на что компания попыталась выделить расходы на текущий ремонт. Но суд оказался на стороне налоговых органов в связи с тем, что изменилось назначение объекта и его этажность; более того, осуществлённые работы нельзя было

дробить (выделять текущий ремонт), поскольку после перепланировки без проведения отделочных работ объектом пользоваться было невозможно [4].

3. Благоустройство территории. С одной стороны, налоговые инспекторы придерживаются мнения, что при замене мягкого асфальтового покрытия на бетонные плиты с наложенным поверх асфальтом, меняется категория дороги (так как изменилась жёсткость), что является реконструкцией. С другой стороны, суды считают, что категория автодороги зависит от интенсивности движения по ней. Таким образом, если пропускная способность дороги осталась прежней, работы приравниваются к ремонту. Чтобы не возникало спорных вопросов, «спасёт» составление дефектной ведомости перед проведением такого рода работ, прописав в ней какие конкретно недостатки необходимо исправить и, если в результате восстановления пропускная способность объекта уменьшилась, это можно использовать как дополнительный аргумент в пользу классификации работ в качестве ремонта [4].

Кроме того, в настоящий момент доля цифровой экономики растёт, с использованием электронных технологий становясь неотъемлемой частью повседневной жизни человека и организаций. Практически все компании перешли на автоматизированную систему бухгалтерского учёта, что во многом предотвращает ошибки, связанные с человеческим фактором (невнимательность или недостаточная компетентность). В случае, когда операции требуется осуществлять вручную, возникают ошибки, например, в первичных документах, подсчёте (СПИ, амортизационных отчислений и т. д.), отражении в отчётности. Наряду с появлением новых технологий, возникают и новые проблемы, связанные со сбоями программы. Однако это уже компетенция программных техников и аспекты, выходящие на будущее развитие и совершенствование цифровой экономики.

Таким образом, даже в условиях цифровизации экономики остаются актуальными многие вопросы учёта реконструкции и модернизации объектов, связанные с разграничением работ по восстановлению основных средств и, следовательно, отражении затрат по ним.

В связи с этим мы предложили различные пути совершенствования учёта в части восстановления объектов основных средств, зависящие от выбора и правильности суждения организации (расхож-

дения в классификации работ по восстановлению у компании и налоговых органов) и грамотной организации учета восстановления основных средств (формирование соответствующих локальных нормативных документов). Противоречия, возникающие с налоговыми органами, не всегда решаются в пользу компании посредством обращения в суд, поэтому организациям следует позаботиться о сборе значительной доказательной базы, и как можно чётче обосновывать отнесение затрат (на капитализируемые и некапитализируемые), например, разработав собственные документы с прописанными возможными отклонениями в показателях объекта, не приводящих к изменению его характеристик, чтобы в будущем не возникало оснований для сомнений.

Предотвращение возможных нарушений и ошибок в учёте также осуществляется путём автоматизации бухгалтерского учёта, повышения контроля со стороны руководства организации (изучение правовой и технической базы, проверка обоснованности капитализации затрат по восстановлению или их одновременного признания, рассмотрение расчёта амортизации объектов, в отношении которых осуществлялись работы по восстановлению), либо обращения к помощи аудиторских организаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бушуев П. Что налоговикам сейчас не нравится в расходах на ремонт // Российский налоговый курьер. — 2017. — № 9. — С. 26–31.
2. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 (в ред. от 25.12.2018) № 190-ФЗ.
3. Карпова Л.И. Модернизация полностью самортизированного основного средства // Бухгалтерский учёт. — 2018. — № 1. — С. 53–58.
4. Тимофеева Е. Как теперь суды отличают ремонт от реконструкции // Российский налоговый курьер. — 2018. — № 16. — С. 30–34.

Демина Анастасия Михайловна
Demina Anastasia Mikhailovna
Набиуллина Камилла Тимуровна
Nabiullina Kamilla Timurovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Master program «Marketing and digital communications»
e-mail: deminanastasya@gmail.com,
e-mail: kt Nabiullina@gmail.com

ВЛИЯНИЕ D2C МАРКЕТИНГА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

INFLUENCE OF D2C MARKETING ON THE EFFICIENCY OF COMPANIES

В статье авторы рассматривают понятие direct-to-consumer маркетинга, историю его возникновения, описывают неопределенность его толкования. Помимо этого, рассматривают эффективные принципы реализации модели D2C на примере известных компаний.

In the article, the authors consider the concept of direct-to-consumer marketing and its history, describe the uncertainty of its interpretation. In addition, the effective principles of implementing the D2C model are considered on the example of well-known companies.

Ключевые слова: direct-to-consumer маркетинг, электронная коммерция, инструменты D2C, влияние на эффективность.

Keywords: direct-to-consumer marketing, e-commerce, D2C tools, influence on the effectiveness.

Состояние текущего рынка электронной коммерции меняется с каждым годом. Данные последних лет неизменно показывают положительную динамику на рынке электронной коммерции, поэтому о развитии на этом рынке думают не только маркетплейсы и розничные посредники, но и сами производители.

В соответствии с рисунком 1, в 2019 году розничные продажи электронной коммерции во всем мире составили 3,53 триллиона долларов США, а доходы от электронной коммерции, по прогнозам, вырастут до 6,54 триллиона долларов США в 2023 году.

Парадигма традиционного маркетинга делает упор на товар, его функциональные характеристики и полезность. Поэтому при создании

бизнеса такие вопросы, как работа с поставщиками и организация производства были первостепенными, в отличие от дистрибуции, коммуникации с потребителями. Вследствие развития digital-технологий претерпевают изменения и в поведении потребителей. Современный потребитель не готов тратить время на поиск наиболее качественных товаров в многообразии рынка, он склонен к простым и быстрым решениям.

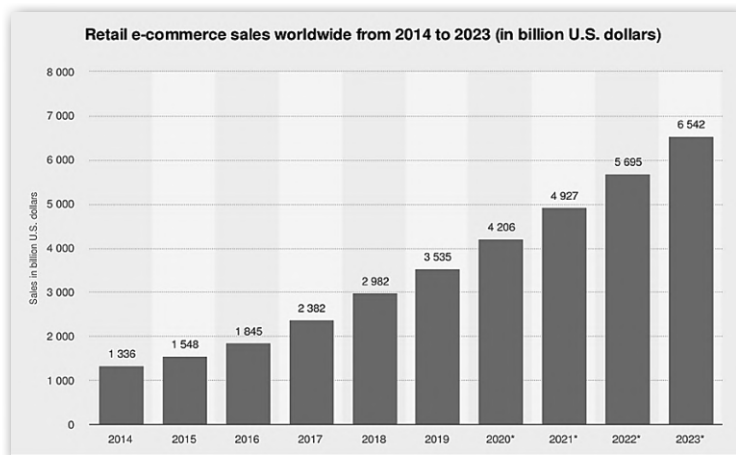


Рис. 1. Глобальные розничные продажи электронной коммерции 2014–2023 г. [3]

В современной коммерции зародился термин Direct-to-consumer (далее — D2C) — это модель продаж, где производители не только создают товары и услуги, но продают и доставляют их самолично. Понятие мало используется в русскоязычном сегменте, но многие компании внедряют особенности данной модели в свою работу.

Данная модель зародилась еще в 15-м веке, в Венеции, где одним из первых инструментов прямого маркетинга был торговый каталог. В США в течение 19-го и 20-го веков существовали разносчики и продавцы товара «Door to door». В 21 веке достижения в области технологий и развития Интернета расширили возможности прямого маркетинга. Поскольку D2C бренды выходят на рынок напрямую, а не идут через стороннего поставщика, в современном мире они возникают на платформе интернет-магазинов. [5]

D2C-модели не просто конкурируют с розницей, но меняют всю структуру ритейла, переиначивают отношения «производитель-потребитель», сокращают расстояние между ними. Любой клиент может обратиться напрямую к бренду, задать свой вопрос и совершить покупку, избегая наценок и экономя время.

Так как данное понятие — новое и англоязычное, возникают некоторые вопросы в терминологическом аппарате.

В о - п е р в ы х, размыта суть. В некоторых источниках D2C упоминают как модель или техника, то есть она может внедряться компаниями в своей работе. Некоторые ученые рассматривают понятие исключительно как сектор рынка.

В о - в т о р ы х, ранее (конец 1990-х гг. начало 2000-х гг.) подобное понятие применялось в рекламе (Direct-to-consumer advertising или DTCA) лекарственных средств. Это прямая реклама, воздействующая непосредственно на потребителей как пациентов, а не на целевых медицинских работников. Термин — синоним рекламы рецептурных лекарств через СМИ (чаще на ТВ и в журналах, а также через онлайн-платформы).

В - т р е т ь и х, сокращение D2C применяется и к форме электронных взаимоотношений Decentralized-to-Consumer, демонстрирующих отношения между различными потребителями на основе блокчейн технологии.

В - ч е т в е р т ы х, с понятием D2C связаны direct brand, direct brand economy и direct native vertical brand (далее — DNVB). Понятие direct brands и direct brand economy используется The Interactive Advertising Bureau (IAB, интерактивное рекламное бюро), основная задача которого — рост и развитие рынка интерактивной рекламы. Организация выделяет 2 вида экономик: indirect (1879–2010 гг.) и direct (2010–...). Первая характеризуются высокими барьерами, цепочками поставок с интенсивным движением капитала и получением стоимости через серию сторонних передач. Экономике присущ не прямой бренд. Прямой бренд создает стоимость с помощью низко-барьерных цепочек поставок, при этом извлечение стоимости осуществляется в основном за счет прямых отношений между компанией и ее потребителями [2]. То есть D2C бренд и Direct brand похожи. DNVB же — это вертикальные бренды, у которых основным каналом взаимодействия с клиентами является интернет. У таких компаний часто нет офлайн-магазинов, но всегда есть активные аккаунты в соцсетях, через которые идет большой объем продаж. Судя по данному определению понятие идентично с D2C

брендом. К сожалению, различия или полная идентичность установлены не были, так как авторы разнятся во мнении, какие из понятий используются только для онлайн компаний, а какие для смешанных.

Современные бизнес-модели организации D2C выглядят следующим образом: производитель — собственный магазин **или** партнерский аутсорсинг **или** смешанная система — потребитель. У каждого подхода есть «плюсы» и «минусы». Например, при запуске фирменного магазина приходится выстраивать ранее не проводившиеся операции фулфилмента, т. е. комплекса операций с момента оформления заказа покупателем и до получения им покупки [1, с. 128]. Некоторые категории товаров запрещено продавать напрямую в соответствии с законодательством РФ (например, товары медицинского назначения). Так Dugex последовал смешанному пути, нашел фулфилмент партнера, который будет принимать заказы, обрабатывать их и доставлять до конечного потребителя.

Далее авторы рассмотрели кейсы наиболее успешных компаний.

Такие бренды, как Nike, являются, в основном, оптовыми брендами, которые продают свою продукцию через универмаги и каналы электронной коммерции, но они развивают D2C продажи. Например, по данным сайта компании почти треть продаж, 29% (около \$10,5 млрд), Nike в 2018 году пришлась на D2C. Это существенный рост по сравнению с 2015 годом, когда D2C-продажи принесли бренду только \$6,6 млрд. В 2019 году выручка D2C-продаж бренда Nike составила около 11,75 миллиардов долларов. Nike развивает сайт, мобильные приложения, интерактивность офлайн-точек продаж.

Первый онлайн-бренд, Warby Parker, был основан в 2010 году, этот тип фирмы стал известен как цифровой вертикальный бренд (DNVB). Компания устранила практически все личные препятствия, которые возникают у людей при покупке чего-то вроде очков в интернете, с помощью гениального дизайна и клиентского. Производитель оправ для очков предлагает примерить их дома, заказав на сайте — не нужно ходить в магазин. Warby Parker начал с доставки 5 пар по личному выбору новым клиентам, чтобы они могли попробовать каждую и выяснить, что им нравится. Затем последовали эксперименты с домашней виртуальной примеркой при помощи веб-камеры и ПО для визуализации. В 2011 году Warby Parker отгрузила более 100 000 пар очков и имела 60 сотрудников, по состоянию на апрель 2015 года компания была оценена в \$1,2 млрд., также данный бренд увеличил охват своей мобильной аудиторией с 2017 по 2019 годы в 427%. По результатам 2018 года

бренд входит в топ-15 крупнейших компаний в сегменте оптики с продажами \$315 млн. (84 млн. товаров) согласно данным Statista.

Нельзя не отметить компанию Casper, производителя матрасов. Стартап bed-in-a-box Casper был запущен в 2014 году с одним фундаментальным наблюдением об индустрии матрасов: покупка матраса — это «ужасный потребительский опыт». Продавцы напористы, цены высоки, и множество вариантов сбивает с толку. Целью Casper была реализация кампании, которая полностью отличалась от традиционных продаж: только одна модель матраса, доступная цена, доставка домой. Ограничив выбор и полностью изменив стратегию продаж такого товара менее чем за два года Casper заработал более 100 млн. долларов. Дополнительно фирма осуществляет агрессивную SEO стратегию для получения своей критической доли в 550 000 + ежемесячных поисковых запросов Google mattress. [4] По данным с сайта компании результатам на 2019 г. чистая выручка увеличилась на 22,7% до \$439,3 млн. D2C продажи увеличились на 13% до \$350,5 млн., и в течение 2019 года компания открыла 37 новых магазинов, увеличив общее количество магазинов до 60. Валовая маржа составила 49%.

Прибыльность подобных организаций подтверждается и в отчете IAB, по данным на 2018 год почти 33% респондентов выделяют рост выручки в качестве Top 3 KPI. При этом средний индекс валовой прибыли составляет около 50%, когда прибыльность EBITDA менее 10%. Около четверти респондентов были прибыльны в 2017 и более 90% опрошенных компаний ожидали прибыльности к 2019 году.

Активное развитие D2C-моделей происходит в следствие роста популярности цифровых технологий и тренда на прозрачность. Рассмотрев термин, авторы пришли к выводу: в том же значении используется несколько понятий, различия между которыми строго не определены. На примере кейсов видно, что суть модели — отказ от посредников (иногда частичный) — одна из причин эффективной деятельности D2C компаний. При этом D2C позволяет сформировать тесную взаимосвязь со своими клиентами, что становится ключевым конкурентным преимуществом бренда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гаврюшин О.Ю. Новое направление развития международной электронной торговли/ О.Ю. Гаврюшин // Российский внешнеэкономический вестник. — 2019. — № 4. — С. 127–133.

2. Отчет Direct Brands 2018 Founders' Insights [Электронный ресурс] / Сайт The Interactive Advertising Bureau. — Режим доступа: https://www.iab.com/wp-content/uploads/2018/11/IAB_Direct-Brand-Economy-Benchmarking-Report_2018-11-21_Final.pdf, свободный (дата обращения: 14.04.2020)

3. Розничные продажи электронной коммерции [Электронный ресурс]/ Статистический портал рыночных данных Statista. — Режим доступа: <https://www.statista.com>, свободный (дата обращения: 14.04.2020)

4. We Analyzed 14 Of The Biggest Direct-to-Consumer Success Stories To Figure Out The Secrets To Their Growth [Электронный ресурс] / Сайт CB Insights. — Режим доступа: <https://www.cbinsights.com/research/direct-to-consumer-retail-strategies/>, свободный (дата обращения: 20.03.2020)

5. What Is D2C Marketing [Электронный ресурс] / Сайт Fundera. — Режим доступа: <https://www.fundera.com/blog/direct-to-consumer-marketing>, свободный (дата обращения: 27.03.2020)

Деткова Юлия Валерьевна

Detkova Yulia Valeryevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международная экономика»

Master program «International economy»

e-mail: yuliyadetkova@gmail.com

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СДЕЛКИ M&A В АГРОХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ (НА ПРИМЕРЕ СДЕЛКИ BAYER — MONSANTO)

INTERNATIONAL M&A DEALS IN AGROCHEMICAL INDUSTRY UNDER CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF ECONOMY (BAYER — MONSANTO TRANSACTION CASE)

В данной статье рассмотрены основные тенденции международных интеграционных процессов в агрохимической отрасли в условиях цифровизации экономики и проведена оценка эффективности сделки Bayer-Monsanto ретроспективными методами.

This article describes the main trends of international integration processes in the agrochemical industry under conditions of digitalization of the economy and the effectiveness of the Bayer-Monsanto transaction by methods of retrospective analysis.

Ключевые слова: сделки, слияния и поглощения, оценка эффективности, агрохимический сектор.

Keywords: deals, mergers and acquisitions, evaluation of effectiveness, agrochemical industry.

На сегодняшний день одним из основных трендов экономического и социального развития является цифровизация, которая пришла на смену процессам компьютеризации и информатизации. Цифровая трансформация затрагивает все сферы и отрасли экономики. Крупные организации по всему миру настроены на срочную необходимость трансформировать свои деловые и операционные модели в свете изменяющегося поведения клиентов, прорывных технологий, политики регулирования и глобализации. В настоящей статье рассматривается влияние цифровизации на рынок международных сделок M&A в агрохимической отрасли.

Рассмотрим основные тенденции интеграционных процессов в агрохимии:

- Цифровизация стимулирует сделки и сотрудничество с технологическими компаниями. Компании химической отрасли стремятся инвестировать в технологические стартапы, поскольку потенциал цифровизации становится все более очевидным для химической промышленности. Также согласно данным исследования 2018 Agtech Investment Review в последние годы наблюдался ежегодный рост инвестиций в агротехнологии: за 2012–2016 гг. было инвестировано \$6,7 млрд., в 2017 — \$ 1,9 млрд., за 3 квартала 2018г. — \$ 1,6 млрд. [1] В качестве примеров можно привести BASF Venture Capital — венчурную компанию группы BASF, осуществляющую инвестиции в компании в области программного обеспечения и услуг, инноваций и цифрового бизнес-моделирования. Компания Bayer также активно осуществляет инвестиции в цифровые технологии, например, в 2016 г. Bayer в рамках стратегии цифровизации и внедрения новых технологий объявила о приобретении немецкой компании proPlant, которая продвигает ИТ-решения для европейского сельскохозяйственного сектора [2].
- Химическая промышленность столкнулась с множеством проблем в 2019 году, включая торговую напряженность между Соединенными Штатами и Китаем и медленный экономический рост в Китае и Европе. Трансграничные сделки между США и Китаем почти прекратилось. Совокупное количество между-

народных сделок слияний и поглощений снизилось в 2019 году на три процента по сравнению с 2018 годом, хотя стоимость сделок значительно выросла [3]. Увеличение стоимости в основном было обеспечено приобретением Saudi Aramco 70 процентов акций SABIC общей стоимостью 69,1 млрд. долларов и объявленной сделке между Dupont и International Flavors & Fragrances Inc. (IFF) стоимостью 26,2 млрд. долларов.

Рассмотрим более подробно сделку по приобретению компанией Bayer американской транснациональной компании Monsanto. По мере консолидации в отрасли агрохимии (сделка Syngenta и ChemChina, с одной стороны, и Dow Chemical и DuPont с другой) Bayer поставила цель занять ведущее место в данном секторе и стать крупнейшим в мире производителем генетически модифицированных семян, пестицидов и гербицидов. В качестве цели для сделки слияния была выбрана компания Monsanto, специализирующаяся в области биотехнологии растений. В сентябре 2016 г. между Bayer и Monsanto было подписано соглашение о слиянии.

Особенностью сделки стала необходимость получить разрешение на слияние от антимонопольных органов всех стран, в которых Bayer реализует свою продукцию (сделка рассматривалась более чем в 30 юрисдикциях). Антимонопольным регуляторам пришлось использовать новые усовершенствованные методики для принятия решения относительно сделки. Сделка Bayer — Monsanto рассматривалась в контексте проблем цифровых рынков. [4] Слияние Bayer — Monsanto было нацелено на создание замкнутых систем на базе цифровых платформ, объединяющих под единым управлением несвязанные горизонтальным или вертикальным образом рынки. Обе компании имеют в своем распоряжении современные цифровые платформы, которые поставляют актуальные агрономические данные и обеспечивают возможность управления, аналитики и визуализации. По результатам рассмотрения сделки антимонопольные органы выдвинули обязательные требования, направленные на создание условий для потенциальной конкуренции. В 2018 г. сделка была завершена, ее итоговая стоимость составила 66 млрд. долларов.

Оценим эффективность реальной сделки на основе фактических данных, используя традиционные ретроспективные методы: бухгалтерский и рыночный подход, а также метод DEA. В качестве исходных данных использовались годовая отчетность компаний по МСФО. [5]

1. Бухгалтерский подход — оценка эффективности сделки на основании финансовой отчетности до и после сделки. В данном исследовании для оценки было решено использовать показатель рентабельности продаж на основе EBITDA в динамике за 5 лет. Согласно произведенным расчетам, рентабельность продаж снизилась в 2019 г. по отношению к 2018 г., когда сделка была завершена. Рентабельность активов и собственного капитала имеет схожую динамику, оба показателя снизились в 2018 г., а в 2019 г. выросли, но тем не менее не достигли уровня 2017 г.

Таблица 1

Оценка эффективности сделки бухгалтерским методом

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Активы, млн. евро	73 917	82 238	75 087	126 732	126 258
Собственный капитал, млн. евро	24 265	30 333	36 801	45 977	47 337
Выручка, млн. евро	46 085	34 943	35 015	36 742	43 545
EBITDA, млн. евро	9 573	8 801	8 563	9 695	9 554
Чистая прибыль, млн. евро	4 110	4 531	7 336	1 695	4 091
EBITDA / Выручка	0,208	0,252	0,245	0,264	0,219
Рентабельность активов, %	5,56	5,51	9,77	1,34	3,24
Рентабельность собственного капитала, %	16,94	14,94	19,93	3,69	8,64

2. Рыночный подход. В рамках рыночного подхода в данной работе рассматривается аномальная доходность акций компании Bayer в период появления информации о сделке. В качестве временного интервала было решено использовать промежуток за неделю до и после подписания соглашения о сделке. Недельный интервал необходим для того, чтобы в котировках акций полностью отразилась реакция инвесторов на полученную информацию. Индивидуальная доходность акций Bayer была скорректирована в соответствии с доходностью рынка. В качестве эталонного показателя доходности рынка была использована доходность DAX.

Анализ эффективности сделки методом оценки аномальной доходности акций

Показатель	Bayer AG (Xetra)	DAX
Цена акций за неделю до объявления о сделке, евро	94,66	10 675,29
Цена акций через неделю после объявления о сделке, евро	90,75	10 674,18
Цена акций на 16.04.20	57,34	10 301,54

На основе данных табл. 2 была рассчитана доходность акций компании, равная — 4,13%, и доходность рынка, равная —0,01%. Аномальная доходность акций, равная разности между вышеперечисленными показателями составила — 4,12%. На основании этого можно сделать вывод, что доходность акций Bayer, скорректированная на доходность рынка снизилась на 4,12%, поэтому нельзя сказать, что инвесторы оценили сделку как эффективную. Также стоит заметить, что на сегодняшний день стоимость акций снизилась на 38,1% с момента подписания соглашения о сделке. Причиной этому, главным образом, является серия случаев привлечения компании к юридической ответственности в связи с исками в отношении Monsanto по поводу опасности использования производимых ей гербицидов.

3. Метод DEA (Data Envelopment Analysis), основанный на построении границы эффективности, также позволяет оценить эффективность деятельности организации, опираясь на ряд показателей. В качестве анализируемых объектов (DMU) были выбраны компании Bayer и Monsanto в период с 2014 по 2019 гг. Компания за конкретный год принимается за отдельную единицу. Для каждого из № объектов (в данном случае N=10) были выбраны по два входных и выходных параметра. В качестве входных параметров, характеризующих потенциал компании, были выбраны активы и затраты, в качестве выходных параметров, отражающих результаты деятельности компаний, выбраны выручка от реализации и чистая прибыль. С помощью программного обеспечения DEAOS, исходные данные были проанализированы методом DEA, т. е. была оценена эффективность, с которой исследуемые объекты преобразуют входные значения параметров в выходные. Результаты проведенного анализа

позволяют сделать вывод о том, что согласно методу DEA, наиболее эффективными являлись компания Monsanto в 2014 г. и компания Bayer в 2017 г., т. е. до завершения сделки. Деятельность компании Bayer в 2018 г. являлась наименее эффективной. Если сопоставить получившиеся значения с данными бухгалтерского метода, то можно увидеть, что значения финансовых коэффициентов (рентабельность активов, продаж и собственного капитала) у компании Bayer наиболее высокие в 2017 г. и резко снизились в 2018 г. (год завершения сделки).

В данном исследовании была рассмотрена сделка Bayer — Monsanto и проведена ее оценка тремя ретроспективными методами. Глобальный характер сделки, инновационный характер бизнеса и высокая технологическая оснащенность обеих компаний потребовали тщательного рассмотрения сделки антимонопольными регуляторами стран в целях предотвращения монополизации рынка. На данный момент, опираясь на результаты проведенного анализа нельзя однозначно сказать, что сделка является эффективной. Судебные разбирательства, последующая за ними потеря репутации и снижение курса акций, сложность интеграции негативно сказались на результатах сделки. Также прошло недостаточное количество времени для полноценного проявления синергетических эффектов. В любом случае сделка носит стратегический характер и стоит рассматривать ее эффективность в долгосрочной перспективе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. 2018 Agtech Investment Review // PitchBook. — URL: https://files.pitchbook.com/website/files/pdf/Finistere_Ventures_2018_Agtech_Investment_Review_xeO.pdf (Дата обращения: 16.04.2020)
2. Interim Report First Quarter 2016 of Bayer // Bayer Global. — URL: <https://www.bayer.com/downloads/bayer-interim-report-2016-q1.pdf?forced%3Dtrue> (Дата обращения: 16.04.2020)
3. 2020 Global chemical industry mergers and acquisitions outlook // Deloitte. — URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/financial-advisory/Deloitte-ES-FA-global-chemical-industry-MA-2020.pdf> (Дата обращения: 16.04.2020)
4. Новости ФАС // Федеральная антимонопольная служба. — URL: <https://fas.gov.ru/news/24965> (Дата обращения: 16.04.2020)
5. Bayer Global. — URL: <https://www.bayer.com/> (Дата обращения: 16.04.2020)

Джиоева Анна Ростиславовна
Dzhioeva Anna Rostislavovna
Нога Елена Сергеевна
Noga Elena Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Банки и управление активами»
Master program «Banks and Asset Management»
e-mail: an.jioeva@yandex.ru
e-mail: elenik.n@yandex.ru

**УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ
ПО ОПЕРАЦИЯМ БАНКОВ С РОЗНИЧНЫМИ КЛИЕНТАМИ**
**CREDIT RISK MANAGEMENT
FOR BANKS ' OPERATIONS WITH RETAIL CLIENTS**

В данной статье рассмотрено управление кредитными розничными рисками и основные тенденции изменения рисков в будущем.

This article discusses the management of credit retail risks and the main trends in risk changes in the future.

Ключевые слова: риск, розничный кредитный риск, будущее управление рисками, риск менеджмент.

Key words: risk, retail credit risk, future risk management, risk management.

Управление кредитным риском-задача, целью которой является снижение вероятности неисполнения контрагентами своих обязательств по полному погашению основной суммы и процентов по ней в сроки, установленные контрактами [1].

Из-за снижения маржи и стагнации корпоративного кредитования банки приняли меры по увеличению кредитования в более прибыльной рознице. Отсутствие предпосылок для роста платежеспособности заемщиков при вызревании выданных в 2017–2018 годах с высокой вероятностью приведет к кризису в ближайшие два года.

Основное отличие розничного кредитного риска заключается в том, что он делится на несколько частей. По этой причине дефолт контрагента не так заметен для банковской ликвидности. Еще одна особенность этого риска — розничные контрагенты банка, не сильно зависящие друг от друга [2].

Проанализировав банковский сектор, можно сделать вывод, что отсутствие тенденции к росту покупательной способности на фоне стагнации корпоративного кредитования привело к более быстрому росту кредитования населения. Однако розничные кредиты как двигатель банковского рынка из-за роста НДС, цен на топливо и обесценивания рубля иссякнут в ближайшие два-три года.

Несмотря на меры Банка России по регулированию розничного кредитования за счет повышения коэффициентов риска по потребительским кредитам, ухудшение качества портфелей на фоне минимального уровня резервирования по рознице потребует от банков отражения масштабной дооценки кредитного риска.

В 2017–2018 годах, по сравнению с 2014 годом, когда рост портфелей розничных ссуд сопровождался увеличением отчислений в резервы, динамика розничных кредитов и резервов обесценивания разнонаправлена. На капитал и прибыль банков одновременно скажется ожидаемое замедление роста розничных кредитов: необходимость увеличения резервов для погашения кредитов, а доходы от новых кредитов покроют резервы в меньшей степени.

Согласно анализу, динамика корпоративного кредитования остается низкой (4,6% с 01.07.2017 по 01.07.2018), стагнация в экономике не позволяет объемам корпоративного кредитования расти более чем на 3% без учета валютной переоценки во втором полугодии 2018 и 2019 годов [3]. В ближайшее время в корпоративной нише прогнозируется перераспределение первоклассных заемщиков за счет активизации крупных банков, которые проходят процедуру санации с участием государства, что еще больше усилит конкуренцию за первоклассных заемщиков в сегменте корпоративного кредитования. В результате уровень процентной маржи продолжает снижаться.

В течение последних двух лет сектор корпоративного кредитования демонстрировал низкие или отрицательные темпы роста.

Из-за усиления конкуренции между государственными банками потенциал удержания маржи по-прежнему снижается даже при отсутствии значительного снижения ставок на денежном рынке на фоне повышенных инфляционных и геополитических рисков в 2018 году. Банки стараются компенсировать падение маржи кредитования увеличением непроцентных доходов, прежде всего от выдачи гарантий. Либерализация банковских гарантий в рамках государственных кон-

трактов также ограничит возможности банков, специализирующихся на гарантиях, в связи с усилением конкуренции.

В результате розничные кредиты как полноценный двигатель развития банковского рынка устареют к 2022 году, а большинство банков не смогут компенсировать создание резервов доходами от новых кредитов и, как следствие, поддерживать текущий уровень прибыльности.

Говоря о будущем управления банковскими рисками можно выделить 5 тенденций.

Тенденция 1: ожидания клиентов растут в соответствии с меняющимися технологиями. Реакция банков на более высокие ожидания клиентов будет автоматизирована: например, мгновенное реагирование на розничные и корпоративные кредитные решения, а также простой и быстрый процесс открытия счета в Интернете. Для того чтобы банки могли работать на этом уровне, они должны переработать все операции с точки зрения клиентского опыта, а затем оцифровать в масштабе [6].

Технология также позволяет банкам и их конкурентам предлагать все более персонализированные услуги. Возможно, в конечном итоге удастся создать «индивидуальный сегмент», адаптировав цены и продукты к каждому человеку. Поиск путей обеспечения этих индивидуальных решений будет задачей функции риска. Управление рисками должно быть непрерывным и мгновенным.

Тенденция 2: передовые технологии и аналитика развиваются. Постоянно появляются технологические инновации, позволяющие применять новые методы управления рисками и помогающие функции управления рисками принимать более эффективные решения с меньшими затратами. Например, большие данные (big data), машинное обучение и краудсорсинг иллюстрируют потенциальное воздействие.

Большие данные. Наиболее быстрая и дешевая вычислительная мощность позволяет риск-функциям использовать массивы информации о клиентах, чтобы помочь им принимать более эффективные решения по кредитному риску, отслеживать портфели на предмет ранних признаков проблем, выявлять финансовые преступления и прогнозировать операционные убытки.

Машинное обучение. Машина выявляет сложные нелинейные модели в большом наборе данных, тем самым повышая точность моделей риска. Каждый бит новой информации используется для

увеличения прогностической способности модели. Некоторые банки, которые использовали модели таким образом, получили многообещающие ранние результаты.

Краудсорсинг. С помощью интернета осуществляется краудсорсинг идей, которые потом используются для повышения эффективности компании. Например, страховая компания Allstate провела конкурс для ученых-исследователей данных по краудсорсингу алгоритма для новых страховых случаев по автокатастрофам. В течение трех месяцев они улучшили предсказательную способность своей модели на 271% [7].

Многие из этих технологических новшеств могут снизить рискованные издержки и штрафы, и они дадут конкурентное преимущество банкам, которые начнут применять их. Однако они также могут подвергать банки неожиданным рискам, создавая дополнительные проблемы.

Тенденция 3: появляются новые риски. В течение следующего десятилетия функции управления рисками неизбежно должны будут выявлять, и управлять новыми и неизвестными рисками. В качестве примеров можно привести такие факторы, как модельный риск, риск кибербезопасности и риск заражения.

Модельный риск. Растущая зависимость банков от бизнес-моделирования требует от риск-менеджеров лучшего понимания и управления модельным риском, поскольку последствия ошибок модели могут быть очень серьезными. Например, один крупный Азиатско-Тихоокеанский банк потерял 4 млрд. долл., применив модели процентных ставок, которые содержали неверные допущения и ошибки при вводе данных.

Риск кибербезопасности. Большинство банков уже сделали защиту от кибератак главным стратегическим приоритетом, но кибербезопасность будет только расти, и требовать все больше ресурсов. Поскольку банки владеют большим объемом данных о своих клиентах, вероятность кибератак будет возрастать.

Риск заражения. Банки более уязвимы к финансовому заражению на глобальном рынке. Негативные тенденции на рынке могут быстро распространиться на другие части банка, рынки и вовлеченные стороны. Банки должны измерять и отслеживать свою подверженность заражению и ее потенциальное влияние на производительность [6].

Тенденция 4: управление данными и аналитика. Эта тенденция тесно связана с тенденцией 1. Растущее использование цифровых банковских услуг клиентами и растущий объем генерируемых ими данных создают новые возможности и риски. В о - п е р в ы х, банки могут интегрировать новые источники данных и сделать их доступными для моделирования рисков. Это может улучшить видимость изменений в профилях рисков, от отдельных лиц до сегментов банка в целом. В о - в т о р ы х, при сборе персональных и финансовых данных клиентов банки обязаны решать вопросы конфиденциальности и, в частности, защищать от посягательств на безопасность.

Тенденция 5: давление на стоимость. Новые конкуренты начинают угрожать доходам существующих банков и их стоимостным моделям. Без традиционного бремени банковских операций, филиальных сетей и устаревших компьютерных систем Финтех-компании могут работать с гораздо более низким соотношением затрат и доходов — менее 40%, что создает конкурентную угрозу для традиционных банков.

Таким образом, для того чтобы подготовиться к новым рискам, функция управления рисками должна будет сформировать у высшего руководства представление о возможных рисках, также о том, как их выявлять и смягчать. Также потребуется гибкость, чтобы адаптировать свои операционные модели для выполнения любых новых видов рискованной деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Чернышова О.Н., Федорова А.Ю., Пахомов Н.Н. Совершенствование методов оценки качества потенциальных заемщиков кредитными организациями: современный опыт // Социально-экономические явления и процессы, 2015. № 8. С. 152–161.

2. Марчук Е.С. Кредитный риск: содержание, оценка и методы управления кредитным риском, 2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreditnyy-risk-soderzhanie-otsenka-i-metody-upravleniya-kreditnym-riskom> [25.04.20].

3. Рейтинговое агентство «Эксперт РА». Обзор банковского сектора за 1-е полугодие 2018 года: риски в розницу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.raexpert.ru/researches/banks/bank_sector_1h2018 [25.04.20].

4. Deloitte SAS. The future of risk [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/risk/articles/future-of-risk-ten-trends.html> [25.04.20].

5. Philipp Härle, Andras Havas. The future of bank risk management [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/the-future-of-bank-risk-management> [25.04.20].

Доронин Герман Игоревич

Doronin German Igorevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»

Master program «Marketing and digital communication»

e-mail: germandoronin@icloud.com

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

FEATURES OF BUSINESS MODELS DEVELOPMENT IN E-COMMERCE

В статье проводился обзор особенностей бизнес-моделей в электронной коммерции, подробно классифицируются компании, которые работают, используя несколько бизнес-моделей в деятельности. В статье также рассматривается хронология развития и объединения бизнес-моделей Amazon, изученные с точки зрения создания ценности для потребителя.

The article reviewed the specifics of business models in e-commerce, detailing the companies that operate using multiple business models in activities. The article also looks at the chronology of Amazon's business models, which have been studied in terms of creating value for the consumer.

Ключевые слова: маркетинг, бизнес-модели, трансформирующиеся бизнес-модели, цифровая трансформация, электронная коммерция, сервис-менеджмент, онлайн-ритейлинг, цифровой потребитель, создание ценности, Amazon.

Keywords: marketing, business models, transformative business models, digital transformation, e-commerce, service-management, online retailing, digital consumer, value creating Amazon.

Развитие цифровых технологий напрямую влияет на электронную коммерцию с точки зрения изменения бизнес-моделей и их трансформации к текущим требованиям рынка, но, при этом, оставаясь клиентоориентированными. Несмотря на то, что внешние факторы очень часто меняются, e-commerce компании придумывают новые средства коммуникации с потребителями, что позволяет им создавать новые воронки продаж, каналы взаимодействия и каналы продаж.

Под электронной коммерцией понимают автоматизированную коммерческую систему реализации товаров и услуг, с помощью интернет технологий, Big Data, большого количества каналов продаж и интернет-маркетинга. E-commerce, так или иначе, основывается на соз-

дании точек контакта как и онлайн, так и офлайн (O2O). Поэтому компании, занятые в данной отрасли, часто используют бизнес-модели, определяющие цифровую среду, но не электронную коммерцию [3].

Определение бизнес-модели очень различается, но основным смыслом является то, как компания создает ценность своего продукта. Важно отметить, что ценность продукта для каждой аудитории своя, поэтому компании должны разделять аудиторию, для которой делается продукт и изучать все значимые для потребителя задачи, проблемы и выгоды. Для одного потребителя могут быть разные решения проблемы, поэтому ценностные предложения должны выходить за рамки определенного решения. E-commerce компании в первую очередь уделяют внимание удобству использования потребителями их сайтов, сервисов и товаров [1, 54–68].

В цифровой среде существуют множество бизнес-моделей, в том числе гибридные, но в основном выделяют 10 видов, которые используют также и e-commerce компании [3]:

- Кастомизация (компании дают возможность сделать товар по своему вкусу или предпочтению);
- Маркетплейс (товарные площадки, где товар могут продавать разные контрагенты, а также продавцам предоставляется возможность использовать простые инструменты для контакта с потребителями);
- Подписка (компания предоставляет какие-то ресурсы за абонентскую плату, на пример фильмы, еду, музыку или сотовую связь);
- Freemium (компания бесплатно предоставляет часть своего продукта или услуги, а за дополнительные опции взимает плату);
- Дропшипинг (посредническая бизнес-модель, которая связывает покупателей и продавцов, при этом компания получает определенную комиссию);
- Партнерство (в рамках этой бизнес-модели компания ссылается на партнера, который, к примеру, продает Ваш товар и за это партнер платит определенный процент с продажи);
- Краудсорсинг (работает только при большем объединении людей, пользующимися продуктами компании, при этом компания дает возможность снабжать сайт и информационные ресурсы компании контентом, решениями или предложениями);

- Pay-as-you-go (бизнес-модель, когда клиент платит за факт использования, к примеру, Apple TV, где пользователи платят за просмотры фильмов или их аренду);
- Sharing (бизнес-модель предполагает предоставление товаров для совместного потребления, к примеру, каршеринг Яндекс Драйв или clothes sharing от Banana Republic);
- Low-touch (бизнес-модель рассчитана на снижение цен за счет снижения уровня обслуживания).

Каждая бизнес-модель имеет ряд преимуществ и недостатков, но компании используют их так, чтобы была возможность закрыть эти недостатки при помощи создания ценностных предложений. Все эти бизнес-модели являются основополагающими в электронной коммерции, но при этом можно выделить несколько особенностей работы:

- Гибкость и возможность изменения бизнес-модели, исходя из требований рынка.
- Возможность объединения нескольких моделей в рамках одной компании (получение доходов с разных вариантов бизнес-моделей).
- В основе каждой бизнес-модели лежат электронные средства коммуникации и обратной связи с клиентом.
- Деятельность компании осуществляется в цифровом пространстве.
- Ценностные предложения объединяют в себе несколько цифровых продуктов или услуг, а также часто несут эксклюзивные или премиальный характер.
- Поставщиком товаров и услуг может быть физическое лицо.
- Клиенты сами могут создавать контент для электронных ресурсов компании, а также, изменять сам продукт дистанционно.
- Клиенты часто меняют свою предрасположенность к формату товаров, обслуживания и взаимодействия с компанией, поэтому необходимо адаптировать процесс создания ценности под текущие условия рынка.
- Сам поток создания ценности нужно разделить на профили потребителей, чтобы учесть все желания аудитории компании [1, 54–68].

Очень важной и неизученной особенностью является возможность создания гибридных моделей. Необходимо выделить, что многие крупные и средние предприятия, работающие онлайн работают сразу в нескольких форматах, объединяя различные виды бизнес-моделей. Чтобы классифицировать данные модели нужно начать с выделения БМ, в рамках которых работают лидеры рынка [4].

Таблица 1

Сравнение компаний, использующие несколько бизнес-моделей

	Компании	Маркет-плейс	Кастомизация	RAYG	Подписка	Share	Low-touch	Free	Партнерство	Краудсорс	Дроп-шип	Сумм
1	Amazon	+		+	+				+	+	+	6
2	Itsy	+	+					+			+	4
3	Alibaba	+			+				+	+	+	5
4	AirBNB	+		+		+	+			+		5
5	Uber			+			+				+	3
6	Yandex	+			+	+			+	+	+	6
7	ZARA		+				+					2
8	Tencent		+	+	+			+		+		5
9	Nike		+					+	+	+		4
10	IKEA	+	+				+			+	+	5
11	Salesforce				+	+		+				3
12	Ebay	+					+		+	+	+	5
13	Apple		+	+	+			+	+	+		6
14	Google		+		+		+	+	+	+		6
15	Netflix		+		+		+	+	+			5
16	Shopify	+		+	+			+		+		5
17	Rakuten	+	+						+		+	5
18	Asos	+							+	+	+	4
19	Wildberries	+					+		+		+	4
20	Adobe	+		+	+	+		+		+		6

По итогам данной таблицы видно, что есть 5 компаний (Adobe, Amazon, Apple, Google, Yandex), которые используют 6 из 10 видов бизнес-моделей из данной выборки. В текущей ситуации очень трудно описать данные виды бизнес-моделей, но существование и использование гибридных бизнес-моделей подтверждает, что компаниям удастся каким-либо образом объединить все процессы потока создания ценности в разных сферах деятельности компаний в одну систему управления.

Если говорить об Amazon, то компания начала заниматься развитием своего маркетплейса. В самом начале создание маркетплейса не предполагалось, но уже в начале 2005 года они открыли полномасштабный маркетплейс со своей системой складов и поисков товаров на сайте. В 2009 году компания начала производство собственных электронных книг. Потом в 2012 году начали производство собственных промышленных роботов, дронов и начали продавать их другим компаниям. В 2014 создали подписку на премиум услуги маркетплейса и подписку на книги, которые можно скачать на их электронные устройства. В 2017 запустили первые магазины без продавцов и начали продавать технологию другим предприятиям. В конце 2017 выпустили систему с голосовым помощником для использования физическими лицами в виде музыкальных колонок и в промышленных масштабах [2, 246–285]. С помощью хронологии можно понять, как компания начала развивать первую бизнес-модель по продажам книг и смогла объединить в себе несколько бизнес-моделей. Такая хронология показывает, что все действия, которые принимала компания Амазон имеют зависимость и необходимость, т. к. компания пыталась расширить свое влияние на процессы работы маркетплейса, связанные с работой с клиентами (создание собственного складского оборудования, чтобы ускорить время доставки товаров). Сейчас занимается несколькими видами деятельности: дает возможность продажи товаров через маркетплейс, создает электронные книги, имеет подписку на премиум доступ к сайту, технологии для логистики, оказывает логистические услуги, продает через офлайн магазины без людей производит специальный технологии для открытия таких магазинов, продает данную технологию, создает и продает производственных роботов и дронов. В рамках потока создания ценностей, для всех производств и бизнес-моделей будет свой поток создания ценности, средства продаж и коммуникации. Компания решила для каждого типа клиентов

создавать свои точки контакта. Используя аналитические инструменты, Amazon понимает, где находится их целевые аудитории [1, 170–186].

В результате поэтапного развития и внедрении дополнительных процессов в цепочку создания ценности, они смогли создать единый процесс, где ценность создается с помощью их собственных видов деятельности и для разных аудиторий. При добавлении новых продуктов Amazon добавляла новые этапы в воронку продаж и расширяла продуктовую матрицу. Делая акцент на собственный контент и продукты получилось вовлечь покупателей в процесс создания ценности продукта компании. За последний период, компания сделала несколько заявлений о том, что они запускают стриминговый сервис с уникальным контентом, где будут показывать фильмы по подписке. В данном случае, Amazon выходит на рынок стриминговых сервисов и развивает текущие направления подписки на свои ресурсы. Это означает то, что Amazon хочет затрагивать большое количество аудитории, а также создает единую экосистему для своих клиентов, чтобы им было более легко, быстро и удобнее находиться на их ресурсах [2, 329–359].

В итоге, после изучения ряда статей, были показаны особенности развития бизнес-моделей в электронной коммерции и показаны действия Amazon, в результате которых они объединили несколько видов бизнес-моделей, что привело к росту потребительской активности и созданию единой экосистемы Amazon как для физических лиц, так и для юридических. Для анализа гибридных и текущих трансформирующихся бизнес-моделей необходимо понять сам процесс трансформации, инновации и развития бизнес-моделей, и как компании пересмотрели точки контакта с клиентами. Однозначно Amazon создал ресурсы для поддержания текущего потока создания ценности, но при этом еще и добавляет в него новые элементы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Остервальдер А., Пинье И. Разработка ценностных предложений: как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг... // Альпина Паблишер — 2019 — с. 54–68, 170–186
2. Бред Стоун. The Everything Store. Джефф Безос и эра Amazon. // Азбука-Аттикус — 2014 — с. 246–285, 329–359
3. Mohammad Falahat, Yan-Yin Lee, Yi-Cheng Foo, and Chee-En Chia. A model for consumer trust in e-commerce — 2018.
4. Stelios Kavadias, Kostas Iliadis, Christoph Iosh The Transformative Business models. How to tell if you have one — 2016.

Дуранина Алла Вячеславовна
Duranina Alla Vyacheslavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»
Master program «Innovative Technology Personnel and Career Management»
e-mail: allochka1997@mail.ru

**АУТСОРСИНГ ПЕРСОНАЛА КАК ТЕХНОЛОГИЯ
ОПТИМИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
И ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА**

**STAFF OUTSOURCING AS A TECHNOLOGY
OF OPTIMIZATION OF MANAGEMENT PROCESSES
AND FORM OF BUSINESS ORGANIZATION**

В данной работе рассматривается роль аутсорсинга в процессе деятельности предприятия, какие преимущества имеет эта форма организации работы персонала и какие угрозы в данном случае возникают.

In this paper, we consider the role of outsourcing in the process of the enterprise, what advantages this form of organization of personnel's work has and what threats arise in this case.

Ключевые слова: аутсорсинг персонала, бизнес-процессы, управление персоналом.

Keywords: personnel outsourcing, business processes, personnel management.

Предприятия всегда стремятся к получению наибольшей прибыли с наименьшими затратами. Для этого они используют множество различных способов: внедрение продуктов научно-технического прогресса, повышение квалификации работников, оптимизацию трудовых процессов и многое другое. Один из таких способов — это аутсорсинг. Он заключается в том, что одна компания часть функций и задач определенного профиля передает другой компании, то есть внешнему исполнителю — аутсорсеру [5, с. 6]. Это обеспечивает возможность сократить затраты на содержание персонала и освободить денежные средства для инвестиций в развитие основной своей деятельности.

В настоящее время сложно вообразить функционирование бизнеса без обращения к услугам аутсорсинга. В условиях быстрорастущего и стремительно изменяющегося рынка организации нацеливаются на

оперативное освоение и внедрение достижений научно-технического прогресса для того, чтобы оставаться конкурентоспособными наряду с другими предприятиями, качественно улучшать свою продукцию и снижать издержки производства. В то же время учитывая масштабы, скорость и объёмы новшеств, одна компания сама по себе охватить это так, чтобы было максимально эффективно для неё, не может. Поэтому современные технологии и знания концентрируются в руках определённых специалистов, которые занимаются предоставлением востребованных услуг в этой области на условиях аутсорсинга в интересах своих клиентов и собственного предприятия. Такая форма взаимодействия между компаниями выгодна как для стороны, покупающей данные услуги, так и для продающей, так как она позволяет каждой из них сосредоточиться на развитии своей профильной деятельности, наращивании ресурсов, ликвидации слабых сторон, развитии сильных, а также на совершенствовании перспективных направлений деятельности. Использование услуг аутсорсеров позволяет ощутимо снизить себестоимость выпускаемого продукта, потому что в таком случае организации концентрируют своё внимание на той деятельности, которая является для них профильной, где механизм работы чётко отлажен, и которая не требует новых вложений и освоения дополнительных навыков. При таком сотрудничестве в итоге получается продукт высокого качества, себестоимость которого позволяет продавать его по адекватной цене.

Основная цель применения аутсорсинга — высвобождение финансовых, кадровых и других ресурсов компании. В России чаще всего на аутсорсинг передаются такие виды работ, как кадровые, бухгалтерские, переводческие, юридические, поддержка компьютерной сети, охрана, уборка. Использование аутсорсинга для ведения бизнеса не ставит каких-либо рамок в вопросе выбора партнера, но стоит обратить внимание на такой фактор, как результат проекта, который должен способствовать повышению эффективности и конкурентоспособности бизнес-системы в целом. Когда аутсорсер берёт задание в проекте, то для него это означает принятие ответственности не только за выполнение работы, но и за результат бизнес-процессов, которые он продаёт стороне, заказавшей его услуги.

Аутсорсинг также может применяться в качестве инструмента антикризисного управления. Он позволяет эффективно реорганизовать предприятие, избавляясь от непрофильных функций и передавая

их специалистам, имеющим нужную квалификацию, которые владеют передовыми технологиями и оборудованием.

Существует аутсорсинг двух видов — внутренний и внешний. Первый тип включает в себя деятельность по перераспределению функций внутри бизнес-системы, но с сохранением контроля за качеством их реализации. Второй заключается в том, что аутсорсеру передают отдельные или взаимосвязанные функции для исполнения.

Аутсорсинг также делится на частичный и полный. Частичный аутсорсинг — это передача аутсорсеру нескольких функций компании. При этом некоторые функции организация выполняет сама. Цель такого аутсорсинга — объединить контроль за деятельностью компании в вопросах планирования, надзора за его исполнением и концентрацию на передовых технологиях. Полный аутсорсинг заключается в том, что аутсорсеру передают отдельные функции полностью со всей ответственностью за их выполнение. Аутсорсинг бизнес-процессов — это одна из разновидностей полного аутсорсинга. Он представляет собой передачу аутсорсеру взаимосвязанных функций и видов производственной деятельности, а также делегирование полной ответственности за их реализацию [4, с. 228–231].

Тактические преимущества использования аутсорсинга для компаний заключаются в следующем:

- организация может не изменять количество штатных единиц, которые есть в организации, и при этом сохранять или увеличивать трудовые ресурсы компании;
- услуги аутсорсинга предоставляются непрерывно, так как в случае, если работник уходит на больничный или отправляется в отпуск, то его обязанности выполняет другой сотрудник;
- снижение расходов на обучение персонала и при этом получение возможности отдать работу профессионалам с высоким уровнем квалификации;
- соглашение, заключаемое с аутсорсером, более гибкое, нежели трудовой договор, который по ТК РФ необходимо заключать с каждым сотрудником;
- аутсорсинговая компания предоставляет гарантии выполнения на высоком уровне порученных ей заданий.

Но этот способ не является идеальным, у него есть и свои недостатки, риски. Один из основных рисков — это вероятность утечки

конфиденциальной информации предприятия. Она может перейти к конкурентным фирмам и таким образом конкуренты будут знать все особенности деятельности предприятия, использовать их против него же.

Также есть риск того, что часть функций и работ уйдёт из-под контроля руководства, что чревато неэффективными решениями в управленческой сфере, снижением производительности труда сотрудников, которые могут рассчитывать на то, что привлечённые со стороны работники примут и их долю ответственности [3, с. 90].

Одно из популярных направлений аутсорсинга — это логистический аутсорсинг. Его сущность заключается в том, что компания для экономии на реализации логистических операций передаёт их внешнему партнеру. При этом часть логистических функций компания может оставить себе, так как у неё уже могут иметься необходимые ресурсы для их реализации. Но содержание всей инфраструктуры, необходимой для логистики, достаточно невыгодно для компании. И поэтому более оптимально передать эту задачу аутсорсинговой компании, что делает всё больше и больше российских компаний. Это дает возможность отказаться от непрофильной деятельности, снизить общие затраты, получить комплексное логистическое обслуживание на высоком уровне.

Также имеет широкое распространение ИТ-аутсорсинг. Он представляет собой передачу ряда задач по информационным технологиям сторонним компаниям или отдельным лицам вместо того, чтобы заниматься этими функциями, которые обычно в таких ситуациях непрофильные, внутри компании. Часто обращаются за такими видами работ как хостинг, разработка программного обеспечения, приложений, сайтов, управления базами данных, техническая поддержка [2, с. 36].

Плюсы данного вида аутсорсинга заключаются в том, что:

- часто компания-аутсорсер работает на новейшем оборудовании, а у её сотрудников большой технический опыт;
- затраты на персонал снижаются;
- есть возможность сэкономить на новейшем оборудовании;
- гибкость в подборе персонала, возможность изменять свои требования с учётом внешних и внутренних факторов компании, которые часто изменяются;
- получение профессиональной работы на высоком уровне.

Но к этому добавляются и риски, которые может понести компания:

- потеря контроля над важной частью деятельности компании;
- языковые или культурные барьеры между заказчиком и исполнителем;
- медленное продвижение работы: из-за языкового барьера, разницы в часовых поясах.

Также компания рискует получить в итоге некачественную работу. Для того, чтобы минимизировать вероятность риска, необходимо признание со стороны организации культурного сходства между ней и компанией, в которую она обращается. К тому же понимание технического языка и последних тенденций позволит создать прочные, качественные рабочие отношения [1, с. 69–70].

Таким образом, аутсорсинг имеет множество преимуществ, реализуется во многих сферах, позволяет снизить затраты компании по определенным статьям расходов, выделить средства на другие направления, позволяющие развивать организацию. Но вместе с этим решение о приобретении услуг аутсорсинговых компаний необходимо принимать, взвесив вместе со всеми преимуществами и все риски, которые это может принести предприятию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Баркова Н.Ю. Проблемы логистического аутсорсинга и учёт отраслевой специфики бизнеса при принятии решения об аутсорсинге // Вестник ГУУ. — 2019 — № 4. — С. 68–74.
2. Гаджиева Е.Ю. Аутсорсинг в IT-технологиях // Научный вестник Южного института менеджмента. — 2018. — № 1. — С. 35–37.
3. Заяц А.А., Козлов Е.Ю., Вакулич Н.А. Механизм аутсорсинга. Аутсорсинг логистических функций и бизнес-процессов // Логистика — Евразийский мост. Материалы XIII Международной научно-практической конференции. — Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2018. — С. 89–93.
4. Одегов Ю.Г. Аутсорсинг в управлении персоналом: учебник и практикум для вузов / Ю.Г. Одегов, Ю.В. Долженкова, С.В. Малинин — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 389 с.
5. Петров М.А. Аутсорсинг в работе с персоналом: учебное пособие / М.А. Петров, В.С. Тестова. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. — 51 с.

Ершов Алексей Львович

Ershov Aleksey Lvovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственная и муниципальная служба»

Master program «State and municipal service»

e-mail: ersh1717@bk.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

EFFICIENCY OF ANTI-CORRUPTION POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION

В настоящее время главным препятствием на пути успешного экономического развития страны, повышения ее конкурентоспособности, а также улучшения качества жизни людей является коррупция. В статье приведены данные, отражающие оценку населением уровня коррупции в стране. Тем не менее в Российской Федерации происходит активное формирование антикоррупционной политики. Этому процессу препятствует ряд проблем, которые раскрыты в статье. Показаны пути решения выявленных проблем и предложены меры по повышению эффективности антикоррупционной политики РФ.

Currently, corruption is the main obstacle to the successful economic development of the country, increasing its competitiveness, as well as improving the quality of life of people. The article presents data reflecting the assessment of the level of corruption in the country by the population. Nevertheless, in the Russian Federation there is an active formation of an anti-corruption policy. This process is hindered by a number of problems that are disclosed in the article. The ways of solving the identified problems are shown and measures are proposed to increase the effectiveness of the anti-corruption policy of the Russian Federation.

Ключевые слова: коррупция, антикоррупционная политика, противодействие, эффективность, общество, государство.

Keywords: corruption, anti-corruption policy, counteraction, efficiency, society, state.

Феномен коррупции сопровождал развитие государственных институтов на всех этапах исторического формирования государства.

Общепринятое понимание коррупции — это «злоупотребление служебным положением и полномочиями, дача и получение взятки, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическими лицами своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера,

иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами» [1].

Коррупционные действия в России, как и в мире, снижают социальную, правовую эффективность действующего законодательства и правовых норм, не позволяют реализовывать принципы, описанные в конституции, создают социальную напряженность, подрывают репутацию страны на мировой арене. Коррупция разрушительно воздействует на все государственные институты.

К причинам коррупции можно отнести следующие:

1. Несоответствия в системе распределения материальных и нематериальных благ.
2. Разрыв между властью и обществом.
3. Существенное различие между доходами чиновника и теми ресурсами, которые находятся в его распоряжении.
4. Отсутствие разграничений полномочий между органами власти различных уровней.
5. Отсутствие соответствующих законов и нормативных актов, в том числе и антикоррупционной направленности.
6. Противозаконный лоббизм в законодательных органах.
7. Покровительство и кумовство, которые ослабляют механизмы контроля над коррупционной деятельностью.
8. Слабость и безволие чиновников и власти в целом.
9. Дестабилизирующая политическая обстановка в стране.
10. Несоизмеримость наказания за коррупционные преступления нанесенному ущербу.

Принято считать, что в России крупномасштабная кампания по противодействию коррупции началась в 2008 году, однако фактическая ее реализация началась с создания в 2013 году Управления Президента Российской Федерации по вопросам противодействия коррупции.

Реализация грамотной антикоррупционной политики РФ, как основного направления государственной политики, необходима в целях повышения имиджа страны, эффективности и конкурентоспособности национальной экономики, а также повышения доверия к государственной власти.

В течение последних лет проводилась существенная работа по созданию и реализации нового антикоррупционного законодательства, а также современных методик борьбы с коррупцией:

- создан Национальный план и Стратегия по борьбе с коррупцией;
- учрежден Совет по противодействию коррупции при Президенте Российской Федерации;
- введена антикоррупционная инспекция проектов нормативных документов;
- в качестве одной из мер ответственности за коррупционные преступления предусмотрена конфискация имущества;
- разработаны методы анонсирования доходов государственных служащих.

Также, в соответствии с Федеральным законом от 26 декабря 2008 года № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» улучшена система государственного контроля за предпринимательством.

Кроме того, все федеральные органы исполнительной власти обязаны подготовить и утвердить:

- план проведения мероприятий по борьбе с коррупцией в системе органов исполнительной власти;
- порядок проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов;
- документы о порядке оповещения работодателя о факте подстрекательства к совершению коррупционных действий;
- положение о координационном органе по противодействию коррупции;
- реестр должностных лиц, обязанности которых могут быть связаны с повышенными рисками совершения коррупционных деяний;
- кодекс этики госслужащих всех органов исполнительной власти;
- регламент доступа к информации о деятельности федеральных органов исполнительной власти.

По данным рейтинга «Индекс восприятия коррупции» за 2019 год у России всего 28 баллов из 100 и 137 место из 180. Аналогичные результаты у Доминиканской республики, Кении, Либерии, Ливана, Мавритании, Папуа-Новая Гвинея, Парагвая и Уганды.

Показатель коррупции в стране возможно снизить с помощью направленных мер антикоррупционной политики в нормативных правовых актах. Кроме того, необходим независимый контроль за их выполнением, включая меры социального контроля.

Главными проблемами антикоррупционной политики, которые препятствуют повышению ее эффективности, являются:

1. В обществе формируется недоверие к современной антикоррупционной политике по причине недостаточного объема реализуемых мер.

2. Антикоррупционная политика, в основном, направлена на борьбу со взяточничеством, но не уделяет должного внимания другим направлениям.

3. Не разработана концепция и не обеспечена реализация принципа «неотвратимости наказания».

4. Отсутствует нормативная база развития общественного контроля.

Статистические данные, размещенные на официальных информационных ресурсах Министерства внутренних дел и Генпрокуратуры РФ показывают динамику снижения преступлений коррупционной направленности в период с 2013 по 2018 гг. Тем не менее в 2019 году число выявленных коррупционных преступлений выросло на 3,6% в сравнении с предыдущим годом (были осуждены почти 32 тысячи человек). За 11 месяцев 2017 года Счетная Палата РФ в представленном отчете оценила объём финансовых нарушений в 1 трлн 865,6 млрд. рублей (в 2016 году — 965 миллиардов рублей). Данные Счетной палаты отражают только официально выявленные финансовые нарушения и не отражают всех объёмов и масштабов коррупции, которая происходит в России.

По данным социологического опроса населения, формирующим оценку уровня коррупции и эффективности антикоррупционных мер, значительное число респондентов (54,8%) указали на недостаточно строгий контроль за действиями государственных служащих, а также их доходами и расходами; 33,9% респондентов указали на нестабильность экономики вследствие высокой коррупционной активности в высших эшелонах власти и на неадекватность наказания за факты коррупции.

Несмотря на то, что 92,6% населения видят в коррупции острую социально-экономическую проблему, 60% допускают возможность коррупции в различных сферах жизни и органах государственной власти, а 37,3% признают, что прибегли бы к «даче взятки» для разрешения своих личных экономических или социальных проблем. Вместе с тем, 69,7% респондентов признают, что им уже приходилось участвовать

в сделках коррупционной направленности. В свою очередь это свидетельствует о необходимости создания психологических механизмов противодействия коррупции.

В целом в РФ сформирована уверенно развивающаяся антикоррупционная политика, утверждены важнейшие международные соглашения, а также одобрено значительное число законов и нормативных актов, однако из результатов реализации антикоррупционной политики следует, что ее меры не соответствуют фактическому уровню и масштабам коррупции в стране, а также институциональным особенностям страны на современном этапе развития.

В целях повышения эффективности антикоррупционной политики РФ необходимо:

- организовать общественный контроль за всей системой государственного управления и решать вопрос о возможности возбуждения уголовного преследования в процессе данных антикоррупционных мер;
- обеспечить корректную деятельность независимых учреждений и подотчетность чиновников в рамках осуществления контроля за деятельностью государственных служащих;
- активно привлекать СМИ к освещению событий коррупционной направленности;
- осуществлять пропаганду населения о вреде коррупции;
- сформировать систему государственного контроля за расходами чиновников, исходя из данных всех источников;
- ввести механизм публичного конкурса на назначения в органах исполнительной власти;
- способствовать укреплению независимости судебной системы от давления «сверху»;
- обеспечить соблюдение принципа независимости внешней оценки: исполнителем опросов и мониторингов по оценке деятельности чиновников выбирать организации, прошедшие публичные конкурсные процедуры;
- очистить органы государственной власти от лиц, участвовавших в коррупции;
- сформировать процедуры наступления ответственности органов власти и должностных лиц, включая правоохранительные, при игнорировании сообщений граждан и материалов СМИ о коррупции.

Указанные меры необходимо реализовывать комплексно, что обеспечит большой эффект и будет способствовать не только снижению уровня коррупции в стране, но и ее устойчивому социально-экономическому развитию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».
2. Бутков А.В. Зарубежный опыт повышения уровня антикоррупционного правосознания граждан // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. № 1 (33). С. 225–232.
3. Мониторинг общественного мнения о коррупции в государственных органах власти федерального и городского уровня. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.mos.ru/upload/documents/files/3128/Corrup17.pdf> (дата обращения 12.04.2020).
4. Сажина С.С., Егорова Е.В. Антикоррупционная политика как направление правовой политики Российского государства/Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы. — Пенза: Изд-во «Наука и просвещение». — 2018. — С. 90–92.

Живайкина Алена Витальевна
Zhivaykina Alyona Vitalievna

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: alena-zhivaikina@mail.ru

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСНЫМ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРЕ СПОРТИВНОЙ И СОБЫТИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

RUSSIAN EXPERIENCE OF SERVICE PERSONNEL MANAGEMENT IN THE SPORTS AND EVENTS AREA

Спортивная и событийная деятельность в России набирает всё большие обороты, страна принимает на своей территории крупные международные мероприятия. Персонал — неотъемлемая часть любой сервисной деятельности. Исследование проблем и задач, связанных с управлением сервисным персоналом, становится особенно актуальным в событийной индустрии.

Sports and event activities in Russia are gaining momentum; the country is hosting major international events on its territory. The staff is an integral part of any service

activity. The study of the problems and tasks associated with the management of service personnel becomes especially relevant in the event industry.

Ключевые слова: сервисный персонал, управление персоналом, спортивная и событийная деятельность.

Key words: service personnel, personnel management, sports and events area.

В современном мире сфера услуг является неотъемлемой частью экономики развитых стран, а спортивная и событийная деятельность — её важные и прибыльные элементы [2]. Темп прироста платных услуг в сфере культуры, а также физической культуры и спорта, демонстрирует одни из наиболее высоких показателей — 6% и 12%, соответственно [3, с. 747]. Такие масштабные мероприятия, как спортивные чемпионаты, форумы и концерты, собирают огромное число посетителей, а помимо средств, вырученных непосредственно на мероприятии, значительно увеличиваются также туристские показатели, что дополнительно усиливает позитивный эффект от мероприятия. Так, по данным Ростуризма, Чемпионат мира по футболу-2018 в России посетили 6,8 млн болельщиков, что оказалось в шесть раз больше предварительных экспертных оценок. Соответственно, важно обеспечивать высокое качество проведения спортивных и событийных мероприятий для укрепления позиций страны на рынке. Под качеством в данном случае понимается и степень подготовки площадки, и управление очередями на входных зонах, и оперативное обслуживание на объекте, и всё, что способно как привлечь, так и оттолкнуть потенциальных посетителей. За обеспечение качества отвечает сервисный персонал объекта, а это значит, что вопрос управления сервисным персоналом в сфере спортивной и событийной деятельности приобретает особое значение.

Под сервисным персоналом понимается не только непосредственный контактный персонал, который напрямую взаимодействует с посетителями [1], но и сотрудники, ответственные за поддержание рабочих процессов на объекте: технические службы, осуществляющие ремонтные и монтажные работы, IT-специалисты, обеспечивающие информационную поддержку, отдел качества, который контролирует и координирует работу контактного персонала. Именно за счёт слаженной работы всех сервисных подразделений обеспечивается качественная подготовка площадки и проведение на ней масштабных мероприятий. В рамках данной статьи будет рассмотрен российский опыт

управления сервисным персоналом на крупных инфраструктурных объектах, предназначенных для осуществления спортивной и событийной деятельности: стадионах, спортивно-культурных комплексах, концертных залах.

Одной из первичных задач управления персоналом является механизм его отбора: для того, чтобы не растрчивать ресурсы компании на сотрудников, которые не подходят на определённую позицию, необходимо как можно раньше выявлять личностные качества, компетенции и способности кандидатов. Поскольку в событийной деятельности команда зачастую формируется непосредственно для конкретного мероприятия, то времени на поиск замены сотрудника и введение его в курс дела на половине пути может не хватить. Во время проведения Чемпионата мира по футболу в России в 2018 году ключевые позиции были заняты штатными специалистами футбольных клубов, которые закреплены за принимающими матчи стадионами, поскольку они уже продемонстрировали свою квалификацию и были хорошо знакомы со сложной инфраструктурой объектов. На остальные же вакансии, в том числе, на позиции волонтеров [4], проводился многоступенчатый отбор: формирование листа кандидатов на основании представленных резюме, прохождение онлайн-тестов на выявление профессиональных компетенций, очное собеседование и несколько обучающих тренингов. Также учитывается специфика мероприятия: для спортивного события мирового значения предпочтение оказывалось кандидатам со знанием языков (в том числе, языка жестов), имеющим опыт работы в спортивной индустрии. В подобных условиях руководители проекта могли всесторонне изучить компетенции кандидатов не только на основании его собственных слов о себе, но и посредством тестовых заданий и тренингов. Однако при данном подходе проявляется и существенный недостаток — высокие затраты на отбор персонала, поэтому прибегать к столь сложной схеме рекрутинга стоит, предварительно оценив срочность и важность готовящегося мероприятия. При организации относительно небольших мероприятий тренинги обычно заменяются испытательным сроком, либо неоплачиваемой стажировкой, а этап онлайн-тестирования в принципе не задействован.

В процессе разработки системы управления сервисным персоналом необходимо учитывать основные характеристики продукта сферы услуг: неосвязаемость, несохраняемость, непостоянство качества, не-

отделимость услуги от источника и незавладение [3, с. 749]. Поскольку в сервисной индустрии невозможно формирование запасов в их привычном понимании, а конечный результат и реакцию потребителя предсказать также довольно затруднительно, принимать решения приходится очень быстро. Соответственно, и в процессе управления персоналом решения должны не только приниматься оперативно, но и столь же оперативно доводиться до сотрудников, что достигается за счёт использования разнообразных цифровых сервисов: мессенджеров, приложений, программ.

Основная проблема при использовании цифровых сервисов заключается как раз в их разнообразии. На «Газпром Арене» сотрудники стадиона одновременно используют несколько передовых достижений цифровизации: WhatsApp — для обмена оперативной информацией (при этом один сотрудник состоит в 5–15 групповых чатах), ВКонтакте — для размещения документов и решения нерабочих вопросов, собственную программу «Арена» для персональных компьютеров, объединённую единой сетью, 1С, Vitrix24, а отдел качества заключил договор на участие в тестировании пилотной версии сервиса «В Команде» от МТС, основные параметры которой можно увидеть в табл. 1.

Таблица 1

Функционал сервиса «В Команде»

Функция	Сущность
Расписание	Возможность формирования расписания для команды по шаблонам, получения статистики отработанного времени и согласования обмена сменами между сотрудниками
Корпоративный справочник	Просмотр информации о сотрудниках, единая база всех контактных данных
КРІ и мотивация	Формирование системы КРІ, отслеживание прогресса выполнения, контроль за выполнением своих собственных КРІ
Коммуникации	Создание чатов для отдельных команд, обмен сообщениями, отправка файлов, публикация важных объявлений и обратная связь с сотрудниками

Одновременное использование разных сервисов, часть функционала которых повторяет друг друга, не упрощает, а только усложняет

коммуникации, создаёт препятствия для оперативного получения срочной информации и тратит времени впустую. Это происходит по причине того, что руководитель не уделяет достаточное количество времени определению конкретных задач, которые должен решать сервис, а пытается найти место для всех передовых достижений цифровизации сразу. Как можно видеть из таблицы 1, МТС учёл этот недостаток при разработке сервиса «В Команде», который должен уместить в себе большую часть необходимого для оперативного управления функционала, однако оценить, как это воспроизведено на практике, пока не представляется возможным — тестовые версии ещё не запущены.

Таким образом, можно заключить, что ключевой характеристикой управления сервисным персоналом является необходимость оперативного взаимодействия с сотрудниками при сохранении качества: как можно скорее решить, какой кандидат подходит для определённой позиции, как можно скорее донести до сервисного персонала информацию о плане действий. Цифровые сервисы, широкая вариативность которых предлагается на российском рынке, являются хорошим помощником, однако имеют существенный «подводный камень»: сервисные предприятия применяют сразу несколько разных сервисом, частично дублирующих друг друга. Для того, чтобы не усложнять работу вспомогательными средствами, которые призваны были её упростить, руководству необходимо сначала чётко определить функционал, который подлежит автоматизации, и на основе полученных данных провести оценку существующих сервисов, делая выбор в пользу того, который наиболее отвечает основным требованиям.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Манжулий Я.В. Управление контактными персоналом в организациях сферы услуг // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. 2018. № 5. [Электронный ресурс]. URL: https://alley-science.ru/domains_data/files/2469MAY2018/UPRAVLENIE%20KONTAKTNYM%20PERSONALOM%20V%20ORGANIZACIYaH%20SFERY%20USLUG.pdf (дата обращения: 11.04.2020).

2. Сервисная экономика: международные рынки услуг и инновации / Под. ред. Л.В. Хоревой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018.

3. Устинова О.Е. Бизнес-модели индустрии сервиса в условиях цифровизации экономики // Российское предпринимательство. 2019. Том 20. № 3. С. 743–756. [Электронный ресурс] URL: http://odz.gov.ua/lean_pro/materials/20190718-110331--other_6.pdf (дата обращения: 13.04.2020).

4. Хорева Л.В., Шокола Я.В. Новая концепция корпоративной социальной ответственности — КСО 2.0 // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2015. № 4 (26). С. 25–30.

Зеленская Анастасия Александровна
Zelenskaya Anastasia Aleksandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление гостиничным бизнесом»
Master program «Hotel management»
e-mail: zelenskayanastya@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PROBLEMS ON HOTEL ENTERPRISES

В данной статье описаны актуальные проблемы управления персоналом гостиничного предприятия, рассмотрены возможные тенденции управления на примере гостиничной индустрии. В статье описываются проблемы связанные с текучестью молодых кадров, а также с персоналом, в особенности третьего звена, не осознающих свою значимость на гостиничном предприятии.

This article describes the current problems of personnel management in a hotel company, considers possible management trends using the hotel industry as an example. The article describes the problems associated with the turnover of young staff, as well as with staff, especially third-level employees, who are not aware of their importance in a hotel enterprise.

Ключевые слова: проблемы управления персоналом, сезонность, текучесть кадров, тенденции управления персоналом, удержание нового сотрудника, мотивация персонала.

Keywords: personnel management problems, seasonality, staff turnover, personnel management trends, retention of a new employee, staff motivation.

В условиях стремительно меняющегося мира трансформируется и отношение людей к путешествиям. Отдых за границей теперь рассматривают не как роскошь, а как необходимость смены обстановки. Этот фактор влияет на развитие гостиничной индустрии и выводит ее на лидирующие позиции среди самых динамически развивающихся отраслей мирового хозяйства. Будущее туризма

определяется развитием технологий, сферы развлечений, науки, экологические изменения и так далее, что приводит к появлению новых тенденций и проблем в гостиничном бизнесе, в особенности в сфере управления персоналом.

В работе «Основы гостиничного менеджмента» Роглев Х.Й. пишет о том, что «главный потенциал отеля заключается в кадрах» [3, 408 с.]. Именно персонал отеля является неотъемлемой частью экономики гостиничного бизнеса. Без активного и квалифицированного персонала невозможно наладить эффективную работу предприятия, а управление персоналом должно способствовать устойчивому и успешному развитию кадров внутри гостиничного коллектива. Гостиницы нередко сталкиваются с трудностями в управлении персоналом. Данные проблемы подлежат минимизированию или эффективному устранению. Следует объединить основные проблемы управления персоналом гостиничного предприятия в четыре основные группы.

Первой и одной из распространённых проблемой на гостиничном рынке труда является текучесть кадров и удержание сотрудников.

Гостиничный бизнес специфичен и во многом зависит от такого фактора как сезонность. Это все говорит о том, что в период низкого сезона, администрация отеля переходит в режим экономии, тем самым урезая количество дополнительного денежного вознаграждения, например премии, сокращают количество рабочих часов для сотрудника и в условиях критически низкой загрузки гостиницы сокращают количество персонала. В противовес этому в период высокого сезона, когда наблюдаются максимальные показатели загрузки, в отелях возникает острая необходимость дополнительного персонала, что приводит к привлечению сезонного (временного) персонала. Работа по привлечению временного персонала является трудозатратным процессом, так как за короткий период времени менеджерам по подбору персонала необходимо не только донести до нового сотрудника нормы и принципы работы в конкретном отеле, но и еще довести работу нового персонала до уровня подобающего вашему отелю, так как важно сохранить имидж. Главным образом смену сезона ощущают линейные службы отеля, а именно администраторы ресепшен и официанты ресторана, которые получают бонусы от продаж дополнительных услуг.

Также актуальной проблемой является удержание нового сотрудника. По некоторым оценкам, потеря одного сотрудника в отеле вынуждает работодателя потратить двойную зарплату ушедшего работ-

ника на поиски нового кадра. Чаще всего проблемы возникают с персоналом принятым на работу более или менее недавно и решающим уволится в течение первых месяцев работы, так и не раскрыв свой рабочий потенциал. Данная тенденция замечена у работников без опыта (например, выпускники вузов) или сотрудники, пришедшие в гостиничную сферу из другой индустрии. Причиной своего ухода из отеля чаще всего они называют резкое погружение в работу без периода адаптации или нехватки обучения. Неграмотные процедуры ввода нового сотрудника, отсутствие четко поставленных задач и наставника заставляют молодого работника уйти из компании.

Выпускники специализированных учебных заведений часто отказываются далее работать в профильной сфере после первого неудачного опыта в отеле. Тенденция связана с тем, что рабочее место не оправдывает их ожиданий: невысокая заработная плата линейного сотрудника, стрессовые ситуации, непонимание или отсутствие должностного роста. Зачастую молодого работника недолжным образом вводят в курс дела и не информируют о требованиях возможного роста по карьерной лестнице. Принимая трудности данной специфики и низкую оплату труда, молодые кадры принимают решение уйти с новой позиции, проработав менее полугода. В дальнейшем это приводит к отсутствию квалифицированных молодых работников на позициях третьего звена.

Второй актуальной проблемой управления персоналом в гостинице является отсутствие должного взаимодействия между службами и отсутствие командной работы. Данная проблема вызвана дефицитом стандартов информационного и операционного взаимодействия между службами. Все вышеперечисленные факторы приводят к тому, что в отеле пропадает единая система целей, подавляется мотивационная составляющая, исчезают либо не формируются общие принципы, традиции и корпоративная культура отеля в целом. При отсутствии командной работы в первую очередь страдает потребитель гостиничного продукта, так как отсутствие общей цели, а именно удовлетворение потребности гостя, приводит к халатному отношению к работе.

Немаловажным пунктом в отношении руководства к персоналу является мотивация. Вовлечение сотрудника в корпоративную жизнь, повышение в должности, насыщенная жизнь в стенах гостиницы, а также финансовые вознаграждения и различные бонусные программы мотивируют сотрудника выполнять свои задачи ответственно

и не останавливаться лишь на достигнутой цели, так как сотрудник понимает ценность работы в данном коллективе и отеле.

Проблемы управления персоналом зачастую встречаются на независимых предприятиях, так как у них часто не выработана единая система ценностей и стандартов для персонала отеля, что влияет на рынок гостиничного бизнеса. Разработка мер по устранению ошибок в управлении персоналом в будущем поможет индустрии гостеприимства стать более привлекательной для молодых кадров и спровоцирует профессиональное развитие внутри отелей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. Издательский дом «Вильямс». Москва — Санкт-Петербург — Киев, 2004.
2. Норчак А.А. Социальная эффективность управления российским предприятием. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Тюмень, 2009.
3. Роглев Х.И. Основы гостиничного менеджмента: Учебник. — К.: Кондор, 2009. — 408 с.
4. Тощенко Ж.Т. Социология. Учебник, 3-е изд. М.: ЮНИТИ, 2005.

Иванова Анастасия Андреевна
Ivanova Anastasiya Andreevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственные и муниципальные финансы»
Master program «Public and municipal finance»
e-mail: nensik95@yandex.ru

РЕФОРМИРОВАНИЕ СМЕТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РФ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

REFORM OF ESTIMATED PRICING IN THE RUSSIAN FEDERATION AS A FACTOR FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF BUDGET INVESTMENTS

В настоящий момент в России происходит совершенствование системы сметного ценообразования. В статье рассмотрены наиболее популярные методы сметного ценообразования, применяемые в России, выявлены их недостатки.

Показаны необходимость и направления осуществления реформы сметного ценообразования, которые будут способствовать определению максимально точной сметной стоимости объектов капитального строительства.

At present, Russia is improving the system of estimated pricing. The article considers the most popular estimated pricing methods used in Russia, reveals their shortcomings. The necessity and directions of the implementation of the reform of estimated pricing are shown, which will help to determine the most accurate estimated cost of capital construction objects.

Ключевые слова: Сметное ценообразование, строительство, бюджетные инвестиции, информационная система.

Keywords: Estimated pricing, construction, budget investments, information system.

Бюджетные инвестиции осуществляются в процессе выполнения государством своих функций и имеют целью достижение приоритетов развития страны, таких как устойчивое повышение благосостояния граждан, национальной безопасности, динамичное развитие экономики. Бюджетное финансирование направляется на наиболее важные и приоритетные отрасли, которые нуждаются в государственной поддержке. Для их полноценного функционирования и развития государство расходует значительный объем денежных средств, которые должны быть использованы только по назначению. Однако контролирующими органами РФ отмечается высокий уровень хищения бюджетных средств, выделяемых, в том числе, и на осуществление капитальных вложений. Злоупотребления в сфере бюджетных инвестиций имеют различные причины, одна из которых — несовершенство порядка определения цен на строительство.

Статья посвящена рассмотрению недостатков существующей системы сметного ценообразования, которые приводят к некорректному определению стоимости объектов строительства, финансируемых государством. Необходимость реформирования сметного ценообразования в РФ является очевидной и может быть подтверждена выявленными случаями завышения цен на строительство значимых для страны объектов, повлекших значительный ущерб для бюджета. Примерами могут служить хищения бюджетных средств при строительстве Приморского океанариума, олимпийских объектов и др. Так, согласно отчету Счетной палаты, сметная стоимость строительства космодрома Восточный была необоснованно завышена на 13,2 млрд рублей [1].

В России сметное ценообразование основано на четырех методах: базисно-индексном, ресурсном, ресурсно-индексном, с применением укрупненных сметных нормативов [2]. Основными методами, применяемыми в настоящее время, являются базисно-индексный и ресурсный, каждый из которых имеет свои недостатки, позволяющие недобросовестным лицам завышать стоимость строительства. В настоящее время большинство смет составляется на основе базисно-индексного метода. Его суть заключается в том, что цены базисного 2000–2001 гг. умножаются на индекс пересчета — коэффициенты, которые ежеквартально Минстрой России публикует для отдельных субъектов Российской Федерации. При использовании данного метода необходимо крайне точное определение стоимости на базисном уровне, иначе малейшая погрешность при его определении даст значительное пропорциональное отклонение индекса текущего уровня цен. Однако точность расчетов сметной цены строительства при использовании данного метода очень низка.

Номенклатура индексов пересчета сметной стоимости строительства объектов и материалов недостаточна, сами методики строительства не обновляли более десятка лет. Устаревшая система нормативных документов требует модернизации и дополнения нормативами и расценками, которые разработаны с применением современных строительных технологий. Помимо этого, сами коэффициенты носят усредненный характер и не учитывают в достаточной степени изменения рыночных цен, что в результате не позволяет получить реальную рыночную стоимость, поэтому стоимость строительства может оказаться как выше, так и ниже реальных затрат. В силу того, что в нормативных базах отсутствуют все необходимые современные материалы и конструкции, их базисная цена рассчитывается обратным методом — путем деления текущей цены на индекс базисного года [3]. В связи с этим актуален вопрос о достоверном предоставлении текущей цены и ее согласовании с заказчиком, ведь данная ситуация может позволить завысить стоимость сметы.

К недостаткам нынешнего сметного ценообразования также относится использование индивидуальных сметных нормативов, которые разрабатываются в случае отсутствия сметных норм в сборниках. Недобросовестные заказчики имеют возможность вступать в сговор с разработчиком нормативов и целенаправленно завышать

стоимость строительства объектов. Таким образом, применяемый в современном строительстве метод сметного ценообразования дает значительный процент погрешностей при определении стоимости строительства.

С 2015 года в нашей стране реализуется реформа ценообразования в строительстве, целью которой является переход от базисно-индексного метода сметного ценообразования к ресурсному. Суть ресурсного метода заключается в том, что расчет смет исходит из текущих рыночных цен на работы и стройматериалы, которые будут отражены в федеральной государственной информационной системе ценообразования в строительстве (ФГИС ЦС) [4]. ФГИС ЦС — это информационный ресурс, содержащий утвержденные сметные нормативы, использование которых является обязательным для застройщиков, осваивающих бюджетные средства.

По сравнению с базисно-индексным методом ресурсный метод более точный, поскольку учитывает стоимость ресурсов при текущем уровне цен, а не в базисном с последующей индексацией. Однако данный метод также имеет ряд недостатков. Как и базисно-индексный метод, ресурсный опирается на сметные нормы, в которых заложен определённый состав работ. В результате в сметно-нормативной базе отсутствуют современные строительные материалы и работы, которые позволяли бы как удешевить стройку, так и сократить период работы. Отсутствие полноценной информации в базе позволяет обоснованно получать завышенные сметы из-за «старых и дорогих» технологий сметно-нормативной базы. Также для эффективного использования ресурсного метода необходима полноценная база строительных материалов и работ с текущими ценами, однако в настоящий момент такая база отсутствует (на конец августа 2019 года ФГИС ЦС была заполнена лишь на 12–13%) [5], следовательно, использовать ресурсный метод становится затруднительно.

Ресурсный метод является более приоритетным, поскольку способствует наиболее достоверному определению цены строительства. При использовании информационной системы ФГИС ЦС ценообразование в строительстве может стать прозрачным, что позволит исключить хищения средств за счет манипулирования сметами. Однако для перехода к нему необходимо устранить ряд проблем. Наиболее важной задачей является наполнение ФГИС ЦС достаточным

количеством информации для полноценного применения ресурсного метода. Помимо этого, требуют актуализации методы и нормативы определения стоимости проектно-изыскательских работ, обеспечение учета современных технологий и строительных материалов, периодическое обновление информации о ценах на строительные ресурсы. Также крайне важна возможность оперативного поиска необходимой информации при составлении сметы.

Уже несколько лет обсуждается внедрение BIM-технологий при строительстве объектов. Данная технология позволяет создавать модели объектов строительства на основе оцифрованных больших данных и учитывает множество факторов о самом объекте и его элементах. В случае изменения одного из показателей происходит автоматический пересчет всех остальных. Внедрение данного подхода позволит добиться более точного и прозрачного определения стоимости строительства и эксплуатации объектов капитального строительства, поэтому крайне важно обязать использовать данную технологию при проектировании всех объектов, финансируемых из государственного бюджета.

Предлагаемые меры позволят определять максимально точную сметную стоимость объектов капитального строительства, минимизировать риски завышения сметной стоимости за счет использования достоверной информации о ценах на строительные товары и работы, а также выстроить современный подход к ценообразованию с одновременным повышением его качества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бюллетень Счетной палаты № 4 (апрель) 2015 г.
2. Постановление Госстроя России от 05.03.2004 № 15/1 (ред. от 16.06.2014) «Об утверждении и введении в действие Методики определения стоимости строительной продукции на территории Российской Федерации» (вместе с «МДС 81–35.2004...»).
3. Приказ Минстроя России от 09.02.2017 № 84/пр «Об утверждении Методических рекомендаций по разработке индексов изменения сметной стоимости строительства».
4. План мероприятий по совершенствованию ценообразования в строительной отрасли РФ (утвержден Правительством РФ 22.10.2019 № 9580п-П9).
5. Минстрой РФ: лишь 11 регионов дали информацию для индекса ценообразования [Электронный ресурс] // РИА Недвижимость [сайт] <https://realty.ria.ru/20190821/1557747779.html>.

Ивашченко Алина Алексеевна

Ivaschenko Alina Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление гостиничным бизнесом»

Master program «Hotel management»

e-mail: ivashchenko.181197@gmail.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИДЖИТАЛ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

DIGITAL TECHNOLOGIES AT HOTEL ENTERPRISES FOR IMPROVE SERVICE QUALITY

В статье раскрыты аспекты влияния диджитал-технологий на повышение качества обслуживания в гостиничном бизнесе. Рассмотрены преимущества и проблемы их внедрения. Выявлены тенденции гостиничной индустрии в цифровой сфере, способствующие персонализации услуг, повышению качества обслуживания и конкурентоспособности.

The article reveals the impact of digital technologies on improving the quality of service in the hotel business. The advantages and problems of their implementation are considered. New trends in the hotel industry in the digital sphere have been identified that contribute to the personalization of services, improving the quality of service and competitiveness.

Ключевые слова: качество обслуживания, гостиничный бизнес, диджитал-технологии, конкурентоспособность, инновация.

Key words: quality of service, hotel business, digital-technology, competitiveness, innovation.

Цифровизация индустрии гостеприимства — приоритетное направление для развития и привлечения инвестиций, однако, по данным Института статистических исследований и экономики знаний (ИС-СИЭЗ) НИУ ВШЭ за 2019 год, индекс цифровизации гостиничного бизнеса в России на 20% ниже данного показателя стран Евросоюза [5]. Такое отличие свидетельствует об отсутствии достаточного количества современных технологий, развитости инфраструктуры за пределами туристических центров (Санкт-Петербург, Москва) и как следствие существенном различии качества обслуживания.

В соответствии с международным стандартом ИСО 9000, качество — это совокупность свойств и характеристик услуг, способных

удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности потребителей. Уровень качества обслуживания во многом влияет на выбор гостя воспользоваться услугами определенного отеля, а не отеля-конкурента. Стоит отметить, что это понятие очень субъективно, поскольку зависит от поведения сотрудников гостиницы по отношению к гостю и его личного восприятия. Для более объективной оценки понятия «качества» существуют ряд принципов менеджмента качества, которые представлены в стандартах ИСО 9000 (рисунок 1).



Рис. 1. Основные принципы менеджмента качества [3]

Система данных принципов менеджмента качества является основополагающей в процессе разработки критериев — стандартов качества обслуживания. Под стандартами обслуживания подразумевается совокупность процедур и каждодневных операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению посетителей. Существуют общепринятые стандарты, основанные на международных и национальных требованиях: дружелюбия и вежливости; внимательности; конфиденциальность информации; стандарты внешнего вида и т. д., в остальном же необходимо разрабатывать стандарты для каждого предприятия в отдельности, ориентируясь как на вышеупомянутые требования, так и на концепцию предприятия.

Рынок гостиничных услуг представляет собой сложный комплекс функциональных звеньев, от слаженности работы которого зависит успешность существования предприятия на рынке. Учитывая современные тенденции в сфере гостиничного бизнеса и возрастающую конкуренцию между предприятиями этой отрасли, возникает необходимость обеспечения оперативности и точности работы персонала [4].

Стремясь предложить клиентам эксклюзивный сервис, многие гостиницы заказывают разработку особых систем работы, которые существенно расширяют функционал отеля.

По итогам исследования, проведённого экспертами HotelTechReport в декабре 2019 года, были выявлены ключевые гостиничные тренды актуальные на 2020 годы в сфере информационных технологий, экологии, персонала. Рассмотрим топ-3 наиболее популярных диджитал-технологий, которые улучшат качество обслуживания для персонала отелей, а также заинтересуют потенциальных гостей.

Первой инновация — система SPG Keyless — мобильная система, которая позволяет гостям отелей использовать свой смартфон в качестве ключа. Главным преимуществом SPG Keyless является так называемая «умная регистрация» (smartcheckin), которая позволяет гостю миновать стойку регистрации, зарегистрироваться самостоятельно, получив электронный ключ. Такого рода нововведение позволит гостям сократить время на ожидание в очереди, а сотрудникам отеля предоставит больше времени на взаимодействие с гостями, которое станет персонализированным. Данная инновация активно внедряется, в частности она есть в отелях Aloft, Element и W по всему миру.

Второй диджитал-технологией является голосовой помощник. Например, Alexafor Hospitality — сервис, который реализован на базе «умных колонок» Echo, которые устанавливаются в каждом номере и настраиваются под специфику и потребности гостиницы. Функционал данной системы довольно широк, она может консультировать по возникшим вопросам, связать гостя с ресепшн, заказать обед или уборку в номер, оформить заявку на устранение неполадок. Все голосовые запросы автоматически поступают в соответствующие департаменты, что позволяет отелям упростить процессы обслуживания, а также сократить время на их обработку. С 2016 года такого помощника внедрили в некоторых отелях сетей Marriott Hotels, WestinHotels&Resorts, St. RegisHotels&Resorts, AloftHotelsиAutograhCollection. В 2019 году первая попытка «цифровой» оптимизации

клиентского сервиса была произведена в Crowne Plaza Moscow World Trade Centre.

Третья диджитал-технология, освещенная в результатах исследования экспертов HotelTechReport—интеллектуальное (smart) управление номером. Компания Nest разработала усовершенствованную систему «умного дома», благодаря которой гость может настраивать комфортный для него температурный режим, освещение, его мощность и пр. путем использования смартфона или другого электронного устройства [2]. Также система способна распознавать гостей по учетной записи в приложении и управлять номером по сохранившимся данным. Внедрение такой инновации позволит повысить лояльность гостей и автоматизировать процесс подготовки номера к заезду, согласно возможным предварительным пожеланиям.

Отдельно стоит упомянуть про роботизацию в сфере гостеприимства, которая также оказывает влияние на качество обслуживания, но в большей мере является особенностью для привлечения внимания гостей и способом заявить о внимании к технологиям. Роботы не выполняют важных задач, несамостоятельны, потому требуют контроля со стороны человека.

В отеле Hilton McLean в штате Вирджиния в США гостей трудится робот Конни, в отеле Marriott Hotel Ghent в Бельгии — робот Марио. Оба они выполняют функции консьержа: рассказывают об услугах отеля, местных достопримечательностях и советует рестораны в округе.

В Aloft Cupertino и пяти других гостиницах в Кремниевой долине работают роботы-доставщики. В случае, когда гость просит принести какую-либо вещь, сотрудники загружают ее в контейнер робота, вводят номер комнаты, и он самостоятельно добирается до неё на лифте, после чего звонит в номер по телефону. Когда дверь открывают, робот в ответ открывает контейнер. После доставки робот не уезжает сразу, чтобы гость мог сделать с ним селфи.

Также «фишками» отелей становятся «умные зеркала», представляющие собой объединение телевизора и зеркала. Система «тачпад» позволяет одним касанием открыть доступ к мультимедийному экрану с выбором программ. Кроме того, постояльцы номера могут вывести на зеркальную поверхность ленту новостей Twitter или сообщения других социальных сетей со своего смартфона.

Бренд FourPointsbySheraton, ориентированный в основном на бизнес-аудиторию, для повышения качества обслуживания установил

в номерах телевизоры с двумя экранами. Такая инновация позволяет гостям открывать несколько документов одновременно, или же изучать презентацию на одном экране и смотреть что-то на другом.

В действительности большинство предприятий гостиничного бизнеса в России не могут себе позволить осуществить внедрение диджитал-технологий массово, к числу сдерживающих факторов можно отнести [1]:

- финансово-экономические (среднему и малому бизнесу сферы гостеприимства достаточно сложно вкладывать значительные средства в цифровизацию деятельности, а льготы и программы их поддержки и стимулирования в этом направлении не предусмотрены);
- нормативно-правовые (отсутствие четкого нормативно-правового поля, регламентирующего взаимодействие субъектов при переходе в цифровое пространство, в том числе защита персональных данных, контроль достоверности аккаунтов и представленной информации);
- общая нестабильность (различия в финансовых и политических возможностях регионов для интеграции в цифровое пространство страны);
- дефицит инвестиций в высокотехнологичные отрасли, влияние санкций — прежде всего, ограниченный доступ к трансферу технологий и импорту готовых решений;
- низкий уровень жизни населения страны (отсутствие возможности приобретения современных максимально функциональных гаджетов, использования платного контента и роуминговых услуг интернета в путешествиях);
- цифровая безграмотность населения (некоторые не знают о возможностях цифровых технологий или знают весьма поверхностно).

Однако гостиничный бизнес стремительно развивается в России и в мире, правила конкуренции становятся более жесткими, что просто обязывает отельный бизнес внедрять диджитал-технологии. Преимуществами диджитализации являются:

- повышение качества обслуживания и предоставляемых услуг;
- оптимизация и автоматизация бизнес-процессов;
- появление новых дополнительных услуг;
- содействие развитию сферы айти-технологий, побуждение бизнеса к финансированию и внедрению российских разработок.

С учетом особенностей цифровизации рынка России и тенденций развития индустрии туризма и гостеприимства, можно предположить, что в течение ближайших 2–3 лет данная сфера выйдет на новый уровень. Диджитал-технологии откроют массу новых возможностей для гостиничного бизнеса, при этом повышая качество обслуживания и делая его персонализированным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. № 3 (85). С. 34–47.
2. Князева М.Н. Инновационные технологии, как важнейший фактор конкурентоспособности в гостиничных цепях // ЦИТИСЭ. 2016. № 2 (6). С. 19.
3. Морозова Л.С., Земскова А.А. Влияние качества обслуживания на эффективность деятельности предприятий индустрии гостеприимства // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 2 (72). С. 98–110.
4. Юванен Е.И., Сандрина В.Е. Инновационные технологии как фактор повышения качества организации обслуживания в гостинично-ресторанном бизнесе // Sciences of Europe. 2017. № 13–4 (13). С. 50–54.
5. Цифровая экономика: краткий статистический сборник / [Электронный ресурс]. Режим доступа: file:///C:/Users/Alina/Desktop/Статья%20до%2015%20числа/Статистика.pdf (Дата обращения: 12.04.2020).

Капустин Никита Сергеевич
Kapustin Nikita Sergeevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»
Program «Securities and Derivative Financial Instruments»
e-mail: n.s.kapustin@mail.ru

СЕЗОННЫЕ КОМПОНЕНТЫ В ДИНАМИКЕ ХЕДЖ-КОНСТРУКЦИЙ И ФАКТОРЫ ОБРАЗУЮЩИЕ ИХ

SEASONAL COMPONENTS IN THE DYNAMICS OF HEDGE DESIGNS AND FACTORS FORMING THEM

Развитие рынка хедж-конструкций связано с появлением новых потребностей у участников рыночных отношений. Возник спрос на методы, позволяющие снизить риск на рынке ПФИ и сохранить при этом достаточную рыночную емкость. В результате реализации подобных методов появился рынок хедж-

конструкций. В статье рассмотрены виды хедж-конструкций, методы оценки сезонной компоненты в динамике хедж-конструкций, а также определены основные факторы ее образующие.

The development of the hedge market is associated with the emergence of new needs among market participants. The need for methods to reduce risk in the market, while maintaining sufficient market capacity. As a result of the implementation of the methods, a market for hedge designs appeared. This article discusses the types of hedge constructions, methods for assessing the seasonal component in the dynamics of hedge constructions, as well as the main factors that form it.

Ключевые слова: рынок производных финансовых инструментов, спрэды, хедж-конструкции, сезонные компоненты хедж-конструкций, фьючерсная кривая, CFTC-отчет.

Keywords: derivative financial instruments market, spreads, hedge constructions, seasonal components of hedge constructions, futures curve, CFTC report.

Для построения хедж-конструкций необходимы спрэды — курсовые разницы между фьючерсными контрактами. Именно за счет использования спрэдов достигается эффект снижения общей волатильности. В свою очередь спрэды состоят из фьючерсов [4]. Таким образом, хедж конструкция представляет собой набор разнонаправленных фьючерсных контрактов. Но за счет того, что рынки фьючерсов и спрэдов отделились друг от друга на торговых площадках для удобства участников рынка, в дальнейшем хедж-конструкции будут рассматриваться в качестве набора спрэдов.

Моделируя различные комбинации спрэдов, участники рынка пришли к выводам, что существуют финансовые конструкции, которые обладают следующими свойствами: высокая емкость, сниженные параметры волатильности, отсутствие постоянной корреляции с базовым активом [3, с. 86]. Подобные конструкции в дальнейшем мы будем называть хедж-конструкциями, а их разнообразие рынком хедж-конструкций.

Выделяют несколько базовых хедж-конструкций, которые обладают ранее перечисленными свойствами:

1. FLY — «бабочка». Состоит из двух разнонаправленных соседних спрэдов. Является базовой конструкцией. Ее динамика зависит от динамики двух включаемых в ее состав спрэдов. Основная цель создания подобной конструкции заключается в нивелировании зависимости с базовым активом (фьючерсом) за счет разнонаправленности спрэдов. Спрэды коррелируют с динамикой фьючерсов, однако, если

вычесть один спрэд из другого, мы перейдем в плоскость, где ценовая динамика уже зависит от скорости, с которой спрэды меняют котировки, а не от направленного движения фронтального фьючерса.

2. DFLY — «комбо». Состоит из двух разнонаправленных соседних FLY. При создании данной конструкции могут преследоваться несколько целей:

- захеджировать имеющий FLY;
- нивелировать динамику обоих FLY и перейти в плоскость, где цены будут зависеть от скорости изменения цен во FLY.

3. CND — «кондор». Состоит из двух однонаправленных соседних FLY. При создании данной конструкции могут преследоваться несколько целей:

- захеджировать имеющий FLY;
- нивелировать динамику обоих FLY и перейти в плоскость, где цены будут зависеть от скорости изменения цен во FLY.

Существуют также и другие хедж-конструкции, такие как: EXFLY, EXDFLY, EXCND, но в большинстве случаев они не являются хедж-конструкциями и их использование базируется на идеях, которые создаются непосредственно трейдерами. Подобные идеи могут основываться на множестве концепций, одной из которых является концепция «сезонности».

Фактор «сезонности» в продукте или конструкции определяется несколькими параметрами:

- ценовыми;
- фундаментальными;
- рефлексивными.

Ценовые параметры позволяют определить закономерности в динамике, рассматриваемой хедж-конструкции в различные временные периоды. Подобные закономерности рассматриваются в качестве гипотез. Предполагается, что рынок может повторить рассматриваемый сценарий. Чтобы проверить за счет чего предполагаемый сценарий может повториться, необходимо оценить фундаментальные и рефлексивные факторы;

Помимо общей экономической ситуации, складывающейся внутри продукта и на рынке в целом, фундаментальные факторы включают в себя следующие параметры:

- текущее состояние фьючерсной кривой (бэквардация, контанго);
- положение спрэдов относительно друг друга по всей кривой;

- реакция фьючерсной кривой на ее параллельный сдвиг.

Динамика фьючерсной кривой определяет движение самих хедж-конструкций особенно в ее фронтальной части (см.: рисунок 1). При экспирации ближнего фьючерса ценовая разница между ним и следующим фьючерсом по кривой нивелируется за счет того, что фондам необходимо переролить свои позиции из одного контракта в другой. Данные действия фондов оказывают влияние на динамику спредов, что и приводит к изменениям цен хедж-конструкций.

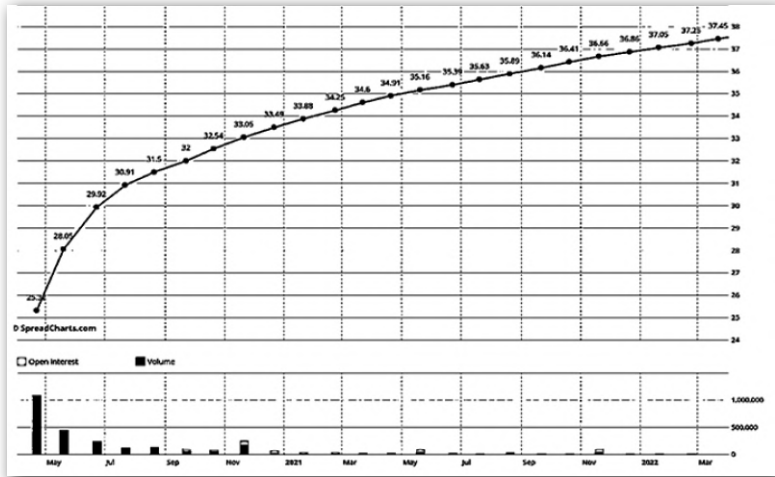


Рис. 1. Структура фьючерсной кривой в Light Sweet

Высокая волатильность фронтального фьючерса приводит к сдвигу всей кривой. Подобные изменения обычно не равномерны, особенно в продуктах со средней ликвидностью [2, с. 97]. Основные причины следующие:

- высокая концентрация заявок на определенных ценовых уровнях в одном из фьючерсов;
- стык неликвидного и ликвидного спреда;
- манипуляции со стороны крупных участников рынка.

Чтобы оценить зоны с высоким риском излома фьючерсной кривой достаточно провести анализ открытого интереса в каждом элементе кривой. Высокий дисбаланс открытого интереса приводит к неравномерной активности во фьючерсах, следовательно, и спредах.

Рассматривая сезонную закономерность в разрезе фьючерсных кривых, необходимо также сравнивать параметры кривой в различные временные периоды, если они в целом идентичны, то вероятность повторения рассматриваемого сценария увеличивается.

Третьим рассматриваемым фактором сезонности являются рефлексивные параметры, которые отражают структуру позиций и состав участников рынка внутри данного продукта. Подобные данные публикуются организаторами торгов — биржами. Большая часть бирж представляет подобные отчеты. Единственное отличие публикуемых данных заключается в разных классификациях участников рынка. На американском рынке принято делить всех участников рынка на 3 категории: manage money, swap dealers, other reportables [1, с. 54]. Также иногда можно встретить классификацию с двумя участниками рынка: спекулянты и хеджеры. На российском рынке принято делить на физических и юридических лиц (см.: рисунок 2).

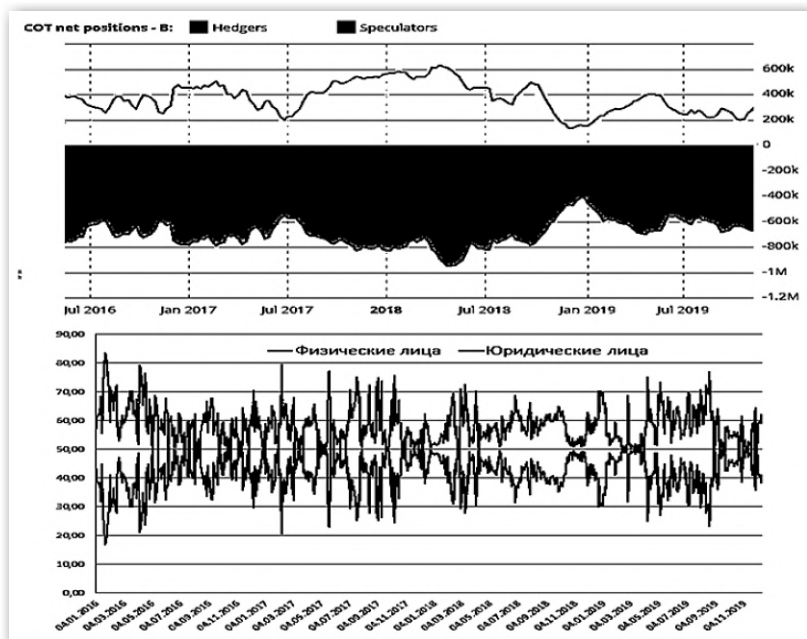


Рис. 2. Количественно открытых позиций участниками рынка на американском и российском рынках в продукте BRENT

Помимо количества открытых позиций участниками рынка биржами публикуются и данные по направлению открытых позиций (short, long), что позволяет сделать вывод по тому, как оценивают трейдеры тот или иной продукт на разных торговых площадках мира.

В комплексе рефлексивные методы позволяют понять:

- какие оценки будущей динамики продукта имелись в рынке, и с какой вероятностью они реализовывались у разных участников торгов;
- какие оценки будущей динамики продукта имеются в текущей рыночной ситуации.

Таким образом, предлагаемые методы по анализу сезонных компонент на рынке хедж-конструкций позволяют комплексно оценить торговые идеи с точки зрения:

- ценовых параметров;
- состояния фьючерсной кривой и ее влияния на динамику спредов;
- состава участников рыночных отношений и их оценки будущей динамики продукта.

Оценка каждого параметра, по нашему мнению, позволяет проверить гипотезу о существовании сезонной компоненты в рынке, а также понять, какие риски необходимо принять, чтобы реализовать рассматриваемую торговую идею.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Стивен Эррера, Стюарт Л. Браун. Торговля фьючерсами и опционами на рынке энергоносителей. — М.: Олимп-Бизнес, 2018. — 304 с.
2. К.Г. Перчанок. Фьючерсные спреды. Классификация, анализ, торговля. — М.: Дашков и Ко, 2018. — 288 с.
3. Дэниел Сигел, Дайан Сигел. Фьючерсные рынки. Портфельные стратегии, управление рисками и арбитраж. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 636 с.
4. Попова Е.М., Руденко С.А. Инвестиционные инструменты рынка капитала: новации и стимулы // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 2 (116). С. 18–24.

Каратаев Василий Эдуардович

Karataev Vasily Eduardovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Корпоративные финансы»

Master program «Corporate Finance»

e-mail: vasya_vil91@mail.ru

РИСКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РАЗРЕЗЕ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ

RISKS OF FINANCING INVESTMENT PROJECTS WITH A VIEW TO ECONOMIC INDUSTRIES

В статье рассмотрены риски финансирования инвестиционных проектов секторов экономики, приведены примеры реализации и последствий рисков. Определены риски финансирования инвестиционных проектов в разрезе секторов экономики России и форм финансирования инвестиционных проектов.

The article considers the risks of financing investment projects of economic sectors, provides examples of implementation and consequences of risks. The risks of financing investment projects by sectors of the Russian economy and the forms of financing of investment projects are identified.

Ключевые слова: инвестиционные проекты, финансирование инвестиционных проектов, риски, риски финансирования, отрасли экономики.

Keywords: investment projects, financing of investment projects, risks, financing risks, sectors of the economy.

Выбор форм финансирования инвестиционных проектов является основополагающим при реализации проекта, поскольку недофинансирование или слишком высокая стоимость привлечения средств может повлечь за собой провал проекта. В условиях цифрового общества, а также во всем многообразии и переменчивости форм финансирования инвестиционных проектов, задача руководителей проекта заключается в выборе наиболее оптимального способа финансирования.

Безусловно, реализация инвестиционных проектов залог успешного социально-экономического развития страны в целом. Инвестиционному проекту свойственны высокий динамизм, неопределенность, наличие большого числа случайных возмущений, что усложняет процесс финансирования инвестиционных проектов.

Риски финансирования инвестиционных проектов в разрезе отраслей экономики зависят от особенностей отраслей.

Согласно Федеральной службе государственной статистики, в разрезе ВВП за 2018 год, наибольшую долю в валовом внутреннем продукте нашей страны занимают следующие отрасли:

- торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов — 14,3%;
- обрабатывающие производства — 13,6%;
- добыча полезных ископаемых — 12,8%;
- транспортировка и хранение — 7,0%;
- сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство — 3,5% [5].

Распишем особенности данных отраслей:

- торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов — менее капиталоемкий из представленных, высокая конкуренция;
- обрабатывающие производства и добыча полезных ископаемых — капиталоемкие виды деятельности, период действия таких проектов достаточно длительный;
- транспортировка и хранение — возможна утрата имущества;
- сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство — зависимость от природного фактора, длительный цикл производства, а также множество дополнительных особенностей.

Рассмотрим примеры реализации рисков, которые обусловлены множествами факторов, включая особенности специфики отрасли.

Например, стоимость самолета МС-21 возросла в 2,3 раза, общая стоимость проекта до 2025 года оценивается в 437,4 млрд рублей.

МС-21 — разрабатываемый Объединенной авиастроительной корпорацией (в нее входит «Иркут») самолет среднемагистрального класса. Несмотря на то, что первый полет состоялся в 2017 году, самолет в эксплуатацию так и не введен.

Причиной увеличения стоимости проекта называют:

- существенные изменения в проект пришлось вносить в связи с введением санкций против российских компаний и организаций, что значительно увеличило стоимость проекта;
- на изменение стоимости проекта повлиял рост курса валют (с 2008 года с 23,5 до 65,6 рубля за доллар), поскольку в самолете немало зарубежных комплектующих, рост курса валют негативно повлиял на стоимость проекта [3].

Специфика текущего состояния гражданской авиапромышленности в России обусловлена тем, что с развалом СССР в России не создавался коммерческий гражданский самолет, не учитывая SSJ-100, вследствие чего российские технологии авиапромышленности значительно уступают мировым, что создает зависимость от иностранного авиационного оборудования. К сожалению, в проекте MC-21 реализовались риски, которые во многом зависят от специфики отрасли.

Стоит отметить, что проект активно поддерживается государством, что не позволяет прекратить его реализацию. В случае, если бы проект был полностью частным, то рост его стоимости в 2,3 раза послужило бы основанием его прекращения.

Еще один пример реализации группы рисков, который привел к ущербу в размере 150 млн. руб.

В 2006 году было создано ООО «Тунал», учредителем выступила республиканская компания ОАО ЛК «Туймаада-лизинг» (принадлежит министерству имущественных и земельных отношений Якутии), позднее в соучредители вошла администрация Намского района. Перед «Туналом» стояла задача создать первый в Якутии «еврокоровник» с передовым оборудованием и иностранными животными. На эти цели «Туймаада-лизинг» вложила в ООО «Тунал» 86 миллионов рублей.

В следствие ненадлежащего контроля со стороны собственников были реализованы следующие риски:

- риски менеджмента: неэффективный менеджмент;
- кроме того, ООО «Тунал» была выделена и перечислена на счет предприятия субсидия в сумме 2 миллиона 500 тысяч рублей для приобретения крупного рогатого скота. Желая обналечить поступившие денежные средства, директор предприятия составил подложный договор купли-продажи;

коровы стояли в неотапливаемом и продуваемом помещении, неподготовленные к холодам Якутии коровы из Австрии погибли, от части здесь отразилась особенность отрасли, которая заключается в том, что ведение сельского хозяйства в Якутии значительно отличается от других регионов ввиду климатических особенностей.

В итоге, реализованные риски привели к банкротству ООО «Тунал» и ухудшили репутацию ОАО ЛК «Туймаада-лизинг» [4].

В рыночной экономике применяют различные способы привлечения ресурсов в целях ведения инвестиционной деятельности. Раз-

работка и реализация инвестиционных проектов могут осуществляться за счет внутренних и внешних источников финансирования [2].

При финансировании инвестиционных проектов могут использоваться следующие способы привлечения капитала:

- собственные средства предприятия;
- капитал собственника;
- акционерный капитал;
- долговые обязательства;
- кредитные средства.

При этом могут реализоваться такие риски как:

- 1) риск менеджмента;
- 2) акционерный риск;
- 3) риск агентского рейдерства;
- 4) риск банкротства;
- 5) риск недофинансирования;
- 6) риск снижения финансовой устойчивости [1].

Для обобщения всего представленного материала, составим сводную таблицу, которая будет отражать взаимосвязь рисков в разрезе отраслей экономики и вида финансирования, для соответствующего вида финансирования и отрасли будет выставлен номер риска, который соответствует нумерации выше.

Таблица 1

**Сводная взаимосвязь рисков в разрезе отраслей экономики
и вида финансирования**

Вид финансирования	Отрасль экономики				
	Торговля	Обрабатывающие производства	Добыча полезных ископаемых	Транспортировка и хранение	Сельское хозяйство
Собственные средства предприятия	1, 2, 3	Привлечение данного вида недостаточно для отрасли	Привлечение данного вида недостаточно для отрасли	1, 2, 3	1, 2, 3
Капитал собственника	1, 2, 3	Привлечение данного вида недостаточно для отрасли	Привлечение данного вида недостаточно для отрасли	1, 2, 3	1, 2, 3
Акционерный капитал	Как правило, не используется	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	Как правило, не используется

Вид финансирования	Отрасль экономики				
	Торговля	Обрабатывающие производства	Добыча полезных ископаемых	Транспортировка и хранение	Сельское хозяйство
Долговые обязательства	Как правило, не используется	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3, 4, 5	1, 2, 3, 4, 5
Кредитные средства	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4, 5, 6

Как видно из таблицы 1, не все виды финансирования подходят для той или иной отрасли, так, например, финансирование инвестиционных проектов в обрабатывающем производстве только за счет собственных средств невозможно, поскольку данная отрасль достаточно капиталоемкая.

В результате можно сделать вывод о том, при привлечении кредитных средств все отрасли экономики могут быть подвержены рискам финансирования.

Подверженность тем или иным рискам зависит в совокупности как от отрасли, в которой реализуется инвестиционный проект, так и от выбора способа привлечения средств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Панфилова О.В. Инвестиционное проектирование: учебное пособие / О.В. Панфилова. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. — 116 с.
2. Переверзева В.В. Механизм проектного финансирования при реализации инвестиционных проектов / В.В. Переверзева // Вестник российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, 2018 — № 3 (99). С. 24–32.
3. Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/5744816> (дата обращения 20.04.2020).
4. Информационное агентство NewsYkt [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://news.ykt.ru/article/48597> (дата обращения 20.04.2020).
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/social/osn-12-2018.pdf (дата обращения 20.04.2020).

Кившик Екатерина Вадимовна

Kivshik Ekaterina Vadimovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Стратегическое и корпоративное управление»

Master program «Strategic and corporate management»

e-mail: kivshikate@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ИТ-ПРОЕКТАМИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

PROBLEMS OF USING MODERN METHODS OF IT PROJECT MANAGEMENT IN RUSSIAN COMPANIES

В статье проведен анализ основных проблем, с которыми сталкиваются команды разработки в российских компаниях, использующих гибкую методологию управления ИТ-проектами Agile. Для контроля динамики решения проблем предложен способ представления и анализа набора метрик, оценивающих качество разработки и условий, влияющих на результат.

The article analyzes the main problems faced by development teams in Russian companies using the IT project management methodology Agile. To control the dynamics of problem solving, we propose a method for presenting and analyzing a set of metrics that assess the quality of development and conditions that affect the result.

Ключевые слова: управление проектами, ИТ-проект, методологии разработки программного обеспечения, Agile, информационные технологии.

Keywords: project management, IT-project, software development methodologies, Agile, information technology.

Увеличение числа сфер применения информационных технологий привело к росту требований к процессу разработки программных продуктов и управления ИТ-проектами в целом: невозможно создавать современные качественные программы, используя устаревшие методики разработки. Именно поэтому в российских компаниях все более активными темпами на смену традиционному проектному подходу приходит философия гибкой разработки Agile.

По мнению одного из руководителей группы стратегического консультирования компании КРМГ, цифровая трансформация и Agile тесно взаимосвязаны — методики гибкого управления проектами зародились в среде разработчиков программного обеспечения как ответ

на потребность делать прорывные кросс-функциональные продукты и существенно сократить время их выхода на рынок [1].

В ходе исследования ScrumTrek за 2019 год [2], проводимого среди российских компаний, 60% опрошенных заявили, что в их компаниях активно осваиваются Agile-методологии, при этом самой востребованной методологией среди Agile-подходов является Scrum, его применяют 43% респондентов, поскольку Scrum предоставляет набор четко сформулированных и понятных правил о том, как вести разработку, из каких этапов она должна состоять, кто должен входить в команду проекта, какие функциональные роли должны быть реализованы.

Особенностям и проблемам внедрения гибких методологий проектного управления посвящено много книг, статей и тренингов, однако о трудностях, с которыми продолжают ежедневно сталкиваться ИТ-специалисты компаний после нескольких лет продуктивного использования Agile, говорят немногие.

Основные проблемы современных методологий разработки, таких как Scrum, вытекают из их основных принципов. Главной целью, которую ставят перед собой компании, внедряющие Scrum, является увеличение скорости поставок. Действительно, если при традиционном подходе от времени запуска проекта до его внедрения проходит от нескольких месяцев до нескольких лет, то использование Agile-методологии позволяет получить первые ощутимые результаты разработки спустя всего несколько недель.

Постоянное стремление к увеличению скорости, поддержанию высоких темпов работы, чтобы выполнить проект точно в срок, начинает очень быстро приводить к снижению качества. Это можно показать с помощью представленной ниже формулы (1) расчета эффективности Scrum-команды.

$$\begin{aligned} \text{Эффективность Scrum команды} &= \\ &= \frac{\text{Время работы}}{\text{Время работы} + \text{Время ожидания}} \cdot 100\%. \end{aligned} \quad (1)$$

Время работы или скорость команды— это фактически затраченное количество человеко-дней на работу над задачами в рамках проекта. Все остальное это *время ожидания*, обусловленное ошибками планирования либо переключением сотрудников на другие более

срочные задачи вне рамок текущей проектной деятельности. В роли таких задач зачастую выступают требующие оперативного исправления дефекты от внедренных ранее программ. Увеличение времени, а значит и скорости работы приводит к увеличению числа дефектов. Объективным объяснением этого является экономия времени на ревью (проверка одними специалистами работы, выполненной другими специалистами, в рамках одной команды), сборе обратной связи и тестировании. Вместо полноценного ручного тестирования всего функционала от начала до конца, создаются автоматические тесты, которые постепенно вытесняют пользовательское тестирование. В результате проверяются отдельные части программы, а не все приложение в целом. Время на исправление дефектов становится временем ожидания, то есть увеличение времени работы в числителе неизбежно приводит к увеличению и времени работы, и времени ожидания в знаменателе, что в конечном счете приводит к снижению эффективности команды.

Вторая главная цель, которую стремятся достичь компании с помощью использования принципов Agile, это повышение мотивации сотрудников за счет увеличения их чувства ответственности и причастности к выполняемой работе. Agile предполагает командную работу, делегирование, самостоятельное принятие решений рядовыми сотрудниками. Однако очевидно, что на деле такая культура свойственна далеко не всем российским компаниям. Большинство ИТ-команд сосредоточено в стенах сравнительно крупных организаций, относящихся к механистическому типу, который требует соблюдения вертикальной иерархии власти, четкое разграничение обязанностей, соблюдение формальных процедур и правил. Привычные иерархичность и контроль сталкиваются с философией горизонтальных связей и максимального доверия.

В действующих реалиях сложилась ситуация, когда сотрудники с одной стороны не готовы брать на себя ответственность из-за боязни потерпеть неудачу, получить наказание, а с другой стороны не готовы к командной работе, так как привыкли не просить помощи, а рассчитывать на себя и действовать самостоятельно. И то и другое — это сложное и долгое преодоление психологического барьера. Для возможности этого преодоления должна поменяться корпоративная культура, внутреннее мировоззрение организаций в сторону более органического типа.

Не менее часто встречается проблема выстраивания процесса разработки по Agile и его интеграции в бизнес-процессы организации. В сильно формализованных и бюрократизированных компаниях затягиваются процессы по согласованию на этапе инициации проекта. Неготовность организаций отступать от принятых порядков несовместима со скоростью, необходимой Scrum-командам. Еще одной проблемой является то, что вопреки принципу гибкой методологии, согласно которому внедрения нового функционала должны происходить поэтапно, в российских компаниях сохраняется привычка накапливать готовые поставки, чтобы потом внедрить проект целиком. Такой подход приводит к неадекватной оценке скорости и результата работы команды.

В качестве отдельного блока можно выделить проблемы, связанные с освоением специалистами своих Scrum-ролей. Например, команды разработки зачастую сталкиваются с безучастностью их Product-owner в решении стоящих перед ним задач. Другая трудность возникает при уходе Scrum-мастера из команды: никто не берет на себя его функции, начинают срываться этапы спринта, такие как демонстрации функционала и ретроспектива. Сотрудники перестают заниматься декомпозицией и оценением задач, так как никто не контролирует эту работу кроме их самих.

Основной посыл состоит в необходимости окончательной перестройки мышления от традиционного каскадного проектного управления к гибкому управлению с ориентацией, где ценность несет не только конечный результат, но и промежуточный.

Осознание этих проблем позволяет перейти к их решению. Универсального средства нет, оно индивидуально для каждой компании, для каждой Scrum-команды и достигается постепенно путем поиска компромисса между устоявшимися нормами и новой философией управления. Прежде всего необходимо установить контроль за ключевыми метриками эффективности управления командой, оценивающими качество результата и условия, от которых оно зависит (Таблица 1). Предложенный набор блоков показателей составлен автором и может быть изменен в зависимости от потребностей и видения каждой команды.

Эффективность команды зависит от грамотно подобранной скорости выполнения работ — количества задач, выполняемых за спринт. Она должна быть достаточно высокой, как того требует Scrum, но умеренной, чтобы не ухудшать качество результата.

Уровень доверия в компании обеспечивает прозрачность процесса разработки ПО для членов команды и всех стейкхолдеров за счет делегирования полномочий и поощрения инициативы членов команды. А готовность участников команды брать на себя ответственность за результат усиливает вовлеченность и укрепляет чувство причастности, тем самым повышая мотивацию сотрудников и так называемый уровень счастья внутри команды.

Правильно реализованные процессы и соблюдение всех этапов разработки, а также полноценная реализация и добросовестное выполнение всех ролей, предписанных методологией Scrum, позволят обеспечить гибкость разработки и согласованность между командой и заинтересованными лицами со стороны бизнеса, заказчиками.

Таблица 1

Блоки показателей качества и определяющие условия

ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА	УСЛОВИЯ
Эффективность Scrum-команды	Скорость команды
Прозрачность процесса разработки	Уровень доверия в компании
Уровень мотивации (счастья)	Уровень ответственности
Гибкость разработки	Реализация процессов
Согласованность	Выполнение ролей



Рис. 1. Диаграмма оценки показателей качества и определяющих условий

Для наглядности будет удобно отображать полученные оценки на лепестковой диаграмме, чтобы видеть и общую картину, и динамику ситуации в каждом блоке. Ниже на рисунке 1 приведен пример такой диаграммы.

Резюмируя вышесказанное стоит отметить, что в целом опыт применения Agile методологий в России весьма успешен. Приведенный анализ проблем свидетельствует не о недостатках методологии или ошибках менеджмента, совершаемых при ее использовании, а о новых вызовах, решение которых приведет к еще более качественным улучшениям в управлении ИТ-проектами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Почему Agile не приживается в России [Электронный ресурс] // Официальный медиапортал KPMG, 2020. URL: <https://mustread.kpmg.ru/> (дата обращения 01.04.2020)
2. Agile в России 2019. Отчет о ежегодном исследовании [Электронный ресурс] // ScrumTrek, 2020. URL: <https://scrumtrek.ru/> (дата обращения 04.04.2020)

Климов Михаил Михайлович
Klimov Mikhail Mikhailovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Социальное управление в организациях»
Master program “Social Management in Organizations”
e-mail: mikhail-klimov1@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' DISTANCE LEARNING

В статье предпринята попытка анализа проблемных аспектов дистанционного обучения студентов высших учебных заведений, в том числе во время карантинных мероприятий, связанных с распространением вируса COVID-19, а также перспектив развития дистанционного формата обучения.

The article attempts to analyze the problematic aspects of distance learning for students in higher education institutions, including during quarantine events related to the spread of the COVID-19 virus, as well as the prospects for developing a distance learning format.

Ключевые слова: дистанционное обучение, проблемы дистанционного обучения, перспективы развития дистанционного обучения, студенты вузов, коронавирус.

Keywords: distance learning, problems of distance learning, prospects for the development of distance learning, university students, coronavirus.

До недавнего времени развитие дистанционного обучения представлялось перспективным направлением для ряда отечественных вузов, рассматривая этот процесс как важный этап в жизни высшей школы. Однако ситуация с распространением вируса COVID-19 заставила не просто задуматься руководство всех без исключения вузов о данном вопросе, а в спешном порядке принимать решения, связанные с организацией дистанционного обучения как единственно возможного механизма функционирования (взаимодействия со студентами) в подобной ситуации [1].

Безусловно, чтобы более объективно оценить результативность данных мероприятий, проводимых в вузах, необходимо чтобы прошло достаточно времени. Для начала должен быть накоплен определенный опыт работы в новых условиях; проведены исследования по сбору обратной связи от студентов, преподавателей и сотрудников учебных отделов; оценены последствия нововведений, то есть удалось ли освоить учебную программу в полном объеме. Чем дольше будет продолжаться повсеместное дистанционное обучение, тем больше прецедентов для анализа мы будем получать. Это относится не только к лекционным и семинарским занятиям, но и к вопросам прохождения практики; сдачи зачетов и экзаменов, в том числе государственного экзамена и защиты дипломных работ [2]; сюда же можно отнести и вопрос поступления, сдачи вступительных испытаний [3].

В каком направлении не развивалась бы ситуация, данный опыт важен для развития высшей школы, к которому в последующем руководство образовательных и научных учреждений будет возвращаться при принятии важных административных решений в рамках развития. Одно можно сказать точно, дистанционное обучение — это не только дань моде, а процесс необходимый и требующий пристального внимания всех участников образовательной и научной деятельности.

Очевидно, что каждый вуз столкнулся с рядом проблем, которые в первую очередь зависят от наличия опыта в области организации

дистанционного обучения. Как студент СПбГЭУ не могу обойти стороной вопрос дистанционного обучения в данном вузе. Руководство, преподаватели и студенты вуза были достаточно подготовлены к подобной ситуации, так как еще до начала распространения вирусной инфекции был накоплен опыт работы через платформу Moodle (прим. Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment).

На данный момент нет опубликованных исследований на тему организации дистанционного обучения в условиях карантина, и могу лишь предположить, что в данной ситуации преподавателям сложнее было организовать свою работу, в отличие от студентов. Так как пришлось в кратчайшие сроки перестроить весь учебный процесс, а именно сформировать электронную базу данных по каждой дисциплине, продумать механизм проведения практических занятий и их оценки, а главное — путем проб и ошибок прийти к оптимальному способу донесения лекционного материала до каждого студента. Однако не все учебные дисциплины возможно в полном объеме реализовать через механизмы дистанционного обучения. Предметы, основой которых являются практические занятия (иностранные языки, физическая культура) не смогут безболезненно выдержать условия карантина.

На данный момент существует ряд проблемных аспектов в области организации и развития системы дистанционного обучения:

1. Отсутствие единой концепции дистанционного обучения. Это связано не только с отличными подходами разных вузов, но и с тем, что порой в рамках одного учебного заведения каждый преподаватель может выбрать наиболее удобную онлайн платформу для проведения своих занятий. В этой ситуации студентам приходится подстраиваться под предпочтения каждого отдельного преподавателя, работая через несколько платформ одновременно;

2. Неготовность интернет платформ. В течение последнего месяца можно наблюдать ситуацию, когда многие платформы попросту перегружены и не справляются с наплывом пользователей. Например платформу Zoom, предназначенную для видеоконференций, одновременно в своих целях используют многие компании, школы и высшие учебные заведения;

3. Проблема посещаемости дистанционных занятий. В ситуации, когда в рамках одного вуза преподаватели используют несколько плат-

форм, становится очевиден тот факт, что руководство вуза попросту не сможет контролировать виртуальную посещаемость. Более того, каждый студент имеет возможность подключиться к лекционному или семинарскому занятию и при этом даже не включить звук.

По мере того, как долго будет продолжаться карантин, тем больше будет получено материала для дальнейшего анализа. На сегодняшний день можно сказать, что все высшие учебные заведения перешли на заочную форму обучения. Преподаватели и студенты не встречаются лично, а дистанционно обмениваются информацией. Хотя даже заочная форма обучения предполагает очную форму экзаминации.

Несмотря на ряд недостатков в организации дистанционного обучения, указанных выше, данный формат имеет ряд перспективных аспектов:

1. Опыт последних дней, когда все вузы были вынуждены перейти на дистанционное обучение, является толчком к тому, чтобы учебные заведения создавали и развивали электронные базы данных, включающие научную литературу и материалы по каждой отдельно взятой дисциплине. Подобные информационные площадки могли бы стать подспорьем для учебной и научной деятельности как студентов, так и преподавателей;

2. Дистанционный формат обучения делает доступными образовательные программы для значительного числа граждан, имеющих инвалидность второй и третьей групп. Для тех, кто не может посещать аудиторные занятия, но готов и может получать знания;

3. Дистанционное обучение может позволить иногородним студентам осваивать дисциплины, не уезжая из родного города, региона или даже страны. Так как подобный переезд может позволить далеко не каждая семья, в результате чего талантливые и амбициозные абитуриенты не могут достичь поставленной цели;

4. Кроме того, данный формат обучения будет способствовать развитию международного сотрудничества в области высшей школы и науки, в том числе в рамках Болонского процесса.

В заключение можно отметить, что развитие системы дистанционного обучения является приоритетным направлением для будущего функционирования системы образования. Исходя из опыта последних дней, следует более детально проанализировать преимущества и недостатки нововведений для развития образовательного и научного

процесса в данном формате. Необходимо реализовать механизм закрепления его юридического значения не только на период карантина, но и для последующего широкого применения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 14 марта 2020 г. № 397 «Об организации образовательной деятельности в организациях, реализующих образовательные программы высшего образования и соответствующие дополнительные профессиональные программы, в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации».

2. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 27 марта 2020 г. № 490 «О внесении изменений в некоторые приказы Министерства образования и науки Российской Федерации, касающиеся проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

3. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 3 апреля 2020 г. № 547 «Об особенностях приема на обучение по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалиста, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре на 2020/21 учебный год».

Кожура Полина Андреевна
Kozhura Polina Andreevna

Санкт-Петербургский Государственный Экономический Университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»
Master program «Digital technologies in economics and management»
e-mail: ppichugina@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПОТОКА ЗАДАЧ ПО МЕТОДОЛОГИИ КАНБАН В БАНКЕ

INFORMATION SUPPORT OF THE TASK FLOW BASED ON THE KANBAN METHODOLOGY IN A BANK

В данной работе рассматривается информационное сопровождение потока задач на основе методологии Канбан, выбор наиболее подходящего ИТ-решения с использованием метода анализа иерархий, анализ на соответствие уровням зрелости Канбан.

The article is devoted to information support of the task flow based on the Kanban methodology, the selection of the most suitable IT solution using the hierarchy analysis method, and the analysis for compliance with the Kanban maturity levels

Ключевые слова: Информационное сопровождение разработки ПО, Канбан-метод, модель зрелости Канбан.

Keywords: Information support of the task flow, Kanban Maturity Model.

Управление потоком задач не менее важно при разработке и модернизации программного обеспечения, чем управление материальным потоком на производстве [1]. Информационные технологии (ИТ) активно развиваются и используются в целях обеспечения конкурентных преимуществ в условиях конкурентной рыночной среды [2]. Внедрение новых программных решений в сроки, диктуемые рыночным спросом и законодательством, является основным конкурентным преимуществом в сфере услуг.

В условиях масштабных изменений широкое распространение получают agile-подходы. Повсеместная цифровизация оказывает влияние на внутренние бизнес-процессы финансовых организаций и каналы обслуживания потребителей, так как клиенты желают получать доступ к своим денежным средствам из любой точки мира с помощью мобильных устройств круглосуточно [3]. Большинство услуг, предлагаемых российскими банками, уже сейчас превращаются в гибкие сервисы, доступные из любой точки мира, где есть телефония и/или интернет [4]. Для обеспечения мобильности и скорости предоставления своих услуг финансовые организации по всему миру тратят огромные средства на разработку и обслуживание CRM-систем, автоматизированных банковских систем, хранилищ больших данных.

По результатам исследования «Цикл хайпа цифровой банковской трансформации», проведенного Gartner летом 2019 года (рисунок 1), пику чрезмерных ожиданий (Peak of Inflated Expectation) соответствуют технологии чатботов, интерфейс для разговора с пользователем, криптовалютные кошельки, поэтому многие относятся к ним с недоверием, но технологии на этапе преодоления недостатков (Slope of Enlightenment) внедряются в банках по всему миру: биометрическая аутентификация, модель банковских платформ — цифрового рынка банковских и «около-банковских» (например, страхование жизни и титула) услуг.

Несмотря на явное мировое лидерство SCRUM, для управления потоком задач был выбран Kanban, потому что эта методология не требует мгновенных изменений, внедряется плавно путем эволюционных изменений, подходит для процессов сопровождения программного обеспечения. Методология рассматривает организацию, отдел

или проектную команду как предоставляющую услугу конечному потребителю.

Эволюционное развитие каждой команды предполагает движение по модели зрелости Канбан (Kanban Maturity Model, далее КММ), которая состоит из 7 уровней. Каждому уровню соответствует определенный набор практик, использование которых требует современных ИТ-решений.

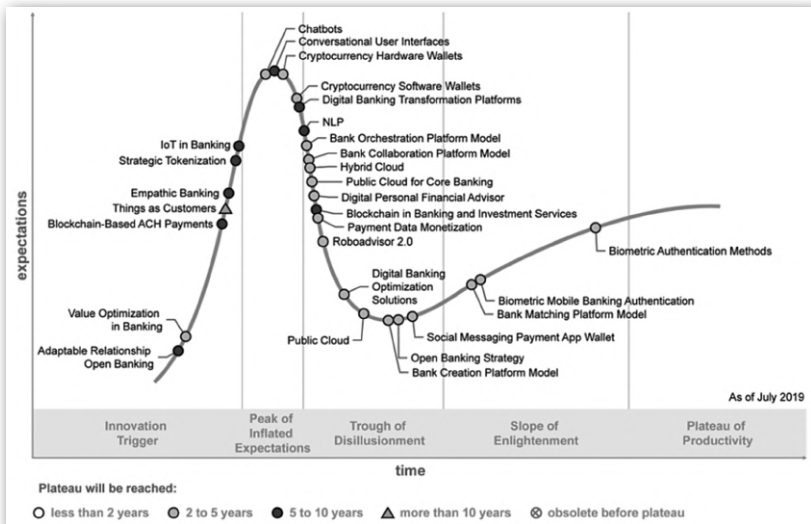


Рис. 1. Цикл хайпа цифровой банковской трансформации, 2019 [5]

Цель внедрения нового ИТ-решения состоит в том, чтобы перейти на четвертый уровень зрелости КММ — Risk Hedged (управление рисками), а именно:

- повысить удовлетворенность кросс-функциональной команды;
- повысить вовлеченность бизнес-заказчика в процесс;
- настроить эффективное взаимодействие с другими командами для повышения качества выполнения интеграционных задач;
- управлять блоками и рисками;
- сократить на 20% время на внедрение нового функционала и исправление ошибок;

- ограничить число дефектов, выведенных в опытно-промышленную эксплуатацию (для крупных задач до трех дефектов, для небольших — 0).

Было проведено исследование методом анализа иерархий Т. Саати. Оно позволяет использовать системный подход к сложным проблемам принятия решений и структурировать их в виде иерархии, сравнить и выполнить количественную оценку альтернативных вариантов решения.

Исследование было проведено среди программных продуктов: Nygger, Jira, Trello, AZURE DEVOPS, ProofHub, MS Excel, LeanKit. Критерии, по которым происходило попарное сравнение: цена, распространенность, интеграция с другими ПО, поддержка своими силами, полнота коробки, дружественный интерфейс, русификация, соответствие требованиям информационной безопасности (ИБ). Результатом стал выбор ИТ-решения Jira by Atlassian.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Шепелёва О.Ю., Минаков В.Ф., Шепелёв П.Ю. Место информационно-коммуникационных систем в цепочках создания потребительской ценности // В сборнике: Экономические, технические и информационные аспекты модернизации региональных производственных систем Сборник материалов Международной научно-практической конференции. — 2018. — С. 456–460.

2. Minakov V.F., Lobanov O.S., Minakova T.E., Makarchuk T.A., Kostin V.N. The law of diminishing marginal productivity in the model of pure discounted income of innovations // International Journal of Economic Research. — 2017. — Т. 14. № 14. — С. 435–441.

3. Минаков В.Ф. Проблемы развития единого информационного пространства научно-инновационной деятельности // В сборнике: Технологическая перспектива в рамках Евразийского пространства: новые рынки и точки экономического роста Материалы 3-й Международной научной конференции. — 2017. — С. 243–246.

4. Makarchuk T.A., Minakov V.F., Trofimov V.V., Lobanov O.S., Demchenko S.A., Varabanova M.I. Quality management of e-learning in information technology management training // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS 2019. — С. 742–748.

5. Hype Cycle for Digital Banking Transformation, [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gartner.com/en/documents/3955840/hype-cycle-for-digital-banking-transformation-2019> (дата обращения: 25.04.2020).

Кострицкая Екатерина Дмитриевна

Kostritskaya Ekaterina Dmitrievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»

Master program “Digital Technologies in Economics and Management”

e-mail: ekaterinak.5600@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЖКХ

INFORMATION AND ANALYTICAL SYSTEM OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES MANAGEMENT

В статье рассматривается процесс создания информационно-аналитической системы (ИАС) управления ЖКХ, включающий выбор ИТ-решения и разработку ИТ-проекта по повышению эффективности управления жилищным фондом.

The article discusses the process of creating an information-analytical system (IAS), including the selection of IT solutions and the development of an IT project to improve the efficiency of housing management.

Ключевые слова: ЖКХ, жилищный фонд, ЕАМ-система, ИТ-проект.

Key words: housing and communal services, housing, EAM-system, IT project.

Отрасль жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) сегодня является одной из наиболее значимых сфер экономики, с которой и должна начаться цифровая трансформация российской экономики, так как доступность и качество услуг жилищного хозяйства являются определяющими факторами для населения, наличия трудового потенциала.

В настоящее время в сфере ЖКХ выявлен ряд основных проблем, а именно:

- значительный износ жилищного фонда, что приводит к экономическим издержкам и ухудшению жилищных условий населения;
- недостаточный контроль за деятельностью участников сферы ЖКХ, который ведет к ухудшению состояния ЖКХ, неудовлетворительному выполнению ремонтных работ зданий, ориентации на использование дешёвых или непрочных материалов, низкому качеству работ, привлечению неквалифицированного персонала и т. п.;

- отрицательное отношение граждан к сфере ЖКХ, незаинтересованность собственников в управлении своими многоквартирными домами (МКД) и др.

Для решения управленческих проблем в сфере ЖКХ необходимо создание информационно-аналитической системы (ИАС) управления ЖКХ, которая позволит принимать и анализировать варианты управленческих решений на основе математических и статистических методов и моделей, а также методов искусственного интеллекта для повышения открытости и прозрачности деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления.

Цифровые технологии вполне применимы к управлению ЖКХ. На сегодняшний день созданы первые ИС, которые используют облачные вычисления, средства IoT (промышленный интернет вещей) для выполнения рутинных процессов сбора и передачи информации по линии ЖКХ. Но при этом существует проблема создания единого информационного пространства для эффективного взаимодействия собственников жилья и представителей системы управления в режиме реального времени, оперативного контроля за состоянием МКД и внутридомового оборудования [1].

Созданная для устранения выделенных проблем государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства (ГИС ЖКХ) имеет некоторые недостатки. В частности, в ГИС ЖКХ нет полной информации о жилых или многоквартирных домах, а также действуют ограничения по добавлению сведений региональными операторами капитального ремонта о работах, выполняемых за счет взносов, без привязки договоров к краткосрочному плану реализации региональной программы капитального ремонта и др. Поэтому ГИС ЖКХ пока не стала полноценной цифровой платформой для координации взаимодействия всех участников сферы ЖКХ.

В разрабатываемой ИАС будет предусмотрено использование облачных ИТ-сервисов, таких как IBM Planning Analytics, предназначенный для планирования и статистического прогнозирования при помощи высокоэффективных методов аналитики, MS Power BI, необходимый для анализа и визуализации больших данных на основе искусственного интеллекта и др. Применение данных ИТ-сервисов для целей управления ЖКХ даст возможность анализировать текущее состояние жилищного фонда и прогнозировать рискованные ситуации для их своевременного устранения.

Основой для разработки ИТ-решений является архитектурный подход, позволяющий обеспечить моделирование бизнес-процессов и информационного пространства, информационно-технологическую инфраструктуру для поддержки миссии и бизнес-стратегий предприятия [2, 3]. Инструментарий архитектурного подхода предназначен для разработки моделей архитектуры предприятия (бизнес-модель, модель архитектуры данных и приложений, модель ИТ-инфраструктуры), используемых для анализа существующего состояния предприятия, проектирования его будущего состояния, а также с целью представления альтернативных сценариев развития.

Предлагается ИТ-решение, основанное на интеграции функционала системы Enterprise Asset Management (EAM) и информационно-аналитической системы (ИАС), поскольку EAM решает успешно задачи управления основными фондами в любой сфере. Применительно к сфере ЖКХ предлагается следующий функционал EAM-модулей:

- мониторинг и контроль текущего состояния МКД;
- прогнозирование и анализ изменения состояния МКД;
- планирование строительно-монтажных работ для устранения рискованных ситуаций.

Претендентами на применение EAM-модулей являются:

- Галактика EAM (компания ЗАО «Галактика Центр») для комплексной автоматизации управления техническим обслуживанием и ремонтом фондов ЖКХ;
- Global EAM (компания «Бизнес Технологии») для автоматизации технического учета оборудования, планирования процессов эксплуатации и ремонта, системы управления документами;
- NERPA EAM (компания ООО «Новософт Развитие») для автоматизации управления активами, ведения финансовой отчетности.

Для выбора ИТ-решения была использована СППР Super Decisions, разработаны критерии оценки EAM-модулей для ЖКХ, определен вектор приоритетов для каждого из критериев. Результаты проведенного исследования говорят о том, что наиболее подходящим ИТ-решением для ИАС является ИТ-решение «Галактика EAM» [4].

Создание ИАС ЖКХ основано на ИТ-проекте. Для эффективного управления ИТ-проектом целесообразно использовать методологию управления проектами, в которой сочетаются каскадная (водопад)

и agile (гибкая) модели [5]. Суть гибридного подхода состоит в том, чтобы для каждого этапа работ оптимизировать затраты, длительность и качество проекта. Рекомендуется применение каскадной методологии управления ИТ-проектом на этапах планирования и определения требований, при этом гибкие методологии управления ИТ-проектом желательны на этапах проектирования, разработки, внедрения и оценки ИТ-решения.

Для управления ИТ-проектом выбрано программное средство MS Project 2019, сформирован рабочий календарь проекта с указанием всех праздничных и нерабочих дней, сформирована команда проекта. В рамках ИТ-проекта определены следующие роли: куратор проекта, руководитель проекта, архитектор проектных решений, бизнес-аналитик, специалист по модели данных, администратор БД, администратор приложений. Определен состав проектных работ ИТ-проекта, среди которых выделены вехи (ключевые события проекта). Фрагмент задач с указанием длительности выполнения, предшественников и назначенных ресурсов в MS Project представлен на рис. 1.

Режим задач	Название задачи	Длительность	Начало	Окончание	Предшественник	Названия ресурсов
	ИТ-проект	433 дней	Ср 01.04.20	Пн 20.12.21		
	Подготовительные работы по проекту	13 дней	Ср 01.04.20	Пт 17.04.20		
	Разработка технического задания на создание ИАС	42 дней	Пн 20.04.20	Пт 19.06.20	1	
	Системно-аналитическое обследование объекта	10 дней	Пн 20.04.20	Пн 04.05.20	4	Руководитель проекта; Архитектор проектных
	Разработка бизнес-архитектуры	14 дней	Вт 05.05.20	Пн 25.05.20	6	
	Анализ и обработка полученной информации	7 дней	Вт 26.05.20	Ср 03.06.20	7	Руководитель проекта; Бизнес-аналитик по модели данных
	Разработка технического задания	11 дней	Чт 04.06.20	Пт 19.06.20	13	
	Определение	3 дней	Чт 04.06.20	Пн 08.06.20		Архитектор

Рис. 1. Фрагмент задач ИТ-проекта

Для ИТ-проекта установлены ограничения по срокам, трудозатратам и бюджету. Основные ограничения ИТ-проекта представлены в таблице 1.

Основные ограничения проекта

Ограничение	Критерий	Описание
Сроки проекта	Начало проекта	1 апреля 2020 года
	Окончание проекта	20 декабря 2021 года
Трудозатраты	11 740 ч.	
Бюджет	4 млн. руб	
Количество пользователей	1000	

В ИТ-проекте предусмотрено управление рисками, связанное с:

- низкой квалификацией и исполнительской дисциплиной участников проекта;
- изменениями бизнес-требований Заказчика;
- форс-мажорными обстоятельствами и нарушением календарных сроков проекта;
- нарушением первоначально рассчитанного бюджета ИТ-проекта вследствие инфляционных процессов;
- техническими неисправностями и сбоями компьютерного оборудования и программного обеспечения в процессе разработки проектных решений.

Реализация ИАС управления ЖКХ позволит:

- повысить информационную обеспеченность процессов управления МКД в режиме реального времени, своевременно планировать и выполнять необходимые работы для устранения рисков ситуации;
- обеспечить эффективное взаимодействие всех участников сферы ЖКХ за счет создания экосистемы, в которой каждый участник заинтересован в получении эффективных результатов управления в сфере ЖКХ;
- улучшить качество работы с населением, что приведет к повышению уровня доверия граждан к государству и инициативности участия собственников жилья в управлении своим имуществом.

Переход к автоматизации бизнес-процессов ЖКХ с применением цифровых технологий (промышленного интернета вещей, больших данных, облачных технологий и др.) позволит сформировать единое информационное пространство отрасли, создать ИТ-системы для

оперативного взаимодействия всех участников сферы ЖКХ, а применение методов бизнес-аналитики — обеспечить взвешенные и экономически целесообразные управленческие решения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Боткина А.С. Перспективы внедрения ЕАМ-систем в сферу ЖКХ // Постулат. — 2016. — № 10. — С. 14–21.
2. Гуменюк Н.В. Концептуальные принципы оптимизации работы предприятия на основе архитектурного подхода // Вестник института экономических исследований. — 2018. — № 3(11). — С. 65–73.
3. Ильина О.П., Селищева Т.А. Архитектурное моделирование в управлении стоимостью и ценностью информационно-коммуникационных технологий // Евразийский процесс и цифровая трансформация хозяйственных систем. — СПб: СПбГЭУ. — 2019. — С. 132–140.
4. Кострицкая Е.Д. Обоснование выбора ИТ-решения класса ЕАМ для сферы ЖКХ // Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии. — 2019. — С. 45–47.
5. Трофимов В.В., Трофимова Л.А., Минаков В.Ф., Кияев В.И., Барабанова М.И., Макачук Т.А., Ильина О.П., Путькина Л.В., Лобанов О.С., Газуль С.М. Цифровая конвергенция в экономике: монография. — СПб: Изд-во СПбГЭУ. — 2019, 150 с.

Кругляк Илья Игоревич

Kruglyak Ilya Igorevich

Завьялова Валерия Вячеславовна

Zavyalova Valerya Vyacheslavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»

Program «Securities and Derivative Financial Instruments»

e-mail: kruglyakilya.ilya@yandex.ru

e-mail: lera.zavyalova.97@yandex.ru

ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА АКЦИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

EVOLUTION OF OIL AND GAS STOCK MARKET DEVELOPMENT

Нефтегазовая отрасль занимает лидирующую позицию в современной экономике России. Её развитие напрямую определяет благосостояние народа и страны в целом. Развитие данной отрасли играет ключевую роль в будущем России. В статье рассмотрены основные этапы развития рынка акций компаний

нефтегазовой отрасли, его современное состояние, определены возможности и перспективы.

Oil and gas industry takes the leading position in modern Russian economy. Industry development directly determines the welfare of the population and the country as a whole. It plays major importance of Russian future. The article discusses the main stages of oil companies' stock market development, assess the current market state and determines its abilities and perspectives.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, нефтегазовый сектор, фондовый рынок, обыкновенные акции, привилегированные акции, индекс нефти и газа.

Keywords: securities market, oil and gas sector, stock market, ordinary shares, preferred shares, oil and gas index.

Рынок акций нефтегазовой отрасли в России переживал несколько этапов своего развития. Зарождение фондового рынка происходило 1990 году. Тогда начали выходить на рынок акций первые компании. В мае 1993 года Министерство Финансов зарегистрировало эмиссию акций ПАО «Газпром» [1]. К середине 90-ых на биржи вышло множество российских компаний. В 1998 году грянул кризис, и многим компаниям пришлось выходить из него. Каждый выбирал свой путь выхода из кризиса, но так или иначе это сильно ударило по фондовому рынку России. ПАО «Газпром» приняло решение внести изменения в проспект эмиссии, уменьшив номинальную стоимость в 1000 раз до 0,01 рубля. Так закончился первый этап развития [1].

Второй этап продлился чуть дольше. После шока 1998 года, фондовый рынок России начал восстанавливаться, начала проходить консолидация российского фондового рынка. Однако в 2008 году вновь наступил кризис невиданных масштабов. Нефтегазовая отрасль пострадала в этот момент в наибольшей степени. Так закончился второй этап, и начался третий.

На третьем этапе происходило очередное восстановление рынка. Цены на энергоносители были достаточно высокими. Фондовый рынок России стремительно развивался. Однако, в развитие мировой экономики вмешалась политика. В 2014 году рынок нефти и газа обрушился, против России ввели санкции. Таким образом, по российскому фондовому рынку нанесли двойной удар.

На четвертом этапе началось приспособление к ситуации на мировых площадках. В 2015 году инвесторы получили возможность открывать индивидуальные инвестиционные счета (ИИС), что под-

держало фондовый рынок России. Рынок начал бурное восстановление и развитие. К 2020 году рынки достигли своих исторических максимумов. Однако рост закончился самым сильным в истории падением. Виной всему несостоявшаяся сделка ОПЕК+ и начавшаяся пандемия коронавирусной инфекции. Цена на нефть марки Brent упала до 15,98 долларов за баррель, что является двадцатилетним минимумом. Нефть марки WTI опустилась до отрицательных значений и достигла -40 долларов [2]. Такое на рынке нефти происходит впервые. Пока мы переживаем окончание четвертого этапа развития. Рынок восстанавливается, но очень неуверенно.

По данным Московской биржи на данный момент в России рынок акций насчитывает более 260 инструментов с суммарной капитализацией около 800 миллиардов долларов [2]. Мосбиржа на постоянной основе отслеживает состояние рынка различными методами, одним из которых является составление индексов. При этом больше 90% бумаг из топ-100 включены в Индекс широкого рынка. При изучении отраслевой диверсификации ключевых индексов, наблюдается та самая специфичность российского рынка. Так, например, по состоянию на декабрь 2019 года 47,7% в Индексах МосБиржи и РТС составляют бумаги, относящиеся к энергоресурсам (нефти и газа). В Индексе голубых фишек их доля достигает 54,8%. Таким образом, в России нефтегазовая отрасль является самой влиятельной отраслью среди прочих. Это говорит о её высокой значимости для российской экономики.

На апрель 2020 года в России на бирже размещены 23 акции (16 обыкновенных и 7 привилегированных) 18-и эмитентов, относящихся к компаниям нефтегазовой отрасли [2]. При этом данные бумаги имеют разный уровень листинга. 9 бумаг относятся к первому уровню, 13 — к третьему и только 2 — ко второму. Понятно, что все топовые компании относятся к первому уровню. Однако, следует отметить, что обыкновенные акции ПАО «Газпром нефть» относятся к третьему уровню листинга.

Эволюцию развития рынка акций нефтегазового сектора идеально иллюстрирует Индекс МосБиржи нефти и газа с кодом МОЕХОГ. Данный индекс рассчитывается с 30 декабря 2004 года. Это ценовой индекс, который взвешивается по капитализации акций отдельных эмитентов. При этом учитывается free-float компаний, то есть количество акций, свободно обращающихся на рынке. Состав акций, входящих в Индекс, постоянно пересматривается, чтобы в наибольшей

степени отражать действительное состояние рынка акций нефти и газа. Список пересматривается каждую третью пятницу марта, июня, сентября и декабря.

По состоянию на 20 марта 2020 года в Индекс нефти и газа входит 10 бумаг [3]. При этом акции компаний «РуссНефть» и «ТМК» были исключены, так как они перестали удовлетворять требованиям включения в Индекс. К которым относятся:

- Включение в Индекс акций широкого рынка (осуществляется на основании экспертной оценки Индексного комитета);
- Удельный вес в отраслевом Индексе, рассчитанный с использованием средней капитализации, определенной по ценам закрытия за три месяца, предшествующих Дню формирования Базы расчета, с учетом актуального Коэффициента free-float и Дополнительного весового коэффициента LW_i , составляет более 0,5% [2].

Таблица 1

Индекс акций компаний нефтегазовой отрасли по состоянию на 20.03.2020

№	Тикер	Наименование	Акции в обращении, шт.	Free-float	Удельный вес
1	GAZP	ПАО «Газпром», ао	23 673 512 900	50%	15%
2	LKOH	ПАО НК «ЛУКОЙЛ», ао	692 865 762	55%	15%
3	NVTK	ПАО «НОВАТЭК», ао	3 036 306 000	21%	15%
4	ROSN	ПАО НК «Роснефть», ао	10 598 177 817	11%	15%
5	TATN	ПАО «Татнефть», ао	2 176 690 700	32%	12,42%
6	TATNP	ПАО «Татнефть» ап 3 вып.	147 508 500	100%	2,58%
7	TRNFP	ПАО «Транснефть», ап	1 554 875	32%	7,08%
8	SNGS	ПАО «Сургутнефтегаз», ао	35 725 994 705	25%	9,76%
9	SNGSP	ПАО «Сургутнефтегаз», ап	7 701 998 235	73%	5,24%
10	BANEP	АНК «Башнефть», ап	29 788 012	63%	2,92%

Следует отметить, что доходность рассматриваемой отрасли резко упала в 1 квартале 2020 года на 25,9% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года [2]. Это меньше падения транспортной отрасли (–26,3%), но больше всех остальных. Кроме того, акции компаний

нефтегазовой отрасли имеют наибольшую капитализацию среди прочих отраслей — более 16 триллионов рублей. Доля капитализации рынка акций нефтегазовой отрасли составляет 39,7%. Это значит, что больше трети акций на российском рынке — это акции, которые относятся к нефтегазовой отрасли. С одной стороны, это говорит о том, что данная отрасль в России сильно развита, а с другой — что имеется значительный перекоп в одном направлении. Это наше преимущество, но в то же время и наш недостаток. Мы должны развивать другие отрасли тоже.

Более того, средняя доходность Индекса нефти и газа за последние 10 лет составила 14%. Больше показал только индекс химии и нефтехимии (16%). Затем идёт Индекс металлов и добычи (12,1%), а затем Индекс широкого рынка (11,2%) [2]. Всё это говорит о том, что акции нефтегазовой отрасли имеют хорошую и, самое главное, стабильную доходность на долгосрочной перспективе.

Как уже было сказано ранее, база расчета отраслевых индексов, в том числе Индекса нефти и газа всегда разная. Ежеквартально она пересматривается. По состоянию на март 2020 года в Индекс нефти и газа входят 10 компаний. Имея не самую большую капитализацию (2,8 трлн руб), наибольшую долю в индексе все-таки занимают акции ПАО «Новатэк» — 16,2%. На втором и третьем месте расположились обыкновенные акции ПАО «Газпром» и ПАО «Лукойл» с удельными весами в индексе 15,3% и 14,1% соответственно. Наименьшую долю в индексе имеют привилегированные акции ПАО «Татнефть». Кроме того, мы можем наблюдать отсутствие акций ПАО «Газпром нефть». Учитывая этот факт можно понять, почему акции ПАО «Газпром нефть» относятся к третьему эшелону.

На момент закрытия биржи 17 апреля 18:50 значение Индекса нефти и газа составило 6 476,33. Объем торгов за день превысил 29 миллиардов рублей. А капитализация достигла 945,5 миллиардов рублей [3].

Если рассматривать весь расчетный период Индекса, можно отметить три знаковых момента. Индекс нефти и газа трижды переживал трудные времена: в 2008, 2014 и 2020 годах. Наибольшее падение наблюдается именно в наши дни. Связано это, в первую очередь, с резким падением стоимости нефти на мировом рынке из-за срыва сделки ОПЕК+. Помимо этого, большую роль сыграла пандемия коронавирусной инфекции COVID-19.

Нефтегазовая отрасль переживает не самые лучшие времена. При всем при этом, можно с уверенностью сказать, что ситуация рано или поздно стабилизируется, цены на нефть начнут расти, мировая экономика оживится. Это неизбежно, ведь пока мир не придумал ничего более эффективного в качестве энергоносителей, чем нефть и газ.

Рынок акций нефтегазовой отрасли напрямую зависит от цен на энергоносители, поэтому решением проблем отрасли и российской экономики мы видим в сокращении добычи нефти и газа странами ОПЕК+. Так как спрос на энергоносители значительно упал из-за пандемии коронавирусной инфекции, победа над вирусом и снятие карантинных мер приведёт к росту спроса на энергоносители, тем самым экономика получит мощный толчок для восстановления. Таким образом, рынок акций нефтегазовой отрасли хоть и турбулентен, но имеет потенциал для своего дальнейшего развития. По нашему мнению, данная ситуация — это возможность для инвесторов, потому что акции сегодня торгуются с большим дисконтом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Газпром: официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/> (дата обращения: 19.04.2020).
2. Московская Биржа: официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.moex.com/> (дата обращения: 19.04.2020).
3. Отраслевые индексы — Нефти и газа. [Электронный ресурс]. // Московская Биржа. Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/index/МОЕХОГ> (дата обращения: 19.04.2020).
4. Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О рынке ценных бумаг». // Консультант Плюс: информационно-правовое обеспечение. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10148/ (дата обращения: 19.04.2020).

Кудрявцева Анастасия Сергеевна

Kudriavtseva Anastasia Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

«Сервисная экономика: международные рынки услуг»

«Service Economics: international service markets»

e-mail: marya200810@rambler.ru

УСЛУГИ FASHION-ТУРИЗМА В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

FASHION TOURISM SERVICES IN RUSSIA: STATE AND PROSPECTS

В работе рассмотрены группы потребителей марки услуги Fashion туризма в России, представлено описание понятия Fashion туризма. Анализируется потребительское поведение в сфере Fashion туризма.

The paper considers the groups of consumers of the Fashion Tourism service brand in Russia, describes the concept of Fashion Tourism. The article analyzes consumer behavior in the field of Fashion Tourism.

Ключевые слова: Fashion туризм, потребители, модная индустрия.

Keywords: Fashion tourism, consumers, fashion industry.

Развитие «модного» туризма в России считается одним из ключевых фактором укрепления деловых отношений в сфере Fashion индустрии. Сам термин «Fashion-туризм» многозначен. Fashion-туризм является видом событийного туризма, то есть это вид туризма, при котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным событиям или мероприятиям. Его основной составной частью считается как выездной, так и выездной туризм для приобретения модной одежды, аксессуаров, ювелирных украшений, предметов интерьера и так далее, при проведение ключевого события, например, Fashion week.

Расширение услуг данного вида туризма актуально и для нашей страны, так как число туристов, въехавших в России в 2019 году выросло на 3% по сравнению с предыдущим годом и составило около 62 млн чел., включая более 5,5 млн иностранцев [1]. В России множество местных брендов и производств, бутиков, арт-пространств, собственная Неделя моды, поэтому Fashion туризм актуален для нашей страны, нам есть что продемонстрировать, а главное, есть,

потенциальный спрос как со стороны жителей страны, так и иностранных туристов.

В данной статье мы хотели рассмотреть особенности целевой группы потребителей услуг Fashion туризма в России. Цель развития «Fashion-туризма» в России существует уже много лет. Первое упоминание о такой модели организации бизнеса относится к 1999 году, хотя в странах Европы такая форма организации деловых отношений имеет место более 30 лет. С точки зрения теоретического базиса данной проблемы стоит определить сущность эмпирических связей, которые имеют место в индустрии выездного Fashion-туризма. Мода как основной концепт Fashion-туризма привлекает внимание как исследователей, так и практиков, заинтересованных в выходе на рынки сбыта с учетом запросов изысканных потребителей. При этом специалисты модного бизнеса в РФ заявляют о том, что создать предпосылки для пересмотра традиционного подхода к «Fashion-туризму» крайне сложно. Для решения данной проблемы нужны те только усилия «игроков» рынка, но нужна поддержка государства. Поддержка может быть не столько финансовой, сколько законодательной по формированию нормативного поля данного вида туристской деятельности. По этой причине исследуемая проблема не столько практическая, сколько теоретическая. В этом контексте важно выявить и описать целевую группу потребителей той или иной торговой марки в сфере «Fashion-туризма» в России.

Существует ряд гипотез, которые описывают целевую группу потребителей торговой марки в индустрии моды. Приведем пример марки, связанный с продажами дорогой вечерней одеждой, пользующейся особенно высоким потребительским спросом среди иностранных туристов, приезжающих в нашу страну. Это бренд «Александр Терехов», который сегодня относится к наиболее «раскрученным» брендам модной дорогой дизайнерской одежды во всем мире, и производится в России, сегодня этот бренд входит Топ-5 лучших брендов России, в сфере моды и дизайна [2].

Аналитики рынка убеждены, что для поддержания высокого уровня продаж в системе «Fashion-туризма», крайне важно обращать внимание на фактор последнего изменения во вкусовых характеристиках потребителей такого продукта. Основным потребительским сегментом в сфере услуг данного типа будут обеспеченные туристы,

которые готовы путешествовать с целью приобретения дизайнерской одежды в локацию (дестинацию) ее создания. В частности, на родину изготовления продуктов компании «РусМода», которому принадлежит бренд «Александр Терехов». Может быть создан концепт Fashion-тура, включающий показ модного бренда, экскурсию на производство, доступ к покупке эксклюзивного товара, не представленного в бутиках.

Средний чек «Fashion-туриста» в России, по данным на 2018 год, не выше 200 тыс. руб. за единицу приобретённого товара [4]. Однако, цифры в различных источниках значительно разнятся. Например, эксперт К.Н. Самойлов, утверждает, что в рамках быстрого наращивания маржи и процентной ставки при осуществлении внутрироссийского «Fashion-туризма», оптимальным вариантом считается набор целевой группы потребителей со средним доходом. Такой контингент сегодня составляет около 39% всего населения РФ, которое осуществляет приобретение брендированных товаров и услуг не через Интернет, а во время посещения выставок моды в ходе туристской поездки [3]. Укажем, что средний возраст потребителя в данной сфере не превышает 40 лет, при доходе от 500 до 1000 евро в месяц. Таким образом, развитие «Fashion-туризму» сегодня может рассматриваться как один из нишевых видов туризма с очень ограниченным сегментом платёжеспособных потребителей. В условиях кризиса данный сегмент, скорее всего еще больше уменьшится, а такие формы продвижения как выставки, показы и т. п. скорее всего должны быть переведены в новый формат, формат онлайн мероприятий, а продажи — на онлайн торговые платформы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. В 2019 году в России выросло число иностранных туристов // Портал RG.ru. 2020. 24 января. [Электронный ресурс]. URL.: <https://rg.ru/2020/01/24/reg-cfo/v-2019-godu-v-rossii-vyroslo-chislo-inostrannyh-turistov.html>
2. Портал РусМода. [Электронный ресурс]. URL: <https://rusmoda.ru/rusmoda-pro/>
3. Демакова Е. Как определить целевую аудиторию компании: методы, особенности и рекомендации // Портал FB.ru. 2016. 18 мая. [Электронный ресурс]. URL.: <http://fb.ru/article/247619>.
4. Ибришева С.С. Зарубежная практика Fashion-туризма // Modern scientific researches. 2019. Выпуск 9. Часть 1. С. 107–109. [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.modscires.pro/index.php/msr/article/download/msr09-01-019/pdf09-01-019/>

Кузнецов Алексей Анатольевич

Kuznetsov Aleksei Anatolyevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Математическое и компьютерное моделирование в экономике и управлении»

Master program «Mathematical and computer modeling in economics and management»

e-mail: alexey.kuz45@yandex.ru

МОДЕЛЬ АВТОМАТИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ВЫРУЧКИ

AUTOMATIC REVENUE FORECASTING MODEL

Статья посвящена разработке модели по автоматическому восстановлению и прогнозированию выручки для всех активных клиентов (ИНН) на рынке РФ. Для построения модели использовались различные подходы из сферы машинного обучения. Была получена модель прогнозирования по всем компаниям. Классические модели временных рядов не могут дать хороший результат в силу особенностей ведения статистики, для получения качественной модели необходимо использовать подходы, основанные на прогнозировании по дополнительным показателям, а не по временному ряду.

Development of models for automatic recovery and forecasting for all active customers (TIN) in the Russian market. To build the model, various approaches from the field of machine learning were used. A forecasting model was obtained for all companies. Classical models of time series cannot give a good result due to the features of statistics, to obtain a qualitative model, it is necessary to use approaches based on forecasting by additional indicators, and not by time series.

Ключевые слова: Выручка, активный клиент, Random Forest, машинное обучение, прогноз.

Keywords: Revenue, active client, Random Forest, machine learning, forecast.

Для выстраивания долгосрочных и взаимовыгодных отношений с клиентами банку необходимо иметь достаточно четкое представление о бизнесе клиента, его «здоровье», размерах и возможных перспективах развития. Все эти потребности можно попробовать закрыть, зная кошелек клиента. Это достаточно обширное понятие, у которого нет четкого определения, но можно описать круг задач, который решается посредством этого кошелька:

- определение потенциала клиента, то есть его способности приобрести банковские продукты;

- выявление списка наиболее интересных для клиента банковских продуктов;
- изучение опыта взаимодействия клиента с другими банками;
- приоритизация существующих клиентов на основе кошелька для максимизации прибыли банка.

Как можно понять из описанных выше задач, кошелек — это фундаментальное понятие для определения способа взаимодействия с клиентом, и от качества его построения будет зависеть построение клиентского пути в банке. Выручка — это один из способов оценки размера кошелька клиента.

Учитывая, что в стране существуют службы, занимающиеся сбором и агрегацией данных по компаниям, в том числе и данных по выручке, на рынке РФ тему можно было бы считать закрытой, но существует несколько проблем, которые не позволяют принять такой подход. В о - п е р в ы х, подобные данные собираются только по юридическим лицам. Это является огромной проблемой, так как индивидуальных предпринимателей на рынке больше 50% всех активных компаний, то есть это слепое пятно при планировании активностей по взаимодействию с клиентом, а ведь существуют ИП с годовым доходом более 20 млн. рублей, что уже является весьма немаленькой суммой. В о - в т о р ы х, существует огромный временной лаг между появлением фактических данных по компаниям и текущей датой, например, данные по компаниям за 2018 год появились только в ноябре 2019 года, соответственно фактические данные за 2019 год появятся в ноябре 2020 года. Этот лаг не позволяет оценить состояние бизнеса клиента на текущий момент времени, что не дает возможности предугадать потребности его бизнеса и предложить максимально подходящие услуги.

Описанная в статье модель призвана как раз решить указанные выше проблемы при использовании фактических данных по выручке, которые агрегируются различными компаниями. Итак, есть задача предсказать значение такого показателя, как выручка на конец календарного года. Для решения задачи будут использоваться различные подходы из сферы машинного обучения. Данную задачу можно отнести к задачам с учителем, а точнее, к задачам регрессии, то есть в качестве целевой переменной выступает некоторая непрерывная величина (известная фактическая выручка).

Все модели должны строиться на каких-то данных, которые позволяют описать исследуемый показатель. Вариант, который первым

приходит на ум, — это модели временных рядов. Подход хороший, но нежизнеспособный в рамках текущей задачи, так как, в лучшем случае, можно найти данные по компаниям с 2009 года (в имеющемся агрегаторе), плюс компаний с историей хотя бы до 2009 года крайне мало. Необходимо рассмотреть другие варианты. Другой возможный подход — это построение модели регрессии, где в качестве признаков будут использоваться не сами значения временного ряда, а некоторые переменные, то есть признаки, с помощью которых будем пробовать найти закономерности в поведении целевой переменной.

Глобально набор возможных признаков для описания выручки можно разделить на две группы. В первую группу относятся те переменные, которые можно сформировать на основании внутренних данных банка, то есть значения о платежном профиле клиента. Это та информация, которой располагает только конкретный банк, — история транзакций по каждой конкретной компании, уникальные данные, которыми в той или иной степени располагает каждый банк, но полнота может кардинально отличаться. Плюс к понятию внутренних признаков можно отнести информацию об используемых банковских продуктах, историю взаимодействия с каждым конкретным клиентом. Второй пул данных — открытая общедоступная информация, которая собирается различными агрегаторами. Это различные данные по отчетностям компаний, регистрационные данные. Итого обобщенно признаковый набор имеет следующий вид:

- отчет о прибылях и убытках;
- данные баланса предприятия;
- платежный профиль клиента;
- территория (ОКАТО);
- вид деятельности (ОКВЭД).

Это очень поверхностное описание, всего в полной модели без отбора признаков более 700 различных факторов, которые получаются из описанного выше набора. Процесс сборки всех признаков представлен на рисунке 1.

Существует базовый класс Pipeline, от которого наследуются все остальные классы, ответственные за выдачу различных витрин с признаками (блок «Витрины с признаками»). Внутри этого блока находится множество классов, которые работают независимо друг от друга, и задача каждого — это формирование своего уникального набора признаков. Все эти классы подаются в «PipelineCombiner» —

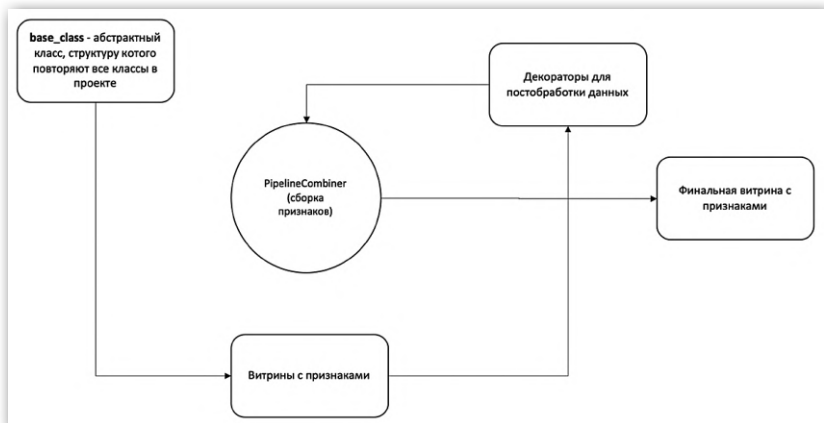


Рис. 1. Pipeline сборки итоговой витрины признаков

это класс, который обращается к каждому объекту внутри себя и создает заданный набор признаков. После отработки «PipelineCombiner» пользователь получает готовый датасет со всеми необходимыми признаками.

При наличии набора признаков для описания целевой переменной необходимо, собственно, построить саму модель для получения прогноза. В ходе экспериментов тестировались следующие модели: линейная регрессия с регуляризацией и без нее, дерево решений, модели Random Forest [1], XGBoost [2] и множество других алгоритмов, которые строятся по принципу ансамблирования моделей.

Линейная регрессия и одиночное дерево показали качество, несопоставимо ниже, чем ансамблевые модели, основанные на деревьях решений, без каких-либо настроек, поэтому акцент был сделан именно на них. В финальном решении используется модель Random Forest. Подобное решение было принято, так как модели на градиентном бустинге давали сравнимое качество (лучше во 2-м знаке после запятой), но скорость вычислений была заметно ниже, это и стало финальным фактором при выборе модели случайного леса.

После этапа формирования набора признаков и подбора модели необходимо выбрать самые важные признаки и удалить бесполезные, так как большое число признаков делает модель менее стабильной

во времени и увеличивает переобучение. Для отбора признаков использовался метод под названием Permutation test [3]. Суть данного теста состоит в следующем: в обученную модели подается полный набор признаков, но какой-то один из них перемешан в случайном порядке, то есть бесполезен. Оценивается качество модели при таком наборе признаков и смотрится изменение относительно полного набора переменных. В итоге, мы имеем оценку влияния каждого конкретного фактора на финальный результат. После того, как была оценена важность всех признаков, было получено, что для сохранения наилучшего качества модели достаточно использовать 100 признаков. Таким образом, пространство переменных было сокращено с 700 до 100.

Как говорилось выше, официальная выручка есть только по юридическим лицам (ЮЛ). Следовательно, ее можно использовать в качестве целевой переменной и пытаться получить прогноз хотя бы по ЮЛ. Для ИП официального понятия выручки не существует, ни в каких формах отчетности такой показатель не появляется. Для получения прогноза по индивидуальным предпринимателям будет использоваться набор признаков, аналогичный тем, которые были у ЮЛ, но без включения данных по балансам предприятия, отчетах о прибылях и убытках и прочей информации, которая свойственна только юридическим лицам. Итоговая схема моделирования выручки показана на рисунке 2.

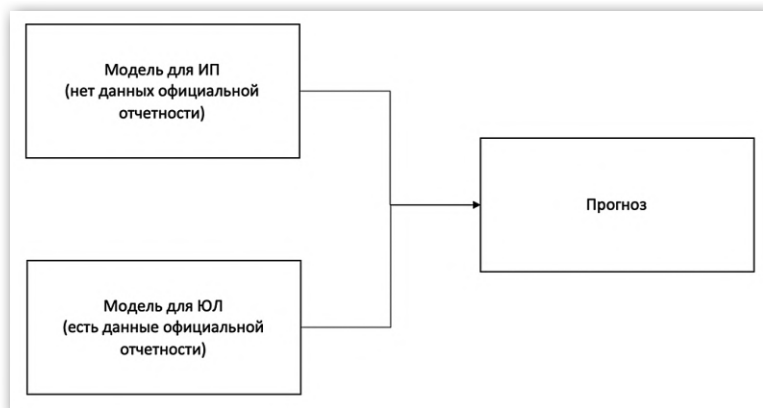


Рис. 2. Схема получения прогноза для всех активных клиентов

На выходе двух моделей имеется прогноз по аналогичному списку компаний, но на финальном этапе по проставленным меткам для ИП берутся прогнозы по одной модели, для ЮЛ — по другой. Таким образом, мы имеем возможность дать оценку величины бизнеса клиента для каждой компании.

Как итог работы, описанной в данной статье, имеется модель, способная дать оценку величины выручки компании для всех известных активных клиентов на рынке Российской Федерации, то есть порядка 8-ми млн. компаний. Прогнозирование классическими моделями по временному ряду не представляется возможным в силу специфики хранения данных и учета статистики в РФ, поэтому было принято решение использовать другие подходы машинного обучения для прогнозирования выручки. Строятся 2 независимые модели: первая модель — для прогнозирования выручки тех компаний, которые имеют отчетность, вторая модель — для тех компаний, которые никогда не сдавали отчетность, и, как следствие, используется иной набор показателей для оценки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. L. Breiman «Random forests» // Machine Learning — 2001 — p. 5–32.
2. Tianqi Chen, Carlos Guestrin «Xgboost: A scalable tree boosting system» // In Proceedings of the 22Nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining — 2018. — p. 785–794.
3. Hemerik, J., Goeman, J. «Exact testing with random permutations» // TEST 27–2018. — p. 811–825.

Кузьменкова Юлия Олеговна
Kuzmenkova Yulia Olegovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»
Master program «Innovative Technology Personnel and Career Management»
e-mail: yulia.kuzmenkova@yandex.ru

**ВНУТРИФИРМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ
КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ
В УСЛОВИЯХ ЕЁ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

**INTERNAL COMMUNICATIONS AS AN INSTRUMENT
FOR THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION PERSONNEL
MANAGEMENT SYSTEM IN THE CONDITIONS
OF ITS DIGITIZATION**

В данной статье рассматривается влияние цифровой экономики на изменение формата коммуникаций между сотрудниками различных подразделений, а также современные средства для обмена информацией на внутрифирменном уровне.

This article discusses the impact of the digital economy on changing the format of communication between employees of various departments, as well as modern means of exchanging information at the intra-company level.

Ключевые слова: развитие системы управления персоналом, цифровая экономика, внутрифирменные коммуникации, виртуальная среда.

Keywords: HR management system development, digital economy, internal communication, virtual environment.

Внутрифирменные коммуникации представляют собой обмен информацией, который осуществляется между элементами организации. Коммуникации в компании могут быть вертикальными (обмен информацией между руководством и подразделением) и горизонтальными (между подразделениями). По мнению авторов, «оценка работы персонала является важной составляющей управленческого контроля в системе управления персоналом» [3, с. 490]. В полной мере этому должны способствовать внутрифирменные коммуникации, пронизывающие всю систему управления персоналом и способствующие её развитию в условиях цифровой трансформации.

С появлением глобальной сети большое значение для людей приобрело виртуальное общение. Диджитализация охватывает абсолютно все сферы деятельности современного человека. Цифровая экономика рассматривается как совокупность экономических отношений, возникающих при использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий [2, с. 226]. Её характеризуют обратная связь, сетевая интеграция, обмен информацией, автоматические системы управления и т. д. В связи с этим, в современном мире компаниям приходится изменять формат коммуникаций на внутрифирменном уровне.

Цифровые платформы способствуют быстрому обмену информацией между отделами предприятия, сотрудничеству и совместным разработкам между организациями, непрерывным коммуникациям между сотрудниками, что позволяет компаниям находиться на связи вне зависимости от часового пояса и государственных границ. На микроэкономическом уровне современные системы коммуникации между сотрудниками позволяют обеспечить организациям возможности реализовать новые алгоритмы хозяйственной деятельности и оптимизацию бизнес-процессов.

В условиях динамичной деловой среды необходимо иметь IT-инструменты, которые упрощают совместную работу и улучшают процессы обмена информацией, повышая мобильность сотрудников. Важным фактором для использования IT-решений для виртуального сотрудничества является тот факт, что в компаниях появляется всё больше сотрудников поколения Y и Z. Представители данных поколений не представляют своей жизни без мобильных устройств и рассматривают электронное взаимодействие как обязательную часть повседневной жизни. Молодому поколению важно техническое обеспечение компании, а потому руководителям организаций следует уделить данному фактору пристальное внимание.

Но не только рядовым сотрудникам важно пользоваться современными средствами для коммуникации, руководителям организаций также необходимо быть активными пользователями инноваций. Таким образом, руководитель сможет оперативно распространять актуальную информацию для подразделений компаний, повысить лояльность коллектива, улучшить имидж компании, демонстрируя её приверженность современным новшествам.

На сегодняшний день одним из самых актуальных способов осуществления коммуникации (как вертикальной, так и горизонтальной)

между сотрудниками является виртуальное общение. Оно является эффективным инструментом взаимодействия как на малых и средних предприятиях, так и в компаниях мирового масштаба. Данные технологии способствуют расширению бизнеса, сокращению транзакционных издержек, упрощению совместной работы, ускорению процесса принятия решений и эффективному использованию имеющихся ресурсов предприятия. Безусловно, есть несколько требований к такой IT-инфраструктуре [5, с. 131].

Во - п е р в ы х, такая система должна быть безопасна для пользователей и обеспечивать совместимость с разными серверами.

Во - в т о р ы х, система должна позволять работать в режиме реального времени и поддерживать форматы аудио-, видеоконференций для удобства пользования.

В - т р е т ь и х, данная система должна поддерживать обмен сообщениями посредством электронной почты, календаря и корпоративных каталогов.

На сегодняшний день наиболее востребованными системами организации внутрифирменных коммуникаций являются система Content Services Platforms (CSP) и Enterprise Social Network (ESN). Первая система поддерживает все типы и форматы контента на протяжении всего жизненного цикла информации и позволяет реализовать интеграцию с внешними приложениями для работы с цифровым контентом, администрирование цифрового содержимого и платформ, а также бизнес-обработку цифрового контента. Вторая же обеспечивает управление документацией компании, совместную работу над общими проектами, электронный архив, автоматизацию публикаций.

Рынки CSP и ESN зачастую взаимодействуют между собой и являются эффективными средствами обмена информацией между сотрудниками на уровне предприятия. Следует также обратить внимание на самые популярные коммуникационные инструменты современного бизнеса [1, с. 79]. Интрасеть является незаменимым помощником в виртуальном общении сотрудников. Она представляет собой частную корпоративную сеть, к которой могут подключиться все зарегистрированные пользователи организации. Преимуществом данной системы является её простота, удобство, возможность быстрой связи команды. Недостатком же является её дорогое обслуживание и относительно низкий уровень безопасности.

Групповые чаты представляют собой простой способ обмена сообщениями между двумя работниками или же группой сотрудников, чаще всего носят неформальный характер.

Дискуссионный форум представляет собой форму объединения сотрудников и руководителей для обсуждения деловых вопросов в виртуальном пространстве. Данный инструмент экономит время сотрудников и руководителей и позволяет эффективно осуществлять вертикальную коммуникацию.

Следующий инструмент — геймификация не является прямым методом коммуникации между сотрудниками. Эта модель характеризуется применением игровой механики и методов проектирования игр для привлечения сотрудников и их мотивации на достижение целей компании. Она способствует повышению определенных показателей деятельности и особенно актуальна в работе с молодым поколением [4, с. 125]. Существенным недостатком геймификации является невозможность использования её в некоторых областях.

Перечисленные инструменты и IT-технологии упрощают процесс обмена информацией между людьми, однако с доступностью подобных средств появляется и новая проблема — обеспечение безопасности, передаваемой через электронные ресурсы информации и сохранение в тайне персональных данных. В условиях информационной войны появляется необходимость в разработке системы защиты данных. Особенно данный вопрос актуален на уровне предприятий для защиты коммерческих тайн.

Наиболее распространенными угрозами для передаваемой по интернету информации являются: несанкционированный доступ к ресурсам и данным системы; перехват и подмена трафика IP-спуфинг (подмена сетевых адресов); атака на уровне приложений.

При активном обмене важной информацией следует ввести электронное подтверждение личности. Для этого рационально использовать инфраструктуры открытого ключа (PKI), который позволяет обеспечить безопасный обмен данных между пользователями. Данный механизм решает проблему аутентификации, позволяет организовать защищенный обмен электронной почтой и реализацию виртуальных частных сетей (VPN) для защищенных соединений удаленных пользователей и филиальных сетей организации.

Исходя из перечисленных факторов, у компаний возникает необходимость разработки и внедрения корпоративной цифровой

коммуникационной площадки, которая, в о - п е р в ы х, позволит безопасно хранить на сервисе документы компании по подразделениям, а в о - в т о р ы х, реализует функцию мессенджера, позволяя сотрудникам быстро передавать информацию через приложение. Возможность создания Совещания будет являться еще одним неоспоримыми преимуществом данной платформы.

Данный сервис будет способствовать современной постановке задач (SMART), синхронизации поставленных задач, контроля за исполнением задач и соблюдением соответствующих сроков их выполнения, мгновенный обмен информацией для сотрудников удалённых подразделений, а самое главное — экономии затрачиваемого на внутрифирменные коммуникации времени.

Становится очевидным, что переход к цифровой экономике влечёт за собой множество изменений в бизнес-сфере. Процесс принятия решений становится быстрее и предполагает использование автоматизированных средств, снижаются затраты производства, а соответственно увеличивается прибыль. В условиях быстроизменяющихся моделей ведения бизнеса важно следить за тенденциями, в том числе на уровне интернет-коммуникаций, для обеспечения лучших условий работы сотрудников и повышения производительности труда.

Таким образом, обеспечение удобной системы для коммуникации сотрудников является одной из первостепенных задач для современных организаций вне зависимости от их профиля. На данный момент существует множество сервисов и инструментов, позволяющих эффективно взаимодействовать коллективу без дополнительных временных и энергетических затрат. Но для большей безопасности общения и сохранения корпоративных тайн рекомендуется разработка собственных платформ и приложений для каждой организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Экономика и менеджмент в условиях цифровизации: состояние, проблемы, форсайт: труды научно-практической конференции с международным участием / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. — 512 с.

2. Дуплякина О.К., Мирошниченко М.А. Необходимые условия развития цифровой экономики в России // Экономика знаний в России: от генерации знаний и инноваций к когнитивной индустриализации. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Ответственные редакторы В.В. Ермоленко, М.Р. Закарян. — Краснодар: Кубанский государственный университет, 2017. — С. 225–232.

3. Петров М.А. Оценка эффективности внутрифирменного обучения персонала // Вестник факультета управления СПбГЭУ. — 2017. — № 1. — С. 490–495.

4. Теория и практика развития биоэкономики: инновации, цифровизация, трансформация... / И.А. Максимцев [и др.]. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 154 с.

5. Трофимова Е.В., Дмитриева А.И. Особенности построения внутрифирменных коммуникаций в условиях становления цифровой экономики // Научные горизонты. — 2019. — № 9 (25) — С. 129–138.

Кулева Екатерина Дмитриевна

Kuleva Ekaterina Dmitrievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственная и муниципальная служба»

Master program «Public and municipal services»

e-mail: katalina.yes@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МЕЖДУНАРОДНОГО МОЛОДЕЖНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

PROBLEMS OF STATE SUPPORT FOR INTERNATIONAL YOUTH COOPERATION

В статье выявлены актуальные проблемы поддержки международного молодежного сотрудничества со стороны органов власти различных уровней. По результатам исследования автором предложены возможные пути решения данных проблем и определены основные направления государственной политики по дальнейшему развитию международного молодежного сотрудничества в России.

The article reveals the actual issues of supporting international youth cooperation at the different levels of government. Based on the results of the study, the author suggested possible solutions to these problems and identified the main directions of state policy for the further development of Russia's international youth cooperation.

Ключевые слова: международное молодежное сотрудничество, государственная поддержка, молодежный обмен.

Keywords: international youth cooperation, government support, youth exchange.

Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена тем, что международное молодежное сотрудничество является одной из наиболее перспективных моделей создания общего культурно-гуманитарного пространства среди молодежных субъектов различных стран

и регионов. Сегодня такое сотрудничество служит ключевым фактором достижения устойчивого экономического роста и инновационного развития, поддержания и расширения дружественных межгосударственных связей, обеспечения национальной конкурентоспособности в условиях всемирной экономической, политической и культурной интеграции. Необходимо понимать, что международное молодежное сотрудничество в рамках внешней политики отдельных развитых государств является формой применения «мягкой силы», т. е. продвижения национальных интересов за рубежом, создания позитивного имиджа, привлечения как иностранных туристов, так и экономических партнеров, их инвестиций [1, с. 142].

На рисунке 1 представлены субъекты, участвующие в реализации международного молодежного сотрудничества в России.

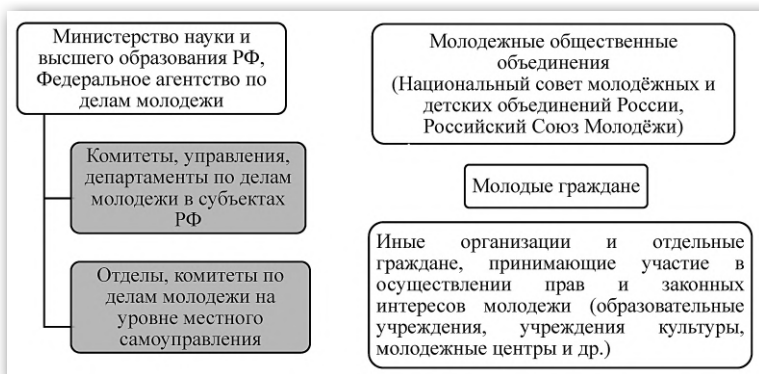


Рис. 1. Субъекты молодежной политики РФ, задействованные в международном молодежном сотрудничестве

Из схемы также видно, что в настоящее время работу по направлению международного молодежного сотрудничества в РФ курируют два федеральных ведомства:

1) Министерство науки и высшего образования РФ. В структуре министерства функционирует Департамент государственной молодежной политики и социальных проектов в сфере высшего образования, который подчиняется непосредственно федеральному министру. Так, одной из приоритетных задач департамента является развитие ММС и укрепление позиций русского языка за рубежом;

2) Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь). Вектором международной деятельности агентства служит формирование подходящих условий для организации молодежных обменов, межкультурного диалога и профессиональных встреч для молодых участников из разных стран.

Не менее важным институтом в системе управления международным молодежным сотрудничеством выступает Национальный совет молодёжных и детских объединений России, в котором состоит основная доля всех детских и молодежных национальных общественных организаций, наряду с региональными ассоциациями по работе с молодежью. Национальный совет реализует свои инициативы как за счёт государственной поддержки, так и совместно с зарубежными межправительственными (Молодёжный департамент Совета Европы, Секретариат ООН) и неправительственными молодежными объединениями (Европейский молодёжный форум, форум молодежи под эгидой ЮНЕСКО и др.) [4, с. 115].

На сегодняшний день утвержденные Правительством РФ «Основы государственной молодёжной политики РФ на период до 2025 года» устанавливают следующие государственные приоритеты в международной молодёжной деятельности:

1. Вовлечение молодёжи в работу по линии Евразийского экономического союза, укрепление общего гуманитарного пространства СНГ и привлечение зарубежных высококвалифицированных кадров для обмена опытом в сфере технологий и управленческих процессов.

2. Привлечение российской молодёжи к участию в международных проектах, в том числе по организации межрегиональных форумов, семинаров, встреч и фестивалей.

3. Активная поддержка и развитие сотрудничества по программе проведения мероприятий в рамках двусторонних молодёжных обменов, в том числе организация встреч соотечественников, проживающих за рубежом [4, с. 110].

С точки зрения упрощения процедуры государственной поддержки по данным направлениям, крайне актуальным остаётся модернизация механизма мониторинга правоприменения как российских нормативно-правовых актов, так и законодательной базы стран-партнеров. Все принимаемые международные программы и планы действия в рамках утвержденной стратегии молодежного сотрудничества должны соответствовать рамочным соглашениям. В России такими правовыми документами являются следующие:

- 1) концепция участия России в объединении БРИКС;
- 2) договор о Евразийском экономическом союзе;
- 3) стратегия международного молодежного сотрудничества государств-участников СНГ на период до 2020 г. На сегодняшний день уже проводятся заседания рабочей группы по подготовке проекта Стратегии международного молодежного сотрудничества государств-участников СНГ на 2021–2030 гг.;
- 4) рамочная программа, заключенная между Министерством науки и высшего образования РФ и Молодёжным Департаментом Совета Европы по сотрудничеству в сфере молодёжной политики на 2014–2018 гг. (была продлена до конца 2020 г.) [4, с. 110].

Что касается развития международных молодежных обменов, данный формат взаимодействия активно поддерживается Европейским Союзом в рамках европейской программы «Молодежь в действии» (в настоящее время это составная часть программы «Erasmus+») [1, с.143]. К сожалению, в России как молодые люди, так и специалисты по работе с молодежью достаточно плохо информированы о возможностях и преимуществах программы и, как следствие, не очень активно стремятся принимать в ней участие. Тем не менее, по инициативе отдельных заинтересованных стран Европы в России всё-таки проводится работа по продвижению и популяризации молодежных обменов. Так, например, в рамках двустороннего соглашения в России и Германии были созданы специальные координационные бюро, а также ежегодно проводится российско-германский Совет по молодежному сотрудничеству и международным обменам, в котором принимают участие как государственные структуры (МИД, Министерство науки и высшего образования, региональные органы исполнительной власти и др.), так и негосударственные (Национальный Совет молодежных и детских организаций России и др.).

Важно понимать, что в России в настоящее время международные обмены проводятся, как правило, региональными органами исполнительной власти (отделами, комитетами, министерствами по молодежной политике и органами образования) и крупными молодежными организациями [1, с. 142]. Поскольку такие обмены организуются для учащихся на безвозмездной основе, они требуют значительных затрат для самой организации на оплату трансфера, проживания и приема ответной делегации. Все эти мероприятия, как правило, не по силам

отдельным региональным и, практически всем, местным органам власти и молодежным общественным организациям. За рубежом, напротив, инициаторами молодежных обменов обычно выступают крупные молодежные союзы и их подразделения.

Помимо уже обозначенных проблем, связанных с отсутствием или несвоевременным доступом к информации о проводимых международных мероприятиях, а также о существенной ограниченности бюджетов региональных и местных уровней для организации молодежных обменов, к актуальным проблемам в области международного молодежного сотрудничества можно отнести следующие:

1) слабая координация действий специалистов по реализации международных направлений стратегического развития, а также проблематичность утверждения правовых и отчетных документов (длительные сроки их подготовки и согласования с зарубежными партнерами);

2) проблема кадрового обеспечения, а именно нехватка квалифицированных специалистов, имеющих достаточный опыт для ведения международных проектов;

3) недостаточный уровень владения иностранными языками у специалистов по молодежной политике (особенно актуально для региональных ведомств);

4) отсутствие межведомственных консультативно-совещательных органов по разрешению спорных ситуаций, касающихся взаимодействия молодежных организаций России и органов государственной власти;

5) появление значительного количества неправительственных молодежных организаций на фоне неэффективной координации их деятельности со стороны государственных структур. По этой причине организации вынуждены самостоятельно создавать собственные механизмы межведомственной коммуникации. Так, для упрощения процесса взаимодействия участников наибольшую популярность сегодня приобретают сетевые неправительственные организации. Это обстоятельство ставит под вопрос результативность работы государственных органов по молодежной политике в отдельных регионах страны.

Подводя итог, можно сделать вывод, что сегодня в России сформирована устойчивая база для реализации международных молодежных

инициатив. Однако существует и ряд проблем, которые можно устранить путем эффективного государственного участия в формате разработки региональных программ сотрудничества, оказания грантовой поддержки и работы по следующим направлениям:

- проведение совместно с зарубежными партнерами исследований в области сравнительного анализа нормативно-правовых актов в области международного сотрудничества;
- создание общедоступных баз данных и информационных порталов, где бы освещались вопросы о порядке участия организаций и молодежных объединений в различных проектах и инициативах;
- формирование кадрового резерва специалистов по проведению международных мероприятий и работе с иностранными партнерами;
- изучение языков и культуры стран-партнеров, обмен опытом и информацией по работе с молодежью;
- введение непрерывной системы переподготовки научно-педагогических и административных кадров, стимулирование проведения образовательных межнациональных проектов, обеспечивающих повышение квалификации участников и специалистов международного молодежного движения;
- проведение международных форумов, конференций, тематических встреч, социологических обследований молодежи, посвящённых актуальным проблемам по организации работы с молодежью в международной среде.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Кострикин А.В. Международное молодежное сотрудничество и международная деятельность молодежных организаций как фактор гражданско-патриотического воспитания молодежи. — СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — С. 142–144.

2. Оганян К.М. Международное молодежное сотрудничество/Социальная работа за рубежом: международный опыт и шведская модель — СПб: СПбГУ, 2016. — с.76–82.

3. Стратегия развития молодежи РФ на период до 2025 года [Электронный ресурс]. URL: <https://fadm.gov.ru/mediafiles/documents/document/98/ae/98aeadb5-7771-4e5b-a8ee-6e732c5d5e84.pdf> (дата обращения: 10.04.2020).

4. Теория и практика устойчивого ценностно-позитивного развития молодежи: под ред. С.В. Тетерского, Т. К. Ростовской. — М.: Перспектива, 2016. — 287с.

Курочкина Варвара Владимировна

Kurochkina Varvara Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

«Сервисная экономика: международные рынки услуг»

«Service Economics: international service markets»

e-mail: varyakurochkina97@gmail.com

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ФУДШЕРИНГА: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

MOBILE FOODSHARING APPS: RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE

В работе рассмотрены существующие продукты экономики совместного потребления, представлено описание понятия шеринговой онлайн-платформы и приведены примеры таких платформ на российском рынке. Проанализирован зарубежный опыт развития онлайн-сервисов фудшеринга, и проведен сравнительный анализ российских и зарубежных фудшеринг проектов.

The article considers the existing products of the economy of joint consumption, provides a description of the concept of online sharing platform and provides examples of such platforms in the Russian market. The foreign experience in the development of online food sharing services is analyzed, and a comparative analysis of Russian and foreign food sharing projects is carried out.

Ключевые слова: фудшеринг, онлайн-платформы фудшеринга, мобильные приложения фудшеринга, экономика совместного потребления, шеринговая экономика.

Keywords: foodsharing, online-services, foodsharing apps, food waste, sharing economics.

Экономика совместного потребления охватывает целые страны и отрасли, превратившись в миллиардный бизнес, привлекательный как для частных предпринимателей, так и для крупных корпораций, а ее быстрый рост феноменален. Число предложений Airbnb (платформы по обмену и поиску жилья) выросло за последние 6 лет больше, чем сеть отелей Hilton за 93 года [7]. И рост продолжается такими же темпами.

Шеринговые сервисы существуют уже практически в каждой сфере общественного потребления: транспорт в аренду (каршеринг), съем жилья, бытовая техника, одежда на прокат, и даже фудшеринг (от англ. food — еда, share — делиться), подразумевающий распределение

продуктов питания, как правило с истекающим сроком годности, между всеми желающими.

Самым распространенным способом предоставления подобных услуг совместного пользования является взаимодействие с потребителем с помощью онлайн-сервисов.

В общем понимании шеринговая онлайн-платформа (иначе онлайн-сервис, маркетплейс) — это сетевая электронная торговая платформа, предоставляющая информацию о продукте или услуге компании или третьих лиц (другие компании или физические лица), которая связывает продавцов и покупателей, позволяя им совершать заказы и сделки через нее [1, с. 170]. При этом собственником сервиса обеспечиваются трафик и маркетинговая поддержка для увеличения продаж. Монетизация таких сервисов может происходить за счет комиссии в виде процентов от сделки или платного размещения объявления в каталоге. Бизнес-модель онлайн-платформы, как правило, избавляет владельца от необходимости закупок, содержания склада, формирования и транспортировки заказа, а также расходов на оплату труда большого количества исполнителей. Благодаря этому снижаются затраты и отсутствуют риски, связанные с выполнением заказов — ответственность за ошибки перед клиентами лежит на продавцах. Кроме того, отсутствуют географические ограничения. Благодаря снижению транзакционных издержек и стоимости привлечения клиентов, а также внутренней конкуренции на площадке продавцы часто снижают стоимость своих товаров, что привлекает большее количество пользователей. Покупатели, в свою очередь, получают доступ к большому количеству товаров и услуг в одном месте с возможностью выбрать поставщика на основе собственных предпочтений и потребностей, в зависимости от цены товара, рейтинга продавца, отзывов и т. д.

В России на сегодняшний день существует большое количество шеринговых онлайн-сервисов, таких как: Airbnb, Яндекс.Драйв, Делимобиль, BlaBlaCar, Avito, Юла, Rubashki Club, OhMyLook! и других.

Но если говорить о фудшеринге, то он пока воспринимается в нашей стране, скорее, только как благотворительность. Существующие проекты фудшеринга представляют собой группы Вконтакте, размещающие объявления пользователей об имеющихся у них продуктах питания, которыми они готовы поделиться на безвозмездной основе. Так, в Санкт-Петербурге существует благотворительная организация

«Ночлежка», которая является участником фудшеринг-движения, передавая продукты питания бездомным людям.

Фудшеринг в данном воплощении реализует важные социальные и экологические миссии — по обеспечению нуждающихся людей продуктами питания и по предотвращению нерационального использования продуктов питания и улучшению экологической ситуации в стране и одним из приоритетных направлений государственной политики на данный момент (национальный проект «Экология»). По данным исследования ТИАР-центра и Российской ассоциации электронных коммуникаций, сегодня в России на этапе реализации продуктов питания и их потребления теряется не менее 16% продуктов питания. Это около 17 млн тонн продовольствия, ежегодно превращающегося в пищевые отходы [2, с. 7].

Вместе с тем фудшеринг-сервисы могут работать не только как НКО, но и как бизнес [4], извлекая доход из содействия в распределении продуктов питания. Примерами успешных коммерческих проектов фудшеринга служат несколько развитых мобильных приложений, созданных за рубежом.

С 2015 года в Великобритании успешно функционирует мобильное приложение Olio, представляющее собой онлайн-платформу для взаимодействия физических лиц между собой, а также с предприятиями общественного питания. Все пользователи приложения могут разместить свое объявление об имеющихся излишках еды, выложив фотографию продуктов и указав место расположения на карте. Любой заинтересованный пользователь может связаться с хозяином объявления с помощью личных сообщений в приложении и договориться о дальнейших условиях обмена. Приложение насчитывает более 1,9 миллиона пользователей и более 3,6 миллионов спасенных блюд.

Другой сервис, работающий по схожему принципу — шведское приложение Karma App — функционирует с 2016 года, и на сегодняшний день, помимо Швеции, доступно в Великобритании и Франции. В общей сложности приложение охватывает 225 городов, около 8,3 тысяч продавцов, более 1,3 миллиона пользователей и 1,5 миллиона тонн спасенных блюд. Кафе, рестораны, продуктовые магазины размещают в этом приложении объявления о продаже нереализованной еды за полцены, пользователи выбирают товар, оплачивают его через приложение и самостоятельно забирают. Помимо спасения еды, компании

используют приложение как площадку для привлечения новых клиентов. Karma App зарабатывает на комиссии (25% от чека). В 2018 г. приложение привлекло 12 миллионов долларов инвестиций для выхода на зарубежные рынки.

Не менее успешным примером является польское приложение Too Good To Go, охватывающее почти всю Европу, и, по данным создателей, насчитывающее уже более 25 тысяч магазинов-партнеров и 21 миллиона пользователей. Участниками приложения являются пекарни и кофейни, в том числе всемирно известная сеть кофеен Старбакс, продуктовые магазины, а также отели, имеющие свои рестораны, которые могут продавать остатки нереализованной за день продукции по выгодным ценам.

В России подобные проекты пока развиваются не такими быстрыми темпами, на начало 2020 года существует всего 2 заметных и функционирующих приложения фудшеринга: Eatme и LastBox.

Онлайн-сервис Eatme представляет собой платформу, где собораны кафе и рестораны города, предлагающие определенные блюда по сниженным ценам, пользователь может выбрать ближайшие к нему предложения на карте и самостоятельно забрать свой заказ. На сегодняшний день сервис сотрудничает с более, чем 350 предприятиями общественного питания и насчитывает около 7 тысяч пользователей. Доступно приложение в семи городах России: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург, Нижний Новгород, Сочи и Ульяновск. Но стоит отметить, что подавляющее большинство партнеров и активных пользователей пока сосредоточено в Москве и Санкт-Петербурге, в регионах же сервис сотрудничает только с несколькими заведениями и не пользуется большой популярностью.

Второй российский онлайн-сервис фудшеринга — LastBox — доступен пока только для жителей Москвы и Московской области. Запуск приложения произошел в декабре 2019 года, и, по данным официального сайта приложения, к февралю 2020 года к сервису подключилось 75 партнеров в виде кафе и ресторанов и более 7 тысяч активных пользователей, приобретающих продукцию с фиксированной скидкой 50%.

Данные по основным характеристикам рассмотренных приложений приведены в таблице 1, данные взяты из официальных страниц приложений.

Сравнительный анализ мобильных приложений фудшеринга

Название приложения	Год создания	Страны, в которых доступно приложение	Кол-во пользователей	Кол-во партнеров (кафе, магазины)	Кол-во спасенных блюд
OLIO	2015	Великобритания	1,9 млн	(партнеры включены в кол-во пользователей)	3,6 млн
Karma App	2016	Швеция, Великобритания, Франция	1,3 млн	8,3 тыс.	3 млн
Too Good To Go	2016	Почти все страны ЕС, США	19 млн	25 тыс.	30 млн
Eatme	2019	Россия	7 тыс.	350	(пока нет данных)
LastBox	2019	Россия (только Москва и МО)	7 тыс.	75	

Как видно из приведенной таблицы, все зарубежные проекты развиваются на протяжении более трех лет и уже имеют значительные результаты по охвату пользователей и количеству спасенных блюд. Российские же аналоги пока только начинают осваивать данную нишу и далеки от результатов зарубежных коллег.

Сами владельцы фудшеринг-проектов в России отмечают сложности запуска и развития подобных сервисов из-за особенностей нашего законодательства в сфере передачи продуктов питания, в том числе отсутствие регулирования фудшеринга в целом. Тем не менее, в планах создателей — охватить большее количество пользователей по всей стране в ближайшее время.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Исследование ТИАР-центра и РАЭК «Фудшеринг в России» [Электронный ресурс], URL: https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2019/10/Foodsharing-in-Russia_October-1.pdf (дата обращения: 17.04.2020)
2. Федеральный закон № 29-ФЗ от 02.01.2000 «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (с изменениями от 30 декабря 2001 г., 10 января, 30 июня 2003 г., 22 августа 2004 г., 9 мая, 5, 31 декабря 2005 г., 31 марта 2006 г.)

3. Федоринов С. Коммунизм, который никто не строил: куда нас заведет шеринговая экономика // Forbes [Электронный ресурс], Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/378581-kommunizm-kotoryu-nikto-ne-stroil-kuda-nas-zavedet-sheringovaya-ekonomika> (дата обращения: 18.04.2020)

4. Хорева Л.В., Шокола Я.В. Новая концепция корпоративной социальной ответственности — КСО 2.0 // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2015. № 4 (26). С. 25–30.

5. Шиленосова Н.В., Бутрина Ю.В. Анализ развития онлайн-платформ в условиях шеринговой экономики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: экономика и менеджмент. 2019. № 4. С. 167–179.

Ларионов Кирилл Александрович

Larionov Kirill Aleksandrovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»
Master program: «Securities and derivative financial instruments»
e-mail: k_larionov@protonmail.com

МИРОВОЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГУЛЯТОРНОЙ ПЛАТФОРМЫ, ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

GLOBAL EXPERIENCE OF CREATING AND USING A REGULATORY PLATFORM, THE POSSIBILITY OF ITS APPLICATION ON THE RUSSIAN FINANCIAL MARKET

Сегодня новые технологии перестраивают индустрию финансовых услуг. Ключевой задачей при внедрении инновационных финансовых технологий и сервисов является их всестороннее исследование, которое должно предусматривать оценку эффективности и рисков от их применения, а также разработку соответствующих механизмов регулирования. В статье рассматривается мировой опыт создания и использования регулятивной платформы на примере Financial Conduct Authority, а также изучение опыта создания и использования регулятивной «песочницы» Банка России.

Nowadays new technologies are reconstructing the financial services industry. The key task in the implementation of innovative financial technologies and services is their comprehensive research, which should include an analysis of efficiency and risks from their application, as well as the development of appropriate regulatory mechanisms. The article discusses the world experience of creating and using a regulatory platform on the example of the Financial Conduct Authority, as well as exploration of the experience of creating and using a regulatory “sandbox” of the Bank of Russia.

Ключевые слова: регулятивная платформа, регулятивная «песочница», российский финансовый рынок, Банк России.

Keywords: regulatory platform, regulatory “sandbox”, Russian financial market, Bank of Russia, FCA.

Регулирующая песочница — это система, созданная финансовым регулятором, которая позволяет финтех-стартапам и другим новаторам проводить эксперименты и предоставлять свои инновационные финансовые сервисы и технологии клиентам в контролируемой среде и под наблюдением регулятора.

Основной целью регулятивной платформы является адаптация жестких правил финансового регулирования к стремительному росту наиболее инновационных компаний таким образом, чтобы не «подавить» финтех-сектор правилами, но в то же время осуществить это без ущерба для безопасности клиентов. Другая цель — привлечь внимание различных игроков, таких как банки, фонды прямых инвестиций и венчурные фонды, в надежде обеспечить безопасность инвестиций. Регуляторная неопределенность препятствует инвестициям. Инвесторы колеблются инвестировать в компанию, которая работает в нерегулируемой среде, поскольку регулирующие органы могут в любой момент вмешаться и посчитать ее деятельность незаконной и закрыть, либо заставить ее радикально изменить бизнес.

Пилотирование на регулятивных площадках главным образом проводится в сфере применения технологий искусственного интеллекта и распределенных реестров, биометрии, открытых интерфейсов, криптовалют и краудфандинга.

Данный механизм уже используется многими зарубежными финансовыми регуляторами, но пионером в этой области стал центральный орган надзора за рынком финансовых услуг Великобритании — Financial Conduct Authority.

В мае 2016 года FSA отобрало первую группу компаний-участников с инновационными финтех проектами, в ноябре 2016 года началось пилотирование отобранных проектов в регулятивной «песочнице» [5].

В период с 2016 по 2020гг. для пилотирования инновационных финтех проектов FCA были отобраны пять групп компаний-участников. Примерами принятых предложений являются решения в области

цифровой идентификации, платформы для токенизации выпуска финансовых инструментов и услуги, направленные на облегчение более широкого доступа к финансовым услугам для уязвимых потребителей.

Проанализировав основные результаты пилотирования на платформе FCA различных финтех проектов, можно сделать следующие выводы:

1. У участников пилотирования на регулятивной площадке, наблюдалось ускорение цикла разработки продукта.

2. Пилотирование позволяет проще и быстрее привлекать инвесторов, поскольку появляется правовая определенность функционирования сервиса и надзор со стороны FCA.

3. Не менее 40% компаний-участников первой группы привлекли инвестиции в рамках пилотного проекта или после его завершения.

4. Пилотирование в реальных рыночных условиях позволяет оценить спрос и коммерческую жизнеспособность финансовой технологии или сервиса.

5. Сотрудничество между крупными компаниями и стартапами является взаимовыгодным. Стартапы получают доступ к большой клиентской базе и опыту крупной компании, а крупная компания — возможность получить опыт в области инновационных технологий.

Прежде чем перейти к вопросу о применении регулятивной платформы на российском финансовом рынке, необходимо кратко охарактеризовать отечественный финансовый рынок. Можно сказать, что финансовая система России начала формироваться относительно недавно, и она не так консервативна, как в Европе. Сознание российских потребителей более восприимчиво к финтех-инновациям. По результатам исследования EY Global FinTech Adoption Index., обнародованным 21 ноября 2019 года, Россия вошла в тройку стран по популярности финтех-услуг. Эксперты оценили индекс проникновения финтех-услуг в России в 82% [3]. Говоря о ситуации в российском финтех-секторе, можно сказать, что он находится на стадии своего формирования. Ключевыми предпосылками становления финтех-отрасли в нашей стране являются высокий уровень проникновения Интернета и его доступность для широких категорий населения, низкая маржинальность банковских продуктов и услуг, желание традиционных участников финансового сектора создавать экосистемы и утрата ими монополии на предоставление финансовых услуг. Учитывая

высокий интерес участников российского финансового рынка к внедрению финтех технологий в своей деятельности, можно сказать, что создание регулятивной «песочницы» в России было необходимо и определено.

В апреле 2018 года Банк России в рамках реализации Основных направлений развития финансовых технологий на период 2018–2020 гг., запустил регулятивную «песочницу», предоставляющую возможность пилотного внедрения инновационных финансовых технологий и услуг на финансовом рынке. Приоритетными направлениями пилотирования являются технологии big-data и машинного обучения, искусственный интеллект, технологии распределенных реестров, биометрические технологии, открытые интерфейсы, технологии цифровой идентификации [4].

Основными задачами регулятивной «песочницы» Банка России являются: апробация инновационных финансовых услуг без риска нарушения законодательства Российской Федерации; анализ рисков инновационных финансовых услуг и разработка подходов к их снижению; определение целесообразности внедрения инновационных финансовых услуг и создание соответствующей правовой базы [4].

В 2019 году первым проектом отечественной «песочницы», получившим правовой статус, стал сервис ПАО «Сбербанк», позволяющий дистанционно управлять полномочиями по ведению счетов корпоративных клиентов для осуществления операций в отделениях банка. Изменения позволяют внедрить данный сервис во всех кредитных организациях и значительно сократит расходы банков на обслуживание корпоративных клиентов, а также ускорит проведение операций в отделениях [2].

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о важности регулятивной платформы в современной эре финтех технологий. Очевидно, что польза от создания регулятивной «песочницы» значительна, и не только для участников финансового, но и для самого развития финансового рынка: это наведение мостов с чиновниками, взаимное обогащение знаниями, тестирование новаций, без рисков нарушения действующего законодательства. Сотрудничество финансовых регуляторов и участников рынка по пилотированию инновационных финансовых технологий повышает конкурентоспособность финансового рынка и способствует появлению на нём новых финансовых услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Аналитическая записка «Мировой опыт использования регулятивной площадки. Обзор регулирования и предложения по ее внедрению в Банке России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/36015/mp_n.pdf, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
2. Первый проект из регулятивной «песочницы» Банка России получил юридическую основу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=2404>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
3. Развитие финтех-рынка в России — небанки и стартапы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/forecasts/razvitie-fintex-rynka-v-rossii-neobanki-i-startapy-20191211-142048/>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
4. Регулятивная площадка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.cbr.ru/explan/regulatory_site/, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
5. Regulatory sandbox — cohort 5 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.fca.org.uk/firms/regulatory-sandbox/cohort-5>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. англ.

Лелюх Антон Владимирович

Leliukh Anton Vladimirovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистика»

Master program “Logistics”

e-mail: lelyukhanton@mail.ru

РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

DEVELOPMENT OF LOGISTICS TOOLS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE MARKET OF ANIMAL PRODUCTS

В данной работе исследуется российский рынок товаров для животных и оцениваются действующие на нем силы конкуренции, а так же инструменты логистики, способные увеличить конкурентоспособность предприятий в его специфических условиях.

In this paper examines the Russian market of animal products and assesses the competitive forces that operate on it, as well as logistics tools that can increase the competitiveness of enterprises in its specific conditions.

Ключевые слова: конкурентоспособность, логистический инструментарий, дифференциация, транспорт, электронный заказ.

Keywords: competitiveness, logistics tools, differentiation, transport, e-order.

В настоящее время в России насчитывается примерно 10 тыс. розничных магазинов, торгующих зоотоварами. На долю сетевой розницы в данном сегменте приходится лишь 25% рынка [2]. Данный вид российского ритейла относительно молод, жесткая конкуренция начала проявляться только в последние годы. Особенностью рынка является то, что на долю крупных игроков приходится не более 3% от всего объема оборота и все крупные компании расположены, главным образом, в Москве и Санкт-Петербурге как основных потребительских центрах зоотоваров и зооуслуг. Организация филиалов крупных компаний в регионах, ранее не охваченных зообизнесом, дает им значительные потенциальные преимущества.

Если анализировать российский рынок зоотоваров по пяти рыночным силам конкуренции Майкла Портера для предприятий, занимающихся производством или дистрибуцией (таблица 1), то можно сказать, что угроза вхождения в отрасль новых конкурентов оценивается как средняя, несмотря на то, что экономическая ситуация на российском рынке не стабильна, а для производства зоотоваров не обязательно создавать отдельные предприятия. Множество компаний, таких как мясоперерабатывающие заводы, практикуют диверсификацию, позволяющую изготавливать из субпродуктов консервы для домашних животных. Отраслевая конкуренция становится с каждым годом сильнее, ведь рынок зоотоваров вступил в стадию зрелости, на нем достаточно старых игроков, которым необходимо увеличивать свою прибыль. Помимо всего прочего, рыночную власть покупателей можно оценить как сильную, так как главными потребителями продукции являются крупные компании, занимающиеся оптовой торговлей. Средние и малые компании в большинстве своем пока не обладают достаточными финансовыми средствами, однако в случае спроса с их стороны, рыночная власть покупателей ослабевает. Поставщики на российском рынке зоотоваров имеют высокую рыночную власть, особенно производители известных брендов, способных претендовать на отдельную полку у розницы, или брать весь ассортимент у оптовой компании. Так как все больше людей отказываются от корма домашнего приготовления и переходят на специализированное

питание, угрозу в виде появления товаров-заменителей можно охарактеризовать как слабую.

Как видно из таблицы 1, на текущий момент конкуренция на рынке зоотоваров сильная и будет расти среди его участников. Несмотря на то, что для большинства покупателей главным фактором остается цена, большинство производителей и дистрибуторов не смогут сдерживать рост цен полностью, однако могут компенсировать его, развивая логистику и сокращая издержки. Добиться этого можно с помощью грамотно подобранного логистического инструментария для обеспечения более эффективного движения материального и информационного потоков.

Таблица 1

Силы конкуренции на российском рынке зоотоваров

Силы конкуренции	В настоящее время	В будущем
Угроза вхождения в отрасль новых конкурентов	Средняя	Будет расти
Отраслевая конкуренция	Сильная	Будет расти
Рыночная власть покупателей	Сильная	Будет снижаться
Рыночная власть поставщиков	Сильная	Будет расти
Угроза появления товаров-заменителей	Слабая	Будет снижаться

Еще в 2017 году доктор экономических наук Михаил Александрович Матушкин в своей статье «Логистический менеджмент как драйвер повышения конкурентоспособности предприятия» отметил, что конкурентоспособность давно перестала определяться лишь соотношением «цена — качество» для продукции, так как из-за жесткой внешней среды и наличия конкурентоспособной продукции на рынке «неотъемлемыми составляющими конкурентоспособности производственного бизнеса становятся маркетинговая и логистическая» [3, с. 23].

Инструменты логистики делятся на «методы (инструменты анализа, планирования, прогнозирования, прочие инструменты) и средства (транспортная система, система складирования, информационные технологии)» [1, с. 57], которых достаточно много и выбор осуществляется с учетом специфики предприятия. Каждая компания, даже одной отрасли, является системой уникальной, но и имеющей определенные сходства, которые создает сам товар.

Зоотовары имеют много общего с товарами для детей, только, если товар не связан с ветеринарией, и если как для производства, так и для дистрибуции не обязательна сертификация соответствия качеству. Это значительно упрощает производство, перевозку и приемку не только самой продукции, но и материалов для ее изготовления. Так же одним из явных преимуществ продукции данного рынка является неограниченный срок хранения для сопутствующих товаров и большой, в среднем до двух лет, у кормов, лакомств, химии и ветпрепаратов. Однако, ввиду трудной прогнозируемости спроса и высокой товарной дифференциации, компаниям дистрибуторам и оптовикам приходится арендовать складские помещения для поддержания обширного ассортимента и с особой тщательностью осуществлять формирование и управление товарными запасами.

Основным видом транспорта для поставки зоотоваров в России является автомобильный транспорт, и если при доставке заказа в торговую точку, находящуюся в черте города или области, альтернативы ему нет, то при региональных поставках, где свыше 70% заказов от производителей и дистрибуторов доставляется так же посредством автотранспорта, возможна альтернатива в виде железнодорожного транспорта, который и дешевле и имеет меньшую вероятность поломки и участия в ДТП. Многие предприятия на рынке зоотоваров пренебрегают данным видом транспорта, ввиду относительно долгого срока доставки, трудностей приемки и транспортировки груза непосредственно на склад потребителя. Однако при налаживании грузового потока и достижении оптимального заказа железнодорожный транспорт будет выигрывать у автомобильного, ввиду большей грузоподъемности, объема партии и низкой стоимости доставки (таблица 2).

Таблица 2

Сравнение показателей использования средств автомобильного и железнодорожного транспорта при доставке партии товара

Транспорт	Грузоподъемность, тонн	Объем, куб. м	Средняя стоимость и время доставки 20 тонн груза объемом 80 куб. м		
			Санкт-Петербург/Москва	Санкт-Петербург/Екатеринбург	Санкт-Петербург/Владивосток
Крытый грузовой вагон	66,7–68	120 –158	28 000 руб. / до 7 дней	87 000 руб. / до 14 дней	398 000 руб. / до 45 дней

Транспорт	Грузоподъемность, тонн	Объем, куб. м	Средняя стоимость и время доставки 20 тонн груза объемом 80 куб. м		
			Санкт-Петербург/Москва	Санкт-Петербург/Екатеринбург	Санкт-Петербург/Владивосток
Еврофура	20–22	82	125 820 руб. / 2 дня	223 820 руб./ 7 дней	585 820 руб. / 21 день
Мегафура	22–24	100			
Сцепка MEGA	22–25	120			

Для перехода на доставку железнодорожным транспортом необходимо грамотно планировать поставки и прогнозировать спрос, чего достичь на рынке зоотоваров крайне сложно, так как предпочтения у конечного потребителя и его питомца могут существенно меняться. Множество предприятий на рынке зоотоваров, как и большинство фирм с других рынков, используют метод ABC в управлении запасами, совмещая с методом XYZ, для классификации запасов в зависимости от необходимой точности прогнозирования и степени контроля за потребностью. Вместе с тем, компаниями было отмечено перенасыщение рынка в 2015 году, когда консервы и сухие корма супер-премиум качества «Berkley» после успешных первых двух лет на рынке потеряли спрос на год, что не помешало в 2017 году спросу восстановиться, но в 2019 г. вновь наблюдалось снижение. Подобная волновая тенденция была так же отмечена и в других товарных категориях, что воспринимается многими как вполне естественное положение. Поэтому производителям кормов необходимо диверсифицировать производство и создавать новые линейки кормов и консервов на основе незначительных изменений рецептуры, чтобы перехватить спрос со старых линеек и не терять потребителей. Оптовые компании в таких условиях должны будут пересматривать приоритеты в ассортиментной политике. Так, ОАО «Великоновгородский мясной двор» когда-то начал производить по заказу компании ООО «Четвероногий гурман» консервы для собак и, получив в этой области опыт, перешел на изготовление по заказу компании ООО «Зоогурман» консервов для кошек и собак, предварительно согласовав рецептуру, что позволило диверсифицировать производство и сохранить рост прибыли в период, когда на продукцию для компании «Четвероногий гурман» временно спрос снизился.

Однако, если диверсификация производства в зообизнесе дает больше плюсов производителю, то оптовым компаниям усложняет работу из-за увеличения ассортимента, иногда в арифметической прогрессии. Большинство компаний работает с клиентами из розничных магазинов в формате «горячего звонка», в ходе которого и составляется заказ. Бесспорным минусом такого формата является большое количество времени, которое тратится на живой диалог, но позволяет сохранять связь с клиентом в процессе индивидуального обслуживания, что воспринимается последним положительно, ведь многие предпочитают такое общение и внимание.

Внедрение WMS систем позволяет компаниям переходить на электронный заказ, при котором таблица с ассортиментом пересылается покупателю и он, отбирая себе требуемое количество товаров, формирует заказ у своего менеджера. Менеджер по продажам загружает документ в базу данных, WMS система обрабатывает и составляет заказ. Это, несомненно, сокращает время на обработку заказа, но обратной стороной медали является неудобство для клиента работать со списком на несколько тысяч, а иногда и десятки тысяч наименований. Помимо всего прочего, у менеджера по продажам пропадает возможность сообщать о новинках и акциях, ведь многие клиенты не берут во внимание или забывают про электронные письма с подобной информацией. Компромиссным решением можно назвать добавление на сайт компании личного кабинета для поставщика и корзины, создание аналога интернет-магазина. Наличие такого инструмента, позволит компании не только оптимизировать информационные потоки, но и увеличит маркетинговый потенциал: проведение персональных акций после анализа корзины клиента, предоставление регулярных скидок, управление ценами, продвижение нового товара, доступ клиента к своим заказам.

В условиях резкого изменении курса валют в I квартале 2020 года можно с уверенностью сказать, что ожидается существенный рост цен на зоотовары, так как около 65% представленной на полке продукции в зоомагазинах являются импортом, и около 70% товаров отечественного производства имеют компоненты или ингредиенты, поставляемые из-за границы, поэтому роль логистической составляющей как при поставках импортной продукции, так и реструктуризации цепей поставок в ходе импортозамещения, будет неизменно возрастать для обеспечения конкурентоспособности предприятий на рынке товаров для животных.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Мясникова Л.А. Современные проблемы управления логистикой: учеб. пособие // СПб.: Изд-во СПбГЭУ — 2014. — С. 152.
2. NeoAnalytics Российский рынок ЗОО ритейла: итоги 2018, прогноз до 2022 г [Электронный ресурс] // NeoAnalytics. — 2019. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/10766/> (дата обращения: 16.04.2020).
3. Матушкин М.А. Логистический менеджмент как драйвер повышения конкурентоспособности предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2017. — № 1. — С. 23–27.
4. Мунгалов М. Ретейл полюбил зверей. Почему торговые сети открывают магазины товаров для животных [Электронный ресурс] // Деловой Петербург — 2018. Режим доступа: https://www.dp.ru/a/2018/10/29/Retejl_poljubil_zverej (дата обращения: 16.04.2020).

*Ли Сюань
Li Xuan*

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Международное бизнес-администрирование»
Master program «Master of international Business Administration»

e-mail: 756934404@qq.com

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

THE INFLUENCING FACTORS OF CROSS-BORDER E-COMMERCE CONSUMER BEHAVIOR

In recent years, cross-border e-commerce has gradually become a new way to promote the development of international trade. The government adjusts its policies to support the development of cross-border e-commerce. But there are still many challenges. Studying which factors affect consumer behavior on cross-border e-commerce platforms is helpful to help cross-border e-commerce to improve its platform and promote its development.

Keywords: cross-border e-commerce, consumer behavior, TAM.

1. The status of cross-border e-commerce

In recent years, the booming development of e-commerce has made the role of e-commerce in international trade more and more prominent. Traditional international trade activities are gradually becoming electronic and

globalized, and more and more enterprises are benefiting from e-commerce. Compared with traditional trade mode, e-commerce can cross the barriers of space and territory, greatly reducing the red tape and long transaction process in traditional international trade, effectively reducing all kinds of business costs, and at the same time making the information exchange between transaction parties more symmetrical.

According to statistics, the global cross-border e-commerce maintains a high growth trend. Information and communication technology promotes the upgrading of traditional ways of trade in goods. Cross-border e-commerce platforms, smart logistics, smart regulation and other new models and forms of business have injected new vitality into international trade. Take cross-border online retail as an example. In 2018, the global B2C market of cross-border e-commerce reached US \$675 billion and is expected to reach US \$994 billion by 2020, with an average annual growth rate of nearly 30%, far exceeding the growth rate of traditional trade in goods. From the perspective of e-commerce transaction subjects, business-to-business (B2B) transaction volume accounts for the vast majority, while business-to-consumer (B2C) transaction volume has relatively limited influence. Although there are still fewer B2B e-commerce platforms in the world and the frequency of transactions is lower, the scale of online transactions between enterprises is huge, and a B2B transaction may exceed \$100 million B2C transactions.

Behind the better development of cross-border e-commerce, it is inseparable from the strong support of the government. Especially in China, the proposal of the “Belt and Road” initiative has brought better development opportunities to the development of cross-border e-commerce. After the “One Belt And One Road” initiative was put forward, the cooperation of cross-border e-commerce between China and Russia was further strengthened. For example, in October 2015, the “One Belt And One Road” cross-border e-commerce and “Internet + economic and trade cooperation with Russia” exchange meeting provided an exchange platform for the cooperation between the two countries in the field of cross-border e-commerce. In May 2018, Dunhuang announced the establishment of a comprehensive partnership with Russian online payment platform Yandex Money. Therefore, stimulated by strategic dividends such as the “Belt and Road” and “Internet Plus”, cross-border e-commerce has performed well in a relatively sluggish macro economy and is becoming a new force in international trade.

Through the above analysis, the current macro environment of cross-border e-commerce is better and there are many opportunities. However,

cross-border e-commerce also faces many challenges, such as the cost and timeliness of logistics; imperfect protection of consumer rights; imperfect e-commerce service platform; incomplete tax system; incomplete payment security and incomplete electronic payment system. These will affect consumers' behavior on cross-border e-commerce platforms. For example, the application of electronic payment in China is very common and mature, but cross-border e-commerce payment involves international trade, foreign exchange management and other links, which are more complicated. Therefore, it cannot serve consumers well, which will affect consumer behavior.

2. Theoretical Overview

Literature review shows that scholars have conducted research on cross-border e-commerce consumer behavior from the following aspects:

Research on the characteristics of cross-border e-commerce consumers. Scholars analyze consumer characteristics, values, and consumer groups through empirical research. For example, Sun xiaoya and Wang zhiguo (2017) analyzed a series of problems such as group characteristics, values and consumer segmentation of B2C cross-border e-commerce consumers through empirical research [1, p.32].

1) Research on individuals' adoption behavior of cross-border E-commerce platforms. Scholars used TAM, TPB and other theories to study the impact of consumer attitudes, subjective norms, and perceived behaviors on cross-border e-commerce platform consumer behavior. For example, Nuray Terzi (2011) established a unique consumer EKB model. The establishment of this model is of great significance to the research on the influencing factors of consumer behavior of e-commerce consumers, involving multiple variables such as product information processing that may affect the decision-making behavior. Among them, information input refers to the advertising information received by the brain when consumers browse the website and the information obtained from non-marketing channels. Information processing refers to the process that consumers use the information obtained in the brain to filter and make decisions after being input. The factors mentioned above, also promote the consumers' decision-making behavior and the surrounding environment [2, p.751].

2) Research on influencing factors in consumer behavior and decision-making process. Scholars use models to analyze what factors influence the purchasing behavior of cross-border e-commerce consumer behavior.

From the perspective of research methods:

For qualitative research, scholars' research in the cross-border e-commerce neighborhood focuses on qualitative research at the level of enter-

prises and manager. Most of them put forward corresponding strategies for the business development of enterprises and hope to provide suggestions for the introduction of relevant policies such as taxation.

For quantitative research, it can be found that the research on the factors influencing consumers' purchase intention basically focuses on the analysis of consumer factors, commodity factors, shopping experience, technological factors. Then the research model is established according to the theory of planned behavior and the model of technology acceptance (TPB, TAM, etc).

3. Possible innovations

Through the above analysis and research, we can see that scholars' research on cross-border e-commerce from the perspective of consumer behavior is not very comprehensive.

There are many researches on the theoretical basis (TAM technology acceptance model) described in this article. Many scholars combine technology acceptance model with consumer online shopping behavior.

Based on the TAM model, this article will add some external variables and use empirical research methods to explore the influencing factors of consumers' use of cross-border e-commerce platforms. Based on the development characteristics of cross-border e-commerce, some factors are proposed as external variables, such as consumer online shopping experience, commodity factors, logistics timeliness and platform service quality. Their impact on perceived usefulness and perceived ease of use will be studied. Perceived usefulness and perceived ease of use define consumers' willingness to buy.

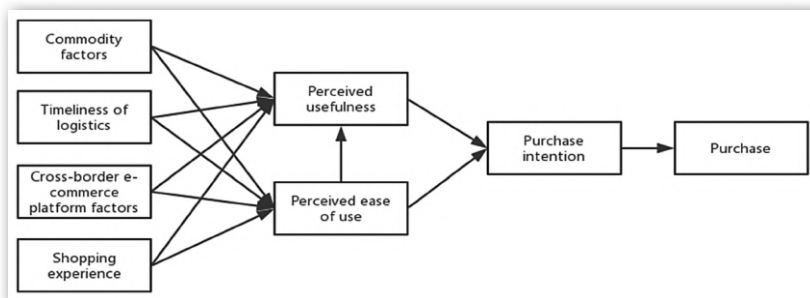


Fig. 1. Research model

4. Future research

Based on the above analysis and research, future research will focus on the following aspects:

1) Explore and analyze whether the factors affecting consumer behavior on cross-border e-commerce platforms are not mentioned before.

2) The cross-border e-commerce platform involves trade between multiple countries. Take the cross-border e-commerce platform of Russia and China as an example to analyze cross-border e-commerce between the two countries.

3) Define the characteristics of cross-border e-commerce platforms in Russia and China, compare them, and analyze whether these characteristics affect consumer behavior.

4) Explore and analyze whether other consumer behavior models can be used, or whether it can be combined with other consumer behavior models to verify the research question.

REFERENCES:

1. Sun Xiaoya, Wang Zhiguo. Research on consumer grouping of small-value cross-border e-commerce // Journal of Daqing Normal University. — 2017. — # 34. — Pp. 31–35.

2. Terzi N. The impact of e-commerce on international trade and employment // Procedia — Social and behavioral sciences. — 2011. — # 24. — Pp. 745–753.

Литвиненко Ольга Сергеевна

Litvinenko Olga Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Налоги и налогообложение»

Master program «Taxes and taxation»

e-mail: litvinenko1509@gmail.com

МИНИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВЫХ РИСКОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

TAX RISKS MINIMIZATION IN THE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

В статье освещаются проблемные вопросы оптимизации налогообложения организаций и минимизации налоговых рисков, в частности, рассмотрены возможные налоговые риски и способы их контроля и устранения.

The aim of this work is disclosure of problematic issues regarding the tax optimization and tax risk minimization. In particular, possible tax risks and ways to control and eliminate them are considered.

Ключевые слова: налоговая оптимизация, налоговый риск, оценка рисков, управление рисками, минимизация рисков.

Keywords: tax optimization, tax risk, risk assessment, risk management, risk minimization.

Управление организацией включает в себя множество аспектов, в их число входят два тесно связанных направления — финансовое и налоговое планирование. Логичным считается тот факт, что налогами необходимо управлять: снижать сумму уплачиваемого налога и величину налогооблагаемой базы посредством применения различных льгот, составлять платежный календарь — тем самым осуществлять уплату налогов в последние дни предусмотренного периода, а также не допускать повышенного налогообложения путем построения грамотной учетной и налоговой политик.

Несмотря на то, что Налоговый кодекс Российской Федерации (далее — НК РФ) предоставляет разнообразный спектр способов и методов налоговой оптимизации, реализация вышеперечисленных способов налогового планирования неизбежно влечет за собой возникновение налоговых рисков. Не стоит также забывать, что бремя доказывания правомерности применения налоговых льгот лежит на налогоплательщике. Под налоговым риском подразумевается вероятность наступления для налогоплательщика неблагоприятных последствий вследствие совершения или не совершения им какого-либо действия. Данные риски можно разделить на прямые и обратные [5, стр. 1].

Прямые риски — это налоговые риски организации или физическое лицо, связанные с возможным применением к нему санкций за нарушение налогового законодательства или доначислением налога и пеней в будущем. К ним можно отнести риски отказа или запрета в применении льгот, налоговых вычетов, а также налоговые преступления.

Обратные риски — это риски отсутствия эффективной налоговой оптимизации, когда из-за незнания своих прав и возможностей или из-за неэффективной их защиты налогоплательщик уплачивает излишние налоги. Наказание за излишнюю уплату налога со стороны государства не предусмотрено, однако отсутствие налоговой оптимизации лишает организацию дополнительных средств на собственное развитие и поддержание деловой активности.

Немаловажным фактором для должной осмотрительности налогоплательщиков является вступление в силу к концу 2017 года новой

статьи 54.1 НК РФ «Пределы осуществления прав по исчислению налоговой базы и (или) суммы налога, сбора, страховых взносов» [1, стр. 101]. Суть данной статьи заключается в том, в ней определены признаки злоупотребления налогоплательщиком своими правами на уменьшение налоговой базы и суммы подлежащего налога к уплате в результате искажения сведений о фактах хозяйственной жизни и об объектах налогообложения.

Признаки искажения сведений определены в письме Федеральной налоговой службы (далее — ФНС) России о рекомендациях по применению положений статьи 54.1 НК РФ [2, стр. 2]. К числу искажающих сведений о фактах хозяйственной жизни относятся:

- создание схемы «дробления бизнеса», направленной на непропорциональное применение специальных режимов налогообложения;
- совершение действий, направленных на искусственное создание условий по использованию пониженных налоговых ставок, налоговых льгот, освобождения от налогообложения;
- создание схемы, направленной на непропорциональное применение норм международных соглашений об избежании двойного налогообложения; нереальность исполнения сделки (операции) сторонами (отсутствие факта ее совершения).

Способами искажения сведений об объектах налогообложения являются неотражение налогоплательщиком дохода (выручки) от реализации товаров (работ, услуг, имущественных прав), в том числе в связи с вовлечением в предпринимательскую деятельность подконтрольных лиц, а также отражение налогоплательщиком в регистрах бухгалтерского и налогового учета заведомо недостоверной информации об объектах налогообложения.

Непосредственный процесс управления налоговыми рисками представлен следующими этапами:

- выявление;
- оценка;
- разработка мер по управлению рисками;
- мониторинг.

Данный процесс осуществляется непрерывно и подразумевает разработку соответствующего реестра, в котором будет указываться такой примерный перечень сведений, как: дата выявления риска; период, к которому относится риск; вид налога, нормы НК РФ; результаты оценки; разработанные меры и результаты управления.

В качестве предупреждения налогового риска возможно обращение за разъяснениями по вопросам применения налогового законодательства в Министерство финансов РФ, в подтверждение чего в подп. 2 п. 1 ст. 21 НК РФ описано данное право налогоплательщика. Неоспоримым достоинством обращения является то, что при выполнении полученных письменных разъяснений по применению налогового законодательства исключается вина налогоплательщика в совершении налогового правонарушения (согласно подп. 3 п. 1 ст. 111 НК РФ).

ФНС разработала критерии для самостоятельной оценки рисков для налогоплательщиков в рамках Концепции системы планирования выездных налоговых проверок [3, стр. 2]. В целом в данной концепции насчитывается порядка 12 критериев, которые используются для отбора объектов для проведения выездных налоговых проверок [4, стр. 1]. Например:

- налоговая нагрузка организации-налогоплательщика ниже ее среднего уровня по отрасли;
- наличие убытков в течение 2-х и более лет;
- доля вычетов по налогу на добавленную стоимость от суммы начисленного с налоговой базы налога равна либо превышает 89% за период 12 месяцев;
- опережающий темп роста расходов над темпом роста доходов от реализации товаров (работ, услуг);
- выплата среднемесячной заработной платы на одного работника ниже среднего уровня по виду экономической деятельности в субъекте РФ;
- неоднократное приближение к предельному значению установленных НК РФ величин показателей, предоставляющих право применять специальные налоговые режимы (менее 5%);
- построение деятельности на основе «цепочки контрагентов» без наличия разумной деловой цели;
- значительное отклонение уровня рентабельности по данным бухгалтерского учета от уровня рентабельности для данной сферы деятельности по данным статистики (на 10% и более) и другие.

Разработка и реализация мер по управлению рисками должны быть направлены на снижение вероятности наступления риска и его возможного ущерба. Оптимальным соотношением для конкретной меры

является преобладание величины возможного убытка при наступлении риска над величиной затрат на разработку и реализацию мер по его устранению, в таком случае экономический эффект будет положительным для организации.

Мониторинг управления налоговыми рисками включает в себя оценку статуса риска, отслеживание динамики влияющих факторов, а также оценку эффективности применяемых мер по управлению рисками.

В рамках управления налоговыми рисками пути их снижения возможны через диверсификацию, ограничение предельных сумм сделок, автоматизацию процессов документооборота, а также повышение профессиональных компетенций сотрудников, благодаря чему будет достигнуто сокращение вероятности наступления и величины возможного ущерба.

Таким образом были рассмотрены возможные налоговые риски и критерии восприятия действий налогоплательщика в виде уклонения от уплаты налогов, предусмотренные налоговым законодательством Российской Федерации. При налоговом планировании следует учитывать вышеперечисленные сведения, а также выстраивать в организации системную работу по управлению налоговыми рисками на основе принципа должной осмотрительности в отношении контрагентов, контроля документооборота, анализа критериев и пороговых значений для применения льгот или специальных режимов, а также проработанных учетной и договорной политик.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 20.02.2020)

2. Письмо ФНС России от 31.10.2017 № ЕД-4-9/22123@ «О рекомендациях по применению положений статьи 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации» [электронный ресурс] // Сайт компании «КонсультантПлюс» — URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_282284/#dst100017— (дата обращения 15.04.2020).

3. Приказ ФНС РФ от 30.05.2007 № ММ-3-06/333@ «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок» [электронный ресурс] // Сайт компании «КонсультантПлюс» — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55729/— (дата обращения 15.04.2020).

4. Приказ ФНС РФ от 22.09.2010 № ММВ-7-2/461@ «Общедоступные критерии самостоятельной оценки рисков для налогоплательщиков, используемые налоговыми органами в процессе отбора объектов для проведения выездных налоговых проверок» [электронный ресурс] // Сайт компании «КонсультантПлюс» — URL:<http://www>.

consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55729/f579efc1e846c86acedf1433b3fb8817a96a6916/
(дата обращения 15.04.2020).

5. Кордюкова Н.В. Юридическая оценка налоговых рисков [электронный ресурс] // Сайт юридической фирмы «Клифф» — URL: <https://pravo.cliff.ru/nalogovaya-praktika/monitoring-nalogovykh-riskov/uridicheskaia-ocenka-nalogovykh-riskov/> — (дата обращения 15.04.2020).

Макагон Мария Михайловна

Makagon Mariia Mikhailovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Налоги и налогообложение»
Master program «Taxes and taxation»
e-mail: marie.97@mail.ru

ДОСУДЕБНОЕ УРЕГУЛИРОВАНИЕ НАЛОГОВЫХ СПОРОВ

PRE JUDICIAL SETTLEMENT OF TAX DISPUTES

В данной статье рассматриваются ключевые моменты из истории механизма досудебного урегулирования налоговых споров. Проводится сравнение статистики по досудебным и судебным урегулированиям налоговых споров.

This article discusses key points from the history of the mechanism of pre-trial settlement of tax disputes. Comparison of statistics is made on pre-judicial and judicial settlement of tax disputes.

Ключевые слова: досудебное урегулирование, налоговый спор, налогоплательщики, жалобы.

Keywords: pre-judicial settlement, tax dispute, taxpayer, complaints.

В настоящее время растет актуальность административной процедуры урегулирования налоговых споров, тенденция которой обусловлена введением обязательной процедуры досудебного разрешения спора, что позволяет снизить нагрузку на судебную систему и оставлять лишь такие разногласия, которые невозможно было решить в административном порядке.

История механизма досудебного урегулирования налоговых споров в России началась с принятия первой части Налогового кодекса Российской Федерации. Важно будет отметить то, что данная процедура с момента ее создания долгое время не имела четкой

регламентации и ограничивалась лишь общими правами налогоплательщика на обжалование нормативных и ненормативных актов контролирующего органа [2, с. 127]. С 1 января 2009 года были внесены изменения в части первые и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, которые установили обязательный досудебный порядок урегулирования споров между налогоплательщиком и налоговым органом по обжалованию решений, вынесенных по результатам налоговых проверок, в вышестоящих органах с возможностью последующего судебного контроля. С 1 января 2014 года реализация досудебного урегулирования споров с налоговыми органами стала общеобязательной. Согласно части 2 статьи 139 НК РФ акты налоговых органов ненормативного характера, действия или бездействие их должностных лиц могут быть обжалованы в судебном порядке только после их обжалования в вышестоящий налоговый орган.

Любые процедуры, которые направлены на оперативное урегулирование конфликтов в сфере налогообложения вне стен судебных органов, называются досудебными решениями налоговых споров. В досудебном урегулировании налоговых споров есть ряд преимуществ по сравнению с аналогичной процедурой, которая разрешается через суд. К особо значимым преимуществам стоит отнести:

- более простой и менее формализованный порядок рассмотрения споров;
- непродолжительность всех процедур, которые направлены на решение конфликта;
- отсутствие необходимости в уплате судебных издержек, например, государственных пошлин;
- снижение нагрузки на суды, так как жалобы, которые были удовлетворены при досудебном рассмотрении налоговых споров, уже не появятся в судах. В 2019 году количество таких жалоб составило 893,2 тыс. шт.

В досудебном урегулировании налоговых споров можно отметить такой недостаток, как отсутствие доверия к налоговым органам.

Анализ данных по досудебному урегулированию налоговых споров [6] свидетельствует о тенденции снижения количества жалоб, рассмотренных налоговыми органами. Так, количество рассмотренных жалоб в 2018 году снизилось по сравнению с 2017 годом на 8,6%, а в 2019 году по сравнению с 2018 годом — на 7,9%. Оповышении качества досудеб-

ного урегулирования споров свидетельствует снижение количества обращений в суды после досудебного рассмотрения жалоб в вышестоящих налоговых органах. Количество вынесенных судами 1 инстанции решений по налоговым спорам, прошедшим досудебное урегулирование, уменьшилось в 2018 году на 8,5% по сравнению с 2017 годом, а в 2019 году — на 15,2% по сравнению с 2018 годом. Сохранение положительной тенденции сокращения числа споров говорит о возможной выработке налоговыми органами единых правоприменительных подходов, обеспечивших изменение порядка администрирования налогоплательщиков, учет судебной практики, доведение правовых позиций через онлайн-сервисы, а также через публикации в средствах массовой информации.

Одновременно следует отметить тенденцию снижения удельного веса числа удовлетворенных жалоб при досудебном урегулировании налоговых споров. Так, в 2017 году удельный вес удовлетворенных жалоб составил 34,7%, в 2018 году — 29,9%, в 2019 году — 29%. При этом, удельный вес сумм удовлетворенных требований составил: в 2017 году — 16,2%, в 2018 году — 11,5%, в 2019 году — 17%.

Анализ результатов налоговых споров в судах (после рассмотрения их налоговыми органами) [6] свидетельствует о том, что судами удовлетворяется около одной трети количества обращений налогоплательщиков. Так, в 2017 году удельный вес количества удовлетворенных судами жалоб налогоплательщиков составлял 32,3%, в 2018 году — 27,7%, в 2019 году — 28,5%.

Однако, удельный вес сумм удовлетворенных судами требований в пользу налогоплательщиков имеет меньшую величину и тенденцию к снижению. Так, в 2017 году удельный вес суммы удовлетворенных жалоб составлял 20%, в 2018 году — 17,4%, в 2019 году — 14,6%.

В настоящее время на сайте Федеральной Налоговой службы имеется ряд сервисов для налогоплательщиков, в том числе и по рассмотрению жалоб, такие как: сервис «Узнать о жалобе» и сервис «Решение по жалобам». Первый из вышеперечисленных сервисов предоставляет возможность организациям и физическим лицам получать информацию о ходе и результатах рассмотрения обращений, второй — создан в целях предоставления информации о результатах рассмотрения жалоб налогоплательщиков. Используя данные сервисы, налогоплательщики могут перед подачей жалобы ознакомиться с аналогичными

обращениями, которые уже были поданы и рассмотрены, могут изучить правовую позицию налоговых органов, а также оценить свои риски и перспективы оспаривания решений.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что установленный на данный момент порядок досудебного урегулирования налоговых споров является довольно эффективным. В о - п е р в ы х , это связано с тем, что досудебное урегулирование налоговых споров стало обязательным, поэтому многие налоговые споры с налоговыми органами разрешаются без обращения в судебные органы в дальнейшем. В о - в т о р ы х , повышение открытости деятельности федеральной налоговой службы дает возможность всем налогоплательщикам (в том числе и при возникновении налоговых разногласий) изучить правовую позицию налоговых органов, результаты их работы по досудебному урегулированию налоговых споров и оценить свои перспективы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Клемейнова М.О. Налоговое право: учебное пособие / М.О. Клемейнова: М.: Московский финансовый университет «Синергия», 2013. — 366 с.
2. Ляпина Т.М. Налоговое администрирование: учебное пособие для вузов / Т.М. Ляпина: М.: Издательство Юрайт, 2020. — 235 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая и вторая) [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 31.08.1998 № 146-ФЗ (ред. от 01.05.2019). Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Туктарова Ф.К., Цепляева Ю.В. Формы, методы и практика разрешения налоговых споров: учебное пособие / Ф.К. Туктарова, Ю.В. Цепляева. — Пензенский государственный университет, 2017. — 94 с.
5. Троянская М.А. Совершенствование мероприятий по увеличению эффективности разрешения налоговых споров в досудебном порядке / М.А. Троянская // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2018. — С. 284–287.

Михайлова Полина Анатольевна

Mikhailova Polina Anatolyevna

Санкт-Петербургские государственных экономических университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление человеческими ресурсами»

Master program «Human resource management»

e-mail: m.polinapolina@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

FEATURES OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AT PHARMACEUTICAL PRODUCTION

Статья описывает специфику фармацевтического производства: экономические, технологические, регуляторные особенности. Описаны основные принципы в управлении человеческими ресурсами, характерные для данной отрасли. В статье приведены примеры из производственной практики автора.

The article describes the specifics of pharmaceutical production: economic, technological, regulatory features. The main principles of human resource management at pharmaceutical industry are described. The article provides examples from the author's practical work experience.

Ключевые слова: фармацевтическое производство, управление человеческими ресурсами, обучение сотрудников, мотивация персонала, безопасное производство.

Keywords: pharmaceutical production, human resource management, employees training, personnel's motivation, safety production.

Фармацевтическая промышленность обладает определенной технической и экономической спецификой: малотоннажное производство с высокой производительностью труда, наукоемкие процессы, высокие требования к качеству продукции, высокий уровень конкуренции в отрасли. Конкуренция среди соискателей также высока: по данным hh.ru, ее уровень в Москве составляет 4,5 человека на место, по России — около двух человек [1].

Ввиду высокого уровня конкуренции в отрасли, предприятиям необходимо оперативно реагировать на изменения внешней среды, регулярно обновлять номенклатуру выпускаемой продукции, а также сокращать текущие потери (как времени, так и материальных ресурсов), наращивать производственные мощности. Совершенствование

системы и применение технологичных моделей управления человеческими ресурсами позволяет эффективнее решать эти вопросы.

Фарминдустрия является частью химической промышленности, где важное место занимает вопрос безопасности. На производстве должна активно функционировать система охраны труда, благодаря которой сотрудники осведомлены о правилах безопасной эксплуатации оборудования и ведении технологических процессов, знают и использовать надлежащие средства индивидуальной защиты, четко понимать порядок действий в случае чрезвычайных ситуаций. На практике неосуществим постоянный контроль каждого сотрудника производства на предмет соблюдения правил безопасной работы. Поэтому наилучшим управленческим решением в такой ситуации будет внедрение культуры безопасности, воспитание внутренней мотивации каждого на производстве.

В моей практике на фармацевтическом производстве культура безопасного поведения выстроена так: уровень безопасности на заводе является равноценно важным показателем наряду с выполнением плана или наличием отклонений от процессов. Каждое событие по безопасности подлежит расследованию и составлению плана корректирующих и превентивных мер по устранению. Дополнительно, существует онлайн-платформа, где можно заявить о событии по безопасности или о существующих небезопасных условиях, которые могут потенциально привести к событию. Количество выявленных небезопасных условий — показатель, влияющий на рейтинг сотрудника, от чего зависит размер ежегодной премии. Каждый сотрудник производства имеет право не продолжать работу, если она небезопасна; сделать замечание коллеге, проявляющему небезопасное поведение; в свою очередь, если сотрудник получил замечание — принять его, проявить благодарность и прекратить действия, угрожающие его здоровью и здоровью окружающих. Система работает под влиянием внутренней мотивации, поэтому она эффективна.

Нельзя забывать, что снижение потерь в процессе производства — одна из важнейших базовых целей любого предприятия. *В ходе работы на производстве, я узнала об одном из методов достижения этой цели: разработка и внедрение матрицы эскалации с визуализацией в виде пирамиды с несколькими уровнями. При простое оборудования из-за неполадок (либо при обнаружении брака продукции) оператору производства дается 10 минут на самостоятельное решение проблемы, затем*

в обязательном порядке проводится эскалация на следующие уровни: электромеханик, инженер-технолог, менеджер по производству, директор по производству, генеральный директор. Таким образом, с помощью межуровневой коммуникации осуществляется оповещение о возникшей проблеме (в течение часа), что приводит к её оперативному решению в кратчайшие сроки.

Еще одной важнейшей особенностью фармацевтического производства являются высокие требования к качеству выпускаемой продукции. Организация производства и контроля лекарственных средств регламентируется правилами GMP (Good Manufacturing Practice — надлежащая производственная практика). Свод правил приведен в Приказе Минпромторга России от 14.06.2013 № 916 «Об утверждении Правил надлежащей производственной практики». В соответствии с Правилами, существует ряд требований к гигиене и обучению персонала. На предприятии должен функционировать комплекс мероприятий по производственной гигиене: организация прохождения первичного и периодических медицинских осмотров, обеспечение сотрудников производственной одеждой и средствами индивидуальной защиты, проведение эффективного обучения правилам гигиены рук и надлежащего поведения в производственных зонах. Линейный руководитель обязан обеспечить недопущение лиц с инфекционными заболеваниями к производству лекарственных средств.

Что касается обучения, Приказ 916 предписывает производителю обеспечить надлежащее обучение сотрудников, которые по роду деятельности пребывают в производственной зоне (включая клининговый и обслуживающий персонал). Помимо обучения теории и практике применения Правил надлежащей производственной практики, производитель обязан проводить обучение в соответствии с должностными обязанностями сотрудников, включая последующее непрерывное обучение с оценкой его эффективности (по утвержденной программе обучения).

Кроме специфики гигиены и обучения персонала, на фармацевтическом предприятии должна быть организована система менеджмента качества, которая заключается в недопущении к использованию или реализации материалов или продуктов, не удовлетворяющих требованиям, установленным нормативной документацией. Для обеспечения системы управления качеством на производстве, необходимо

сотрудничество и эффективная работа высококвалифицированного персонала. Только наличия у сотрудника высшего фармацевтического, химического или биологического образования недостаточно для успешной работы. Немаловажной задачей в обеспечении конкурентоспособности предприятия являются инвестиции в интеллектуальный запас человеческих ресурсов. Обмен опытом, повышение квалификации, обучения от поставщиков, кросс-функциональные обучения — всё это ведет к повышению профессиональных качеств персонала. Сотрудники, получающие дополнительное обучение от работодателя и коллег, в совокупности с собственным профессиональным опытом, становятся экспертами высокого уровня.

В моей практике работы встречаются разнообразные подходы к дополнительному обучению сотрудников. Для электромехаников и операторов производства ключевыми знаниями обладают поставщики оборудования, и компания организывает командировки поставщиков на завод для проведения обучающих сессий. Что касается сотрудников функций, поддерживающих производство (обеспечение и контроль качества, технологический отдел) — внедряются обучения между отделами. Например, специалист по бережливому производству проводит тренинг о современных тенденциях в оптимизации работы — в свою очередь, эти знания мотивируют технологов или руководителей производства «взглянуть на проблему шире», пересмотреть существующие процессы, внести позитивные изменения. К тому же, это позволяет укрепить взаимоотношения и коммуникацию между отделами.

Ввиду малого разнообразия фармацевтических производств в РФ (например, в Санкт-Петербурге находится около 25 крупных заводов), для сотрудников характерна трудовая миграция между предприятиями в компании с более привлекательными условиями труда. Поэтому работодателю необходимо поддерживать уровень заинтересованности сотрудников в компании не только размером заработной платы, но и способствовать благотворной атмосфере в коллективе, содействовать повышению уровня удовлетворенности работников. Этого можно добиться, развивая в сотрудниках так называемые «гибкие навыки»: различные социальные и волевые компетенции — такие умения способствуют поддержанию здоровой и, главное, продуктивной рабочей среды. Эти аспекты положительно влияют как на работодателя, так и на работника. Работник, получающий и применяющий новые знания, будет более продуктивным, следовательно, будет получать боль-

шее удовлетворение от процесса выполнения работы, будет заинтересован продолжать карьеру в компании.

В моей практике, для этого применяются различные онлайн-вебинары и очные коуч-сессии от профессионалов: проведение корпоративных тренингов на различные темы — помогает повысить мотивацию сотрудников, раскрыть их потенциал. В случае групповых тренингов команда становится более сплоченной, что приводит к ощутимой синергии в работе.

Существует еще один важный аспект: у сотрудников, деятельность которых связана с интеллектуальным трудом, наряду с материальной мотивацией есть потребность к развитию, совершенствованию и росту.

Для удовлетворения этой потребности наиболее благоприятным управленческим решением является выстраивание системы постановки годовых целей. С помощью такой системы удобно отслеживать выполнение поставленных задач, что позволяет оценить эффективность работы сотрудника, а также выявить личные стремления и ожидания сотрудника в компании. Это является еще одним мотивирующим фактором для создания благоприятной рабочей атмосферы, являющейся ключевым фактором в достижении общих целей предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. HR-тренды в фармацевтической отрасли 2020 [Электронный ресурс]: материалы с проекта «Привлечение высококвалифицированных кадров на фармацевтическом рынке». URL: <https://upak-forum.ru/blog/tendecii/hr-trendy-v-farmatsevticheskoy-otrasli-2020/>

2. Романов Е.А. Особенности управления человеческими ресурсами в химической промышленности. 2015 URL: <https://nauka-rastudent.ru/18/2707/>

3. Хосев А.М. Роль фармацевтической промышленности в современном развитии экономики государства // ТДР. 2015. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-farmatsevticheskoy-promyshlennosti-v-sovremennom-razvitii-ekonomiki-gosudarstva>

Невинская Анна Михайловна

Nevinskaia Anna Mikhailovna,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Организация управления туристскими дестинациями»
Master program «Organization of tourist destination management»

e-mail: annanev@gmail.com

**СВАДЕБНЫЙ ТУРИЗМ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ.
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ПЕРИОД НИЗКОГО СЕЗОНА
WEDDING TOURISM IN SAINT PETERSBURG.
PROSPECTS FOR DEVELOPMENT DURING THE LOW SEASON**

В представленной статье рассматриваются основные аспекты развития свадебного туризма в Санкт-Петербурге. Отдельное внимание уделяется объектам городской инфраструктуры, уникальным с точки зрения свадебного туризма, а также рассматриваются перспективы развития свадебного туризма в период низкого сезона и использование современных цифровых технологий для продвижения туристского потенциала города.

The article considers the main aspects of development for wedding tourism in Saint Petersburg. Special attention is paid to the objects of urban infrastructure that are unique from the point of view of wedding tourism, as well as the prospects for development of wedding tourism during the low season and using of modern digital technologies to promote the tourist potential of the city.

Ключевые слова: свадебный туризм, туризм, свадьба, цифровые технологии, период низкого сезона, развитие дестинации.

Keywords: wedding tourism, tourism, wedding, digital technologies, low season, development of the destination.

Свадебный туризм — особенно перспективное направление развития туризма, быстро набирающее все большую популярность в современном мире. Модной тенденцией в настоящее время является то, что все чаще влюбленные пары выбирают для регистрации брака отличные от постоянного места жительства дестинации, предлагающие провести свадебную церемонию в необычной и запоминающейся обстановке. Согласно проведенному факультетом экономики Университета г. Любляны (Словения) [1, с. 72] исследованию по брендингу территории посредством развития свадебного туризма, свадебный туризм оказывает существенное влияние на экономическое развитие территории, привлекая внимание к дестинации посредством свадебных

фотоматериалов, запечатлевших эмоции радости и счастья на фоне известных достопримечательностей.

В Санкт-Петербурге в настоящее время свадебный туризм активно развивается на основании современных мировых тенденций. Тематические направления свадебного туризма, предлагаемые в городе на Неве, являются поистине неисчерпаемыми и способными удовлетворить предпочтения самых различных целевых аудиторий. Уже сейчас Санкт-Петербургу абсолютно заслуженно принадлежит негласный титул «Свадебная столица России», ведь именно в Северную столицу ежегодно приезжают будущие молодожены как из регионов Российской Федерации, так и из стран ближнего и дальнего зарубежья, мечта которых соединиться узами брака на фоне великолепных интерьеров императорских дворцов и великокняжеских резиденций [2, с. 23].

Эту заинтересованность подтверждают профессионалы свадебной индустрии и официальная статистика. Так, в 2018 году в Санкт-Петербурге, согласно официальной статистике Комитета по делам записи актов гражданского состояния, зарегистрировали свой брак 804 иностранных гражданина из 79 стран дальнего зарубежья, а в 2019 году уже 925 иностранных гражданина из 84 стран дальнего зарубежья связали себя узами брака на берегах Невы. Среди стран, жители которых выбирают Санкт-Петербург в качестве площадки для заключения брака, в настоящее время лидируют Египет, Израиль, Италия, Германия и Великобритания.

Особую привлекательность Северной столице как уникальной свадебной дестинации придает тот факт, что какое бы время года не выбрали будущие молодожены для проведения торжества, они смогут найти в городе все для проведения праздника на самом высоком уровне. Дворцы и замки Санкт-Петербурга и его пригородов обладают уникальным богатейшим интерьером, историческими тайнами и загадочностью. Каждый из них выполнен по индивидуальному заказу известными российскими и европейскими архитекторами, так что свадьба, организованная в таком месте, обязательно превратится в настоящее произведение искусства. Еще одной визитной карточкой Санкт-Петербурга являются отели, поражающие своих гостей по-настоящему дворцовыми интерьерами, красота и величие отделки которых идеальны для осуществления самой романтической свадебной мечты. Как в самом историческом центре огромного мегаполиса, так и рядом с загородными резиденциями в ближайших

пригородах. Как на тихих улицах, так и прямо на оживленной городской магистрали — Невском проспекте.

Свадебное мероприятие бывает разным — иногда это большой праздник с огромным количеством гостей, а порой это камерное торжество для самых-самых близких. Многочисленные рестораны Санкт-Петербурга готовы предложить к праздничному столу самые разнообразные блюда различных кухонь мира. А также блюда знаменитой петербургской кухни, которая является уникальным гастрономическим феноменом, возникшим в результате слияния двух гастрономических культур: традиционной русской кухни и изящной французской с некоторыми добавлениями других национальных кулинарных рецептов.

Отдельно следует обратить внимание, что в течении так называемого «низкого сезона» цены на оказываемые услуги становятся очень лояльными. Именно в осенне-зимний период рестораны, отели и свадебные площадки города готовы предложить молодоженам приятные бонусы, скидки и подарки!

По оценкам профессионалов свадебного бизнеса, стоимость проведения свадебного мероприятия в «низкий сезон» демократичнее в среднем на 20–30% по сравнению со стоимостью аналогичных предложений в период «высокого сезона». Хотя, что немаловажно отметить, изначально уровень цен на организацию свадеб в Санкт-Петербурге значительно ниже, чем в Европе и Америке, а уровень сервиса и качество оказания услуг намного превосходит зарубежных конкурентов.

Санкт-Петербург — это не только свадебная столица России, но и столица российской свадебной моды. За последние несколько лет на fashion-небосклоне города на Неве появилось большое количество достойных петербургских свадебных дизайнеров и брендов, которые работают в разных ценовых сегментах, но шьют свадебные платья с неизменным вкусом и по-настоящему высокого качества. Свадебные платья молодых петербургских дизайнеров не уступают по образам и виртуозности исполнения нарядам от ведущих мировых кутюрье. Многие невесты приезжают в город на Неве за платьем мечты. Петербургские мультибрендовые свадебные салоны подбирают свои коллекции так, чтобы каждая невеста с гордостью могла сказать: «Я купила свое свадебное платье в Санкт-Петербурге».

В настоящее время очень важным инструментом в привлечении потока свадебных туристов в дестинацию является хорошо спланированная

маркетинговая кампания по продвижению туристского потенциала региона на российском и международном рынке с использованием цифровизации и передовых технологий для представления информации и общения с потенциальными клиентами. Все больше и больше современные бизнес-процессы в туризме переходят в цифровое пространство, и, благодаря применению современных алгоритмов, повышается скорость работы, позволяя тем самым решать все более масштабные задачи.

Современные будущие молодожены все чаще предпочитают искать информацию и планировать свадебное торжество самостоятельно при помощи специализированных сайтов, социальных сетей и свадебных блогов. И только после того, как у них сформировалось собственное видение своего торжества, они обращаются к тщательно выбранному свадебному организатору. В процессе изучения тематических ресурсов люди оставляют о себе много информации в сети через запросы в поисковиках, раскрывают предпочтения, показывая наиболее удобные способы оплаты и объем запланированных на торжество затрат.

Поэтому сейчас важным инструментом в продвижении дестинации является правильно поданная информация на цифровых ресурсах с использованием современных инструментов коммуникации.

К примеру, существующий в Северной столице проект «Петербург свадебный» рассказывает об основных объектах туристской привлекательности города, дает советы по проведению фотосессии и раскрывает тайны городских примет для молодоженов и представляет уникальные предложения от партнеров проекта [3]. Для еще большего удобства пользователей с 1 апреля 2019 года появилась возможность задать вопросы по заключению брака в Санкт-Петербурге через онлайн-консультацию на официальном городском туристическом портале Visit-Petersburg.ru. Специальная форма обратной связи сервиса позволяет связаться с сотрудниками из любой точки мира в любое удобное время на русском или английском языке. Дополнительно у сотрудников службы Visit Petersburg можно уточнить полноту подготовленных документов до приезда в Санкт-Петербург. Сервисом уже заинтересовались как потенциальные свадебные туристы из России и зарубежья, так и профессионалы свадебной отрасли.

В завершении исследования хотелось бы отметить перспективу увеличения туристского потока в Северную столицу с целью организации свадебных мероприятий благодаря введению с 01 октября 2019 года упрощенного визового режима при пересечении границы.

Теперь путешествие в Санкт-Петербург по электронной визе стало еще более доступным и уже вызвало огромную заинтересованность среди иностранных туристов. Именно свадебный туризм является перспективным направлением развития Санкт-Петербурга, способным создать уникальные предложения, привлекающие в город постоянно возрастающий поток туристов вне зависимости от сезона.

Для решения задач по развитию свадебного туризма и повышению эффективности проводимых мероприятий предлагается уделить особое внимание использованию современных цифровых инструментов представления информации и выработать эффективную стратегию продвижения дестинации с учетом имеющегося потенциала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Destination branding through wedding tourism: the case of the Caribbean. // Ljubljana — 2015 — P. 72
2. Невинская А., Беляева М., Капустина Ю., Информационный буклет «Петербург свадебный». // Санкт-Петербург — 2020 — С.23 — [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.visit-petersburg.ru/media/uploads/sp-050318-work-ver-ru-spreads.pdf>
3. Официальный городской туристический портал Санкт-Петербурга. — [Электронный ресурс]. — URL: http://www.visit-petersburg.ru/wedding_in_spb/ (дата обращения 15.05.2020)

Нестерова Екатерина Вячеславовна
Nesterova Ekaterina Vyacheslavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Анализ данных в экономике»
Master program «Data Analysis for Economics»
e-mail: nestlu_kate@mail.ru

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

CLUSTER ANALYSIS OF THE STATE OF ANIMAL HUSBANDRY IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Животноводство является одной из основных отраслей сельского хозяйства в России. Цель статьи состоит в кластеризации регионов, производящих продукцию животноводства на основе оценки их финансовых, отраслевых и трудовых показателей.

Animal husbandry is one of the major branches of Russian agriculture. The purpose of the article is to cluster the regions producing animal products based on the assessment of its financial, sectoral and labor indicators.

Ключевые слова: кластерный анализ, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, животноводство.

Keywords: cluster analysis, agroindustrial complex, agriculture, animal husbandry.

Сельское хозяйство в 2018 году составило 3,8% от общей валовой добавленной стоимости в России (в текущих ценах). Продукция сельского хозяйства (в фактически действовавших ценах) составила 5,3 трлн рублей. Ведущей отраслью является растениеводство, на которое пришлось 51,5% объема производства, доля животноводства — 48,5%. По мере развития агропромышленного комплекса животноводство демонстрирует позитивную динамику. Динамика производства продукции животноводства была положительной последние 14 лет и в 2018 году индекс к прошлому периоду составил 101,1%.

В ответ на введенные санкции Европейским союзом, Соединёнными Штатами Америки и некоторыми другими странами с 2014 года в России были приняты меры по ограничению ввоза отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о введении экономических санкций в отношении российских юридических и (или) физических лиц или присоединившееся к такому решению [3]. В агропромышленном секторе экономики имеются все предпосылки для дальнейшего развития в условиях ограничения рынка, однако существует и вероятность возникновения и роста политического риска [4].

Согласно Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации (далее — Доктрина) в государственной социально-экономической политике должно быть осуществлено устойчивое развитие животноводства и развитие племенного дела. Продовольственная независимость Российской Федерации — самообеспечение страны основными видами отечественной сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия [1].

Для характеристики состояния продовольственной безопасности в качестве критерия определялся удельный вес отечественной сельскохозяйственной, рыбной продукции и продовольствия в общем объеме товарных ресурсов (с учетом переходящих запасов) внутреннего рынка соответствующих продуктов, имеющий пороговые значения

в отношении [2]. По оценке Минсельхоза России, в 2018 году пороговое значение показателя продовольственной безопасности по молоку и молокопродуктам (в пересчете на молоко) не менее 90%, предусмотренного Доктриной, не выполнено. Пороговое значение по мясу и мясопродуктам (в пересчете на мясо) не менее 85% достигнуто и перевыполнено в указанном периоде [5].

При проведении анализа были использованы данные по 84 регионам (сельскохозяйственная деятельность в г. Санкт-Петербурге учитывается в общем объеме показателей Ленинградской области), полученные с официального сайта Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС).

В качестве финансовых показателей были выбраны следующие, характеризующие отрасль животноводства: оборот организаций (по крупным, средним и малым организациям); себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; удельный вес убыточных организаций по данным бухгалтерской отчетности.

В качестве отраслевых показателей: произведено (выращено) всего скота и птицы (в живом весе); производство молока в хозяйствах всех категорий; производство яиц в хозяйствах всех категорий; расход кормов скоту и птице; удельный вес животноводства в продукции сельского хозяйства.

В качестве трудовых показателей: среднемесячная номинальная заработная плата работников в сельском хозяйстве; среднесписочная численность работников в отрасли животноводства по полному кругу организаций.

В таблице 1 приведены описательные статистики показателей для регионов, занимающихся производством продукции животноводства.

Таблица 1

Описательная статистика показателей за 2018 год в регионах России по отрасли животноводства

Показатель	Среднее	Медиана	Минимум	Максимум	Стандартное отклонение
Производство молока в хозяйствах всех категорий (тысяча тонн)	364.4	217.4	0.0	1848.0	367.0

Окончание табл. 1

Показатель	Среднее	Медиана	Минимум	Максимум	Стандартное отклонение
Производство яиц в хозяйствах всех категорий (миллион штук)	534.5	257.6	0.1	3157.7	620.0
Расход кормов скоту и птице (тысяча тонн кормовых единиц)	1256.9	983.1	0.5	5399.9	1133.2
Удельный вес убыточных организаций по данным бухгалтерской отчетности (процент)	25.7	25.3	0.0	50.0	11.1
Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций (человек)	6462.3	4381.6	22.5	27850.0	6438.8
Среднемесячная номинальная заработная плата работников в сельском хозяйстве (тысяч рублей)	25.4	25.6	9.3	53.3	8.3
Оборот организаций (млн рублей)	16314.9	10934.5	12.0	122474.6	19161.6
Коэффициент обеспеченности собственным оборотными средствами (процент)	-15.1	0.0	-261.9	95.0	71.8
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (млн рублей)	13055.1	7059.4	0.0	120315.5	17432.4
Животноводство в продукции сельского хозяйства в фактически действовавших ценах (процент)	54.9	55.9	10.7	97.8	17.6
Произведено (выращено) всего скота и птицы (в живом весе) за год (тысяча тонн)	177.9	117.8	0.7	1713.7	230.4

Источник: расчеты автора

По результатам кластерного анализа регионы распределились следующим образом:

- в 1 кластер была выделена Белгородская область, которая является одним из наиболее успешных и высокоразвитых аграрных регионов;
- во 2 кластер были включены: Брянская область, Воронежская область, Московская область, Ленинградская область, Челябинская область — развитые и конкурентоспособные субъекты, располагающиеся у крупных населенных пунктов.
- в 3 кластер определены: Курская область, Липецкая область, Тамбовская область, Псковская область, Краснодарский край, Ростовская область, Ставропольский край, Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан (Татарстан), Удмуртская Республика, Нижегородская область, Пензенская область, Свердловская область, Алтайский край, Красноярский край, Новосибирская область, Омская область — регионы, в которых развита отрасль животноводства, при этом себестоимость проданных товаров значительно ниже, чем в 1 и 2 кластере.
- в 4 кластер входят не включенные в другие группировки регионы Российской Федерации (59 субъектов), обладающие различными параметрами, при этом в наибольшей степени обобщенные с учетом удельного веса убыточных организаций в отрасли животноводства, среднего уровня оплаты труда и удельного веса животноводства в продукции сельского хозяйства субъекта.

Результаты кластерного анализа приведены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты кластерного анализа и приведение средних значений по кластеру анализируемых показателей за 2018 год

Кластер	1	2	3	4
Производство молока в хозяйствах всех категорий (тысяча тонн)	623.8	581.3	722.2	226.4
Производство яиц в хозяйствах всех категорий (миллион штук)	1658.1	1254.5	937.2	324.8

Кластер	1	2	3	4
Расход кормов скоту и птице (тысяча тонн кормовых единиц)	5399.9	2434.7	2331.1	741.0
Удельный вес убыточных организаций по данным бухгалтерской отчетности (процент)	17.0	30.4	25.5	25.6
Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций (человек)	27850.0	13174.6	13133.8	3382.4
Среднемесячная номинальная заработная плата работников в сельском хозяйстве (рубли)	33306.5	31419.8	24593.1	25036.6
Оборот организаций (Крупные, средние и малые организации, млн рублей)	122474.6	52224.4	29986.7	7069.6
Коэффициент обеспеченности собственным оборотными средствами (процент)	22.4	-39.7	-38.2	-6.2
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (млн рублей)	120315.5	44580.8	24338.6	4931.8
Животноводство в продукции сельского хозяйства в фактически действовавших ценах (процент)	65.2	57.0	51.3	55.7
Произведено (выращено) всего скота и птицы (в живом весе) за год (тысяча тонн)	1713.7	432.9	342.5	77.3

Источник: расчеты автора

Полученная характеристика свидетельствует о неравномерности развития регионов, что связано в первую очередь с большой территорией государства, климатическими и географическими особенностями, различием инфраструктуры, финансовыми возможностями, а также историческими предпосылками. В связи с негативными явлениями, спровоцированными пандемией COVID-19 и снижением цен на нефть, поддержка сельскохозяйственной отрасли является одним из важнейших факторов для обеспечения безопасности и благополучия граждан.

Следует уделить особое внимание малому бизнесу, крестьянским (фермерским) хозяйствам, ведь более 70% произведенной массы скота и птицы на убой и яиц в 2018 году в России приходилось на сельскохозяйственные организации, не относящиеся к субъектам малого предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Указ Президента РФ от 21.01.2020 № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации».
2. Указ Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации».
3. Указ Президента РФ от 06.08.2014 № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации».
4. Афанасьева Д. А. «Современное состояние продовольственной безопасности в России как фактор политического риска в аграрном комплексе» — Вестник Финансового университета, 2020. 10 (1), стр.72–76.
5. Министерство сельского хозяйства РФ. Итоговый доклад о результатах деятельности Минсельхоза России за 2018 год. [Электронный ресурс] — Электрон. данные — 2020 — Режим доступа: <http://mcx.ru/upload/iblock/10c/10c6695082afd0ac0ea4b6e41fa3f6d9.pdf>

Никитина Елена Дмитриевна
Nikitina Elena Dmitrievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационные персонал-технологии
и управление карьерой»
Master program « Innovative Technology Personnel and Career Management »
e-mail: elenanikitina96@mail.ru

ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД В КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ

INTERACTIVE STAFF TRAINING METHODS AS A MODERN TREND IN CORPORATE GOVERNANCE

В настоящее время большое внимание уделяется обучению и развитию персонала как приоритетному направлению деятельности компаний. При этом стоит отметить, что сейчас набирают популярность интерактивные методы обучения, поскольку выбранные методики должны соответствовать запросу как сотрудников, так и работодателей.

Currently, much attention is paid to staff training and development as a priority for companies. At the same time, it is worth noting that now interactive teaching methods are gaining popularity, since the selected methods must meet the request of both employees and employers.

Ключевые слова: интерактивные методы обучения; обучение и развитие персонала; вовлеченность.

Key words: interactive teaching methods; personnel training and development; engagement.

В современном мире, который можно охарактеризовать как нестабильный, неопределенный, сложный и неоднозначный (VUCA-мир), ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность организации, становится принцип непрерывности образования. В основе данного принципа лежит *lifelong learning*, то есть непрерывное обучение, под которым понимается «постоянный, добровольный и самомотивированный поиск знаний по личным или профессиональным причинам» [4].

Концепция «обучения будущего», которая предложена Жаком Делором — президентом Международной комиссии ЮНЕСКО по проблемам образования в XXI веке, предполагает, что индивид должен обладать пятью навыками для соответствия запросам изменений во внешней среде: учиться знать, учиться действовать, учиться жить в окружении других людей и сотрудничать, учиться быть и учиться учиться. Проанализировав значение каждого навыка, можно сделать вывод, что в основе каждого из них лежит принцип непрерывности, поскольку мир изменяется, и нужно постоянно быть готовым к изменениям. В условиях цифровых технологий, которые внедряются в экономику, необходимо изменение имеющихся навыков, внутренней мотивации и привычек сотрудников. Учитывая, что обновление каких-то аспектов в жизни — это вызов для человека, то изменение направления деятельности в организации — это сложный процесс.

На международной конференции в сфере корпоративного обучения в 2019 году *Global ECLF Summit* определили 3 тренда, которые позволили найти место функции обучения и развития персонала в бизнес-процессах [5, с. 36].

В о - п е р в ы х , в деятельности многих крупных компаний происходят трансформации бизнес-процессов, которые направлены на создание условий внедрения цифровых технологий. При этом не у всех

получается, быстро и эффективно перестроить текущую деятельность, что замедляет использование инноваций.

В о - в т о р ы х, изменяется организационный дизайн. Под ним понимается, изменение взаимодействия команды для обеспечения гибкого подхода. Сейчас формируются небольшие команды, которые взаимодействуют на выбранной платформе, что свидетельствует о повышении значимости ценности командной работы.

В - т р е т ь и х, изменился подход управления трансформацией. Это напрямую связано с предыдущими трендами, поскольку командная работа подразумевает под собой горизонтальное взаимодействие разных подразделений и функции, вместо вертикального управления.

Все вышеизложенное говорит о том, что руководителям необходимо создать вовлекающий, персонализированный и адаптивный подход к обучению, который повлияет на изменение поведения людей.

В настоящее время компании приходят к выводу, что важно организовывать обучение таким образом, чтобы оно соответствовало изменяющимся запросам рынка и влияло на изменение поведения людей. По результатам исследования Deloitte «Global Human Capital Trends» в 2019 году, 86% респондентов считают обучение важнейшим условием развития организации. Поэтому проанализировав тенденции, было определено, что обучение не успевает за скоростью изменений, коммуникации происходят на основе сотрудничества, автоматизация процессов и появление новых технологий влияют на изменение деятельности компаний [5, с. 15].

Важно отметить, что имеющиеся тенденции влияют и на выбор методов обучения в компании в настоящее время. Поскольку развиваются digital-технологии, необходимо найти такие методы обучения, которые позволяли бы обеспечивать взаимное общение обучающегося и тренера. В связи с этим, было выявлено, что такому условию удовлетворяют интерактивные методы обучения.

Под интерактивными методами обучения понимают методы обучения, которые основаны на взаимном общении не только тренера с обучающимися, но и на активном общении обучающихся друг с другом. При таком формате обучения роль тренера второстепенна, поскольку в основном, он играет роль фасилитатора в обсуждении проблемы между обучающимися [2].

Традиционно, к интерактивным методам обучения относят коучинг, деловые игры, мозговой штурм и так далее. Но в настоящее

время трансформация образовательной платформы приходит к тому, что для обеспечения персонализированного подхода к обучению необходимо внедрять новые технологии, что обуславливает актуальные тренды 2020 года в онлайн-образовании, по версии Школы FullHouse, к которым относятся [3]:

1. Микрообучение

В связи с загруженностью сотрудников очень популярным становится обучение в микроформате, что позволяет разделить курс обучения на фрагменты, которые дают возможность освоить определенный навык за короткий промежуток времени. Это позволяет сохранить внимание обучающихся к процессу обучения, а также обеспечивает доступ к материалам с любого устройства.

2. Искусственный интеллект

В настоящее время искусственный интеллект используется только для нахождения решения простых задач, но в будущем развитие технологий позволит расширить область воздействия. 27% HR-специалистов считают, что искусственный интеллект окажет положительное влияние на обучение и развитие персонала.

3. Чат-боты

Сейчас чат-боты используются как инструмент нахождения ответов на любые вопросы обучающихся в процессе обучения, но в будущем с помощью технологий искусственного интеллекта чат-боты станут похожи на онлайн-коучей, которые смогут стать помощником сотрудникам в выборе образовательных курсов.

4. Иммерсивное обучение

Это обучение, которое задействует технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности, которое позволяет объяснить сложные механизмы, а также облегчить процесс запоминания новой информации.

5. Популяризация мобильного обучения

Мобильное обучение сейчас набирает свою популярность за счёт того, что позволяет в любом месте и в любое время изучить обучающие материалы и выполнить практические задания. Мобильное обучение — это платформа, позволяющая обмениваться информацией между обучающимися максимально быстро и эффективно.

6. Геймификация

В настоящее время геймификация — как интерактивный метод обучения персонала, позволяющий повысить вовлеченность сотруд-

ников в процесс обучения, не особо популярна, поскольку нет еще технологий, которые позволили бы в полной мере внедрить его в корпоративное обучение. Но в будущем, 75% респондентов считают, что геймификация станет ключевым методом обучения.

7. MOOC (Massive Open Online Courses)

Массовые открытые онлайн курсы с применением интерактивных и электронных технологий в настоящее время особо популярны [1, с. 44]. Сейчас в период пандемии коронавируса все компании стремятся перевести свои обучающие программы в онлайн-курсы. При этом популярность онлайн-курсов не будет снижаться, поскольку позволят организовать курсы для сотрудников из разных точек мира. Современная система обучения — это не только платформы и IT-решения, в первую очередь это создание высокоэффективных организаций с культурой обучения (High-Impact Learning Organization, HILO).

Таким образом, в настоящее время рынок «пестрит» разнообразным количеством инструментов, которые дают возможность саморазвиваться и повышать квалификацию. В большинстве своем это интерактивные методы обучения, которые актуальны в настоящее время в корпоративной среде. Важно, чтобы специалисты могли самостоятельно определять эффективность используемого метода для обеспечения эффективности обучения и удовлетворения потребности бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гриднева М.А. Обучение персонала: учебное пособие / М.А. Гриднева, М.А. Петров, В.А. Спивак. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. — 82 с.
2. Краевский В.В., Хуторской А.В. Основы обучения: дидактика и методика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2012.
3. Обзор рынка образовательных технологий Корпоративного университета Сбербанка. Выпуск № 1(12), 2020. [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://edutechclub.sberbank-school.ru/system/files/event/pdf/full/Pulse_EduTech_12.pdf (дата обращения 16.04.2020).
4. Обучение в цифровую эпоху: Новые подходы, инструменты и технологии [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://obzory.hr-media.ru/obuchenie_v_cifrovuyu_epohu_instrumenty_i_tehnologii (дата обращения: 16.04.2020).
5. Обучение как драйвер изменения поведения: предпосылки и практические подходы. Аналитический отчет. — М.: АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2020. — 64 с.

Николаева Анастасия Сергеевна

Nikolaeva Anastasia Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Налоги и налогообложение»

Master program «Taxes and taxation»

e-mail: anastasiia.nij@gmail.com

УНИФИЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД К НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНА BEPS 2.0

UNIFIED APPROACH TO THE TAXATION OF THE DIGITAL ECONOMY UNDER THE BEPS 2.0 PLAN

В статье освещаются проблемные вопросы налогообложения международных групп компаний в условиях реализации плана BEPS 2.0, в частности, рассмотрен механизм распределения прибыли между странами в рамках применения направлений Pillar 1 и Pillar 2

The aim of this work is disclosure of problematic issues regarding the taxation of digital companies in the context of the implementation of BEPS 2.0 Plan. In particular, the mechanism of profit distribution between countries in the framework of the application of the Pillar 1 and Pillar 2 is analyzed.

Ключевые слова: унифицированный подход, цифровизация, BEPS 2.0, остаточная прибыль, минимальная ставка налога.

Keywords: unified approach, digitalisation, BEPS 2.0, residual profit, minimum tax rate.

В условиях цифровой экономики международные группы компаний (далее — МГК) оказывают трансграничные услуги покупателям с помощью использования различных интернет-платформ. Это приводит к ситуации несправедливого налогообложения, поскольку такие компании могут платить налог по более низкой эффективной ставке в связи с различиями систем налогообложения.

В связи с этим в конце января 2020 г. Инклюзивным комитетом ОЭСР в рамках реализации плана BEPS 2.0 были опубликованы документы в отношении действия концепции под названием «Унифицированный подход» (Pillar 1) [4, стр. 5], целью которой является предоставление возможности обложить налогом часть прибыли в странах местоположения потребителей. В связи с этим возникают вопросы, каков механизм применения правил, как определить связь бизнеса

с юрисдикцией получения дохода («nexus» rules), а также как определить часть налогооблагаемой прибыли в определенной стране («profit allocation» rules). К тому же необходимо понять, не заменят ли новые инициативы ОЭСР основной принцип трансфертного ценообразования «вытянутой руки».

Основными критериями компаний, которые будут подпадать под новые правила, будут консолидированная выручка, уровень цифровизации непосредственное взаимодействие с потребителями. Важно отметить, что добывающие компании — производители и продавцы аграрно-сырьевых товаров — будут исключены из перечня.

Механизм распределении прибыли МГК между странами, в которых будет удаленное налогооблагаемое присутствие, можно рассмотреть на примере (рис. 1).

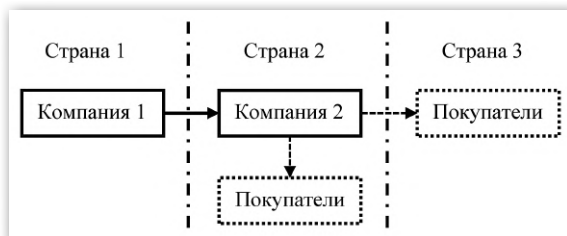


Рис.1. Группа компаний, занимающихся оказанием цифровых услуг [3, стр. 6]

На рисунке 1 компания 1 — это материнская компания, резидент страны 1, владелец всех интеллектуальных прав, компания 2 — это дочерняя компания компании 1, резидент страны 2, отвечает за рекламу, продвижение, маркетинг и дистрибуцию цифровых услуг в стране 2, а также в стране 3, где у этой компании нет юридического присутствия.

По новым правилам и страна 2, и страна 3 смогут претендовать на часть прибыли всей группы. В целом модель представляется следующим образом. К первому уровню относится сумма А — вмененная сверхприбыль, распределяемая государству, где МГК ведет деятельность (независимо от наличия физического присутствия), которая определяется по специальной формуле с использованием показателя прибыли до налогообложения по данным консолидированной отчетности,

проценты для расчета остаточной прибыли будут зависеть от отрасли. Второй уровень — сумма В — фиксированное вознаграждение за базовые маркетинговые и дистрибуторские функции в стране 2, определяемое по принципу «вытянутой руки». Третий уровень — сумма С — дополнительное вознаграждение к сумме В, если в стране осуществляются функции, выходящие за рамки рутинных, определяется по правилам трансфертного ценообразования. То есть компания 2 уплачивает налог с фиксированного дохода от маркетинговой деятельности в сумме В. Если в стране 2 считается, что компания 2 получает дополнительный доход, будет взиматься еще и сумма С. Если выручка компании 2 в стране 3 достигает порогового значения, у страны 3 появляется право обложить часть прибыли МГК локальным налогом на прибыль деятельности по оказанию услуг. Сначала необходимо будет определить прибыль МГК, затем исключить прибыль от рутинных операций, после этого исключить прибыль, которая получена благодаря влиянию иных факторов, затем распределить прибыль на определенную юрисдикцию.

Исходя из этого, самым важным в реализации Pillar 1 будет установка четких правил по определению суммы А. Необходимо регламентировать процедуры разрешения споров за счет создания специальных налоговых администраций. В качестве механизма применения Pillar 1 рассматривается многосторонняя конвенция, при этом важно, чтобы страны не предпринимали фискальные меры. Также требуется разработка механизма избежания двойного налогообложения. К другим вопросам можно отнести сегментирование деятельности, суммовой порог. Вероятно, остаточная прибыль будет рассчитываться как превышение десятипроцентного порогового значения рентабельности продаж, а 20% от этой суммы распределяться на рынки сбыта.

Другим направлением в рамках реализации плана BEPS 2.0 является выработка новых методов по глобальной борьбе с размыванием налоговой базы (GloBE-Pillar II), которые вводят правила о минимальном налоге в зарубежной юрисдикции и правило ограничения налоговых вычетов. Концепция основывается на действии 4 сценариев — правил (рисунок 2).

Предполагается включение доходов компании Б, являющейся филиалом или взаимозависимым лицом, в базу по налогу компании А, если эффективная ставка налогообложения в стране компании Б



Рис. 2. Правила концепции Pillar 2

ниже минимальной («Income inclusion rule»). Другое правило предполагает отказ в вычете расходов выплат в адрес взаимозависимого лица, если выплаты в его пользу облагаются по ставке ниже минимальной («Undertaxed payments rule»). Также доходы иностранных филиалов или доходы от зарубежной недвижимости не будут освобождены от налогообложения, если в этом государстве предусмотрен налог меньше минимального размера («Switch-over rule»). Льготы по договорам об избежании двойного налогообложения будут применяться в отношении доходов, облагающихся по ставке не ниже минимальной («Subject to tax rule») [2, стр. 6]. Минимальная ставка налога в концепции Pillar 2 предположительно составит 12,5%. Но, если по правилам трансфертного ценообразования минимальная эффективная налоговая ставка окажется ниже минимальной, то важным станет вопрос столкновения действующих правил с будущими мерами.

Российских МГК это коснется в части перерасчета рентабельности продаж при таргетировании выручки. Возникнет необходимость постоянного мониторинга перераспределяемой налогооблагаемой прибыли среди компаний группы.

Что касается эффекта от внедрения Pillar 1 и Pillar 2, внедрение Pillar 2 приведет к увеличению налоговых поступлений, меры Pillar 1 улучшат бюджеты развивающихся стран. Величина облагаемых доходов увеличится на 4% (более 100 млрд долларов США), и сократится практика использования низконалоговых юрисдикций [5, стр. 6].

Несмотря на то, что в проектах содержатся только общие очертания новой концепции, внедрение таких мер станет одним из самых серьезных изменений в корпоративном налогообложении с 50-х гг. 20 века.

Будущие меры направлены на существенное изменение системы международного налогообложения и призваны предоставить конкурентные условия налоговым юрисдикциям. Поскольку на данный момент более 135 государств реализуют рекомендации ОЭСР по BEPS, данные изменения определенно повлияют на глобальный механизм налогообложения МГК.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Distribution of global online visitors to Google.com [электронный ресурс] // Сайт Statista — URL: <https://www.statista.com/statistics/276737/distribution-of-visitors-to-googlecom-by-country> — Заглавие с экрана — (дата обращения 11.04.2020).

2. Public consultation document. Global Anti-Base Erosion Proposal (“GloBE”) [электронный ресурс] // Сайт ОЭСР — URL: <http://www.oecd.org/tax/beps/public-consultation-meeting-global-anti-base-erosion-proposal-pillar-two-9-december-2019.htm> — Заглавие с экрана — (дата обращения 11.04.2020).

3. Public consultation document. Secretariat Proposal for a “Unified Approach” under Pillar One [электронный ресурс] // Сайт ОЭСР — URL: <http://www.oecd.org/tax/beps/public-consultation-document-secretariat-proposal-unified-approach-pillar-one.pdf> — Заглавие с экрана — (дата обращения 11.04.2020).

4. Statement by the OECD/G20 Inclusive Framework on BEPS on the Two-Pillar Approach to Address the Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy [электронный ресурс] // Сайт ОЭСР — URL: <http://www.oecd.org/tax/beps/statement-by-the-oecd-g20-inclusive-framework-on-beps-january-2020.pdf> — Заглавие с экрана — (дата обращения 11.04.2020).

5. Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy [электронный ресурс] // Сайт ОЭСР — URL: <https://www.oecd.org/tax/beps/presentation-economic-analysis-impact-assessment-webcast-february-2020.pdf> — (дата обращения 11.04.2020).

Омаров Ислам Русланович

Omarov Islam Ruslanovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Магистерская программа «Логистика»

Master program: «Logistics»

e-mail: omarov.islam.omarov@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ «ЗЕЛЕННОЙ» ЛОГИСТИКИ В ЭНЕРГЕТИКЕ

MODERN TRENDS OF «GREEN» LOGISTICS IN ENERGY

В настоящее время происходит существенное смещение в сторону обеспечения экологической безопасности во всех сферах жизнедеятельности человека. В особенности под пристальным вниманием находится энергетический комплекс, который в значительной мере влияет на экологию и нуждается в новом подходе к организации деятельности как всего комплекса, так и логистической системы. Именно логистическая система может быть начальным этапом в преобразовании деятельности нефтегазодобывающих предприятий и ориентации их на экологическую защиту мира.

Currently, there is a significant shift towards ensuring environmental safety in all spheres of human life. In particular, the energy complex is under close attention, which significantly affects the environment and needs a new approach to organizing the activities of both the entire complex and the logistics system. It is the logistics system that can be the initial stage in the reform of the activities of oil and gas companies and their orientation to the environmental protection of the world.

Ключевые слова: экология, энергетика, «зеленая» логистика, нефтегазовые компании.

Keywords: ecology, energy, “green” logistics, oil and gas companies.

Современный мир можно охарактеризовать двумя простыми словами: стремительный и постоянно изменчивый. Понятно, что стремительность проявляется в быстром развитии и ускоренных темпах прогресса в различных областях жизнедеятельности человечества. Под постоянно изменчивым подразумевается постоянные изменения и трансформация методов, подходов и составляющих элементов. Изменения отражают лишь положительный эффект, который позволяет улучшить состояние жизни населения и дарит новые возможности современному рынку. Огромное внимание уделяется и трансформации энергетического комплекса, который является обеспечивающим зве-

ном в ВВП множества ведущих стран. Реструктуризация в объемах спроса на данном рынке приведет к диспозиции сегодняшних ведущих компаний данной отрасли, в чьих интересах играть на опережение запросов со стороны рынка. Какие же вызовы стоят перед энергетическим комплексом Европы и России сегодня и какие ключевые выводы повлияют на решения транснациональных компаний по добыче жидких углеводородов — основная суть данной статьи.

В первую очередь основной задачей всего мирового сообщества является экологическая безопасность человечества в ближайшем будущем. Индустриализация и постиндустриализация оставили свой отпечаток на такой проблеме, как парниковый эффект. Рост концентрации CO₂ в атмосфере вырос на 24% по сравнению с 1980 годом (с 0,0335% до 0,0415%). Все это приводит к повышению глобальной температуры в среднем на 4,5°C относительно доиндустриальной эпохи. Сокращение антропогенных выбросов парниковых газов представляется основным постулатом Парижского соглашения от 2015 года. Целью соглашения является удержание роста глобальной средней температуры ниже 2 градусов Цельсия. Большая часть стран мира поддержала данный документ и в соответствии с ним сформировало дальнейшую деятельность как по сокращению добычи и использования продуктов нефтегазового и угольного комплексов, так и по инвестированию капитала в научные технологии для сокращения выбросов CO₂. К последним относятся технологии, которые базируются на улавливании и захоронении вредоносного газа — CCUS; BECCS; DAC. Также увеличивается количество инвестиций в возобновляемые источники энергии, чей размер к 2018 году достиг инвестиций в нефтегазовый сектор.

Глобализация — это уже не современный термин, который означает направленность деятельности экономических субъектов. Сегодня глобализация — это неотъемлемая часть деятельности компаний для выживания и получения прибыли в рыночных реалиях. Она подразумевает постоянное перемещение огромного количества товаров и услуг по всему миру, от производителя к поставщику и далее конечному потребителю. Перемещение нескончаемого потока материальных и нематериальных продуктов производства требует качественной логистической деятельности со стороны экспедиторских компаний. Это все создает множество экологических проблем, которые нарушают экологическое равновесие, а использование транспорта на высокотоксичных

сырьевых ресурсах создает проблемы мирового масштаба. Здесь мы перейдем к понятию «зеленой» логистики. Не вдаваясь в терминологию можно сказать, что суть заключается в использовании экологически чистых технологий в логистической деятельности, которые на основе контроля и мониторинга позволяют либо сократить вредные выбросы при транспортировке, либо полностью избавиться от них (что маловероятно, конечно) [1].



Рис. 1. Инвестиции в возобновляемые источники энергии, млрд долл. [5, с. 18]

Основываясь на двух описанных выше мировых трендах, можно заключить, что применение «зеленых» технологий в логистическом обеспечении нефтегазового сектора является одной из передовых задач, стоящих перед мировым сообществом. Логистика связывает все процессы деятельности от разведки и добычи нефти и газа до их транспортировки в единый системный комплекс деятельности. Она является инструментом снижения издержек, а, следовательно, и конечной стоимости продукта, что делает его более конкурентоспособным. Конечно, экологизация нефтегазового комплекса представляется очень дорогостоящим трендом как для компаний, так и для государств, в чьих интересах содержать и обеспечивать стабильную работу данной отрасли экономики. Но начать стоит с логистической системы, ведь она пронизывает все стадии производства [3].

Процесс транзита нефтегазопродуктов является источником больших издержек и в значительной мере влияет на их добавленную стои-

мость. Ведь в основном добыча производится на отдаленных и труднодоступных регионах, где климатические и географические особенности создают чуть ли не отдельную область ограничений для производства. А для сокращения издержек и увеличения прибыли логистические системы создаются по принципам оптимальных условий транспортировки, но они явно не учитывают дорогостоящие эко-технологии.

Если переходить к трендам, которые присущи зеленой логистике, то первым стоит отметить интеллектуализацию всех систем управления. Это позволяет снизить вредное влияние на окружающую среду, ведь интеллектуальные системы увеличат производительность за счет математических моделей прогнозирования и автоматизации процессов добычи и распределения логистических потоков на месторождении.

В процессах снабжения и распределения логистика использует огромное количество транспортных средств, которые можно перевести на средства с наименьшим количеством выбросов за счет изменения источников питания, например, на природный газ или электричество. В будущем не мало стран сделают ставку на увеличение транспорта на водородном топливе. Но сейчас это затрудняется в связи с дороговизной и отсутствием необходимой инфраструктуры [4].

Еще одним перспективным направлением является использование и создание новых технических средств для надежной транспортировки нефти и газа. К примеру, новые танкеры, которые смогут в качестве горючего материала использовать менее вредные топливные ресурсы и современные трубопроводные системы, которые сократят количество утечек и аварий в процессе транзита.

Выделяя современные тренды в экологизации логистической системы, стоит отметить проблемы, которые сможет решить «зеленая» логистика для энергетической отрасли мира, в частности, для нефтегазодобывающего комплекса, больше всего влияющего на экологическую обстановку:

- сокращение потерь нефти и газа при транспортировке, ведь создание качественной системы обслуживания путей доставки сократит количество загрязняющих выбросов и позволит компании сократить убытки;
- совершенствование системы снабжения нефтегазовых компаний;

- организация системы распределения на принципах технологического обновления, которое удовлетворяет потребностям рынков в защите окружающей среды;
- использование новейших систем обслуживания продуктов добычи при их хранении, которые снижают вероятность возникновения чрезвычайных ситуаций [2].

Применение принципов «зеленой» логистики создаст дополнительные издержки. Не все компании, особенно в России готовы нести убытки в краткосрочном периоде, но понимание преимуществ со стороны руководящего персонала, которые может получить компания в долгосрочном периоде, станет главным двигателем для внедрения экологистики на рынке. Ведь актуальность сохранения экологического баланса с каждым днем возрастает, и в скором времени, абсолютно все компании будут вынуждены производить огромное количество инвестиций в переоборудование и реформирование систем обеспечения и обслуживания нефтегазовых комплексов. А заблаговременное внедрение небольшими темпами технологических и экологически чистых систем позволит сохранить долю и место на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бережная Л.Ю. Анализ терминологических аспектов «зеленой» логистики / Л.Ю. Бережная // Материалы VII международной научной конференции «Перспективы развития логистики и управление цепями поставок». — М.: Изд-во «Эс-Си-Эм Консалтинг». — 2017. — С. 401–405.

2. Горбунова О.И. Экологические аспекты деятельности нефтегазодобывающих компаний Восточной Сибири / О.И. Горбунова, Л.В. Каницкая // Материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции «Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов». — Иркутск: Изд-во Байкальский государственный университет. — 2018. — С. 172–178.

3. Горбунова О.И. Экологический менеджмент в нефтегазовых компаниях России: рейтинг экологической ответственности / О.И. Горбунова, Л.В. Каницкая // Известия Байкальского государственного университета. — 2017. — № 3 (27). — С. 366–371.

4. Никитина Ю.А. Экономические аспекты экологической безопасности в нефтегазовой отрасли (международный опыт и российская практика): автореф. диссертации канд. экон. наук: 08.00.14 / Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. — М., 2012. — 30 с.

5. Основные тенденции развития мирового рынка жидких углеводородов до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <https://lukoil.ru/FileSystem/9/451551.pdf> (дата обращения: 10.04.2020).

Османова Сабина Зульфигаровна
Osmanova Sabina Zulfigarovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственные и муниципальные финансы»
Master program «State and municipal finance»

e-mail: sabinao_97@mail.ru

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО
ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РФ**

**CURRENT ISSUES OF STATE FINANCIAL CONTROL
IN THE RUSSIAN FEDERATION**

В статье отражены основные проблемы и направления организации эффективной системы государственного финансового контроля в России. Рассмотрено развитие государственного финансового контроля в условиях цифровизации. Описаны информационные системы, используемые Федеральным казначейством.

The article reflects the main problems and directions of organization of an effective system of state financial control in Russia. The development of state financial control in the context of digitalization is considered. The information systems used by the Federal Treasury are described.

Ключевые слова: государственный финансовый контроль, цифровизация, технологии, бюджет, правовое регулирование.

Keywords: state financial control, digitalization, technologies, budget, legal regulation.

Важную роль в развитии и позиционировании государства среди других стран играют государственные финансы. Грамотное и эффективное их распределение отражается на всех сферах жизни общества, а также на экономической, социальной и политической обстановке в стране.

Государственный финансовый контроль решает одну из ключевых задач — разработать эффективную финансовую стратегию страны путем правильного и эффективного распределения и использования государственных средств. Посредством государственного финансового контроля происходит оценка рациональности использования финансовых средств государства. Таким образом, на сегодняшний день государственный финансовый контроль — это один из важнейших аспектов успешной экономической политики и неотъемлемый элемент системы государственного управления в целом.

Однако в данной области продолжают существовать некоторые нерешенные проблемы, которые осложняют процесс эффективного государственного контроля в финансовой сфере. Несмотря на то, что сейчас активно изменяется и развивается законодательство, регулирующее данную сферу, и проводятся всевозможные теоретические и научные исследования, по-прежнему остается открытым и еще не до конца изученным ряд вопросов. Следовательно, все вышеизложенные обстоятельства указывают нам на актуальность темы данной статьи.

Важнейшей проблемой, порождающей множество сложностей в реализации контрольной функции государства, является неупорядоченность нормативного правового регулирования. Основным источником права в сфере государственного финансового контроля в нашей стране является Бюджетный кодекс РФ (далее — БК РФ), который, не определяя его четко, судя по содержанию, подразумевает под ним бюджетный контроль. И действительно, в проекте новой редакции Бюджетного кодекса (НРБК) термин «государственный и муниципальный финансовый контроль» (далее — ГМФК) заменен на другой — «государственный и муниципальный бюджетный контроль».

Недостаточная правовая определенность сферы ГМФК, проявляется также и в следующем [4, с. 28]:

- полномочия по финансовому контролю в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных (муниципальных) нужд остаются формально за рамками ВГФК;
- полномочия по контролю за расходованием средств в сфере ЖКХ также формально находятся вне ВГФК;
- остаются нерешенными вопросы дублирования контрольной деятельности органов внешнего и внутреннего государственного финансового контроля;
- также не решены вопросы эффективного взаимодействия органов ВГФК с ведомственными системами внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита.

К мероприятиям, направленным на совершенствование организации внутреннего государственного финансового контроля, относятся [1]:

- развитие механизмов взаимного признания (непризнания) результатов контрольной деятельности органами контроля и вза-

- имный обмен информацией о результатах контрольных мероприятий, проведенных органами финансового контроля;
- переориентация ВГФК на упреждающий контроль с применением автоматизированных механизмов выявления признаков нарушений;
 - совершенствование риск-ориентированного подхода к планированию контрольной деятельности;
 - непрерывный процесс систематизации, анализа и мониторинга результатов контрольных мероприятий и устранения нарушений;
 - повышение степени участия ГРБС и их взаимодействие с контрольно-надзорными органами;
 - стандартизация контрольной деятельности, основанная на применении взаимосвязанных карт риска.

Реализация вышеупомянутых мероприятий, направленных на развитие внутреннего государственного финансового контроля, позволит повысить эффективность расходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

Очередным шагом на пути совершенствования государственного финансового контроля являются возможности, которые становятся доступными в условиях развития цифровых технологий в сфере государственного управления.

Современный мир и, конечно же, Россия в том числе находится в состоянии активного внедрения и развития разнообразных форм цифровизации во всех сферах жизни, включая бюджетную. Поэтому не менее актуальным и важным на сегодняшний день является вопрос цифровизации контроля в финансово-бюджетной сфере. Передовые информационные технологии позволяют улучшить качество финансового контроля в системе государственного и муниципального управления. В современных условиях органы государственного финансового контроля активно используют разработки цифровой экономики. Цифровизация позволяет минимизировать очное взаимодействие контролера и контролируемого в рамках осуществления контрольной деятельности уполномоченными органами власти, то есть повышается эффективность проверки и увеличивается оперативность реагирования.

В условиях ускоренной цифровизации экономики государственный финансовый контроль должен меняться, переходя от состязательной

модели организации (большая значимость проверок и меньшее количество мониторинга) к партнерской (мониторинг — основа контрольной деятельности, а число проверок минимально). Всему этому способствуют цифровые технологии, создающие все необходимые для этого предпосылки [3, с. 139].

Федеральное казначейство РФ (далее — ФК РФ), является своеобразным локомотивом в системе цифрового государственного управления экономикой. ФК РФ, как орган ВГФК, является оператором следующих информационных систем:

1. Государственная автоматизированная система «Электронный бюджет» — служит гарантом прозрачности, открытости и подотчётности деятельности государственных органов и др.

2. «Автоматизированная система Федерального казначейства» — данная информационная система создана в целях повышения эффективности взаимодействия должностных лиц Федерального казначейства в процессе осуществления его деятельности.

3. «Общероссийский официальный ресурс государственных закупок» — информационная система функционирует в целях обеспечения полной и достоверной информации о закупках товаров, работ и услуг отдельными видами юридических лиц и содержит информацию о контрактной системе в сфере закупок.

4. «Государственная информационная система о государственных и муниципальных платежах» — в системе размещена информация о платежах юридических и физических лиц за оказываемые государственными и муниципальными учреждениями государственных и муниципальных услуг, а также услуг, указанных в федеральных законах.

5. «Государственная информационная система Официальный сайт Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях» — создана в целях обеспечения доступности и открытости данных о существующих государственных и муниципальных учреждениях.

Благодаря современным техническим возможностям по встраиванию контрольных инструментов в информационные системы органы контроля становятся частью бизнес-процессов, когда каждый шаг объектов контроля, каждый шаг должностных лиц, уполномоченных совершать какие-либо финансовые операции, сразу проходят

проверку в момент совершения и, тем самым, объекты контроля предупреждаются о возможном возникновении риска. Если нарушение не удаётся предотвратить, что является отрицательным моментом в рамках риск-ориентированного подхода, то в автоматизированном режиме осуществляется применение, соответствующих санкций, к объектам контроля и в таком же режиме происходит информатизация субъектов контроля. По итогам данных операций составляются протоколы об административных нарушениях в рамках некоторых статей Кодекса РФ об административных правонарушениях. Данное средство контроля уже реализовано и сокращает трудозатраты Федерального казначейства, а также повышает бюджетную дисциплину объектов контроля.

С развитием цифровых технологий и постоянно увеличивающегося количество данных об объектах контроля, а также данных об их деятельности, которые содержатся в информационных системах, появляются различные способы сбора и анализа данной информации. То есть, уже сейчас можно говорить о цифровых профилях объектов контроля, что позволяет оперативно выявлять нарушения и уменьшить количество проверок в разы за счёт мониторинга деятельности объектов контроля. Помимо цифрового профиля объекта контроля, реализован и цифровой профиль самого контролёра-ревизора, содержащий всю информацию о результатах его контрольной деятельности.

На данном этапе развития государственного финансового контролёра помогает объекту контроля совершенствоваться как свою деятельность, так и её результаты. Сейчас реализуются такие мероприятия, как наказание за совершение нарушений, предотвращение нарушений, но всё идёт от нарушений. Более высокая форма помощи объектам контроля заключается в содействии достижения его целевых показателей, помочь объекту контроля быть эффективным. Благодаря цифровизации и благодаря тому, что сейчас реализован цифровой двойник объекта контроля есть возможность в построении рейтингов, которые показывают текущее состояние анализируемых объектов контроля. Система рейтингов обязана показать объекту контроля на каком месте он находится, какие есть элементы, над которыми надо работать. Данные рейтинги в постоянном режиме доступны для руководителей объектов контроля и дают возможность совершенствовать свою деятельность.

Подводя итог, можно сказать, что система государственного финансового контроля активно развивается в сторону цифровизации. На сегодняшний день внедрение цифровых технологий в сфере ГФК обеспечит возможность стандартизированного, риск-ориентированного подхода, основным результатом которого будет превенция нарушений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 31.01.2019 № 117-р «Об утверждении Концепции повышения эффективности бюджетных расходов в 2019–2024 годах».
2. Федеральный закон от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 01.04.2020) «Бюджетный кодекс Российской Федерации».
3. Егоров Д.С., Терехова Т.Б. Развитие государственного финансового контроля в условиях цифровизации / Образование и право — № 1–2020. — 137–142 с.
4. Князева Е.Ю. О совершенствовании реализации государственного финансового контроля в Российской Федерации / Е.Ю. Князева // Legal Bulletin — Т. 4, № 3–2019. — 26–31 с.

Павлова Наталья Сергеевна
Pavlova Natalya 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: pavlovanata616@gmail.com

НИКНЕЙМ КАК СРЕДСТВО САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ВИРТУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

A NICKNAME AS A MEANS OF SELF-IDENTIFICATION OF A VIRTUAL LANGUAGE PERSONALITY

В статье рассматривается сетевое имя как способ самопрезентации и самоидентификации языковой личности в дискурсе социальных сетей. Установлено, что структура субъекта коммуникации в сетевом дискурсе включает компоненты реальной и вымышленной личностей, соотношение которых отражается структурными, семантическими, фонетическими и графическими характеристиками никнейма.

The article views a network name as a means of a language personality self-presentation and self-identification in the discourse of social networks. It is shown that the structure of a language personality in the network discourse includes components of

a real personality and a fictional one. The ratio of them is reflected in the structural, semantic, phonetic and graphical characteristics of a nickname.

Ключевые слова: виртуальная языковая личность, сетевой дискурс, самопрезентация, никнейм.

Key words: virtual language personality, network discourse, self-presentation, a nickname.

Выполнено в рамках НИР «Лингвистические и методические основы подготовки письменных переводчиков», регистрационный номер в ЕГИСУ НИОКТР: АААА-А20–120020690118–0.

Новые технологии и научно-технический прогресс последних десятилетий повлекли за собой создание всемирной сети Интернет и, как следствие — глобализацию в обществе, популяризацию социальных сетей и развитие электронных средств коммуникации. Интернет-эпоха открывает неограниченные возможности самовыражения, начиная от выбора псевдонимов и заканчивая выбором модели поведения в процессе межличностного общения, где виртуальная среда становится не столько информационной, сколько «самоидентификационной». Именно поэтому актуальным представляется рассмотрение новых форм саморепрезентации и самовыражения виртуальной языковой личности в сетевом мире, одной из которых являются сетевые имена (или никнеймы).

При регистрации в виртуальном пространстве пользователь выбирает себе никнейм (англ. *nickname* — прозвище, уменьшительное имя), который является искусственно созданным антропонимом. По мнению исследователей, существование никнеймов обусловлено, в о - п е р в ы х , «необходимостью (само)идентификации пользователя в пределах определенной виртуальной среды» [1, с. 72], в о - в т о р ы х , желанием сконструировать альтернативную идентичность и скрыть свою истинную личность, в - т р е т ь и х , «необходимостью сообщения дополнительной информации о пользователе» [4, с. 94].

Создание сетевого имени является актом лингвокреативности и речетворчества. По мнению Ю.В. Сергаевой, виртуальную языковую личность можно рассматривать как лингвокреативную языковую личность: «...такие ее черты, как диалогичность и интерактивность, являются обуславливающим творчество и сотворчество фактором» [3, с. 58]. Сетевое имя — феномен, активирующий механизмы кодирования и декодирования. В качестве субъективных факторов интерпретации

выступают параметры внутреннего мира адресата: тезаурус, социальный статус, эмоциональные установки.

Целью настоящего исследования является выявление структурных, фонетических и семантико-стилистических характеристик сетевых имен.

Материалом исследования послужили никнеймы, созданные носителями английского языка, гражданами США, Великобритании и Австралии. Материал отбирался методом сплошной выборки на игровой платформе Sony PlayStation. Было отобрано более 200 никнеймов. Основными методами исследования, используемыми в работе, являются методы количественного и структурного анализа.

В результате проведенного анализа отобранные никнеймы были разделены на пять лексико-семантических групп.

I. К первой группе сетевых имен относятся никнеймы, основанные на реальных антропонимах пользователей. Здесь намерения автора направлены не на конструирование альтернативной личности, а на презентацию, представление себя, как индивида. В данной группе нередко можно встретить использование единиц семиотических систем — цифр и других символов, которые в той или иной степени несут информацию о пользователях (Eric89620, Mikeeeu_, Arthur0n, J.o.n.y.). Например, легко прочесть даты, на основе которых можно выявить возраст (Jan1976, Maty12, Rogerz87), любимые числа, знаменательные события и т. д.

II. Вторую группу представляют никнеймы, отражающие духовный мир личности. В данную категорию было включено все то, что можно отнести к внутреннему миру человека: его эмоции и чувства (Olnybaby, Empty7, MyLifeIsAComedy, unaccepttable), интересы и увлечения (T.R.D, AtarAtar), жизненные позиции и ценностные ориентации (GrOOmz), личностные характеристики и качества (SimplyNique, ATOMICGIRL1, Alfadri, Iamlucker, MrGold94, Dreamkeeper, The-Caretaker, RexHot, lil_groomzy_boy, doll.15762, Mystic_Goldy, SlimAssassin13, CommanderRR, Terrorman656), цели, желания и мечты (Will-Star, AutisticBoy502). Многие никнеймы данной группы основаны на игре слов, а также включают стилистические и графические экспрессивные средства. Данная группа сетевых имен оказалась самой многочисленной.

III. Третью группу составляют сетевые имена, основанные на механизмах прецедентности. Сюда входят никнеймы, апеллирующие

к известным героям фильмов и литературных произведений (HarryLooockhart, Yoda9, Kruzia, MyNameIsGriggs, CalypsoREborn, StargateSG101, jonsnow1983snow, NotADeviant, FrozenFish007), знаменитым людям (LASman74, SimonSullivan, Dr.Krieg), историческим личностям (Lion.hart, Genry7) брендам (Cheetos88) и т. д.

IV. К четвертой группе относятся никнеймы-зооморфизмы. Данные никнеймы выбирают те пользователи, желающие подчеркнуть наличие у себя качеств, которыми обладает, по их мнению, то или иное животное: catnessness, pupperddoggo, Mr_Giraffe, Maudlinfrog, FrozenFish007, MIMIBear21, SolidSnake86XX, BadDoggie84, Polarbear.37254, MeawMeaw, AnacondaBah, IamRedFox и т. д.

V. Последнюю группу представляют провокационные никнеймы, которые так или иначе провоцируют пользователей на эмоции или действия (чаще негативные) в зависимости от ситуации (Give_Me_A_Kiss, Be_My_Guest666, kissmycleats).

В структурном плане все никнеймы можно разделить на две большие группы. Простые, т. е. монокомпонентные никнеймы, состоящие из одного слова и сложные, т. е. поликомпонентные никнеймы, состоящие из двух или более слов. При образовании простых никнеймов наиболее продуктивными способами словообразования являются:

- Суффиксальный (catnessness),
- Основосложение (HarryLooockhart, Dreamkeeper, The-Caretaker),
- Аббревиация (T.R.D — сокращение от Toyota Racing Development; wderland).

Сложные никнеймы можно рассматривать по типу синтаксических отношений между элементами:

- Управление (Give_Me_A_Kiss, Be_My_Guest666, kissmycleats, Goodluck_Friends),
- Согласование (Cosm1cStr4wberry, FrozenFish007, MIMIBear21, SolidSnake86XX, BadDoggie84, Polarbear.37254),
- Примыкание (JuneMB, jonsnow1983snow, MeawMeaw),
- Предикация (IamRedFox, MyNameIsGriggs, CalypsoREborn).

Большую роль в оформлении сетевых имен играет их графическая оболочка. В. П. Москвин относит графическое оформление сетевых имен к приемам акцентирования внимания: «Обязательно привлекает внимание то, что резко и контрастно выделяется на фоне подобных объектов по размеру, цвету, форме и другим сенсорно воспринимаемым параметрам» [2, с. 37]. Оказиональность непосредственно

связана с экспрессивностью, эстетикой и проявлением креативности и остроумия. В отобранном нами корпусе сетевых имен встречаются такие графические приемы, как:

- Капитализация (MIMIbear21, ATOMICGIRL1, xd_creamyL-EMON, GoodxXxLUCK, CalypsoREborn, GrOOmz),
- Включение прописных букв в середине слова (SimplyNique, NotADeviant),
- Точка (Polarbear.37254, Mr.Pickles17, T.R.D),
- Дефис (Will-Star, The-Caretaker),
- Нижнее подчеркивание (snowdrop1224_us, Mr_Giraffe, Give_Me_A_Kiss),
- Замена цифрами определенной буквы / слога в слове (Cosm1cStr4wberry, Str4wb3rry3mma),
- Подмена букв / слогов (Olnybaby),
- Повторы (catnessness, pupperddoggo, MeawMeaw),
- Намеренные ошибки в орфографии (lemonfroot, kissmycleats).

Таким образом, сетевые имена являются важнейшим средством самоидентификации и самопрезентации виртуальной языковой личности. Словотворческий потенциал пользователей социальных сетей направлен на создание образа виртуальной личности, который они хотели бы презентовать своим собеседникам. Структура субъекта коммуникации в социальных сетях включает компоненты реальной и вымышленной личностей, соотношение которых отражается структурными, семантическими, фонетическими и графическими характеристиками имени.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Аникина Т.В. Имя собственное в Интернет-коммуникации // Известия уральского государственного университета: серия 1: проблемы образования, науки и культуры. — 2010. — № 2. — с. 71–76.
2. Москвин В.П. О приемах смыслового акцентирования // Русская речь. — М.: Российская академия наук, 2006. — № 2. — с. 30–42.
3. Сергаева Ю.В. Креативная языковая личность: творчество и сотворчество в компьютерной неографии // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2012. — № 1–2. — с. 58–61.
4. Сребрянская Н.А. Никнейм как средство самоидентификации виртуальной языковой личности // Реальность. Вымысел. Текст : коллектив. монография / под ред. Н.Л. Шамне, Л.А. Кочетовой. — Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2019. — 197 с.

Пак Виктория Владиславовна

Pak Viktoriia Vladislavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Учёт, анализ и аудит в отраслях экономики»

Master program «Accounting, analysis and audit in economic sectors»

e-mail: victoria.park@mail.ru

ПРОЕКТНЫЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЁТ ЗАТРАТ НА ИТ-ПРЕДПРИЯТИИ

PROJECT MANAGEMENT ACCOUNTING IN AN IT ENTERPRISE

В данной статье рассматриваются особенности учёта затрат на ИТ-предприятии с применением проектного подхода, механизмы формирования затрат в программе Microsoft Dynamics NAV, а также структура затрат ИТ-предприятия.

This article discusses the features of cost accounting in an IT enterprise using the project approach, the mechanisms for generating costs in Microsoft Dynamics NAV program, as well as a cost structure of an IT enterprise.

Ключевые слова: проектный учёт затрат, проектный менеджмент, Microsoft Dynamics NAV, сектор ИТ.

Keywords: project management accounting, project management, Microsoft Dynamics NAV, IT sector.

На сегодняшний день в мировой практике существует множество разнообразных методов учёта затрат: от самых примитивных до комплексных и многоступенчатых. Очевидно, что нет объективно «неправильного» метода учёта затрат, так как каждый из них служит своей цели и подходит для определённого масштаба бизнеса, сферы деятельности, особенностей бизнес-процессов и других факторов. В данной статье будет рассмотрен проектный управленческий учёт затрат, применяемый ИТ-предприятием ООО «Рексофт». Мы представим некоторые особенности проектного учёта в программе Microsoft Dynamics NAV, коснёмся вопросов внутренней отчётности и механизма распределения косвенных затрат.

Прежде, чем перейти к описанию сути проектного управленческого учёта, необходимо найти определение самого термина «проект». Согласно Международному Стандарту ISO 21500, п. 3.2, под проектом понимается уникальный набор процессов, состоящих из координированных и контролируемых мероприятий, с датами начала и оконч-

чания, направленных на достижение целей проекта. Достижение целей проекта, в свою очередь, требует предоставления результатов, соответствующих конкретным требованиям. У каждого проекта есть дата начала и окончания, обычно он разделён на фазы [3, с. 4].

По мнению автора статьи «Проектный менеджмент в структуре современного менеджмента», проект — это деятельность, направленная на реализацию конкретной цели в виде создания товаров, работ, услуг, обладающих определённой уникальностью, имеющую временные ограничения, а также координацию и управление отдельными процессами и задачами [2, с. 1].

В интервью «Проектный менеджмент — дисциплина и планирование» сертифицированный специалист в области проектного менеджмента Д. Лукьянов приводит два ключевых подхода к трактовке термина «проект»: американский и японский. Согласно американскому подходу, проект — это временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов. С точки зрения японской Ассоциации управления проектами, проект — это создание новой ценности, которую ожидают получить заинтересованные и вовлечённые в его реализацию стороны [1, с. 51]. Таким образом, мы можем сделать вывод, что американский подход рассматривает проект как совокупность процессов, приводящих к какому-либо результату, а японский акцентирует внимание на ценностной составляющей результата проекта.

Рассмотрев различные варианты определения понятия «проект», мы приходим к выводу, что проект — это совокупность координируемых и управляемых процессов, приводящих к созданию уникальной ценности. Проект имеет чёткие даты начала и окончания, ограничен рамками своего бюджета в денежном и натуральном выражении.

Можно было заметить, что в процессе научных изысканий мы рассматривали статьи из области проектного менеджмента, а не проектного управленческого учёта. Данное явление связано с тем, что количество научных публикаций в открытом доступе, рассматривающих проектный учёт, крайне мало, а их авторы, как и мы, оперируют терминологией проектного менеджмента.

Материалы для данной статьи были собраны на текущей базе преддипломной практики — ИТ-предприятии ООО «Рексофт». Основным видом деятельности «Рексофта» является разработка и внедрение программного обеспечения, организация успешно ведёт бизнес с 1991 года

и за 29 лет реализовала более 1000 успешных проектов для своих клиентов по всему миру. [4]

Очевидно, что традиционный метод учёта затрат не приносит бы достаточное количество информации и экономических выгод в силу специфики деятельности «Рексофта». Поэтому в организации практикуется проектный подход к учёту затрат, и функционирует сложная система внутренних систем и баз данных, поддерживающих как проектный менеджмент, так и проектный управленческий учёт. Отметим, что проектная направленность касается только управленческого учёта, так как используемая конфигурация программы бухгалтерского учёта «1С: Предприятие» не позволяет вести учёт по проектам. Управленческий учёт ведётся в программе Microsoft Dynamics NAV (или Navision) сотрудниками отдела финансового контроля.

На текущий момент в «Рексофте» ведётся больше 50 активных проектов, по которым осуществляются затраты. Данные проекты группируются в 4 условных центра финансовой ответственности (далее — ЦФО), каждый из которых имеет определённого руководителя, несущего ответственность за показатели результативности своего направления.

Navision позволяет относить на проект затраты любого характера — будь то оплата труда программистов или приобретение специфического ПО под определённый проект. При внесении в программу новых затрат, создаётся документ типа «счёт» (аналогом в «1С: Предприятие» будет товарная накладная или акт приёмки-передачи услуг), в котором необходимо присвоить новой затрате ряд определённых признаков, представленных в таблице далее.

Таблица 1

Признаки затрат в Microsoft Dynamics NAV

Название признака	Назначение признака
Дата операции	Обычно совпадает с датой первичного документа, на основе которого вносится затрата.
Поставщик №	Индивидуальный номер поставщика
Финансовый счёт	Учётный регистр. План счетов управленческого учёта почти полностью совпадает с планом счетов бухгалтерского учёта.
ЦФО	Центр финансовой ответственности, к которому относится проект.

Название признака	Назначение признака
Проект	Индивидуальный номер проекта, на который относится затрата.
Локация	Расположение филиала компании, понёвшего затраты (Санкт-Петербург, Москва, Ростов-на-Дону, Воронеж, Швеция).
Содержание	Свободно редактируемое поле для внесения краткого описания сути операции.
Статья PL	Статья Отчёта о прибылях и убытках (Profit & Loss).
Статья CF	Статья Отчёта о движении денежных средств (Cash Flow).
Ставка НДС	Выбор ставки НДС, применяемой к данной операции.

Перечисленные признаки, или «измерения», далее используются системой поддержки принятия решений для составления внутренней отчётности по простым запросам, формируемым сотрудниками финансового отдела и высшим менеджментом. Так, например, можно сформировать отчёт «PL по проектам за год», в котором по горизонтали будут расположены все активные проекты, сгруппированные в ЦФО, а по вертикали — статьи PL, например, «Оплата труда», «Оборудование и ПО», «Хозяйственные расходы», «Аренда», «Транспорт» и т. д. Данный отчёт является одним из наиболее информативных, однако в то же время и одним их самых громоздких — текущая версия такого отчёта за 2019 год занимает более 90 строк и более 100 столбцов.

Как уже упоминалось ранее, в «Рексофте» действует сложная система взаимосвязанных информационных систем, одна из которых содержит данные о количестве часов, отработанных сотрудниками на конкретных проектах (или вне них: если проект закончился, и сотрудникам не подобрали новый проект, они находятся в свободном резерве, или «на скамейке запасных»). Информация об отработанном времени является наиболее важной для целей финансового учёта, т. к. затраты на проект в среднем на 80% состоят из фонда оплаты труда. Кроме того, суммарные временные затраты на проекты являются базой для распределения косвенных затрат. На сегодняшний день обсуждается возможность изменения базы или механизма распределения в целях получения наиболее достоверной информации о понесённых затратах.

Итак, мы рассмотрели влияние специфики деятельности ИТ-предприятия на применяемый ею метод учёта, а именно ведение управленческого учёта в разрезе проектов; выявили существующую проблему при составлении внутренней отчётности и распределении косвенных затрат предприятия. По нашему мнению, решение проблемы «перегруженности» внутренней отчётности может быть найдено во внедрении и использовании ВІ-инструментов — данная тема будет подробно рассмотрена нами в магистерской диссертации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Чернышева Т. Проектный менеджмент — дисциплина и планирование // Наука и инновации. 2016. — № 156. — С. 51–53.
2. Юрьева Т.В. Проектный менеджмент в структуре современного менеджмента // УЭКС. 2016. — № 11 (93). — С. 1–11.
3. International Standard ISO 21500 Guidance on project management / Project Committee ISO/PC 236. — Switzerland: 2012. — 44 с. — URL: http://www.isopm.ru/download/iso_21500.pdf (дата обращения: 02.04.2020).
4. Сайт компании ООО «Рексофт» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.reksoft.ru/>, свободный. — Загл. с экрана. (дата обращения: 02.04.2020).

Парчин Александр Витальевич

Parchin Alexander Vital'evich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Магистерская программа «Оценка бизнеса»
Master program «Business valuation»
e-mail: alexander.p1892@gmail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ РЕСУРСНОГО И БАЗИСНО-ИНДЕКСНОГО МЕТОДОВ В ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ СТРОИТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

PROBLEMS AND PROSPECTS OF USING RESOURCE AND BASIC-INDEX METHODS ON ASSESSING THE VALUE OF CONSTRUCTION PROJECTS IN THE DIGITALIZATION OF THE INFORMATION SPACE

Статья посвящена проблематике использования ресурсного метода применительно к условиям разработки проектной документации на разных этапах инвестиционного процесса. Проведен анализ целесообразности использования

базисно-индексного метода и предложены меры по актуализации его применения в перспективе с учетом возможностей цифровизации информационной среды ценообразования в строительстве.

The article is devoted to the problems of using the resource method in relation to the conditions for the development of project documentation at different stages of the investment process. The analysis of the appropriateness of using the base-index method is carried out and measures are proposed for updating its application in the future, taking into account the possibilities of digitalizing the information environment of pricing in construction.

Ключевые слова: ресурсный метод, базисно-индексный метод, оценка стоимости строительства в условиях цифровизации информационного пространства, Федеральная сметно-нормативная база, ценообразование, проблемы выбора метода.

Keywords: resource method, basic index method, construction cost estimation in the digitalization of the information space, pricing, problems of choosing a method.

Строительный сектор экономики — это обособленная часть макроэкономического рынка Российской Федерации, в ценообразовании которого государство играет значительную роль посредством законодательной ветви власти, регламентируя, по меньшей мере, как сметно-нормативную составляющую ресурсного метода определения стоимости строительства, так и индексацию при использовании базисно-индексного метода.

Решение о переходе на использование только ресурсного метода при расчете стоимости строительства в дальнейшем должно определить процесс ценообразования в строительном бизнесе. В данной работе рассмотрена проблема использования ресурсного метода как единственного при оценке стоимости строительства в условиях цифровизации информационного пространства.

Министерство строительства Российской Федерации представило план мероприятий от 22.10.2019 года № 9580п-П9 [1] по совершенствованию ценообразования в строительной отрасли Российской Федерации, в котором были указаны конкретные шаги, с помощью которых можно было бы сделать систему ценообразования более прозрачной и эффективной как для заказчика, так и для подрядчиков и застройщиков. Так же содержание этого плана подробно освещалось 6 сентября 2019 г. во время конференции «Трансформация строительной отрасли как фактор повышения инвестиционной привлекательности Дальневосточных регионов».

Суть проводимой государственной политики заключается в постепенном отказе от использования базисно-индексного метода и переходе к использованию только ресурсного метода при определении сметной стоимости строительства, основываясь на информации о стоимости строительных материалов.

Информационную базу ресурсного подхода составит унифицированная интернет-платформа «Федеральная государственная информационная система ценообразования в строительстве» (далее — ФГИС ЦС). Данный информационный ресурс содержит комплексные данные о компаниях, зарегистрированных в системе, базу данных о строительных ресурсах и информацию о ценах на строительные ресурсы, которые будут обновляться ежеквартально. Обновление базы данных ФГИС ЦС будет происходить с учетом появления новых технологий, материалов и конструкций.

Но полный уход от использования базисно-индексного метода можно оспорить, так как он имеет существенные преимущества для тех, кто проводит оценку стоимости объекта строительства на стадии проектирования. Данное решение Правительства России также оспаривается экспертами в области строительного бизнеса. Суть проблемы состоит в точности определения стоимости и в необходимой трудоемкости, которую нужно приложить для её вычисления, что подразумевает дополнительные издержки.

В то же время можно выделить следующие проблемы использования ресурсного метода разработки локальных смет на стадии проектирования:

1) отсутствие у проектировщиков информации относительно конкретного вида отдельных видов ресурсов, состав которых может уточняться на последующих этапах согласования проектной документации;

2) недостаток информации о текущих рыночных ценах на отдельные позиции ресурсов, указанных в проектной документации;

3) значительный рост цен на ресурсы за период согласования проектной документации, сроки согласования которой определяются действующим законодательством, но в большинстве случаев составляют один календарный месяц в одной инстанции и в совокупности могут занять свыше одного года.

Не смотря на то, что ресурсный метод позволяет достичь большей точности в оценке, в настоящее время базисно-индексный метод

активно применяется в стоимостной оценке объектов СМР на стадии проектирования (таблица 1).

Таблица 1

**Сфера преимущественного использования ресурсного
и базисно-индексного методов в оценке стоимости объектов строительства**

	Ресурсный метод		Базисно-индексный метод	
	Стадия проектирования	Инвестиционная стадия	Стадия проектирования	Инвестиционная стадия
I. Объекты оценки:				
— типовые	—	+	+	+
— объекты, возводимые с использованием новых технологий, материалов и конструкций	+	+	—	—
— уникальные	+	+	—	—

Также существует структурная задача, которую необходимо будет решить — однозначный переход на ресурсный метод определения стоимости подразумевает значительные финансовые затраты наряду с большими информационными возможностями, так как требуется единый и унифицированный агрегатор цен на строительные материалы. Таким информационным ресурсом, как сказано выше, должна стать ФГИС ЦС.

В целях разрешения указанных проблем данный информационный ресурс предлагается использовать также и для обновления информационной базы базисно-индексного метода, который в «модернизированной» форме способен добросовестно служить как государственным заказчикам строительства, так и самим строителям, для чего предлагается осуществить следующие меры:

1) введение актуальной федеральной и территориальной сметно-нормативной базы по состоянию на 2016–2018 гг.;

2) введение ГОСТов на современные строительные материалы с точными наименованиями в ФССЦ и ТССЦ;

3) проведение мониторинга цен Региональными центрами ценообразования в строительстве с расчетом поэлементных ежемесячных индексов и подготовкой каталогов текущих цен на материалы, производимые в последующие периоды (после 2016–2018 гг.);

4) дальнейшая разработка Региональными центрами ценообразования прогнозных индексов-дефляторов для определения прогнозной цены на даты проведения торгов и выполнения строительно-монтажных работ с целью уменьшения трудоемкости проведения расчетов (особенно для объектов продолжительностью строительства более 2-х лет).

Рекомендации по использованию ресурсного и модернизированного базисно-индексного методов в оценке объектов строительства предложены в таблице 2.

Таблица 2

Рекомендации по использованию ресурсного и модернизированного базисно-индексного методов в оценке стоимости объектов строительства

	Ресурсный метод		Базисно-индексный метод	
	Стадия проектирования	Инвестиционная стадия	Стадия проектирования	Инвестиционная стадия
1. Объекты оценки:				
— типовые	—	+	+	+
— объекты, возводимые с использованием новых технологий, материалов и конструкций	+	+	+	+
— уникальные	+	+	—	—

В 2020 году была утверждена обновлённая ФСНБ-2020, изменения затронули как ресурсные части сметных норм и составы работ, так и общие положения сборников. Данные изменения диктуются

скоротечным ходом времени, молниеносным развитием технологий, которые, в том числе, используются в строительстве и в качестве строительных инструментов (новейшие машины и оборудования), и в качестве строительных материалов (расходные материалы для строительства по технологии 3D печати, широко применяемой в КНР).

В обновлённую ФСНБ-2020 вошли результаты работ, предусмотренных планами мероприятий по гармонизации сметно-нормативных баз. Сборники ФССЦ и ФСЭМ приведены в соответствие Классификатору строительных ресурсов [4], дополнены ранее отсутствующие цены на материалы и машины, что позволило выпустить дополнительно более 300 единичных расценок к утвержденным сметным нормам.

ФГИС ЦС — это цифровая информационная площадка, на которой сосредоточены все сметные нормативы, сметные нормы, нормативные правовые акты, касающиеся ценообразования в строительном бизнесе (иными словами, Федеральный реестр сметных нормативов). Очень эргономичный интерфейс позволяет быстро найти информацию, изложенную в понятном виде — буквально в два клика компьютерной мыши.

Данная информационная площадка содержит классификатор строительных ресурсов, утвержденный приказом Минстроя России № 772/пр от 05.12.2019 [5]. Это позволяет узнать код любого ресурса, который предполагается использовать в строительстве сооружения/здания, размещенного в определенной последовательности, что очень удобно для составителей смет — не нужно использовать отдельные сборники, вся информация касательно материалов, оборудования, машин и механизмов находится в одном месте.

Всего же в базе ФГИС ЦС содержится 121 579 наименований ресурсов с соответствующими расценками, дополнительную нормативно-правовую базу, в которой удобно расположены опубликованные документы по видам, а также доступен мониторинг цен строительных ресурсов, что позволит уменьшить трудоемкость составления смет ресурсным методом определения стоимости строительства.

Согласно плану, далее предусмотрены следующие два этапа цифровизации данной площадки (ФГИС ЦС):

1. Интеграция ФГИС с государственной информационной системой промышленности Минпромторга России и с информационной

системой Минтранса России. Это позволит обеспечить дополнительную информацию о производителях строительных материалов (ресурсов) и выпускаемой ими продукции, о тарифах на перевозку строительных материалов (ресурсов), и повысить достоверность определения сметных цен строительных материалов (ресурсов), размещаемых во ФГИС ЦС;

2. Слияние ФГИС ЦС с государственной информационной системой единый государственный реестр заключений (ГИС ЕГРЗ) Минстроя России и с единой межведомственной информационно-статистической системой (ЕМИСС) Минкомсвязи России.

Таким образом, если описанные выше меры будут должным образом обеспечены финансово и с технической точки зрения, это позволит говорить о том, что ресурсный метод станет приоритетным при определении стоимости строительства, отказавшись полностью от использования базисно-индексного метода. Но на данный момент не видно готовности субъектов строительного бизнеса отказаться от использования базисно-индексного метода, на котором у подобных организаций выстроен процесс составления смет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Перечень поручений Государственного совета Российской Федерации от 17 июля 2019 года № Пр-1381ГС. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/61040>;

2. Федеральная государственная информационная система ценообразования в строительстве. [Электронный ресурс]. URL: <https://fgiscs.minstroyrf.ru/#/>;

3. Обращение «Ассоциации экспертиз строительных проектов» в Счетную палату Российской Федерации, а также приложение в виде Письма на имя Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева [Электронный ресурс]. URL: <http://gosekspertiza-rt.ru/docs/24580>;

4. Постановление Госстроя России от 05.03.2004 № 15/1 (ред. от 16.06.2014) «Об утверждении и введении в действие Методики определения стоимости строительной продукции на территории Российской Федерации» (вместе с «МДС 81–35.2004...»). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48827/944879622923d063349f11110183d428572d36ea/;

5. Приказ Минстроя России № 772/пр от 05.12.2019. [Электронный ресурс]. URL: https://www.minstroyrf.ru/docs/50214/?sphrase_id=877731.

Перфилова Екатерина Андреевна

Perfilova Ekaterina Andreevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Оценка бизнеса»

Master program «Business valuation»

e-mail: perfilova.katya96@gmail.com

**РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ГУДВИЛЛА
В ЦЕЛЯХ ОЦЕНКИ БИЗНЕСА
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**DEVELOPMENT OF GOODWILL VALUATION METHODS
FOR BUSINESS ASSESMENT
IN THE DIGITAL ECONOMY TERMS**

В статье представлено научное исследование на тему оценки гудвилла российских компаний. Рассмотрены факторы, влияющие на величину гудвилла с учетом страновой специфики. Выявлены недостатки существующих методов и выдвинуты предложения по развитию и совершенствованию данного направления.

The article presents scientific research on the topic of Russian companies' goodwill valuation. Factors affecting the amount of goodwill with respect to country specifics are considered. The disadvantages of existing methods are identified and proposals for the development and improvement are put forward.

Ключевые слова: гудвилл, оценка бизнеса, рынок M&A.

Key words: goodwill, business valuation, M&A market.

Гудвилл — один из важнейших нематериальных активов компании в современной экономике, поскольку именно он позволяет не только конкурировать за потенциального потребителя, но и способствует снижению транзакционных издержек в отношениях с партнерами-поставщиками, создает условия для понимания природы финансового положения компании и моментально отражает основные тенденции в изменении стоимости бизнеса. Следовательно, оценка, учет и управление гудвиллом, становится одной из наиболее важных и актуальных проблем для хозяйствующих субъектов на сегодняшний день.

Понятие «гудвилл» (в некоторых источниках «деловая репутация фирмы») является довольно часто и широко оперируемым в современной оценке бизнеса. С этой новой для области бухгалтерского учета

и финансового менеджмента категорией сталкиваются любые участники бизнес-отношений. Поскольку существование гудвилла уже реально признано рынком капитала, рыночная стоимость любого предприятия, как правило, включает гудвилл.

Данный актив связан одновременно с тремя аспектами применения (для целей бухгалтерского учета, оценки бизнеса и гражданско-правовой сферы) и характеризуется следующими особенностями, присущими данному понятию в целом:

- гудвилл не имеет материально-вещественной природы;
- категория гудвилл реализуется преимущественно в сделках купли-продажи бизнеса и подчиняется нормам обычного контрактного права;
- возникает тогда, когда предприятие получает некоторые преимущества, обеспечивающие в будущем стабильную высокую прибыль, превышающую средний уровень в отрасли.

Для корректной оценки и выделения гудвилла из совокупности других нематериальных активов предприятия важно понимать его состав и структуру. На величину гудвилла любой компании влияют две основные группы факторов: внешние и внутренние. К основным внешним факторам, выделяемых исследователями, относятся: рост ВВП, уровень инфляции и среднерыночная доходность. Среди основных внутренних факторов следует выделить следующие: величина выручки и прибыли (рентабельность), а также темпы их роста, наличие высококвалифицированного персонала в штате, использование инновационных технологий, занимаемая доля рынка, известность товарного знака и др.

Единого универсального алгоритма оценки гудвилла на сегодняшний день нет, а выбор определенного метода в первую очередь зависит от целого ряда факторов, например, таких, как преследуемые руководством компании цели, текущие рыночные тенденции, сложившаяся практика анализа хозяйственной деятельности предприятия и т. д. Каждый метод предполагает использование конкретного ряда показателей, в связи с чем полученные результаты оценки могут в значительной степени отличаться друг от друга.

По нашему мнению, российские компании обладают определенной спецификой, которую показатели бухгалтерской отчетности не отражают, а наиболее часто применяемые на практике методы (метод избыточных прибылей и бухгалтерский метод) не учитывают. Одним из

методов, учитывающим показатели развития отрасли и экономики в целом является метод оценки гудвилла с помощью показателя деловой активности [1]. Данный метод основан на использовании мультипликативной модели, в которой определена зависимость данного элемента стоимости бизнеса от некоторого показателя деловой активности:

$$GW = k \cdot CA, \quad (1)$$

где CA — показатель деловой активности, к которому применяют некоторый коэффициент-мультипликатор k , который определяется на основе статистических показателей развития отрасли и экономики в целом. Значение мультипликатора k определяют в виде функции от нескольких переменных:

$$k = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n),$$

где $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ — элементы гудвилла, определяемые через факторы, влияющие на его стоимость. Конкретного перечня обязательных факторов, которые необходимо включить в модель, нет, что на наш взгляд, следует исправить.

На сегодняшний день экономика России по большей части ориентирована на продажу энергоресурсов. Экспортно-сырьевой экономический курс обуславливает значительную зависимость нашей страны от конъюктуры мирового рынка. Очевидно, что цены на нефть оказывают влияние на многие экономические сферы. В связи с этим, по нашему мнению, капитализация российских компаний, в том числе, коррелирует с мировыми ценами на нефть. Существующая обратная зависимость курса рубля к доллару США от мировых цен на нефть также наталкивает на предположение о существующем влиянии данного фактора на капитализацию компаний, и, соответственно, величину гудвилла большинства крупных российских компаний, независимо от рода их деятельности.

Для проверки данного предположения были выбраны компании из отрасли-лидера по числу сделок на рынке M&A по итогам 2019 года. Так, по данным аналитического исследования KPMG [1], лидером по количеству сделок стала отрасль недвижимости и строительства (123 сделки из 670). Лидерами по капитализации, в соответствии с данными информационного агентства «РИА-Новости» [2] стали: ГК «ПИК» и ГК «ЛСР» (строительство жилой и коммерческой недви-

жимости). Период исследования — 01.01.2014—01.04.2020. Значения за указанный период были нормированы к началу каждого года. Результаты расчета корреляции между упомянутыми выше факторами, приведенные при помощи пакета MS Excel, приведены в таблице ниже.

Таблица 1

Корреляционная зависимость между ценой на нефть марки Brent, курсом рубля к доллару США и ценами акций компаний строительной отрасли

	Цена нефти марки Brent	Курс руб./долл. США	Цена акций ГК «ПИК»	Цена акций ГК «ЛСР»
Цена нефти марки Brent	1	—	—	—
Курс руб./долл. США	−0,5689	1	—	—
Цена акций ГК «ПИК»	0,5745	−0,1578	1	—
Цена акций ГК «ЛСР»	0,5575	−0,6953	0,5147	1

Так, по шкале Чеддока величина коэффициента корреляции для цены акций ГК «ПИК» и ГК «ЛСР» свидетельствует о наличии средней связи между переменными, что подтверждает выдвинутую гипотезу о значительном влиянии мировых цен на нефть на величину капитализации российских компаний, в частности, строительной отрасли. Кроме того, в результате анализа было выявлено, что коэффициент корреляции между ценой на обыкновенные акции компании ГК «ПИК» и ГК «ЛСР» составляет 0,5147. Полученные результаты еще раз наглядно подтверждают, что еще одним фактором, оказывающим значительное влияние на величину капитализации компании, является положение конкурентов на рынке.

Таким образом, ввиду экспортно-сырьевой ориентации российской экономики и значительного влияния цен на нефть на различные экономические аспекты, назревает необходимость учета данного факта при оценке гудвилла компаний ряда отраслей. В связи с этим, по нашему мнению, видится целесообразным разработать перечень внешних факторов, которые необходимо учитывать при оценке гудвилла, в частности, в рамках применения метода оценки гудвилла с помощью показателя деловой активности. Необходимость разработки перечня таких факторов подтверждает и общемировое падение финансовых

рынков, вызванное пандемией COVID-19. Отсутствие таких рекомендаций является одной из перспектив развития направления оценки гудвилла российских компаний.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Оценка бизнеса: Учебное пособие; ред. В.Е. Есипова, Г.А. Маховиковой. 3-е изд. — СПб.: Питер, 2016. — 512с.
2. КРМГ. Аналитическое исследование рынка слияний и поглощений в России в 2019 г. Февраль, 2020 г. — Режим доступа: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2020/02/ru-ru-ma-survey-2019.pdf>
3. РИА-Новости. ТОП-100 крупнейших по капитализации компаний России по итогам 2019 года. — Режим доступа: <https://riarating.ru/infografika/20200131/630152195.html>
4. Инвестиционный портал Investing.com. — Режим доступа: <https://ru.investing.com/>

Петухова Евгения Игоревна
Petukhova Evgenia Igorevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Магистерская программа «Оценка бизнеса»
Master program «Business valuation»
e-mail: jane0.00@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ СТОИМОСТНОЙ ОЦЕНКИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

PROBLEMS AND OPPORTUNITIES OF OIL AND GAS COMPANIES' VALUATION DURING THE DIGITALIZATION

Статья посвящена вопросу трансформации процесса стоимостной оценки нефтегазовых компаний в условиях цифровизации бизнес-процессов нефтегазовой отрасли. Рассматриваются особенности методологии доходного, затратного и сравнительного подходов применительно к оценке стоимости компаний данной отрасли с учетом влияния цифровых технологий на ключевые ценообразующие факторы.

The article is devoted to the issue of transformation of the valuation process of oil and gas companies in the context of digitalization of business processes in the oil and gas industry. The article discusses the features of the methodology of income, asset based

and market approaches in relation to the valuation of companies in this industry, taking into account the impact of digital technology on key pricing factors.

Ключевые слова: цифровая экономика, оценка бизнеса, цифровизация нефтегазовой промышленности, большие данные, умные скважины, методология доходного, затратного и сравнительного подходов.

Keywords: digital economy, business valuation, digitalization of the oil and gas industry, big data, smart wells, methodology of income, asset based and market approaches.

В современном мире цифровая экономика находится на пике развития и внедрения в различные отрасли и сферы деятельности. Понятия «цифровизация» или «цифровая экономика» настолько плотно вошли в наш мир, что многие отрасли уже невозможно себе представить без их существования. В настоящее время четкого понятия, закрепленного законом, не существует. Однако можно выделить основные формулировки:

1) цифровая экономика — это экономика нового технологического поколения;

2) цифровая экономика — это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде.

Среди основных цифровых технологий можно отметить: Big Data (большие данные), нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределенного реестра, квантовые технологии, новые производственные технологии, промышленный интернет, компоненты робототехники и сенсорики, технологии беспроводной связи, технологии виртуальной и дополненной реальности [3].

Рассмотрим подробнее внедрение цифровой экономики в нефтегазовую отрасль. Бизнес-процесс в нефтегазовой компании представляет собой систему, состоящую из следующих процессов: геологоразведка, бурение, добыча, транспортировка, переработка, реализация — распределение продукции [2]. Каждый из этих процессов может быть подвержен цифровизации в какой-либо степени.

Нефтегазовая отрасль — одна из основных российских отраслей экономики, которую естественно не могло обойти стороной понятие цифровой экономики. Роль и масштабы введения информационных технологий в данную сферу довольно велики.

В первую очередь необходимо отметить эффективность внедрения умных скважин и цифровых месторождений. Умные скважины

осуществляют непрерывный сбор и анализ информации о самой скважине, а также о ее ближайшем окружении. По оценкам экспертов, умные скважины способны обеспечить снижение себестоимости эксплуатации месторождений около 20%.

В качестве примера рассмотрим вовлеченность цифровой экономики в деятельность корпорации «Роснефть». Роснефть» в 2019 году активно внедряла в эксплуатацию информационную систему «Цифровое месторождение», которая в основном представляет собой создание новейших цифровых устройств, которые позволяют осуществлять дистанционный мониторинг и управление месторождениями. Система является очень полезным нововведением, так как каждое месторождение полезных ископаемых в силу случайного сочетания большого количества природных факторов уникально.

Соответственно, практически каждое нефтегазодобывающее предприятие индивидуально по своим технико-экономическим особенностям. Данная система позволит обеспечить достижение следующих результатов: количество объектов, которые могут управляться дистанционно, увеличится на 60%; энергоэффективность добычи возрастет на 5%; издержки на логистику снизятся на 5% [1].

Цифровые технологии упрощают осуществление операций, формирование сетей связей и обмен информацией. Кроме того, цифровизация трансформирует цепочки создания стоимости самым различным образом, открывая новые возможности для увеличения добавленной стоимости и более широких структурных изменений. В результате цифровизации нефтедобычи расходы на добычу могут снизиться до 30%

Можно выделить следующие направления влияния цифровой экономики на доходы и расходы нефтегазовых компаний [1].

1. Расходы на объединения в сети оборудования, производственных цехов и источников информации. Обеспечивают доходы от оптимизации системы управления производственными процессами.

2. Расходы на современные системы мониторинга и мобильные приложения по диагностике оборудования. Обеспечивают бесперебойную деятельность оборудования и снижение затрат на ремонт.

3. Расходы на интеграцию финансовых систем с мобильными приложениями и облачными решениями. Обеспечивают доходы от оптимизации бизнес-процессов вспомогательных подразделений (выявление скрытых резервов в области минимизации оборотного капитала).

4. Расходы на цифровые инструментальные средства. Обеспечивают снижение расходов на согласования и интеграцию изменений в процесс добычи.

5. Затраты на оборудование по мониторингу логистики (мониторинг маршрутов и состояния транспорта, работоспособности оборудования и складских остатков). Обеспечивают снижение затрат на эксплуатацию и обслуживание транспорта.

Следует отметить, что результирующее влияние изменения доходов и расходов найдет свое отражение в денежных потоках компании, которые являются критерием принятия решений с позиции стейкхолдерского подхода к вопросам развития бизнеса.

В данном аспекте результаты цифровизации бизнес-процессов компаний должны быть учтены в процессе их стоимостной оценке.

Процесс оценки начинается непосредственно со сбора, обработки, оцифровки и оптимизации большого объема информации. В процессе оценки нефтегазовых компаний большие данные способны помочь составить более четкое представление о текущей стоимости компании, а также прогнозировать будущую стоимость. То есть в данном случае большие данные — это дополнительная информация и дополнительные инструменты для работы оценщика.

Например, основная проблема применения сравнительного подхода состоит в сложности формирования перечня аналогичных компаний, для чего необходимо проанализировать большой объем данных и выявить сходства и различия между аналогами и объектом оценки. Решению этой проблемы могла бы способствовать автоматизация данного процесса путем создания базы аналогов, которую можно использовать многократно.

В целом реализация цифровых решений позволяет устранить ряд рисков или снизить в целом их влияние (такие риски, как не прохождение платежа, ошибка в процессе исполнения сделки, риск объявления дефолта до завершения сделки, суммарное накопление контрагентских рисков).

Влияние цифровизации нефтегазовых компаний на процесс стоимостной оценки состоит в следующем:

Доходный подход

1. При прогнозировании расходов:

- необходимость расчета (и обоснования) темпов снижения себестоимости за счет снижения операционных расходов, обусловленных сокращением затрат на бурение, добычу и транспортировку.

2. При прогнозировании выручки:
 - учет снижения цен на конечную продукцию, что обусловлено, с одной стороны, снижением себестоимости нефтедобычи, с другой, обострением конкуренции на фоне роста эффективности.
3. При прогнозировании инвестиций:
 - раздельное планирование инвестиций в НИОКР и разработку месторождений;
 - учитывать рост затрат на НИОКР в цифровые технологии;
 - предусмотреть снижение капитальных затрат на разработку месторождений и добычу за счет роста КИН (коэффициента извлечения нефти) и роста темпа отбора от НИЗ (начальных извлекаемых запасов), обусловленного применением новых технологий и цифровых решений
4. При расчете ставки дисконтирования:
 - необходимость выявления рисков, связанных с применением цифровых технологий в бизнес-процессах нефтегазовых компаний, и обоснования методов их расчета.

Затратный подход

- необходимость раздельной оценки стоимости материальных поисковых активов, с учетом специфики разрабатываемых месторождений и задействованных в их разработке цифровых технологий;
- разработка новых методов оценки стоимости нематериальных поисковых активов.

Сравнительный подход

- разработка дополнительных критериев сопоставимости, необходимых для отбора компаний-аналогов, в частности, критериев, основанных на показателях, в расчете которых учитывается доля используемых цифровых технологий и их эффективность.

Таким образом, цифровизация бизнеса нефтегазовых компаний ставит вопрос о необходимости трансформации процесса их стоимостной оценки с учетом влияния цифровых технологий на ключевые ценообразующие факторы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Цифровая трансформация нефтегазовой отрасли // Нефтегаз. — 2018. — дайджест
2. — С. 3—13

2. Оценка степени вертикальной интеграции российских нефтяных компаний. [Электронный ресурс]. URL: https://studwood.ru/704676/ekonomika/otsenka_stepeni_vertikalnoy_integratsii_rossiyskih_neftyanyh_kompaniy

3. Цифровая трансформация нефтегазовой промышленности // ИВМ для химической и нефтяной промышленности. — 2017. — октябрь. — С. 3–9

Пинижанинова Ольга Витальевна

Pinizhaninova Olga Vitalievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Прикладная информатика в экономике и управлении»

Master program « Digital Technologies in Economics and Management»

e-mail: pinizhaninova@list.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ СРЕДСТВАМИ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ

IMPROVING THE PROCESS OF PROVIDING AUTHORITIES WITH INFORMATION SECURITY TOOLS

В статье описывается процесс сбора информации о потребностях государственных органов власти в средствах защиты информации для дальнейшего формирования бюджета расходов, рассмотрены пути оптимизации существующего процесса путём централизации информации и сокращения информационных потоков.

The article describes process of data collection on needs of state authorities of data protection means for further budget expenditure formation. Methods of optimization of the current process by means of centralization of information and reducing of data flows are observed.

Ключевые слова: сбор информации, средства защиты информации, потребности органов власти.

Keywords: data collection, data protection means, needs of state authorities.

Вычислительные ресурсы органов власти ежедневно производят обработку, передачу и хранение больших объемов информации, подлежащей защите — персональных данных граждан, данных государственных информационных систем, в том числе являющихся государственной тайной. Защита информации стала неотъемлемой функцией государственных учреждений всех уровней, обеспечивая

целостность данных, конфиденциальность информации и доступность для всех авторизованных пользователей [1]. По данным Национального координационного центра по компьютерным инцидентам, в 2019 году доля кибератак на органы государственной власти достигла 27% в общем объеме компьютерных атак на инфраструктуру РФ [2], что требует от власти качественного подхода к самообеспечению средствами защиты информации.

К процессу государственных закупок предъявляются требования обоснованности, непрерывности, экономической эффективности, обеспеченной конкурентными принципами проведения закупок, а также соответствие нормам российского законодательства [3].

В настоящее время учет аппаратных и программных элементов ИТ-инфраструктуры ведется локализовано на информационной базе каждого учреждения, что обосновано установленными принципами распределения ответственности за учет и хранение данных. Операторы государственных информационных систем, предоставляющие авторизованный доступ к своим ресурсам, ведут аналогичный учет. При возникновении текущей потребности в средствах защиты информации, а также в целях сбора данных для формирования бюджетных расходов субъекты органов власти Санкт-Петербурга размещают свои формализованные запросы в государственной информационной системе «Система формирования и учёта проектов», где происходит согласование и централизация информации для целей снабжения.

Существующая система сбора данных не позволяет отследить всю цепочку формирования потребностей конкретного учреждения, так как не дает доступа к его локальным данным [4]. В свою очередь учреждениям требуется оптимизация централизованного входящего информационного потока данных об актуальной документации в области защиты информации, обновлениях программного обеспечения, статусах запрошенных потребностей и сроках выполнения поставок средств защиты информации.

В настоящее время государственные органы власти располагают широкой ИТ-инфраструктурой, построенной на высокотехнологичном оборудовании, обновляемом программном обеспечении и передаче данных с помощью защищенных каналов связи. Наличие квалифицированных специалистов и регулярное финансирование цифровизации инфраструктуры города позволяет развивать стратеги-

чески важные процессы, протекающие в исполнительных органах власти [5]. Таким образом, созданы условия для реинжиниринга управления ИТ-активами государственных органов власти путём создания единой системы учёта средств защиты информации.

Основные принципы создания единой системы учёта средств защиты информации государственных органов Санкт-Петербурга:

1. Формирование единой базы данных и операций на основе действующей государственной информационной системы «Управление информационной безопасностью», работающей в составе Аппаратно-программного комплекса «Безопасный город», размещенного на ресурсах регионального центра обработки данных Санкт-Петербурга. Формат доступа пользователей — web-приложение, выполняющееся в среде Microsoft Internet Information Server (IIS). Для соблюдения требований информационной безопасности, предъявляемых к государственным информационным системам, вход пользователя осуществляется через процесс аутентификации и авторизации в соответствии с назначенной ролью.

2. Классификация средств защиты информации в соответствии с централизованными принципами формирования справочной информации и унификация форм документов позволят систематизировать информацию о версии программного обеспечения производителей, создать базу данных функциональных аналогов технических и программных средств. Эти меры позволят исключить ошибки выбора средств защиты информации при запросе потребностей, обеспечить в случае необходимости оперативную миграцию с одного продукта на другой.

3. Формирование потребностей в СрЗИ должно производиться путем запроса к системе и автоматического создания выходящих документов. Ручные функции обработки данных должны быть полностью переложены на автоматизированную систему для исключения ошибок, возникающих при ручной обработке информации.

4. Ведение учёта в единой базе данных позволит не только создать накопительный эффект и сформировать базу знаний для конечных пользователей в области защиты информации, но и постепенно развивать на основе первичной информации систему формирования управленческих решений в виде консолидированных отчетов, панелей визуализации, автоматическом уведомлении о смене статусов документов.

На первоначальном этапе реализации данного проекта требования к ожидаемому результату можно чётко сформулировать и распределить этапность проведения работ. Входящая информация (технические характеристики средств защиты информации, данные сотрудников и учреждений, связи между объектами) имеет системный вид, требования к исходящей информации (формы документов, отчетов, сроки предоставления и порядок формирования) регламентированы внутренними требованиями учреждений. Исходя из этих условий, можно утверждать, что проект может быть реализован по каскадной методологии. Развитие системы возможно производить поэтапно, в зависимости от возможностей бюджетного финансирования, что особенно актуально в современных условиях экономии государственных расходов.

Качественное управление ИТ-активами невозможно без создания единой информационной базы. Правильно организованная система управления программным и техническим обеспечением защиты информации позволит выстраивать стратегию закупочной деятельности, централизованно проводить инвентаризацию активов, повысить уровень безопасности системы путем выявления средств защиты информации, не отвечающих политике безопасности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Трофимов В.В., Трофимова Л.А., Минаков В.Ф., Кияев В.И., Барабанова М.И., Макаруч Т.А., Ильина О.П., Путькина Л.В., Лобанов О.С., Газуль С.М. Цифровая конвергенция в экономике: монография. — СПб: Изд-во СПбГЭУ. — 2019, 150 с.

2. Tadviser: Кибератаки [Электронный ресурс] <http://www.tadviser.ru/a/346843> (дата обращения 26.04.2020)

3. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»

4. Макаруч Т.А., Минаков В.Ф., Щугорева В.А. Облачные решения построения информационных систем управления ресурсами организации // Международный научно-исследовательский журнал. — 2014. — № 1–1 (20). — С. 68–69.

5. Будущее России. Национальные проекты: Минкомсвязи назвало Петербург одним из лидеров в области цифровизации [Электронный ресурс] (дата обращения 26.04.2020) <https://futureussia.gov.ru/nacionalnye-proekty/577107>

Подгорный Роман Дмитриевич

Podgornyy Roman Dmitrievich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Социальное управление в организациях»

Master program «Social Management in Organizations»

e-mail: undermount97@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF SOCIAL DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN SOCIETY IN THE DIGITAL ECONOMY

Данная статья посвящена процессу перехода к цифровой экономике в реалиях современной России. В статье раскрываются проблемы и риски, которые могут возникнуть при переходе к цифровой экономике и цифровизации в целом. Также выделяются возможные позитивные последствия цифровизации.

This article is devoted to the transition to a digital economy in the realities of modern Russia. The article reveals the problems and risks that may arise during the transition to the digital economy and digitalization in general. The possible positive effects of digitalization are also highlighted.

Ключевые слова: цифровизация; цифровая экономика; позитивные и негативные последствия цифровизации; инновации; риски цифровизации.

Keywords: digitalization digital economy; positive and negative effects of digitalization; challenges, threats and risks of digitalization.

Термин «цифровизация» можно определить как процесс преобразования информации в цифровой формат, который ведет к минимизации издержек, созданию новых технологий и т. д.

В настоящий время, цифровизация от метода улучшения частных сфер жизнедеятельности переходит в форму проводника мирового общественного развития, обеспечивающего повышение эффективности экономики и качества жизни [4, с. 47].

Цифровизация ведет к формированию целостной технологической среды, в которой пользователи сами создают необходимые для себя условия (технологические, методические, инструментальные), чтобы решать конкретные задачи. Быстрое внедрение цифровых технологий во все сферы жизни объясняется, ее возможными позитивным проявлениями и последствиями на всех уровнях. На социальном уровне это:

- Улучшение качества жизни, в основном за счет повышения удовлетворенности новых потребностей людей;
- Рост производительности всего общественного труда за счет роста производительности на уровне производств и организаций;
- Появление новых бизнес-моделей, позволяющих увеличить доходы и конкурентоспособность деятельности;
- Прозрачность экономических операций и обеспечение возможности их мониторинга;
- Легкость в продвижении как коммерческих, так и государственных товаров и услуг, а также их доступность;
- Появление управляющих систем, для определенных сфер производства, способных заменить человека.

На уровне отдельных организаций и производств позитивные последствия цифровизации могут проявляться в:

- Исключении третьих лиц. Цифровизация позволит производителям самим организовывать на своих сайтах продажу производимых ими товаров или услуг и выходить на потенциальных потребителей. Клиенты же получают возможность самостоятельно выбирать интересующие их товары и услуги на сайтах компаний.
- Минимизации издержек, предполагающей, прежде всего, снижение затрат на поиск информации, идентификацию и измерение транзакционных издержек; затрат на рекламу товаров и услуг; затрат по заключению и ведению переговоров и т. д.
- Снижении временных затрат всех бизнес-процессов, в том числе за счет уменьшения времени коммуникаций.
- Сокращении времени реакции на изменения на рынке, уменьшении сроков разработки товаров и услуг и вывода их на рынок;
- Появлении новых товаров и услуг, способных быстро адаптироваться под новые потребности и ожидания клиентов.
- Обратной связи. Потребителя будет проще понять и повысить качество производимой продукции.
- Возможность отслеживать и анализировать большее количество логистических цепочек между производителями, поставщиками и потребителями.

К числу конкретных технологических преимуществ, вызванных цифровизацией, можно отнести:

- Возможность совместного использования информации и отсутствие конкуренции в потреблении знаний и информации, так как

использование баз данных одним потребителем не мешает одновременному их использованию другими потребителями.

- Накопление значительных объемов данных, их автоматическая обработка и анализ.
- Овладение технологиями не только на прикладном уровне, но и осознание потенциала инноваций, создание новейших продуктов, направленных на разработку технологического интеллекта (например, по технологиям управления данными).
- Отказ от бумажных носителей и переход к электронным (паспорта, медицинские полисы и т. д.).

Отставание РФ от развитых стран по скорости и масштабам цифровизации может привести к тому, что она окажется в стороне от научно-технического прогресса. Это чревато следующими возможными негативными последствиями: догоняющая роль в мировой экономике, национальная безопасность РФ будет под угрозой, отсутствие перспектив развития инноваций, что значительно понизит конкурентоспособность как отдельно взятых российских производителей, так и всей экономики России на мировом рынке.

В национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» определены следующие проблемы как: обеспечение прав человека в цифровой среде, безопасность цифровых данных пользователей, обеспечение доверия граждан к цифровой среде, угрозы отдельным лицам, предприятиям и государству, увеличение возможностей внешнего информационно-технического влияния на информационную инфраструктуру, увеличение числа и масштабов киберпреступлений, в том числе на международном уровне, отставание от лидеров в сфере информационных технологий, зависимость социального и экономического развития от политики государств экспортеров, малая эффективность научных исследований, связанных с развитием передовых информационных технологий, низкий уровень внедрения отечественных разработок, недостаточный уровень подготовки кадров в сфере информационной безопасности.

Естественно, что при разработке, принятии и детализации таких программ необходимо брать во внимание все уровни возможного проявления цифровизации — от индивида (потребителя и разработчика цифровых услуг) до государственного уровня. Переход к цифровым технологиям связан с потребностью решения большого ряда проявляющихся проблем, в числе которых можно назвать следующие:

- Сформировавшиеся стереотипы по отношению к инновациям со стороны российских бизнесменов и общества в целом — в России еще существуют организации, которые считают, что цифровизация несет угрозу их бизнесу.
- Сильная зависимость российской экономики от рынков сырья, на которых даже по объективным причинам процессы цифровизации идут медленно.
- Малое участие государства в процессе перехода к цифровой экономике, консерватизм некоторых чиновников, высокий уровень коррупции, зависимость регионов от центра во многих аспектах.
- Недостаточный объем инвестиций в основные средства компаний, в том числе на внедрение инноваций.
- Серьезный недостаток квалифицированных сотрудников в области информационно-коммуникационных технологий. Уже сейчас ясно, что школы и вузы должны обеспечивать подготовку, адекватную современным запросам.

Уровень подготовки кадров в сфере информационно-коммуникационных технологий, составляет очень малую долю, к сожалению, и от госслужащих. В России каждый год около 5% госслужащих проходят программу повышения квалификации для того, что дает возможность работать с новыми технологиями. Если брать уровень страны, то 50% населения пользуются интернетом и информационными ресурсами для взаимодействия с государством. При этом из оставшейся половины 10%, по данным Росстата, при опросах заявили, что вообще не могут использовать современные технологии. Еще 10% ответили, что им необходима помощь. То есть уровень компьютерной грамотности и подготовки специалистов в этой сфере, к сожалению, оставляет желать лучшего [3, с. 12].

К серьезным возможным негативным последствиям цифровизации для российской экономики и общества можно отнести:

- Сокращение количества рабочих мест по всей стране. Переход к новым направлениям развития экономики всегда сопровождался снижением уровня занятости населения, что всегда требовало переобучения кадров.
- Появление недобросовестных пользователей новых услуг, появление которых (услуг) вызвано цифровизацией.
- Цифровое мошенничество.

- Пиратство и распространение вредоносного контента.

Практическое применение цифровых технологий также может привести к появлению новых рисков:

- Риск плохо подготовленной нормативно-правовой базы, контролирующей ход процессов цифровизации (риски, связанные с незащищенностью собственности, отсутствием независимого суда, отсутствием процедур институционального регулирования всех процессов, сопутствующих цифровизации, и т. д.). Так, с появлением интернета, увеличились случаи нарушений авторских прав, пиратского использования информации.
- Риски преступлений с использованием новыми технологий, например кража личной информации, чужих ресурсов и т. д. Значимость этой группы рисков подтверждается возрастающей киберпреступностью — взлом мобильных устройств, атаки на финансовые мобильные приложения, на смарт-контракты и т. п.
- Сопутствующие риски возникают из-за изменений, основанных на цифровизации существующих технологий, а также улучшений существующих технологий и создания новых бизнес-моделей. Новые компоненты могут быть включены в процесс цифровизации, что увеличит риски. Примером является риск рынка криптовалют, который реализуется на основе использования цифровых технологий, таких как блокчейн и др.

Анализ процесса цифровизации российской экономики и общества показал проблемные моменты, которые являются серьезным препятствием для развития экономики и общества необходимыми темпами. Выявлены многочисленные позитивные последствия цифровизации экономики России, которые будут проявляться только при условии наличия в стране достаточного количества квалифицированных специалистов, а соответственно и структур, которые будут способны подготовить этих специалистов, усовершенствованной нормативно-правовой базы, регулирующей как сам процесс цифровизации, так и возможные ее негативные проявления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Анохина Е.М., Косов Ю.В., Халин В.Г., Чернова Г.В. Системные риски управления при реализации государственной политики в области образования и науки: анализ проблемной ситуации, риски и их идентификация // Управленческое консультирование. 2016. № 10. С. 8–26.

2. Белозерова С.М. Перспективы и проблемы развития цифровой экономики в России //АНАЛИТИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК № 31. С. 10–13.

3. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10. С. 46–63.

Попова Екатерина Сергеевна

Popova 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 economic sectors»

e-mail: katrin-ekaterinka@mail.ru

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

NON-FINANCIAL REPORTING: CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

В статье рассмотрены тенденции развития нефинансовой отчетности на мировой арене и в России. Проведен анализ методов оценки ее качества заинтересованными сторонами.

The article discusses the development trends of non-financial reporting on the world stage and in Russia. The analysis of methods for assessing its quality by stakeholders is carried out.

Ключевые слова: нефинансовая отчетность, индексы ESG, базовые индикаторы результативности, передовые технологии.

Keywords: non-financial reporting, ESG indices, key performance indicators, high technologies.

XXI век — эпоха передовых, технологий, многие из которых негативно влияют на окружающую среду. Финансовая отчетность, размещаемая предприятиями в обязательном порядке, не раскрывает виды деятельности, связанные с корпоративной социальной ответственностью. Необходимость раскрытия подобного рода информации приводит к формированию публичных нефинансовых отчетов. Популяризация направления способствует поиску компаниями оптимальных путей составления, заключающихся в проведении научно-

исследовательских и опытно-конструкторских работ. Драйверами методологической составляющей являются Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) и Глобальная инициатива по отчетности (GRI).

В начале 2020 года Международной регистр корпоративной нефинансовой отчетности Corporate Register содержит 115774 отчетов 19192 компаний (рис. 1) [3], Национальный регистр РСПП — 1034 отчетов 186 компаний (рис. 2) [4].

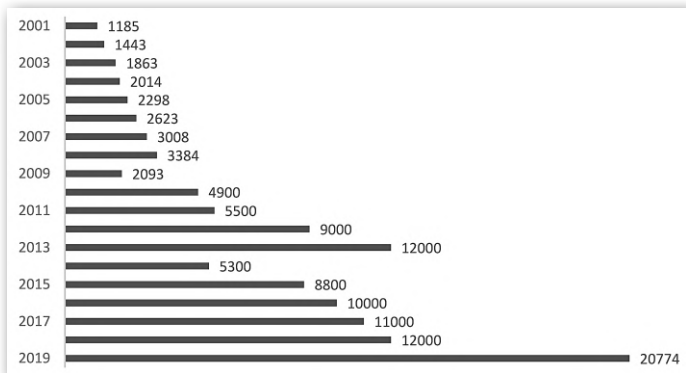


Рис. 1. Количество нефинансовых отчетов, предоставленных в Международный регистр, в 2001–2019 гг.

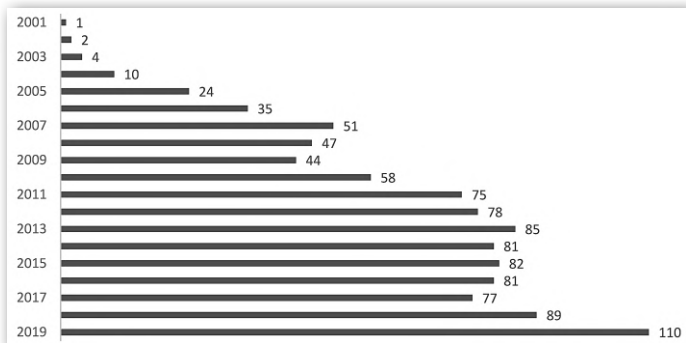


Рис. 2. Количество нефинансовых отчетов, зафиксированных в Национальном регистре, в 2001–2019 гг.

Можно сказать, что наблюдается восходящий тренд внедрения компаниями принципов корпоративной социальной ответственности. Следовательно, возникает необходимость выработки определенных методик для осуществления стейкхолдерами оценки результатов деятельности предприятий.

Государственное регулирование является неотъемлемой частью экономики. Минимальные требования к добровольной отчетности Российской Федерации, т. е. публичной нефинансовой отчетности, отражены в Концепции развития публичной нефинансовой отчетности [2]. План ее реализации включает четыре этапа в разрезе лет: 2017–2018 гг.; 2019–2020 гг.; 2021–2022 гг.; начиная с 2023 г.

Инвестиции — привлечение дополнительного капитала в целях развития бизнеса. Потенциальный инвестор при принятии решения об инвестировании опирается на оценку инвестиционной привлекательности компании. Рассматриваемый комплексный анализ реализуется с помощью различных методов [1, с. 53]:

- методы, основанные на анализе финансового состояния организации;
- R/S метод;
- метод дисконтирования денежных потоков;
- метод Дельфи;
- морфологические методы и т. д.

Так, при использовании метода Дельфи в начале экспертной группой производится отбор внешних и внутренних факторов, оказывающих воздействие на организацию. На их основании совершается построение и анализ модели множественной регрессии. В итоге специалисты подготавливают рекомендации.

Применение описанных выше методов содержит ряд недостатков:

- отсутствие оперативного анализа;
- высокая трудоемкость;
- желание руководства улучшить инвестиционную привлекательность предприятия может привести к фальсификации;
- человеческий фактор.

Информационные технологии, имеющие разработанные GRI посредством лучших практик метрики ESG, устраняют изложенные проблемы. Над созданием индексов трудятся вкуче специализированные команды аналитиков, аудиторские компании и индексный комитет. Открытие на десктопе платформ Eikon и Datastream позволяет

ранжировать предприятия, а также проводить экспресс-анализ данных с учетом расширенной фильтрации при принятии инвестиционных решений.

Основная цель Всероссийского общества охраны природы — сохранение благоприятных социально-экономических условий в России. Согласно ей РСПП предложены базовые индикаторы результативности по таким аспектам, как подходы к управлению, вода, энергия, занятость, недопущение дискриминации и прочие [4]. Например, доля руководителей женского пола в общем составе руководства организации. Они способствуют выполнению следующих задач:

- выход российский предприятий на интернациональный уровень;
- апробирование обществом публичной нефинансовой отчетности;
- создание регламентированных форм;
- повышение эффективности деятельности компаний посредством мониторинга.

Российскими IT-компаниями предложено программное решение в виде модулей, содержащих базовые индикаторы результативности, на платформе 1С.

Таким образом, перспективами развития публичной нефинансовой отчетности можно считать:

- утверждение на законодательном уровне отчетности такого формата;
- формирование общепринятой практики оценки ее качества;
- наращивание оборотов применения автоматизированных систем для оценки инвестиционной привлекательности предприятий;
- внедрение передовых технологий отечественными предприятиями при составлении нефинансовой отчетности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Пласкова Н.С., Петрушина Л.О. Система методов оценки инвестиционной привлекательности коммерческой организации / Н.С. Пласкова, Л.О. Петрушина // Учет. Анализ. Аудит. — 2016. — № 4. — С. 50–57.

2. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2017 № 876-р «О концепции развития публичной нефинансовой отчетности и плана мероприятий по ее реализации».

3. Сайт Corporate Register [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.corporateregister.com/> (дата обращения 26.04.2020).

4. Сайт Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rspp.ru/> (дата обращения 26.04.2020).

Поротикова Полина Владимировна

Porotikova Polina Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»

Master program «Accounting, analysing and audit in economic sectors»

e-mail: polina.balanovich@rambler.ru

**ОТНОШЕНИЕ БИЗНЕС АУДИТОРИИ К СИТУАЦИИ
С ВНУТРЕННИМ КОНТРОЛЕМ
НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
В СФЕРЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ)**

**ATTITUDE OF A BUSINESS AUDIENCE TO
THE SITUATION WITH INTERNAL CONTROL AT RUSSIAN
ENTERPRISES IN THE FIELD OF SMALL BUSINESS
(SOCIOLOGICAL RESEARCH)**

В статье изучена востребованность форм организации внутреннего контроля на малых предприятиях. А также представлены результаты социологического опроса с целью выяснения отношения бизнесменов к ситуации с внутренним контролем.

The report examined the relevance of forms of organization of internal control in small business. It also presents the results of a sociological research to clarify the attitude of businessmen to the situation with internal control.

Ключевые слова: внутренний контроль, малое предприятие.

Keywords: internal control, small business.

Внутренний контроль — это один из рабочих процессов в организации, в ходе которого осуществляется мониторинг и коррекция остальных рабочих процессов. Система внутреннего контроля разрабатывается, внедряется и поддерживается на трех уровнях: собственниками

бизнеса, руководством конкретной организации, непосредственными исполнителями. Основная цель внутреннего контроля состоит в комплексном исследовании деятельности организации, которое заключается в:

- анализе текущей финансовой отчетности с целью определения ее достоверности;
- мониторинга операционной деятельности с целью проверки ее эффективности;
- контроля за соблюдением законодательства.

Существуют различные формы организации системы внутреннего контроля, одной из которых является аутсорсинг. В экономической теории под аутсорсингом внутреннего контроля понимают передачу организацией стороннему исполнителю соответствующих функций и полномочий на основании договора.

В отечественном законодательстве отсутствуют нормативно-правовые документы, регламентирующие создание, внедрение и принципы функционирования службы внутреннего контроля любой формы. Единственным регламентирующим документом в отношении контрольно-ревизионных служб является ФКЗ «О референдуме Российской Федерации», в котором создание комиссии предусмотрено для целей референдума. В то же время, основные положения могут быть применимы на практике, в том числе и для предприятий сферы МСП.

Согласно тексту статьи 47 Федерального конституционного закона от 28.06.2004 № 5-ФКЗ (ред. от 18.06.2017) «О референдуме Российской Федерации», контрольно-ревизионные службы создаются из представителей организации, занимающих руководящие посты или ответственные должности, с привлечением сторонних специалистов для выполнения следующих функций:

- проверка финансовой отчетности хозяйствующего субъекта;
- сбор, систематизация и проверка управленческой отчетности;
- сбор, систематизация и анализ внешней (сторонней) информации, необходимой для осуществления ревизионных функций в отношении хозяйствующего субъекта;
- выявление нарушений, ошибок, несовпадений;
- определение степени ответственности за допущенные нарушения, ошибки, несовпадения и собственно исполнителей, допустивших нарушения, ошибки;

- привлечение (при необходимости) сторонних экспертов к проведению проверок, подготовке заключений и экспертных оценок.

Внутренний аудит на практике представляет собой жестко регламентированную внутреннюю деятельность организации, призванную обеспечить полноценный и своевременный анализ и оценку отдельно взятых процессов и совокупной деятельности компании. Процедуры внутреннего аудита нацелены на определение эффективности функционирования хозяйствующего субъекта. Внутренний аудит способствует достижению стратегических целей и усовершенствованию объектов проверки.

Цель внутреннего аудита заключается в оптимизации управления хозяйствующим субъектом, в создании условий, способствующих принятию обоснованных и правильных управленческих решений. При этом следует различать функциональность внешнего и внутреннего аудита, которая заключается в том, что внешний аудит контролирует объективность и корректность работы внутреннего аудита. Внутренний аудит подразумевает последовательный, систематический подход к анализу эффективности и оптимизации менеджмента.

Внутренний аудит способствует:

- организации внутреннего контроля;
- повышению качества управления рисками;
- оптимизации системы корпоративного управления.

Анализ статистики по данным Росстата позволяет сделать вывод, что у малых предпринимателей наибольшее распространение получила такая форма внутреннего контроля, как аутсорсинг, что объясняется прежде всего простотой его организации. Распространенность форм внутреннего контроля в малом предпринимательстве, согласно исследованию, следующая: аутсорсинг — 39%, структурно-функциональный контроль — 22%, служба внутреннего аудита — 19%, служба внутреннего контроля — 11%, ревизионная комиссия — 9%.

В то же время, достоверно оценить проблемы внутреннего контроля на малых предприятиях невозможно только теоретическими методами, без учета мнения представителей анализируемой бизнес-сферы, в первую очередь, руководителей малых предприятий. С целью выяснения отношения бизнесменов, менеджеров, управляющих компаниями, нами был проведен социологический опрос.

Для проведения опроса с целью изучения ситуации в сфере малого предпринимательства РФ нами была разработана анкета.

Опрос был проведен на портале бизнес-навигатора МСП (<https://smbn.ru/msp.htm>) и на сайте ресурсного центра малого предпринимательства (<https://www.rcsme.ru/>). В опросе приняло участие 64 человека, из них 32 — менеджеры отделов внутреннего контроля, 17 — административный состав предприятий, 15 — специалисты предприятий, оказывающих услуги в сфере организации внутреннего контроля предприятий.

Наибольшую удовлетворенность работой систем внутреннего контроля на предприятиях МСП выразили работники предприятий, специализирующиеся на оказании услуг в данной сфере. Наименьшая удовлетворенность работой систем внутреннего контроля отмечается высшего руководства малых предприятий.

Согласно полученным в ходе опроса сведениям, респонденты оценивают значимость, функциональность и перспективы систем и собственных отделов внутреннего контроля на малых предприятиях следующим образом. В целом респонденты положительно оценивают целесообразность внедрения собственного отдела внутреннего контроля в малый бизнес — 39% настроены хорошо, 10% относятся к идее внедрения собственных отделов внутреннего контроля с недоверием, а 11% против него. Интересен тот факт, что только 9% опрошенных полностью удовлетворены действующей на их предприятии системой, а 19% напротив, категорически ей недовольны. При этом 19% из опрошенных считают, что собственный отдел внутреннего контроля необходим на малых предприятиях, и только 3% полагают это совершенно лишним, отдавая предпочтение специалистам со стороны в вопросах осуществления контроля и мониторинга.

Помимо этого, в анкете респондентам было предложено выбрать наиболее эффективные инструменты внутреннего контроля. Результаты ответов сгруппируем. 31% респондентов в качестве наиболее эффективного инструмента выбрали экспертную оценку, проводимую специалистами, которые привлекаются со стороны; 22% респондентов выбрали в качестве приоритета такой инструмент внутреннего контроля как мониторинг; 11% остановились на инвентаризации; тот же процент респондентов считает целесообразным проведение сравнительного анализа на сегменте рынка, в котором функционирует

предприятие с целью определения его позиции по отношению к конкурентам; 6% видят перспективным такое направление как реклама и наблюдение; 5% полагают что для целей внутреннего контроля достаточно систематически проводить экономический и финансовый анализ; 4% считают уместным проведение экспертизы; идентичное количество респондентов имеют собственное мнение об инструментарии внутреннего контроля и выбрали пункт «другое»; то же количество опрошенных считает что все вышеперечисленные инструменты неэффективны и 2% склоняются к тому что для осуществления внутреннего контроля достаточно регулярно проверять и анализировать внутреннюю документацию предприятия.

Большинство респондентов сходится во мнении, что на малом предприятии открытие собственного отдела внутреннего контроля нецелесообразно, поскольку, в о - п е р в ы х, это требует расширения штата для привлечения специалистов службы внутреннего контроля на предприятие (зачастую количество работников малого предприятия не предусматривает создания отделов), в о - в т о р ы х, предполагает вовлечение действующих работников в деятельность нового отдела, что требует дополнительного обучения и обязывает отвлекаться от непосредственных должностных обязанностей, и, в - т р е т ь и х, создание отдела внутреннего контроля замедляет работу предприятия, поскольку контрольные процедуры предусматривают регламент их проведения, дополнительную документацию, составление отчетности и пр. На малом предприятии количество и сложность бизнес-процессов не могут быть сопоставимы с аналогичными процедурами на крупных концернах, корпорациях, где контроль и формализация способствуют стабильности работы.

Таким образом, респонденты, в большинстве своем, сходятся во мнении, что отдел внутреннего контроля на предприятии может усложнить и замедлить его работу. В этой связи предпринимателям целесообразнее привлечь сторонних специалистов для осуществления внутреннего контроля. С другой стороны, привлекаемые специалисты не знают специфики работы проверяемого объекта и не имеют возможности наблюдать внутренние процессы непосредственно в работе. Это снижает результативность процедур внутреннего контроля и делает их менее эффективными для стратегических целей компании.

Еще одна процедура системы внутреннего контроля, которая может быть весьма полезна для некоторых предприятий, но, в то же

время, нецелесообразна для других — это инвентаризация. Отметим при этом что далеко не все малые предприятия работают с вещественной продукцией, которую можно инвентаризировать. Так, например, для предприятий сферы услуг, для юридической фирмы или рекламно-информационного агентства подобная процедура не имеет смысла.

Организация системы внутреннего контроля в современных условиях значительно повышает шансы предприятий избежать кризисных ситуаций, вовремя распознать проблемное поле, выявить недостатки и своевременно их устранить.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Росстат [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://websbor.gks.ru/webstat/#!/gs/statistic-codes> (Дата обращения: 27.03.2020)

Рубцова Полина Владиславовна
Rubtsova Polina Vladislavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Оценка бизнеса»
Master program «Business valuation»
e-mail: polinarubcova@yandex.ru

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА ПРИ РАСЧЕТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

ASSESSMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF PROJECTS ON THE BASIS OF ENVIRONMENTAL FACTORS IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

В статье приведена необходимость учета экологического фактора при оценке экономической эффективности инвестиционных проектов. Рассмотрены подходы по оценке потенциальных экологических ущербов проекту на примере использования механизма выявления рисков. На основе проведенного исследования составлен подробный ход учета рисков поправке для расчета NPV проекта.

The article describes the need to take into account the environmental factor in assessing the economic efficiency of investment projects. Approaches for assessing potential environmental damage to a project are examined using the risk identification mech-

anism as an example. Based on the study, a detailed progress was made in accounting for the risk adjustment for calculating the NPV of the project.

Ключевые слова: инвестиционный проект, экономическая эффективность, экология, учет экологического фактора.

Keywords: investment project, economic efficiency, ecology, environmental factor.

На сегодняшний день учет экологического фактора при реализации нефтегазовых проектов в России только набирает обороты по сравнению с Западом. Данная тенденция связана с ростом техногенных аварий и катастроф при выполнении производственной программы проекта.

Оценка экологического фактора, а также его учет проводится с целью избежать или свести к минимуму риски потери денежных средств. Необходимость учета экологического фактора способствует:

- осведомлению инвесторов об экологических последствиях реализации проекта;
- предотвращению возникновения экологических рисков, угрожающих успешной реализации проекта;
- обеспечению учета всех затрат и обязательств в расчетах экономической эффективности проекта;
- подтверждению экологической эффективности реализации проекта.

В России проект, связанный с нефтегазовой отраслью, должен пройти в обязательном порядке Государственную экологическую экспертизу (ГЭЭ) согласно Федеральному закону № 174-ФЗ от 23 ноября 1995 г. «Об экологической экспертизе». Вышеуказанная экспертиза является единственным препятствием при реализации проектов, наносящих вред окружающей среде. На начальном этапе инициации проекта в государственные органы должны подаваться документы, которые содержат исчерпывающую оценку воздействия на окружающую среду (ОВОС).

На сегодняшний день оценка экологического фактора представляет наибольшую сложность для всех заинтересованных лиц. Провести должным образом ОВОС не всегда получается успешно, т. к. необходимо учитывать не только требования российского законодательства, но и качественные экспертные оценки на основе выделения экологической приемлемости и экологических рисков [2].

Сегодня риски и риск-факторы играют важнейшую роль при планировании проектов в нефтегазовой отрасли. Оценка рисков является структурированным процессом для определения внешних и внутренних ущербов проекту и их эффекта на достижение целей проекта. Комбинация внешних и внутренних рисков индивидуальна для каждой инвестиции, поэтому каждый риск оценивается по уровню влияния на проект, возможности его возникновения [3].

Учет экологических факторов может быть основан на определении предотвращенного ущерба. В данном случае стоимостная оценка экологических последствий реализации того или иного мероприятия отражает возможные потери в целом для экономики проекта [2].

При оценке инвестиционного проекта обратимся к динамическим показателям методов оценки эффективности инвестиционного проекта, а именно к показателю чистой текущей стоимости — NPV (Net Present Value). Данный показатель показывает абсолютный размер чистой прибыли, который получают инвесторы при вложении средств в реализацию проекта.

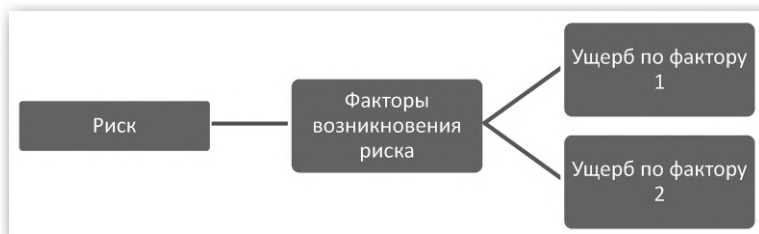


Рис. 1. Последовательность оценки риска

Нами выбран метод оценки экологического фактора через риски. Таким образом, целесообразно проводить оценку рисков поправки на основе чувствительности проекта к воздействию всех выявленных рисков. В данном случае стоимостная оценка ущерба от каждого риска отражает возможные потери в целом для экономики проекта.

Необходимо отметить, что чистая текущая стоимость обычно рассчитывается как значение в конце планирования проекта, но с учетом того, что нами затрагиваются проекты нефтегазовой отрасли, необходимо ввести значение NPV (T), которое характеризует чувствительность проекта к воздействию совокупного ущерба всех рисков [1].

Для расчета рисков составляющей проекта с учетом экологического фактора следует использовать Ms Excel для построения экономической модели.

1. Рассчитываем $NPV(T)$ в конце планирования проекта при безрисковой ставке дисконтирования. Обозначим данный показатель как $NPV_1(T)$

$$NPV(T) = \frac{NCF(t)}{(1+d)^t} - \frac{I(t)}{(1+d)^t} \quad (1)$$

где NCF — накопленный дисконтированный чистый финансовый поток, I — накопленные дисконтированные инвестиции.

$$1 + d1 = (1 + a)(1 + i)(1 + r), r = 0 \quad (2)$$

где d — годовая ставка дисконтирования, a — безрисковая норма дисконта, i — годовой темп инфляции, r — рисковая поправка

2. Суммируем все ущербы после оценки экологических рисков

3. Рассчитываем $NPV(T)$, которое будет меньше исходного за счет действия совокупного ущерба рисков. Обозначим данный показатель как $NPV_2(T)$.

4. Возвращаемся к $NPV_1(T)$ и через опцию в Ms Excel «Подбор параметра» находим значение ставки дисконтирования $d2$, при котором значение показателя будет равно значению из п.3

5. Находим рисковую составляющую r найденной ставки дисконтирования:

$$r = \frac{1 + d2}{1 + d1} - 1 \quad (3)$$

Таким образом, найдено максимальное значение рисков поправки при учете экологического фактора, с помощью которого можно оценить экономическую эффективность проекта — насколько целесообразно инициировать проект, играет ли экологический фактор важную роль при планировании или нет [1].

Представленный метод напрямую связан с оценкой рисков и точность оценки величины рисков поправки зависит от экспертной оценки экологического фактора. Данный вывод говорит о том, что

качество экспертной оценки должно совершенствоваться при реализации любого проекта. Чем больше опыт разработчиков проекта об изменчивости и возможных угрозах окружающей среде, тем более качественна оценка величины рисков поправки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Котов В. Оценка рисков составляющей ставки дисконта при оценке эффективности проекта // Научно-технические ведомости СПбГПУ. — 2010. — № 3. — С. 114–118.
2. Маховикова Г. Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов с учетом экологического фактора. М.: СПбГУЭФ, 2010. 180 с.
3. Anoshina, J. The influence of factor space on the value of discount rate in the assessment of investment projects // URL: https://www.researchgate.net/publication/325739141_The_influence_of_factor_space_on_the_value_of_discount_rate_in_the_assessment_of_investment_projects

Санашева Александра Михайловна
Sanasheva Aleksandra Mihaylovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»
Master program «Innovative Technology Personnel and Career Management»
e-mail: Sanasheva.am@gmail.com

ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ: ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ

DIGITAL COMPETENCIES: GLOBAL CHALLENGES AND TRENDS

В современном мире существенное влияние оказывает цифровизация на всю деятельность человек. В статье рассмотрены понятия «цифровизация», «цифровая грамотность» и «цифровые компетенции», а также представлен детальный анализ различных подходов к выделению моделей цифровых компетенций.

The current stage of world development is characterized by a significant impact of digitalization. This article considered the concepts of “digitalization”, “digital literacy” and “digital competencies”, also presented the analysis of various approaches to the allocation of digital competencies and skills.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая грамотность, цифровые компетенции, модели компетенций, «мягкие и жесткие» навыки.

Keywords: digitalization, digital literacy, digital competencies, company's competence model, soft and hard skills.

Современный этап мирового развития как экономический, так и социальный находится под существенным влиянием цифровизации. На смену информатизации и компьютеризации пришел новый тренд мирового общественного развития — цифровизация, который в макроэкономическом масштабе приводит к росту экономики и улучшению качества жизни.

Цифровая трансформация охватывает все большие области деятельности человека и для того, чтобы бизнесу поддерживать конкуренцию, в современных условиях ему необходимо развиваться. Прежде всего использовать новые каналы коммуникации, внедрять искусственный интеллект, развивать маркетплейс площадки, создавать программы развития персонала и т. д. Соответственно, такие быстроменяющиеся условия внешней среды приводят к изменению требований к компетенциям сотрудников. Появляются множество новых должностей и специальностей, задача которых осуществить цифровую трансформацию, запустить новые продукты в кратчайшие сроки, помочь организации пройти через изменения бизнеса. Однако важно помнить, что цифровые компетенции необходимы не только тем профессиям, которые напрямую вовлечены в создание и развитие цифровых продуктов, но и всем сотрудникам, т. к. конечной целью трансформации является вовлечение всех сотрудников в работу по новой схеме, использование новых продуктов и инструментов на повседневной основе.

Цифровизацию мы будем рассматривать как тренд эффективного мирового развития, отвечающего следующим требованиям: широкий охват — производство, бизнес, наука, социальная сфера, обычная жизнь людей; сопровождается эффективным использованием ее результатов; результаты доступны пользователям преобразованной информации; результатами пользуются и специалисты, и обычные граждане; пользователи цифровой информации имеют навыки работы с ней [5, с.47].

Развитие цифровизации предполагает развитие цифровой грамотности (digital fluency), которая определяется набором знаний и умений, необходимых для эффективного и безопасного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета [4, с.69]. В основе цифровой грамотности лежат цифровые компетенции (digital competencies):

- способность решать задачи в области использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ);
- компьютерное программирование;
- способность использовать и создавать контент при помощи цифровых технологий.

Владение «жесткими» навыками является существенным условием развития цифровых компетенций, однако недостаточным для обеспечения конкурентного преимущества организации. Важно подчеркнуть преобладающую роль «мягких» навыков: когнитивные способности человека (логические, критическое, творческое мышление, скорость и гибкость принятия решений, адаптивность) и социально-поведенческие (осознанный и ответственный подход к обучению, способность к цифровому сотрудничеству, взаимодействию, умение работать в команде и развитый эмоциональный интеллект).

Сейчас отчетливо видна тенденция, что конкурентное преимущество компании в значительной мере обеспечивается наличием цифровых компетенций у сотрудников разного уровня — от линейного до топ-менеджмента. Среди компаний выделяются так называемые «цифровые чемпионы» — владение цифровыми навыками у сотрудников намного выше среднего показателя по рынку (учитываются сотрудники, не только связанные с ИТ и ИКТ, но и весь персонал компании — менеджмент в первую очередь). Такие компании более эффективны в своей деятельности так как: их бизнес-модели быстрее адаптируются под изменяющиеся потребности цифрового мира; срок вывода на рынок товаров и услуг значительно короче, чем в стандартных компаниях за счёт использования цифрового маркетинга и приёмов компаний-стартапов; использование технологических платформ позволяет оптимизировать структуру затрат; обеспечивают инвестиции в цифровые таланты, что в свою очередь отражается на высоком качестве цифровых продуктов; персонализируют предложения товаров и услуг на основе уникального цифрового опыта, что обеспечивает высокий уровень удовлетворенности клиента [3].

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 VCG «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. Сначала VCG выделили первый уровень навыков: когнитивные, социально-поведенческие, 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, принятие 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. 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 [1, с.26].

Следующая модель цифровых компетенций была предложена аналитиками HR-клуба Сколково [2]. Представлены четыре основных тренда, определяющих основные требования к персоналу: обучение на протяжении всей жизни, глобальность и плоские организационные структуры, цифровизация во всех областях деятельности. Данные тенденции соотносятся с тремя группами компетенций:

- 1) ключевые компетенции, общие для всех профессий: программирование как базовый язык, мультидисциплинарность, мультикультурные языковые среды;

- 2) надпредметные навыки: мышление, ориентированность на решение проблем и создание возможностей, предпринимательские компетенции, творческие способности, сотрудничество, эмпатия, эмоциональный интеллект;

- 3) мета-компетенции: умение концентрироваться и управлять вниманием, гибкость, адаптивность, внутренняя устойчивость, growth

mindset — настрой на развитие, способность обучаться и переучиваться в течение всей жизни для получения новой профессии.

Таким образом, рассмотрев несколько моделей цифровых компетенций, изучив текущие тренды в области развития и управления персоналом, мы пришли к выводу, что состав компетенций, которыми должен обладать конкурентоспособный сотрудник на рынке труда в период цифровой трансформации общества и бизнеса, очень разнообразный и обширный, включающий как «жёсткие» навыки, так и «мягкие». Но попытка развить сразу все компетенции не приведёт к нужному результату, поэтому перед компаниями стоит вызов в виде разработки собственной, сбалансированной и эффективной модели цифровых компетенций и программы развития персонала, которая сможет быстро адаптироваться в VUCA-мире и дать ответ на три ключевых вопроса:

- Чему учить? Необходим перечень приоритетных зон развития и компетенций.
- Кого учить? Проработка механизма оценивания сотрудников и выбор тех, кто нуждается в развитии в первую очередь.
- Как учить? Выбор целесообразных методов и программ обучения с точки зрения результата/затрат на обучение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. BCG. Россия 2020: от кадров к талантам. [Электронный ресурс] — URL: https://www.bcg.com/Images/Russia-2025-report-RUS_tcm27-188275.pdf (дата обращения: 14.04.2020).

2. HR клуб СКОЛКОВО. Новая реальность: предположения и факты. [Электронный ресурс] — URL: <http://trends.skolkovo.ru/2016/09/hr-klub-skolkovonovaya-realnost-predpolozheniya-i-faktyi/> (дата обращения: 16.04.2020).

3. Катякало В.С., Волков Д.Л., Баранов И.Н. Аналитический отчет: обучение цифровым навыкам: глобальные вызовы и передовые практики // ТЦ Компетенции [Электронный ресурс] — URL: http://obzory.hr-media.ru/cifrovye_navyki_sotrudnika (дата обращения: 12.04.2020).

4. Петров М.А., Пивоварова М.И. Концептуальные основы управления знаниями и систем управления знаниями // Актуальные проблемы социологии и управления: межвузовский сборник научных трудов. Вып. 3. / под ред. Э.Б. Аваковой. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. — С. 69–74.

5. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и её влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Власть и экономика. — 2018. — № 10. — С. 46–63.

Саруханян Нара Искововна
Sarukhanian Nara Iskosovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Теория перевода и межкультурная/межъязыковая коммуникация»
Master program «Translation theory and intercultural/interlingual communication»
e-mail: saruk-nara@yandex.ru

РЭП-ЖАНР КАК ИСТОЧНИК ОБОГАЩЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

RAP GENRE AS THE SOURCE OF THE ENGLISH LANGUAGE ENRICHMENT

Данная работа посвящена рэп-жанру как источнику обогащения английского языка. Автор подчеркивает роль сленгизмов и неологизмов в пополнении лексического состава английского языка и приводит интересные примеры лексических единиц, которые вошли в английский язык благодаря произведениям популярных американских рэп-исполнителей.

The present work is devoted to the rap genre as the source of the English language enrichment. The author emphasizes the role of slangisms and neologisms that stem from the rap genre in the language and gives some interesting examples of linguistic units brought forward by popular American rappers.

Ключевые слова: рэп-жанр, слэнг, неологизмы, сленгизмы.

Keywords: rap genre, slang, neologisms, slangisms.

Ранее многие исследователи обделяли вниманием роль и значимость сленга в языкознании, отождествляя данный речевой пласт с лексикой необразованных людей/ низкого социального класса или грубой, вульгарной лексикой. Тем не менее, употребление сленга позволяет пользователям не только зашифровать определенную информацию и кратко и ясно излагать мысль, но и называть те явления или вещи, названий которых нет в литературном английском языке, передавать свое отношение к действительности, оценку тому или иному событию, выражать свои эмоции экспрессивно. Роль сленга для пользователей гораздо более важна, чем это обычно предстает некоторым, кто подвергает существование сленга сомнению, либо считает его излишним, «засоряющим» язык речевым явлением.

Семантическая деривация слов является высокочастотной в сленге, причем некоторые слова с абсолютно негативной коннотацией

переходят в разряд слов с положительной коннотацией. Например, прилагательные «bad, sick, ill», которые в литературном английском имеют негативное значение и обладают соответствующей оценочностью, полностью меняют свое значение и передают иное отношение говорящего к другому человеку, иную оценку события, явления, вещи. В этом случае указанные слова являются синонимами слов «cool, awesome, amazing». Также особое место в сленге занимает слово «shit», значение, коннотация, которую оно в себе несет: помимо основного значения «something bad, repulsive, worthless», оно может передавать обратное основному, значение, а именно в словосочетании — «to be the shit» («to be important, extremely cool, great, worth respect, attention, appreciation»), то есть выражать положительную оценку. Однако это же слово может быть нейтральным по своей семантике: «shit» может заменить любой объект, о котором идет речь, не указывая на какие-либо отрицательные качества данного предмета, а лишь маркируя неформальный, непринужденный стиль общения, что характерно для сленга. По сути, слово «shit» выполняет функцию местоимения, подразумевая некий упомянутый ранее объект, или же заменяет неопределенное местоимение «something».

Другим средством обогащения английского языка являются неологизмы. Неологизмы — новые слова или выражения, свежесть и необычность которых ощущают носители того или иного языка. Постепенно неологизмы осваиваются носителями языка и становятся общеупотребительными, в конечном итоге теряя статус новообразования [1]. Так, в частности, известный рэп-исполнитель Эминем регулярно вводит в обиход новые слова и выражения, к примеру:

«Shituation» (shit + situation) — существительное, используемое для описания неблагоприятной ситуации;

«Crack-a-lator» (cracker + percolator) — существительное, обозначающее представителя европеоидной расы, который может устроить грандиозную вечеринку не хуже представителей негроидной расы [2].

Особое внимание следует уделить неологизму «Stan» (также введенному Эминемом), который относится к одержимому фанату, преследующему своего любимого исполнителя [3]. Сначала термин использовали лишь для обозначения фанатов исполнителя, а затем им стали именовать фаната любого другого деятеля или медийной личности. Другим исполнителем, чьи неологизмы вошли в обиход

английского языка, является американский рэпер Снуп Догг (Snoop Dogg). Рэпер ввел свой собственный язык для того, чтобы подчеркнуть свой оригинальный, неподражаемый стиль. Главным правилом является опущение окончания/ последних букв слова и добавления суффикса «izzle». Примерами таких неологизмов служат следующие лексические единицы:

Dizzle — используется по отношению к близкому другу (дружище, чувак);

Brizzle — используется по отношению к привлекательной, красивой женщине (малышка, красotka) [4, 5].

Рэперский сленг все больше и больше набирает популярность среди молодежи, становится общеупотребительным и фиксируется в словарях: например, сленгизм «Stan», который вошел в Кембриджский словарь английского языка в 2017 ввиду частого употребления всеми людьми, вне зависимости от их музыкальных предпочтений.

Можно предположить, что в дальнейшем многие из сленгизмов, популярных в языке рэперов, постепенно перейдут в разряд общеупотребительной лексики, как это уже произошло с некоторыми единицами, считавшимися ранее элементами разговорной речи, сленга.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Власова К.А., Вьюшкина Д.А. К вопросу о неологизмах [Текст] // Актуальные вопросы филологических наук: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2016 г.). — Казань: Бук, 2016. — С. 29–31. — URL <https://moluch.ru/conf/phil/archive/232/11134/> (дата обращения: 10.03.2020).
2. Peckham. A. Urban Dictionary / A. Peckham // Fularious Street Slang Defined. — 2005 — P. 1–343.
3. STAN | meaning in the Cambridge English Dictionary [Электронный ресурс] — URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/stan> (дата обращения: 19.02.2020)
4. The Rice University Neologisms Database [Электронный ресурс]: URL: <http://neologisms.rice.edu/>, свободный (Дата обращения: 15.03.2020)
5. Caddy The Right Rhymes Hip-Hop Dictionary [Электронный ресурс]: URL: [://www.therightrhymes.com/caddy/](http://www.therightrhymes.com/caddy/), свободный (дата обращения: 23.02.2020)

Семенова Надежда Валерьевна

Semenova Nadezhda Valerevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Прикладная информатика в экономике и управлении»

Master program «Applied Computer Science in Economics and Management»

e-mail: soldatova.nadia@yandex.ru

РАЗРАБОТКА РЕФЕРЕНТНОЙ АРХИТЕКТУРНОЙ МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

DEVELOPMENT REFERENCE ARCHITECTURAL MODEL OF A SMALL BUSINESS

Статья посвящена цифровой трансформации малого и среднего бизнеса России (МСБ), а также возможностям и проблемам, возникающим в ходе этого процесса. На основании исследования BDI (индекс цифровизации бизнеса) были сделаны выводы об уровне цифровизации этих предприятий, высказаны предположения о тенденциях их развития в эпоху становления цифровой экономики.

The article is dedicated to the digital transformation of small and midsized Russian businesses and related potential possibilities and challenges. Based on BDI situation report, conclusions about digitalization extent among the considered companies has been drawn. The possible development trends of the small and midsized businesses in the era of digital economy have been suggested.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, малый и средний бизнес, референтная модель.

Keywords: digital economy, digital transformation, small and midsized business, reference model.

В современном мире цифровая экономика — это не модный тренд, это жизненно необходимое условие выживания в конкурентной среде для любого бизнеса, как на внешних, так и на внутренних рынках [1].

В большинстве национальных экономик мира предприятия малого и среднего бизнеса являются одним из основных источников ВВП. Учитывая столь важную роль МСБ, трудно переоценить его значение в общем процессе радикальной трансформации, который проходит экономика России в последние годы. Эффект от цифровизации российской экономики при условии правильного стратегического планирования, по прогнозам компании McKinsey, к 2025 году может

составить от 20 до 30 процентов роста ВВП и огромный вклад в этот рост должна дать цифровизация малого и среднего бизнеса.

Какие же возможности открывает цифровизация перед МСБ? Облачные технологии дарят возможность уменьшить расходы на инфраструктуру, цифровой маркетинг позволяет эффективно налаживать взаимодействие с клиентами, CRM-системы — экономить на персонале [2]. Новейшие бизнес-модели (crowdfunding, on-demand, crowdsourcing, dropshipping и др.) открывают перспективы для МСБ не иметь собственной IT-инфраструктуры и каких-либо материальных и нематериальных активов (co-sharing). Использование современных облачных технологий и новых методов управления цифровой экономикой должно привести к эффективному развитию предприятий малого и среднего бизнеса и увеличить их вклад в развитие национальной экономики.

В условиях радикальных перемен МСБ имеют определенные преимущества — гибкость внедрения изменений, диверсификации видов деятельности, быстрая адаптация к изменению конъюнктуры рынка, оперативность в принятии решений, что дает им шанс стать не только лидерами в освоении новейших технологий, но и первыми получить все выгоды от их внедрения [3]. Инновации МСБ связаны с огромным предпринимательским риском, риском банкротства, отсутствием доступных и эффективных источников финансирования, а переход на «цифру» уже в самом начале пути требует значительного финансирования. Большим препятствием на пути цифровизации российского малого бизнеса становится несовершенство законодательной базы, особенно в части нормативно-правового регулирования процессов цифровизации, легитимизации цифровых финансовых инструментов, цифровых платформ.

Другой проблемой в России, является низкий уровень компетентности самих предпринимателей, их неспособность оценить потенциал цифровой экономики, действовать в направлении роста эффективности компании. Отсюда — низкие вложения в цифровизацию бизнеса. Исследование BDI (Business Digitalization Index — индекс цифровизации бизнеса), проведенное в сентябре 2019 года банком «Открытие» совместно с Mail.ru Group и Московской школой управления Сколково, по индексам, использования цифровых технологий позволило создать общую картину состояния цифровизации МСБ в России (см. табл. 1) [4]:

Таблица 1

Состояние цифровизации МСБ в России

Название частного индекса BDI	% использ.
<i>Цифровые каналы</i>	
— корпоративная почта	48%
— системы автоматизации работы предприятия	43%
— облачные технологии	46%
<i>Интеграция цифровых технологий</i>	
— использование интернета для ведения бизнеса	92%
— использование мобильных приложений	50%
— использование технологии интернета вещей	26%
— использование электронного документооборота (частично/ полностью)	72%
<i>Продажи по интернету</i>	
— наличие собственного сайта	54%
— присутствие на он-лайн картах (Google Maps и др.)	87%
— использование соцсетей	≥80%
— использование мессенджеров	79%
<i>Информационная безопасность</i>	
— наличие утвержденной политики информационной безопасности	41%
— наличие утвержденной политики конфиденциальности	45%
<i>Цифровое обучение</i>	
— обучение сотрудников	28%

Исследование также выявило, что в России 21% опрошенных предпринимателей не заинтересованы в переходе на цифровой формат, а 20% отмечали нехватку средств на цифровизацию. Таким образом, BDI российского МСБ в 2019 году составил всего 45 процентных пунктов, что говорит о невысокой степени цифровизации. Однако следует отметить, что по сравнению с 2018 годом индекс вырос на 11 пунктов. Сегодня 92% представителей МСБ уверены, что цифровизация дает бизнесу преимущества, отмечая удобство контроля над процессами (34%) и увеличение скорости работы (33%).

Цифровизация МСБ неуклонно набирает обороты, уже определены основные векторы развития цифровых бизнес-технологий: это автоматизация бизнес-процессов, цифровые платформы для взаимодействия с клиентами и партнерами, использование результатов предиктивной аналитики для принятия управленческих решений и др. [5]. Правительственная программа «Цифровая экономика» требует для своей реализации 88 млрд руб., в ней уделено внимание МСБ, особенно переходу на цифровые бизнес-модели, развитию налоговых условий, финансовой поддержки на федеральном и региональном уровне МСБ. Заявленные меры в области цифровой экономики определяют стратегию развития, которую следует рассматривать как драйвер для МСБ.

Полученные результаты исследования позволили прийти автору к выводу, что для цифровизации предприятий малого бизнеса важно подготовить методическое обеспечение, понятные для предпринимателей модели и дорожные карты роста эффективности цифрового бизнеса, учитывая финансовые и кадровые возможности, отрасль, внешние условия — возможности и риски для подобного перехода.

В этой связи автор материала работает над созданием ряда референтных (справочных) моделей бизнес-архитектуры для МСБ, правил формирования бизнес-стратегий, определения бизнес-требований к ИТ-системе МСБ, каталога ИТ-сервисов для поддержки цифровых бизнес-процессов МСБ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Трофимов В.В., Трофимова Л.А., Минаков В.Ф., Кияев В.И., Барабанова М.И., Макачук Т.А., Ильина О.П., Путькина Л.В., Лобанов О.С., Газуль С.М. Цифровая конвергенция в экономике: монография. — СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 150 с.
2. Макачук Т.А., Минаков В.Ф., Макачук И.А. Система требований к обеспечению эффективного электронного документооборота компаний малого и среднего бизнеса // *Фундаментальные исследования*. — 2017. — № 10–3. — С. 477–482.
3. Лукьянова А.В. Тенденции и возможности цифровизации малого и среднего бизнеса (электронный ресурс). URL: <https://esa-conference.ru> (дата обращения 15.04.2020).
4. Солдатова Н.В. Автоматизация малого бизнеса // *Синергия наук*. — 2018. — № 22. — С. 331–335.
5. Ильина О.П., Селищева Т.А. Архитектурное моделирование в управлении стоимостью и ценностью информационно-коммуникационных технологий // *Евразийский процесс цифровая трансформация хозяйственных систем* — СПб: СПбГЭУ, 2019. — с. 132–140.

Серба Елизавета Станиславовна

Serba Elizaveta Stanislavovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Государственные и муниципальные финансы»

Master program «State and municipal finance»

e-mail: serbaelizaveta@gmail.com

**МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ
ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РФ**

**STATE SUPPORT FOR SMALL ENTREPRENEURSHIP,
IMPLEMENTING INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF THE ARCTIC ZONE OF THE RUSSIAN FEDERATION**

Развитие предпринимательства является одним из возможных путей экономического роста в Российской Федерации. При этом значительную часть территории России составляет Арктическая зона, где развитие бизнеса должно осуществляться иными способами, нежели чем на остальной территории России. В данной статье автор рассматривает основные проблемы ведения бизнеса в Арктике, а также возможные меры государственной поддержки для улучшения предпринимательского климата в регионах Крайнего Севера.

The development of entrepreneurship is one of the ways of economic growth in the Russian Federation. Signs that a significant part of the territory of Russia consists of the Arctic zone, where business should be conducted especially. In this article, the author considers the main problems of doing business in the Russian Arctic and governmental support measures for improve the entrepreneurial climate in the regions of the Far North.

Ключевые слова: государственная поддержка, малый бизнес, предпринимательство, Арктическая зона Российской Федерации.

Keywords: state support, small business, entrepreneurship, Arctic zone of the Russian Federation.

Проблемы развития малого и среднего бизнеса в России регулярно становились предметом обсуждения на федеральном уровне, а важность и необходимость развития предпринимательства была обозначена принятием паспорта национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года.

Основными целями национального проекта стали увеличение численности занятых в работе малого и среднего бизнеса, рост доли малого и среднего бизнеса в ВВП страны, а также прирост доли экспорта несырьевой продукции, производимой малым и средним бизнесом. При этом, в данном национальном проекте нет такого важного положения, как развитие малого и среднего предпринимательства в Арктической зоне России.

Арктический бизнес является особенным, поскольку предприниматели центральной России редко сталкиваются с таким перечнем социально-экономических проблем. Автором был проведен анализ условий ведения бизнеса в Арктической зоне РФ и выявлены следующие особенности:

1. Природно-климатические условия. Суровый климат влияет на многие управленческие и бизнес-решения, поскольку для функционирования промышленности и формирования производственных линий в регионах Крайнего Севера необходимо применять технологические инновации, способствующие функционированию производственных мощностей в таких условиях. Также наблюдается значительное удорожание производства за счет ускоренного износа основных фондов.

2. Экологические вызовы. Весь бизнес, функционирующий на территории Арктики, должен отвечать передовым требованиям «зеленого» производства, поскольку в условиях вечной мерзлоты возрастает риск экологических аварий и катастроф.

3. Транспортная ограниченность. Во многих северных регионах наблюдается высокая себестоимость транспортных перевозок (в том числе товаров первой необходимости), а также отсутствует возможность круглогодичной регулярной транспортной связи. Большую часть года связь с удаленными арктическими территориями осуществляется за счет северного завоза.

4. Незрелость инфраструктуры. Во всех регионах Арктической зоны РФ можно наблюдать незрелость энергетической, инженерной и иной инфраструктуры для обеспечения жизни населения, что в свою очередь влияет и на развитие и ведение бизнеса.

5. Ограниченный рынок труда. В рамках данного исследования были выявлены проблемы, связанные с оттоком квалифицированных кадров в центральную Россию из арктических регионов. Особенно это касается Республики Коми, Красноярского края и Чукотского авто-

номного округа. Такая ситуация приводит к дефициту на рынке труда, а также снижает мотивацию к работе у местного населения.

6. Значительное влияние крупного бизнеса. Малый и средний бизнес в Арктической зоне РФ становится «обслуживающим» по отношению к таким крупным компаниям как ПАО «Газпром», «Новатэк» и др., что в свою очередь влияет на выбираемые основные виды деятельности малого бизнеса, игнорируя социально-важные отрасли. Так, в малых городах Арктики в последнее время наблюдается закрытие продуктовых магазинов, отделений пенсионного фонда и налоговых органов, поскольку в настоящее время основным видом деятельности является обеспечение газоперерабатывающего производства.

7. Сложность получения банковского финансирования. Ведение бизнеса в северных регионах за счет банковских кредитных инструментов связано с существенными издержками, т. к. отличается высокими процентными ставками по кредитам, а также ограниченными условиями для получения этих кредитов.

Кроме упомянутых сложных условий ведения бизнеса, автором были выделены проблемы применения стандартных мер государственной поддержки в данном регионе.

Так, в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» особое внимание уделено поддержке и развитию конкуренции, как одному из условий улучшения ведения бизнеса. Однако, на территории Арктической зоны уровень наблюдается низкий уровень конкуренции, и ее поддержка не будет способствовать стимулированию роста бизнеса. Поэтому необходимо осуществлять поддержку предпринимательства с точки зрения его адаптации в монополизированной среде, стимулировать развитие инновационных сфер и инновационного поведения на рынке.

Особое внимание в общероссийских мерах поддержки уделяется акселерации бизнеса, но несмотря на обязательность требования по созданию технопарков и бизнес-инкубаторов в рамках национального проекта, оно не может быть соблюдено в регионах Арктической зоны РФ. Поскольку то, что целесообразно применять к реализации в Санкт-Петербурге, не целесообразно в Салехарде. На рисунке 1 показана диаграмма распределения бизнес-инкубаторов по регионам России. На арктические регионы приходится

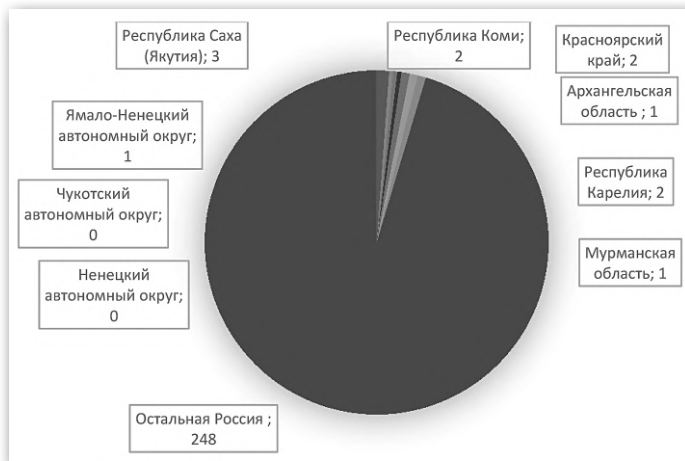


Рис. 1. Распределение бизнес-инкубаторов по регионам РФ в 2019 году

4% от всех бизнес-инкубаторов (или 12 штук), а на остальную Россию 96% (248 штук соответственно) по итогам 2019 года.

В рамках реализации национального проекта по развитию малого предпринимательства также затрагиваются вопросы обеспечения бизнеса инфраструктурой и стимулирования привлечения рабочих кадров на малые предприятия. Но арктический бизнес не готов к таким мерам, так как если сравнивать два аналогичных предприятия из одной сферы деятельности с одним штатным расписанием в двух регионах, наблюдается значительная разница в расходах предприятий на эти виды затрат. Так, организация Санкт-Петербурга, осуществляющая оптовые и розничные продажи с численностью штата 25 человек, имеет 6,7% затрат в общем объеме затрат организации на оплату коммунальных услуг и транспортировку, предприятие с аналогичными параметрами, но осуществляющая свою деятельность в Мурманской области, направляет порядка 18,4% от всех затрат на коммунальные и транспортные расходы. Разница почти в три раза, и нельзя игнорировать ее ощутимое влияние на бизнес.

Кроме того, стоит отметить различные затраты предприятий на фонд оплаты труда. В Санкт-Петербурге они составляют около 13,0% от всех затрат, а в Мурманской области — 21,2%. Данную разницу

почти в два раз можно связать с обязанностью предприятий оплачивать сотрудникам отпуска (работники Санкт-Петербурга имеют в среднем 28 дней отпуска, а Мурманской области 50 дней), а также предоставлять иные северные надбавки при менее продолжительном рабочем дне.

В целом, по итогам проведенного исследования можно предложить следующие меры по поддержки малого и среднего предпринимательства в Арктической зоне РФ.

Во - п е р в ы х, разработать новые нормы для проведения процедур государственных закупок среди субъектов арктического предпринимательства. Необходимо рассмотреть различные варианты внесения изменений в федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Можно предложить два направления: первый — определение перечня товаров, работ и услуг, поставку которых могут осуществлять только организации, зарегистрированные на территории Арктической зоны РФ и адаптация к специфическим условиям ведения бизнеса; второй — возможность заключения прямых договоров на территории Арктической зоны с местным бизнесом.

Во - в т о р ы х, разработать инструмент субсидирования затрат бизнеса не только на инновационные разработки, но и на затраты, понесенные на топливно-энергетическое обеспечение бизнеса.

В - т р е т ь и х, осуществлять нефинансовую поддержку бизнеса, в том числе создание специализированных порталов, где должна освещаться информация о возможных мерах поддержки, условиях получения субсидий, упрощённая подача документов на получение субсидии и отчета об использовании субсидии, а также проведение специализированных вебинаров и других онлайн методов поддержки и распространения информации.

В - ч е т в е р т ы х, рассмотреть возможность введения налоговых послаблений для арктического бизнеса.

В - п я т ы х, оказывать содействие в привлечении молодежи в регионы Крайнего Севера, например, можно на федеральном уровне ввести специальный пакет поощрительных мер по льготам для бизнеса, работниками которого являются молодые кадры до 35 лет.

Совокупность предлагаемых мер должна положительно сказаться как на развитии малого и среднего предпринимательства, так и на освоении Арктической зоны Российской Федерации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Алексеева М.Б. Системная диагностика стратегии развития промышленности Арктики // Записки Горного института. — 2019. — Т. 238. — С. 450–458.

2. Скуфьина Т. П. Бажутова Е.А. Самарина В.П. Предпринимательская активность в регионах российской Арктики в сравнении с общероссийской ситуацией // Арктика и Север. — 2019. — № 37. — С. 51–68.

Серова Татьяна Дмитриевна

Serova Tatiana Dmitrievna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа «Логистика»

Master program «Logistics»

e-mail: tatyana.serova97@list.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ГРУЗОПЕРЕРАБОТКИ С ПОМОЩЬЮ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВОЙ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА И КОНТРОЛЯ ЗА СОСТОЯНИЕМ ПАРКА ПОДЪЕМНО-ТРАНСПОРТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

IMPROVING THE LOGISTICS PROCESS OF CARGO HANDLING BY IMPLEMENTING A DIGITAL SYSTEM OF MONITORING AND CONTROLLING THE STATE OF THE FLEET OF LIFTING AND TRANSPORT EQUIPMENT

В статье представлены основные предпосылки развития цифровых систем мониторинга и контроля, применяемых для совершенствования логистического процесса. Рассмотрены основные компоненты цифровых систем мониторинга и контроля за состоянием парка подъемно-транспортного оборудования, их функционал и взаимосвязь. Выявлены положительные результаты внедрения данных систем на предприятии.

The article presents the main premises for the development of digital monitoring and control systems used to improve the logistics process. The main components of monitoring and control digital systems for the state of the handling equipment fleet, their functionality and interdependence are considered. The positive results of the implementation of these systems at the enterprise are revealed.

Ключевые слова: цифровая система мониторинга, парк подъемно-транспортного оборудования, цифровизация логистического процесса, компоненты систем мониторинга.

Keywords: digital monitoring system, a fleet of handling equipment, digitalization of the logistics process, components of monitoring systems.

XXI век — век информационных технологий. В настоящее время компаниям сложно нарастить конкурентное преимущество за счет эффекта масштаба, технологий производства, маркетинга и других инструментов. Каждый из этих способов некогда был передовым, но в последнее десятилетие на первый план выходит цифровая зрелость компаний. Компании, интегрирующие ключевые процессы с помощью цифровых технологий по определению имеют более сильные позиции на рынке. Основные производственные процессы и процессы взаимодействия с клиентами уже довольно давно автоматизированы или реализуются с использованием современных информационных технологий. В последнее время все большую эффективность доказывает цифровизация логистических процессов.

Логистический процесс складирования и грузопереработки, в значительной мере обеспечивающий доведение товара до конечного потребителя, также нуждается в модернизации и совершенствовании с помощью внедрения цифровых технологий [1, с. 99].

Одним из перспективных направлений для проведения цифровой трансформации является процесс управления парком складской техники в рамках реализации процесса складирования. Переходя на цифровое управление парком техники, компания в целом может обеспечить значительную экономию средств и повышение эффективности внутренней логистики.

По статистике, 95% производственных и торговых компаний используют складскую технику в ежедневной деятельности по осуществлению складской грузопереработки. В среднем в одном производственном помещении (склад, завод и т. д.) работает 50 погрузчиков, составляющих парк подъемно-погрузочного оборудования, ответственным за управление которым является начальник склада или главный инженер. В обязанности данного должностного лица входит: контроль за персоналом, использующим складскую технику; контроль состояния техники и поддержание в рабочем состоянии; исключение аварийных ситуаций.

Толчком в развитии систем мониторинга парка складской техники стали информационные системы, которые уже давно используются на рынке в сфере контроля за автомобильным парком. Компании,

занимающиеся грузоперевозками или имеющие большой собственный автопарк, с развитием технологий стали оснащать свои автомобили датчиками слежения, контроля топлива, фиксации ударов и т. п. (например, одной из популярных систем GPS навигации является система ГЛОНАСС) [2, с. 236].

Система мониторинга и контроля за состоянием парка подъемно-транспортного оборудования — информационная система, которая помогает предприятию консолидировать и анализировать информацию, полученную от всего парка складской техники на стратегическом уровне практически в режиме реального времени, а также совершать оперативный контроль за эффективностью использования техники. Данная система может быть использована как для ежедневного контроля, так и для логистического аудита.

Если рассматривать рынок информационных технологий мониторинга складского парка техники, можно выделить два типа компаний-поставщиков: обособленные ИТ-компании и компании-производители складской техники. У каждого производителя складской техники есть своя лицензированная система мониторинга, поставляемая, как правило, с завода-изготовителя. Отсюда возникают такие плюсы как:

- 1) возможность распределенной работы системы — то есть, не только в России, но и по всему миру, в случае широкого распределения парка техники по разным площадкам;
- 2) гарантия завода-изготовителя;
- 3) интегрированность с любым видом техники завода-изготовителя, легкость в оснащении и использовании;
- 4) техника и программное обеспечение от одного поставщика, что минимизирует риски поломок и выхода из строя.

Таким образом, свои собственные системы мониторинга имеют международные компании, производящие подъемно-транспортное оборудование, например — Jungheinrich, Still, ВТ, Linde. Несмотря на все плюсы, главным минусом данных систем является относительная дороговизна продукта. Также компании, у которых в парке техники находится несколько моделей от разных поставщиков, сталкиваются с проблемой интеграции ПО.

Более простыми в интеграции системами мониторинга являются системы, разработанные российскими поставщиками ИТ-инфраструктуры. Предлагаемый продукт может быть установлен на любую

технику, вне зависимости от производителя, технических особенностей и года выпуска. Относительная дешевизна продукта делает эти решения довольно популярными на рынке для организации внутрискладской логистики.

Технические составляющие любой системы мониторинга парка складской техники представлены в таблице 1.

Таблица 1

Компоненты системы мониторинга парка складской техники

№	Компонент	Назначение
1	Шлюз	Прием и считывание сигнала с погрузчика, передача информации на сервер
2	Карточка доступа	Идентификация пользователя погрузчика, запуск погрузчика в работу
3	Ноутбук, ПК	Доступ к серверам с информацией
4	Шок-сенсор	Фиксирование ударов, столкновений, учет величины удара
5	Компоненты погрузчика	Для замера уровня топлива, расхода, уровень заряда/разряда АКБ. Учет времени работы техники, GPS навигация
6	Wi-Fi модуль	Хранение и передача информации с погрузчика на шлюз

После рассмотрения всех компонентов системы, можно примерно представить размеры затрат на установку данной системы на предприятии. Один шлюз необходимо устанавливать в каждой локации, где работают погрузчики, а количество карточек доступа равняется количеству операторов на предприятии. Следует отметить, что существуют ключ-карты для начальников отделов, которые дают доступ ко всей технике и позволяют разблокировать технику после столкновения. Ноутбук для оперативного отслеживания аналитических данных, полученных от погрузчиков, необходим только ответственному за парк складской техники лицу. Элементы системы, указанные в пунктах 4–6 таблицы 1 устанавливаются на каждую единицу техники. Также компании, поставляющие систему мониторинга, взимают абонентскую плату за предоставление и неограниченный доступ к данным, автоматически генерируемыми системой

на основе интенсивности эксплуатации техники. Таким образом, компания-потребитель должна ежемесячно платить за пользование установленной системой.

Все вышеперечисленные компоненты находятся в постоянной связи между собой, что представлено на рисунке 1.

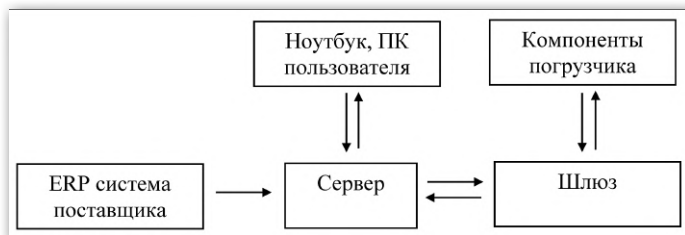


Рис. 1. Взаимосвязь компонентов системы мониторинга и контроля.

В целом любое внедрение новой технологии для предприятия приводит к одному из следующих позитивных эффектов: снижению затрат, увеличению производительности и, как следствие, получению конкурентного преимущества и росту прибыли.

В случае использования цифровой системы мониторинга и контроля парка складской техники одним из ощутимых эффектов является индивидуализация пользователей и ограничение управления парком техники 3-ми лицами с помощью внедрения карточной системы управлением погрузчиками. Пользователь системы может управлять персоналом с помощью допуска сотрудников к определенному типу техники в определенной локации. Сотрудник же, идентифицировав себя картой доступа, несет полную ответственность в течение всего времени использования техники. В тандеме с функцией шок-сенсор, фиксирующей силу удара, появляется возможность выявления виновных в инцидентах, авариях или порче техники на предприятии. С помощью таких функций и технологий компания сокращает возможные риски и влияние человеческого фактора, внедряя контроль за состоянием техники и ошибками операторов.

Компоненты погрузчика предоставляют следующую информацию для пользователя системы мониторинга: состояние погрузчика; время запуска и выключения; расход топлива; локация работы погрузчиков.

Анализируя полученную информацию, можно вычислить слабые зоны на складе или предприятии в целом, которые необходимо усилить дополнительным присутствием техники, или, например, принять решение о нецелесообразности ввода в работу дополнительного погрузчика, так как действующие не отработывают полную смену. Интеграция системы мониторинга и контроля с ERP-системой поставщика складской техники позволяет клиенту получить информацию о датах планируемого технического обслуживания (ТО), а также о стоимости всех ремонтов, проводимых на технике. Таким образом, компания-пользователь системы мониторинга с помощью предоставляемых данных может анализировать все затраты, касающиеся складской техники. Правильно оперируя данными из системы контроля и мониторинга, можно решать не только оперативные и тактические задачи, но и стратегические, начиная с формы владения складским парком (аренда, собственность), заканчивая планированием затрат и количества персонала.

Как уже было отмечено ранее, логистический процесс на складе является тем резервом, в оптимизации которого на данном этапе развития технологий можно найти перспективы для снижения затрат и получения конкурентного преимущества. В настоящее время рынок IT-индустрии готов предоставить ряд решений для совершенствования логистического процесса складирования и грузопереработки, а именно систем мониторинга и контроля парка подъемно-транспортного оборудования. Компании, показывающие высокий уровень цифровизации, смогут не только внедрить данные системы, но и подготовить почву к дальнейшему совершенствованию логистики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Цифровая логистика [Текст]: учебник для вузов / Афанасенко И.Д., Борисова В.В. — СПб.: Питер, 2019. — 272 с.
2. Фразелли Э. Мировые стандарты складской логистики [Текст] / Э. Фразелли. — 3-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 330 с.
3. Шу Г. Индекс зрелости Индустрии 4.0: Управление цифровым преобразованием компаний [Электронный ресурс] / Гюнтер Шу, Рейнер Андерл, Юрген Гауземайер и др., 2017 // Режим доступа: https://i40mc.de/wp-content/uploads/sites/22/2016/11/acatech_STUDIE_Maturity_Index_rus_WEB.pdf (дата обращения 20.12.2019).

Синьюй Ли
Xinyu Li
Кунин Чжун
Kongying Zhu

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: xinyuli@mail.ru

**ДИНАМИКА ЦЕННЫХ БУМАГ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ
В ПЕРИОД ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОГО КРИЗИСА:
АНАЛИТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ**

**THE DYNAMICS OF SECURITIES OF CHINESE COMPANIES
DURING THE EPIDEMIOLOGICAL CRISIS:
ANALYTICS AND FORECASTING**

В период эпидемиологического кризиса и формирования стагнации экономики за период остановки производства и остановки расчетов как внутри Китая, так и на трансграничном уровне, ситуация осложнилась коренным образом и на финансовых рынках.

During the period of the epidemiological crisis and the formation of economic stagnation during the period of production stoppage and settlement stoppage both within China and at the cross-border level, the situation was fundamentally complicated in the financial market.

Ключевые слова: инвестиционное прогнозирование, инвестиционный портфель, ценные бумаги.

Keywords: stocks, investment broadcasting, investment portfolio.

Взаимодействие между предприятиями остановилось, трудности логистики и передачи товаров из-за инфекции сформировали глобальные проблемы в вопросах систематического планирования транспортных операций, обмена товарами и торговле. Все эти процессы нашли свое отражение в стоимости валюты и ценных бумаг.

В данной работе будет рассмотрена динамика краткосрочной стоимости валюты в условиях конвертации юаня в рубли (что важно для китайских студентов), а также сформировано краткосрочное прогнозирование в условиях отражения форс-мажорной ситуации эпидемии на стоимость котировок компании Мидеа и других предприятий, с уче-

том тренда на основе технического анализа. Анализ компании Мидея будет проводиться в краткосрочном периоде для оценки факторной стоимости в зависимости от фундаментальных характеристик эпидемии и форс-мажоров, а оценка других компаний будет произведена в градации недельного периода для отражения среднесрочной стоимости ценных бумаг. Формирование анализа стоимости различных ценных бумаг китайских компаний в настоящее время находится под глобальной угрозой из-за возможности остановки производства и нарушения цепочки рыночных взаимосвязей и замещения производителей. Кризис в формате форс-мажорной ситуации охватил основные производственные кластеры КНР и ведет к тому, что из-за нарушения производства многие компании КНР могут сократить производство и рабочие места в перспективе последующих двух лет, что остановит процессы потребления внутри государства и сократит глобальный экономический рост во всей мировой экономике. При этом на финансовых рынках КНР и США наблюдаются равнозначные направления в динамике стоимости акций и облигаций, а также рыночных котировок. Промышленные индексы и валютные показатели разных стран прошли через глобальное падение в связи с тем, что эпидемия может охватить всю планету и перейти на уровень глобальной пандемии, когда никто из граждан страны не сможет выйти домой и будет ограничен в экономическом взаимодействии с окружающими.

В связи с этим, на наш взгляд, необходимо рассмотреть различные компании в динамике за счет аналитического обзора стоимости акций, чтобы усмотреть параметры изменения стоимости и дальнейшие колебания на рынке.

Анализ стоимости акций будет начат с рисунка 1 — анализа автомобильной компании Шанг Ан.

Уровень ценовых характеристик акций компании Шанг Ан находится под динамическим уровнем давления со стороны эпидемиологического кризиса. Уровень трендовой компоненты, полученной при помощи подстановки скользящего среднего, описывает значения, представленные на каждую промежуточную проходную дату окончания торгов. Уровень полиномиальной компоненты тенденции показывает уровень поддержки ценовой компоненты стоимости акции (аналог индикатора облака Ишимому).

Анализ данного колебания по итогам временного таймфрейма «неделя» показывал, что компания ожидала рост котировок по итогам

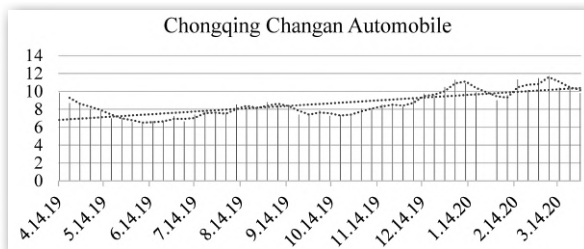


Рис. 1. Уровень стоимости акций автомобильной компании Шанг Ан

года в связи с увеличением продаж на рынке Китая по итогам 2019 года. При этом сразу же после выявления эпидемиологической обстановки в Китае фиксируется максимальный градиент угла наклона снижения стоимости акций — ускорения, которое произошло по причине массового единовременного сброса акций на финансовом рынке КНР. Однако после появления информации о наличии вакцины котировки акций были восстановлены, но не более уровня предельного сопротивления на графике к периоду марта 2020 года. На следующем рисунке будет проведен анализ представителя добывающей отрасли Китая в части драгоценных металлов.

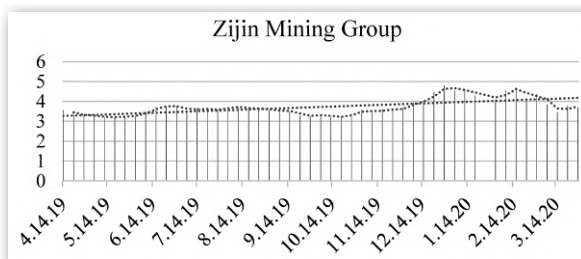


Рис. 2. Уровень стоимости Zijin Mining Group Co Ltd

Аналогичные параметры формирования стоимостного движения акций в периоде января-марта 2020 года фиксируется и в добывающей отрасли Китая. Компания по добыче драгоценных металлов на рынке золота и платины функционировала до нового года выше средней тенденции на своем уровне рынка. Фундаментальные характеристики

данного предприятия отражают функционирование на уровне стоимости 4 юаня за акцию по причине высокой отчетности по итогам 2019 года, когда компания смогла реализовать в Россию значительное число тонн золота. При этом наблюдается аналогичная тенденция в первые три месяца 2020 года — падение с углом отклонения от уровня поддержки более 30 градусов к точке касания полинома — это означает резкое сокращение сотрудничества и глобальную экономическую панику на рынке КНР.

На рисунке 3 представлена компания из финансового сектора — Банк Пекина, акции которого обращаются на Пекинской Фондовой Бирже.

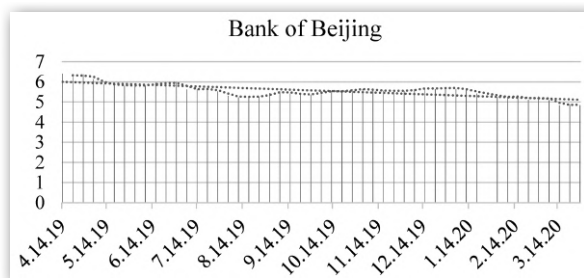


Рис. 3. Уровень стоимости Банка Пекина

Анализ данной динамики указывает на наличие оптимальной стабильности в банковском секторе Китая. Основной банк административного центра города центрального подчинения — Пекина находится на уровне снижающегося тренда, что показывает общее замедление финансовых операций и результатов по итогам 2018–2019 годов, когда главным фундаментальным фактором на рынке КНР был фактор торговой войны КНР и США. При этом в начале 2020 года наблюдается тенденция «флет» — это устойчивая тенденция на среднесрочной перспективе, которая отражает отсутствие существенных колебаний, не смотря на коронавирус и завершение торговой войны. Данная тенденция в глобальном рассмотрении замечена с периода начала сентября 2019 года, когда основной фактор — торговая война КНР и США начала сходиться на нет благодаря удачному новостному фону и наличию положительных фундаментальных факторов на рынке КНР.

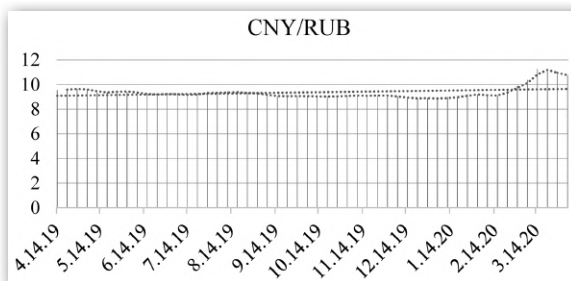


Рис. 4. Курс юаня в рублях

Теперь необходимо рассмотреть то, каким образом работоспособность китайской экономики отразилась на взаимодействии между РФ и КНР. Наилучший показатель данной динамики будет отражаться в виде валютного курса юаня в рублях РФ на рисунке 4, а также возможной динамики производственной компании Мидеа на рисунке 5, которая показывает спрос на бытовую технику — одну из самых важных экспортных величин на китайском рынке.

Оценка стоимости при помощи технического анализа показывает, что при использовании методики трендовой компоненты в рамках управления аддитивным прогнозированием при помощи сезонной и трендовой компоненты указывают на наличие стабилизации стоимости валюты на периоде двух недель в условиях сверх краткосрочного прогнозирования. Иными словами, на рынке валют будет флэт — отсутствие существенных сдвигов и колебаний до конца эпидемии и восстановления стоимости нефти, которая фундаментальна для рубля РФ.

На данном графике также видно, что уровень трендовых компонент — скользящей средней и уровень трендовой компоненты (полином третьей степени) показывают возможности перспективного замедления коррекции стоимости и дальнейшего падения курса рубля как краткосрочной тенденции в будущие периоды. В условиях фундаментальных и технических факторов стоит предполагать некоторое восстановление курса рубля относительно юаня в рамках итогов заседания ОПЕК и взаимодействия России в Сирии в условиях формирования восстановления спроса на нефть и перспективного восстановления общего глобального спроса.

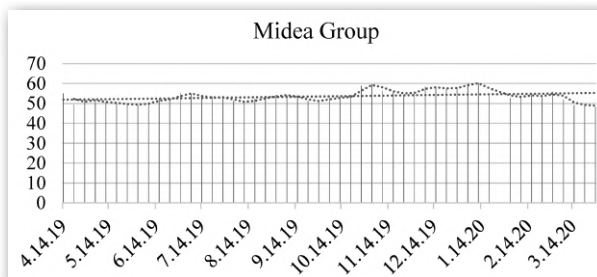


Рис. 5. Стоимость акций Мидеа в Юанях

При этом в зависимости от развития вопросов по эпидемии коронавируса оптимально будет оценивать колебания стоимости акций производителя бытовой техники в зависимости от сезонного спроса — уровень акций должен подрасти (согласно технической модели) до уровня в стоимости 56 юаней за штуку. Данный сценарий будет хорошим в случае победы над коронавирусом в среднесрочной перспективе (что фундаментально и технически возможно в ближайшее время).

Таким образом, реализация негативного сценария в китайской экономике может произойти в случае, если эпидемиологическая обстановка выйдет из под контроля и охватит планету на уровне глобального кризиса, который нанесет вред капитализации глобальных корпораций и сократит мировой спрос из-за невозможности осуществления операций по формированию производственных цепочек на фундаментальном уровне каждой страновой экономики и мировой экономики в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Гражданское право в Китае [Электронный ресурс] Режим доступа: https://chinalaw.center/category/civil_law/ Доступ свободный
2. Закон о праве иностранного и частного капитала [Электронный ресурс] Режим доступа: https://chinalaw.center/civil_law/china_sino-foreign_joint_equity_enterprise_law_revised_2016_russian/ Доступ свободный
3. Закон о рынке ценных бумаг КНР [Электронный ресурс] Режим доступа: https://chinalaw.center/civil_law/china_securities_law_revised_2014_russian/ Доступ свободный
4. Инвестиционный портфель [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/58/8262/> (дата обращения 31.03.2020)
5. Технический и фундаментальный анализ: обучение [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ru.tradimo.com/home/> Доступ свободный (дата обращения 31.03.2020)

Смирнова Владислава Евгеньевна
Smirnova Vladislava Evgenievna

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: vlada.samsonova.89@mail.ru

ВОПРОСЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

ISSUES ABOUT ACCOUNT RECEIVABLES IN FINANCIAL STATEMENTS

В данной статье автором идентифицируются и анализируются существующие коллизии учета дебиторской задолженности в соответствии с РСБУ и МСФО, предлагается попытка внедрения новой модели отражения финансового инструмента в российскую практику бухгалтерского учета.

In this article the existing differences of account receivables are analyzed and identified, it is attempted a new model of the financial instrument identification in Russian account practice.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, МСФО, РСБУ, финансовый актив, финансовый инструмент.

Keywords: account receivables, IFRS, RSBU, financial asset, financial instrument.

Дебиторская задолженность — важнейшая экономическая категория, которая сигнализирует внешним пользователем отчетности о происходящих изменениях в финансовом положении субъекта хозяйствования. Именно от правильного отражения и признания в отчетности субъекта поступающих денежных потоков от контрагентов можно судить, в том числе, о наличии экономической целесообразности инвестирования в данную организацию.

Существующие коллизии в отражении дебиторской задолженности в международном и российском учете не позволяют в полной мере подвести данный экономический показатель под единый знаменатель признания, отражения, расчета возможного будущего обесценения данного стратегически важного для организации ресурса. Такие различия способны ввести в заблуждение внешних пользователей отчетности относительно способности организации аккумулировать

и эффективно управлять собственными оборотными активами, и как результат, может исказить в целом представление о собственном капитале организации в обороте.

В условиях активно развивающегося рынка производства и потребления продукции (работ, услуг) российские организации стремятся привести свою отчетность в соответствии с действующими международными стандартами финансового учета для возможности выхода на новые внешние рынки для последующего извлечения прибыли от потенциальных иностранных инвесторов.

С этой целью авторы не подвергают сомнению важность преодоления имеющихся конвергенций для более достоверного отражения в отчетности хозяйствующего субъекта показателя дебиторской задолженности.

Таким образом, на сегодняшний день различное признание, отражение и последующая оценка возможного обесценения в бухгалтерском балансе и отчете о финансовом положении организации данных о дебиторской задолженности, свидетельствует о назревшей срочной необходимости взаимосближения российских и международных стандартов учета (далее — РСБУ и МСФО).

Различия в понимании природы данного экономического идентификатора оборотных активов, применения способа эффективной процентной ставки, применение методик отнесения к дифференцированным категориям, создание резервов под обесценение данного экономического показателя — все это лишь малая часть существующих на сегодняшний день разночтений в РСБУ и МСФО.

Автор статьи акцентирует внимание на первой существующей сложности, с которой могут столкнуться внешние пользователи отчетности, — отличная идентификация природы дебиторской задолженности. Единственный международный стандарт, в котором содержится упоминание о данной экономической категории, — Международный стандарт финансовой отчетности МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» [1]. Данный стандарт идентифицирует дебиторскую задолженность как финансовый инструмент — финансовый актив, тем временем как, в российском финансовом учете такой категории не существует, содержится упоминание только о финансовых вложениях, к которым дебиторская задолженность не может быть категоризована. То есть денежный поток, определяемый как недополученная часть денежных средств организации

от сторонних контрагентов по договору, остается вне рамок норм российского и международного права.

Далее, следует обратить внимание на отсутствие в российском и международном поле финансового учета специализированного стандарта, который был бы посвящен вопросам дебиторской задолженности: признанию, оценке, обесценению, созданию резервов. Попытка восполнить недостающий пробел в российском учете была предпринята путем создания 24.08.2017 Проекта ФСБУ «Дебиторская и кредиторская задолженности (включая долговые затраты)» [4].

Несмотря на продолжающиеся попытки конвергенции российских и международных стандартов, стоит отметить наличие расхождений в первоначальной и последующей оценке в соответствии с МСФО (IFRS) 9, который ставит во взаимозависимость идентификацию указанной экономической категории от существенности финансового компонента. Стоит отметить отсутствие аналогичной методики признания и оценки в российских стандартах учета.

Кроме того, автор полагает необходимым акцентировать внимание на дате признания в финансовой отчетности организации дебиторской задолженности. Так, если обратиться к МСФО (IFRS) 9 [1], то датой первоначального признания данного финансового актива будет являться либо дата заключения контракта (актив контрактный), либо дата осуществления расчетов с контрагентами субъекта хозяйствования. Такая корреляция со свободой выбора дат первоначального признания возможна в зависимости от выбранной организацией учетной политики. Если обратиться к РСБУ, то датой первоначального признания недополученных денежных потоков от контрагентов, будет признаваться дата осуществления поставки продукции (оказания работ, услуг). Такая категоричность в датах признания в российском учете находится в зависимости от дифференциальной природы понимания дебиторской задолженности и ее последующего обесценения, которое присуще всем денежным активам. И, прежде всего, дебиторская задолженность представляет собой отлонгированный контрактный актив организации.

Согласно МСФО (IFRS) 9 дебиторская задолженность первоначально оценивается по непредвзятой и рациональной стоимостной оценке (справедливой стоимости), исходя из рыночной цены на товар, работу или услугу в определенном временном промежутке. При последующей категоризации исходя из компонента финансирования,

организация может оценить дебиторскую задолженность по амортизированной стоимостной оценке с использованием метода эффективной ставки процента. Данная методика заключается в дисконтировании и калькуляции притоков и оттоков денежных средств, которые организация ожидает получить в течении всего срока действия данного финансового актива. В данном случае, речь идет о долгосрочной дебиторской задолженности, то есть о финансовом инструменте с существенным компонентом финансирования.

Схожесть в создании резервов под обесценение дебиторской задолженности просматривается в российских и международных стандартах учета. Так, и в РСБУ, и в МСФО (IFRS) 9 предусмотрено создание резерва под обесценение сомнительной дебиторской задолженности.

Вместе с тем новым положением в МСФО (IFRS) 9 [1] является создание резерва под обесценение финансового инструмента с использованием модели ожидаемых кредитных убытков (далее — ОКУ). Данная модель представляет собой казуальную оценку кредитных потерь (приведенная стоимостная оценка всех дефицитов денежных потоков) на протяжении всего срока действия финансового актива. Такой резерв с использованием ОКУ подлежит признанию организацией в финансовой отчетности в составе прибылях или убытках либо на первую дату финансовой отчетности организации после признания в качестве финансового актива, либо на дату первоначального признания дебиторской задолженности в качестве финансового актива. В данном случае, автор подразумевает правила создания резерва для долгосрочной дебиторской задолженности. Во многом это предопределяется стоимостной функцией денег, которые со временем обесцениваются. Если же говорить о краткосрочной дебиторской задолженности, то МСФО (IFRS) 9 облегчает положение о создании указанного резерва для финансового инструмента без существенного компонента финансирования. Такой резерв может создаваться организацией на основании данных об исторической стоимостной оценке уровня кредитных потерь в соответствии с инфляционными ожиданиями. Авторы полагают, что создание ОКУ приведет к сложности в системе управления организацией рисками дефицитов денежных потоков.

Таким образом, на сегодняшний день просматриваются попытки конвергенции российской и международной финансовой отчетности

в части отражения дебиторской задолженности. Для российской практики учета очевидным становится внедрение принципиально нового похода к учету данного финансового инструмента. И автору хочется верить, что внедрение новых правил создаст прецедент для преодоления существующих коллизий в международной и российской практики бухгалтерского учета.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты»: Приказом Минфина России от 02.04.2013 № 36н/[Электронный ресурс] — Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=117330-mezhdunarodnyi_standart_finansovoi_otchetnosti_ifrs_9_finansovye_instrumenty.

2. Кувалдина Т.Б., Лобачев Е.В. МСФО (IFRS) 9: оценка ожидаемых кредитных убытков и их отражение в отчетности // Международный бухгалтерский учет. — 2019. — № 4. — С. 1–13.

3. Проект ФСБУ «Дебиторская и кредиторская задолженности» (включая долговые затраты):/[Электронный ресурс] — Режим доступа: http://bmcenter.ru/Files/proekt_D_K_Z/.

Смогоржевский Дмитрий Александрович
Smogorzhevskij Dmitry Alexandrovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственная и муниципальная служба»
Master program «State and municipal service»
e-mail: dsmogorzhevskij@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ БИОМЕТРИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

STATE PROTECTION OF PERSONAL DATA IN THE ERA OF BIOMETRIC TECHNOLOGIES DEVELOPMENT

Биометрические технологии сегодня активно развиваются и внедряются в платежные системы, в медицине, в сферах страхования, транспорта и каршеринга. Вопрос безопасности и сохранности персональных данных граждан поднялся на совершенно новый уровень. Необходимо актуализировать нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы информационной безопасности и защиты персональных данных.

Biometric technologies are currently being actively developed and implemented in payment systems, medicine, insurance, transport and carsharing. The issue of secu-

city and safety of personal data of citizens has risen to a completely new level. It is necessary to update legal acts regulating issues of information security and personal data protection.

Ключевые слова: Биометрические технологии, персональные данные, киберпреступность, кибератака, государственное регулирование.

Keywords: Biometric technology, personal data, cybercrime, cyberattack, state regulation.

Оплата различных товаров и услуг простым прикосновением руки без использования наличных денег и банковских карт, проход в аэропортах, метро и различных спортивных комплексах без предъявления документов за счет технологий распознавания лица или голоса — еще вчера это биометрические технологии казались чем-то из области фантастики. Сегодня же подобные технологии являются неотъемлемой частью жизни общества. В Российской Федерации бум внедрения и использования биометрических технологий произошел не так давно. Согласно исследованию российского рынка биометрических технологий, проведенного компанией J'son & Partners Consulting в 2018 году, за последние 4 года развитие и внедрение биометрии в экономику Российской Федерации показывали активный ежегодный рост на уровне 36%. Рынок биометрических технологий России, согласно прогнозам, к 2022 году относительно 2018 года вырастет в 2,5 раза, а темпы роста внедрения биометрических технологий превысят общемировые показатели и составят около 26% [2]. Такие внушительные прогнозы объясняются кардинальными различиями структуры российского рынка от мирового. Пока в развитых странах биометрические технологии активно внедряет и развивает коммерческий сектор, делая акцент на технологии распознавания и сканирования отпечатков пальцев, в России в приоритете находятся технологии распознавания изображений, в частности лица, которые финансируются и развиваются за счет государства. В Российской Федерации именно государственный сектор является основным инициатором и двигателем развития биометрических технологий. Технологии распознавания лица активно используются на самых различных объектах, в частности в аэропортах, метро и на стадионах. В России подобные технологии внедряются в целях безопасности, путем отслеживания потенциально опасных объектов. В качестве наглядного примера можно привести столицу Российской Федерации. В рамках реализации концепции «Умный

город» все крупные инфраструктурные объекты, станции метро, улицы Москвы оснащаются «умными» камерами слежения, в основе работы которых как раз заложены технологии распознавания лица. К «умным городам» в Российской Федерации, в которых также активно применяются и внедряются биометрические технологии, можно отнести Сколково, Иннополис, СМАРТ Сити Казань, г. Новомосковск (Тульская область), г. Сатка (Челябинская область) [3].

Но, не смотря на это, частный сектор в Российской Федерации также заинтересован в активном внедрении биометрических технологий в свою бизнес-систему. Особенно ярким примером является банковский сектор. Сегодня каждый крупный российский банк имеет собственное мобильное приложение, функции которого активизируются при помощи сканирования отпечатков пальцев (TouchID) или сканирования лица (FaceID), которые встроены в современные мобильные устройства.

Но активное внедрение биометрических технологий не просто делает жизнь общества комфортнее и безопаснее. По своей сути, чтобы использовать данные технологии необходимо «создать» цифровую копию человека, что вызывает недоверие со стороны членов общества, которые опасаются за сохранность и безопасность своих биологических персональных данных, особенно в сегодняшнюю эпоху расцвета киберпреступности.

Только за последние два года произошло несколько масштабных утечек персональных данных. Например, в 2018 году стало известно об одной из крупнейших краж персональных данных пользователей социальной сети Facebook. Злоумышленниками были проданы и переданы третьим лицам данные 87 млн. пользователей, в том числе имена, номера мобильных телефонов и персональный медиаконтент [5]. В 2019 году в Российской Федерации один из сотрудников ПАО Сбербанк похитил и продал в теневом секторе всемирной информационной сети «Интернет» данные банковских карт 5 тысяч клиентов банка [4].

Согласно последним исследованиям количество кибератак постоянно растет. На рисунке 1 представлена подробная диаграмма, отражающая количество выявленных инцидентов по месяцам за 2018 год и за первый квартал 2019 года.

Наибольшая доля кибератак в 2019 году приходится на частные лица и составляет около 22% от общего числа инцидентов. Среди юридических лиц злоумышленники зачастую атакуют государствен-

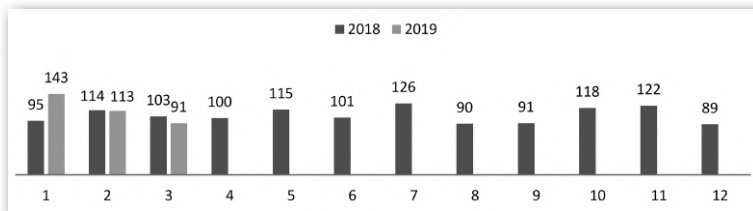


Рис. 1. Количество инцидентов в 2018 году и за первый квартал 2019 года по месяцам [1]

ные организации и учреждения (16%), медицинские организации и учреждения (10%), промышленные компании (10%), организации финансовой отрасли, в том числе и банки (6%) [1]. Около 69% всех украденных данных в 2019 году — это персональные данные интернет — пользователей, учетные записи и данные платежных карт. Более подробно все типы данных, украденных в 2019 году, представлены на рисунке 2.

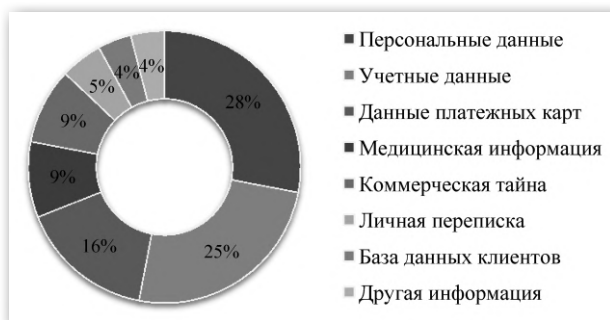


Рис. 2. Типы украденных данных, в % [1]

Учитывая вышеизложенную информацию и приведенные статистические данные, возникает закономерный вопрос: насколько государство, компании — разработчики, а также компании — клиенты, внедряющие в свой бизнес биометрические технологии, готовы и способны обеспечивать безопасность и сохранность биологических персональных данных граждан.

Вопрос безопасности биологических персональных данных сегодня активно обсуждается в экспертном сообществе. Ряд экспертов

считает, что компании — разработчики, а также компании — клиенты, использующие и внедряющие биометрические технологии, должны разработать этический кодекс, который содержит основные рекомендации по разработке подобных технологий и по использованию биологических персональных данных граждан.

Разумеется, в вопросе регулирования сферы биометрических данных активное участие должно принимать и государство, так как рекомендации, содержащиеся в этических кодексах, носят исключительно добровольный характер. Сегодня экспертное сообщество разделилось на два противоборствующих лагеря. Первые выступают за разработку новых и усиление уже существующих запретов в области регулирования и разработки инновационных технологий. Вторая группа экспертов отмечает, что усиление государственных запретов отрицательным образом скажется на инновационном развитии экономики в целом, а в частности на развитии рынка биометрических технологий. Как альтернативу эксперты предлагают разработать специализированные регламенты, используя которые государство должно принудить разработчиков создавать и внедрять в свои разработки адекватные и эффективные инструменты защиты от различных кибератак и злоупотреблений [2].

В целом же основные меры и направления защиты персональных данных и информации определены Доктриной информационной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 05.12.2016 № 646. Практическая реализация положений Доктрины информационной безопасности Российской Федерации нашли свое отражение в федеральном проекте «Информационная безопасность» национального проекта «Цифровая экономика», который содержит ряд мероприятий по развитию отечественного программного обеспечения и созданию опорных центров обработки и хранения данных.

В заключении хочется еще раз отметить, что в эпоху цифровизации экономики и шестого технологического уклада развитие и повсеместное внедрение биометрических технологий всего лишь вопрос времени. Подобные технологии способны не только обеспечить наивысший уровень безопасности граждан от различных террористических угроз, но и создать совершенно иные условия жизни, которые выражаются в высоком уровне комфорта, мобильности и доступности всех жизненно необходимых сервисов, инфраструктуры и услуг. Но вопрос

безопасности и сохранности биологических персональных данных, цифрового портрета человека по-прежнему остается открытым. Учитывая современные тенденции роста и развития киберпреступности, динамичное развитие биометрических технологий создает реальный риск того, что личность человека в буквальном смысле может быть украдена злоумышленниками. Таким образом, прежде чем осуществлять глобальное внедрение биометрических технологий в различных сферах, необходимо узнать и провести анализ мнения самого общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Актуальные киберугрозы. I квартал 2019 года. [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Positive Technologies». 21.05.2019. Режим доступа: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-q1-2019/#id3> (дата обращения 28.03.2020).

2. Биометрия: взгляд в бездну. [Электронный ресурс] // РБК+ Санкт-Петербург. 18.04.2019. Режим доступа: https://clck.yandex.ru/redir/nWO_r1F33ck?data=NnBZTWRhdFZKONRaTENSMSFc4S0VQTGVDe01MN1FTS3pDcmRCRWiWaGZnSzdUbmw0Si13Rm9paWhfcjVfZ3JRRVJRSDNWdjlDTmxMX0E3RklpR2N6d2U1V2U5eTFURXRqZmJ3b3Fpc2ZjSlZ6UWQtZUhw2lLd3JlSlg3MmdvbEdRNjFjRlNpSnp6UHRxRTIGLVpCOUYtbExUZnJBYWVMNQ&b64e=2&sign=813362e8d46500340ec4df430460e0d1&keyno=17 (дата обращения 28.03.2020).

3. Путинцева Н.А., Ушакова В.Е. Новые решения проблемы стагнации социально-экономического развития России// Экономика и управление. 2020. Т. 26. № 1 (171), С. 74–85.

4. Утечка данных клиентов Сбербанка. [Электронный ресурс] // Официальный сайт BBCnews. Русская служба. 08.10.2019. Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/news-49957475> (дата обращения 28.03.2020).

5. Facebook заплатит пяти миллиардный штраф за утечку данных пользователей. [Электронный ресурс] // Официальный сайт электронного журнала DW — BreakingWorldNews. 24.07.2019. Режим доступа: <https://amp.dw.com/ru/facebook-заплатит-пятимиллиардный-штраф-за-утечку-данных-пользователей/a-49732880> (дата обращения 29.03.2020).

Соколова Анастасия Владимировна
Sokolova Anastasia Vladimirovna
Инькова Арина Александровна
Inkova Arina Alexandrovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа: «Корпоративные финансы»
Master program: «Corporate finance»
e-mail: sokol-nastya-97@yandex.ru
e-mail: ainkova@deloitte.tu

НАЛОГОВЫЕ РИСКИ ЗАЙМОВ МЕЖДУ АФФИЛИРОВАННЫМИ ЛИЦАМИ TAX RISKS OF LOANS BETWEEN AFFILIATES

В статье рассматриваются вопросы налоговых рисков при заемном финансировании между аффилированными лицами. Особое внимание уделено случаям мошенничества при использовании данного механизма финансирования.

The article contemplates the matters of tax risks of loans between affiliates. Special attention is paid to the cases of abuse of this financial mechanism.

Ключевые слова: аффилированные лица, займы, связанные стороны, налоговые риски.

Keywords: affiliates, loans, related parties, tax risks.

Зачастую компании рассматривают получение и предоставление займов как один из способов уменьшения налоговой нагрузки или уклонения от уплаты налоговых платежей. В то время как тонкую капитализацию рассматривают как метод для борьбы с налоговым мошенничеством при распределении дивидендов между аффилированными лицами под видом выплаты процентом по займам.

Цель данной работы заключается в рассмотрении налоговых рисков займов между аффилированным лицам.

При рассмотрении проблемы выданных займов аффилированными лицами, важно понимать значения совершения сделок между взаимозависимыми лицами.

К данному виду сделок приравниваются следующие:

- совокупность сделок по реализации товаров, работ и услуг, которые совершаются через посредников. Данный вид сделок совершается при большом количестве посредников, которые не

только не являются взаимозависимыми лицами, но и не выполняют существенных операций, кроме организации реализации сделки между взаимосвязанными лицами, а также они не несут никаких рисков;

- совокупность сделок, относящихся к сфере внешней торговли товарами мировой биржи, но только, если данные товары входят в одну из следующих групп: драгоценные металлы и драгоценные камни, нефть и товары, выработанные из нефти, минеральные удобрения и другие [1, с. 200];
- сделки, одной из сторон которых является лицо, которое является резидентом государства, находящееся в перечне территорий и государств, уставленных российским законодательством, то есть является оффшором [8, ст. 284, п.3, пп. 1].

Контроль сделок между связанными сторонами — важный сектор государственного налогового контроля. Однако рассмотрев отечественную литературу, было выявлено, что в настоящее время используются два термина, имеющих общую природу, обладающие различными экономическими и правовыми характеристиками. Так понятие «налоговый контроль сделок между связанными сторонами» редко встречается научной литературе, в то время как термин «налоговый контроль трансфертного ценообразования» часто употребляется как налоговыми органами, так и в научных публикациях.

Во время анализа работ отечественных авторов был сделан вывод о том, что несмотря на то, что термин «налоговый контроль трансфертного ценообразования» используется чаще, однако он позволяет перейти к определению термина «налоговый контроль сделок между связанными сторонами», который подразумевает под собой сферу государственной политики, которая заключается в получении государством оптимальных сумм налоговых платежей, также предотвращении уклонений от уплаты налогов или вывода капитала за рубеж в государства с пониженной налоговой ставкой при помощи уточнения списка взаимосвязанных лиц, заключенных сделок, определения методов расчета рыночных цен, а также порядку заключению договоров о ценообразовании.

В настоящее время в Российской Федерации вопрос контроля сделок между взаимозависимыми лицами стоит достаточно остро. Ознакомившись с официальными данными Федеральной налоговой службы, было выявлено, что, несмотря на снижение количества

обнаружения махинаций с дроблением бизнеса и «дружественным» заимствованием в ходе выездных налоговых проверок, «стоимость» данных нарушений сильно выросла. С 2014 года по 2019 год арбитражные суды рассмотрели более 450 дел, связанных с дроблением и бизнеса и незаконного взаимодействия между взаимозависимыми лицами. Общая сумма данных дел превышает 12,5 миллиардов рублей [11].

Суть судебных разбирательств и налоговых споров, связанных с темой нашего исследования, заключается в том, что компании берут займы у «дружественных кредиторов» таких как: учредители, руководители, материнские и дочерние компании и другие. Данные займы заключаются не на корпоративных основаниях, а как стандартные договоры займа и подлежат включению в реестр требования кредиторов, наравне с долгами остальных кредиторов [9].

Безусловно, получение и выдача займов аффилированным лицам допускаются законодательством. Но необходимо помнить о том, что взаимозависимые лица должны обосновать экономическую целесообразность предоставления (получения) денежных средств на возвратной основе. Если данных обоснований нет, налоговые органы выражают сомнение в легальности данных сделок, так как появляется подозрение, что компании предпринимают подобные искусственные манипуляции с целью наращивания кредиторской задолженности. Одной из причин данной схемы может быть вывод денежных средств на случай банкротства, так как связанное лицо будет иметь возможность участвовать наравне с независимыми кредиторами в распределении конкурсной массы. Выявление подобных махинаций в судебных инстанциях и их объем говорит о недобросовестности сторон заемных отношений и о негативной реакции со стороны потенциальных инвесторов, следствием которой может оказаться снижение стоимости бизнеса компании.

Следует также отметить, что предоставление займов связанным сторонам влечет за собой не только налоговые риски, но и риски искажения показателей отчетности, таких как рентабельность, оборачиваемость собственного капитала, финансовый рычаг. Данные искажения приводят к неверным ожиданиям инвесторов и кредиторов.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что при заключении договора займа между связанными сторонами у компании, выдающей денежные средства в виде займа, появляются налоговые риски, которые в свою очередь отражаются в снижении рыночной

привлекательности компании. Невозможно исключить вероятность того, что применение процентной ставки, не соответствующей рыночной, и по сделке, не признаваемой контролируемой, может привести к возникновению претензий со стороны налоговых органов государства. Для снижения налоговых рисков для компаний крайне важно иметь документальное подтверждение фактическому использованию денежных средств в целях повышения эффективности их бизнес-процессов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Абушова Е.Е. Минимизация рисков оспаривания налоговым органом сделок по внутригрупповым займам. В сборнике: Неделя науки СПбПУ Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. 2018. С. 199–201.
2. Манохина И.В. О новых правилах налогового контроля за применением трансфертных цен. Налоги и финансовое право. 2018. № 4. С.16–18.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 19.04.2020).
4. Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 7.03.2017 г. № А76–10867/2017.
5. Федеральная налоговая служба // эл. источник –https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/

***Солдатова Евгения
Soldatova Evgeniya***

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Цифровые технологии в экономике и управлении»
Master program «Digital technologies in economy and management»
e-mail: soldatowaevgenia@gmsil.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦИФРОВОГО ДВОЙНИКА КОМПАНИИ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА SAP S/4 HANA

IMPROVING THE COMPANY'S DIGITAL TWINS AT THE TRANSITION TO SAP S/4 HANA

В статье рассматриваются продукты, сформированные в течение последних лет на основе технологий цифровых двойников, которые стали предлагать компании, специализирующиеся на IT-решениях для промышленных предприятий в эпоху больших данных.

Now, along with the use of the new generation of information technology in manufacturing and industry, the era of big data production is coming. The article focuses on the products formed in recent years on the basis of digital twin technologies, which began to be offered by companies specializing in IT solutions for industrial enterprises.

Ключевые слова: цифровой двойник, цифровая экономика, управление жизненным циклом продукта, Big Data, ERP-системы, SAP S/4 HANA.

Keywords: digital twin, digital economy, product lifecycle management, Big Data, ERP-systems, SAP S/4 HANA.

Развитие цифровой экономики в современном мире во многом обусловлено эффективной работой с большими данными (Big Data), а точнее, «умными» данными (Smart Big Data).

Центральное место в экономике отводится материальному производству — высокотехнологичной промышленности, отвечающей требованиям эффективности, производительности труда и глобальной конкурентоспособности [1].

Цифровизация промышленности в условиях Индустрии 4.0 представляет собой широкое видение с четкими структурами и эталонными архитектурами, в основном характеризуемое соединением физических промышленных активов и цифровых технологий в так называемых кибер-физических системах. Наиболее привлекательной моделью кибер-физических систем является модель цифрового двойника реального объекта [2].

Цифровой двойник (англ. Digital Twin) — цифровая копия процесса или физического объекта, позволяющая осуществлять в мониторе, выявлять проблемные ситуации, формировать адекватные им управляющие воздействия и повышать эффективность бизнеса [3]. Цифровые двойники позволяют моделировать и анализировать показатели как на основе исторических данных, так и с учетом данных в реальном времени, помогая принимать решения с учетом разных сценариев развития событий с повышенной точностью. Цифровые модели поддерживают развитие принципиально новых бизнес-процессов и бизнес-моделей на всех уровнях управления предприятием, особенно, промышленным предприятием. Например, в нефтегазодобывающих компаниях уже ведутся проекты по созданию цифровых двойников скважин, заводов, производственных площадок и месторождений.

В течение последних лет продукты, сформированные на основе технологий цифровых двойников стали предлагать компании, специ-

ализирующиеся на IT-решениях для промышленных предприятий — IBM, Oracle, SAP и др. В условиях цифровой экономики для цифровой трансформации в нефтегазодобывающих отраслях необходимы ERP-системы, работающие с большими данными в режиме реального времени такие как, SAP S/4HANA для автоматизации взаимосвязанных бизнес-процессов через пользовательский интерфейс на базе SAP Fiori

На успешность внедрения современных ERP-систем влияет выбор методологии интеграции для управления и ведения ИТ-проектов по внедрению ERP-решений. Методология Accelerated SAP (ASAP) позволяет рационально распределять время, ресурсы и процессы в процессе внедрения SAP-решений. Пять фаз методологии интеграции ASAP включают подготовку проекта, концептуальное проектирование, реализация, финальная подготовка, эксплуатация и поддержка [4].

Ожидаемый эффект от внедрения SAP S/4 HANA для нефтегазодобывающих предприятий представлен на рис. 1



Рис. 1. Ожидаемый эффект от внедрения SAP S/4 HANA

В новом решении SAP S/4HANA ускоренная разработка приложений и поддержка совместной работы пользователей системы стала возможна за счет использования новых бизнес-моделей, в т. ч. организации юазы данных базы данных SAP на платформе HANA.

Таким образом, используемые сегодня в промышленности цифровые двойники, со временем будут только улучшаться благодаря улучшению датчиков ИИ и более быстрым облачным и периферийным вычислениям.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Макачук Т.А., Минаков В.Ф., Щугорева В.А. Облачные решения построения информационных систем управления ресурсами организации // Международный научно-исследовательский журнал. — 2014. — № 1–1 (20). — С. 68–69.

2. Трофимов В.В., Трофимова Л.А., Минаков В.Ф., Барабанова М.И., Макачук Т.А., Лобанов О.С., Ильина О.П., Кияев В.И., Газуль С.М. Система формирования исследовательских компетенций и технологических заделов в научной и образовательной деятельности. — СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2018. — 199 с.

3. Силкина Г.Ю., Щербаков В.В. Современные тренды цифровой логистики; учеб. пособие — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2019. — 237 с.

4. «SAPS/4HANA: платформа нового поколения для автоматизации бизнес-процессов» [Электронный ресурс] URL: <https://itelligencegroup.com/ru/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%8B/sap-s-4hana/> (Дата обращения 20.04.2020).

Солуянова Наталья Павловна
Solyanova Natalia Pavlovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Математическое и компьютерное
моделирование в экономике и управлении»
Master program «Mathematical and Computer
Modeling in Economics and Management»
e-mail: fortekken@gmail.com

О НЕКОТОРЫХ ПОДХОДАХ К РАСПОЗНАВАНИЮ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

ABOUT SOME APPROACHES TO MUSIC RECOGNITION

Статья посвящена задаче распознавания нот аудиозаписи с целью поиска совпадений в базе музыкальных произведений. Рассмотрены сервисы, в некоторой степени решающие данную задачу. Предложен способ распознавания нот с использованием информации о темпе аудиозаписи. Представлен способ реализации алгоритма в виде чат-бота «ВКонтакте».

This paper considers the problem of recognizing the notes of an audio recording in order to find matches in the database of musical compositions. The services that solve

this problem to a certain degree are reviewed. A method for recognizing notes using information about the tempo of audio recording is proposed. A method for implementing the algorithm in the form of a VK bot is presented.

Ключевые слова: Распознавание музыки, распознавание нот, бот ВКонтакте, Яндекс.Музыка.

Keywords: Music recognition, note recognition, bot VK, Yandex Music.

Существует много различных способов и возможностей применения математического аппарата и информационных технологий для решения задач, связанных с музыкой. Это и классификация музыкальных произведений по жанрам, и построение рекомендательных систем на основе предпочтений пользователей, и распознавание песни, которая играет рядом, но незнакома слушателю, а также многие другие. Для некоторых задач уже есть какие-то решения в виде различных рекомендательных сервисов или приложений, которые быстро и точно распознают играющую рядом музыку, но до сих пор остаётся нерешённой задача распознавания мелодий, которые напевают или наигрывают на каком-либо инструменте пользователь.

Каждый человек сталкивался с ситуацией, когда в голове «крутится» какая-то мелодия, но никак не получается вспомнить ни название песни, ни исполнителя, часто и слова тоже, поэтому нет возможности даже задать поисковый запрос. Решений у ситуации может быть несколько: например, попытаться вспомнить ещё какую-то информацию о песне или часть её слов, напеть её другим людям или попробовать сформулировать вопрос в текстовом виде. Однако до сих пор не существует сервиса, который помогал бы решить эту задачу в подавляющем большинстве случаев.

Есть сервисы, которые в определённой степени такую задачу решают, и наиболее популярны из них Musipedia, «WatZatSong?» и приложение SoundHound. Musipedia заявляет о возможности не только напеть мелодию, но и записать ноты, однако ввиду неполадок с работой сайта его протестировать не удалось. На сайте «WatZatSong?» предусмотрена возможность прикладывать аудиосообщения, где люди напевают что-то или записывают мелодию, которая звучит рядом, а другие пользователи им подсказывают. Приложение SoundHound ориентировано на распознавание именно звучащей музыки, но также даёт возможность пользователю что-то напеть. Оно было успешно

протестировано на хитах международного масштаба, однако в его базе нет русскоязычных песен, что делает сервис менее актуальным для жителей стран СНГ. Также существует другая проблема: не каждый человек умеет попадать в ноты, — но её решает российский сервис «Ритмотека», где можно настучать мелодию на клавиатуре или на экране смартфона.

Существование подобных сервисов для распознавания музыки вызвало желание попробовать самостоятельно сделать нечто подобное. Ввиду наличия некоторого музыкального образования и опыта в создании музыки был сделан выбор в пользу распознавания по напетым фрагментам, а не по ритму.

Сам подход к распознаванию нот основан на оконном быстром преобразовании Фурье [1, с. 80], однако в предлагаемом варианте учитывается темп мелодии, то есть число ударов метронома в минуту. Пример: пусть есть песня, которая длится ровно одну минуту. Известно, что темп этой песни 120 BPM (beats per minute — ударов в минуту). Также известно, что большая часть музыкальных произведений имеет четыре доли в такте, то есть за один такт звучит четыре удара метронома. Эмпирическим путём было выяснено, что чаще всего за один такт звучит не более восьми нот, которые воспроизводит вокалист или инструмент. Так как современная музыка уже давно полифоническая, можно утверждать, что в любом такте точно восемь нот, хотя воспроизводятся они разными способами. В приведённом примере можно произвести следующие расчёты: 120 ударов в минуту — это 30 тактов, а 30 тактов — это 240 нот. Значит, в песне длительностью ровно минуту с темпом 120 BPM — 240 нот.

Таким образом, песня делится на 240 равных отрезков, а в каждом из них при помощи оконного быстрого преобразования Фурье определяется наиболее ярко звучащая (громкая) нота, так что на выходе имеется 240 нот. Стоит отметить, что в изученных источниках разных лет не довелось увидеть способы применения знаний о числовом значении темпа музыкальной композиции.

В песнях чаще всего на первый план выведен голос вокалиста или лидирующего инструмента в проигрыше, поэтому человек обычно запоминает именно такую основную мелодию. Из-за этого было сделано предположение, что если человек будет её напевать, то при сравнении аналогично распознанных нот напетого фрагмента с нотами песни будет довольно много совпадений, если, конечно, попадать

в ноты и соблюдать темп. На этом моменте сразу возникает вопрос: что делать, если тональность напетого фрагмента не совпадает с тональностью искомой песни? С точки зрения музыканта очевидным кажется решение определять тональность напетого фрагмента и транспонировать её в тональность каждой песни, с которой происходит сравнение, но разумно поступить иначе: рассматривать не сами ноты, точнее, их числовое представление, а разности между соседними, поскольку тональности отличаются друг от друга лишь параллельным переносом всех нот по клавиатуре пианино, поэтому разности отличаться не будут.

Для удобства восприятия можно предположить, что сравниваются непосредственно ноты, а не разности. Все n нот фрагмента сравниваются с первыми n нотами песни, записывается число совпадений, происходит сдвиг в песне на одну ноту правее и т. д. Самой похожей считается та часть песни, с которой наибольшее число совпадений встретилось в первый раз. После сравнения со всеми песнями формируется топ-20 тех, в которых есть отрезки с наибольшим числом совпадений, между собой они сортируются по количеству совпадений подряд в порядке убывания. Топ-20 песен возвращается пользователю.

Данный алгоритм был зарегистрирован в Федеральном институте промышленной собственности [2]. Теперь можно перейти к реализации.

Ассоциацией к слову «реализация» последнее время чаще всего выступают мобильные приложения, ранее — сайты, однако другим интересным решением может стать обычный чат-бот. Наиболее популярны чат-боты «ВКонтакте» и в «Телеграм». Поскольку мессенджером пользуется несравнимо меньшее количество людей, было решено остановиться на ВКонтакте.

Бот ВКонтакте может существовать и как пользователь, и как группа любого типа приватности, в целях тестирования была создана закрытая группа. Разработчик в лице группы получает уникальный токен, который необходим для авторизации в соцсети и дальнейшей работы с библиотеками `vk` и `vk_api`, написанных специально для языка Python. Именно на нём написан основной код, реализующий предлагаемый алгоритм распознавания музыки, так как для этого языка существует очень хорошая библиотека `librosa` [3], позволяющая работать с музыкой.

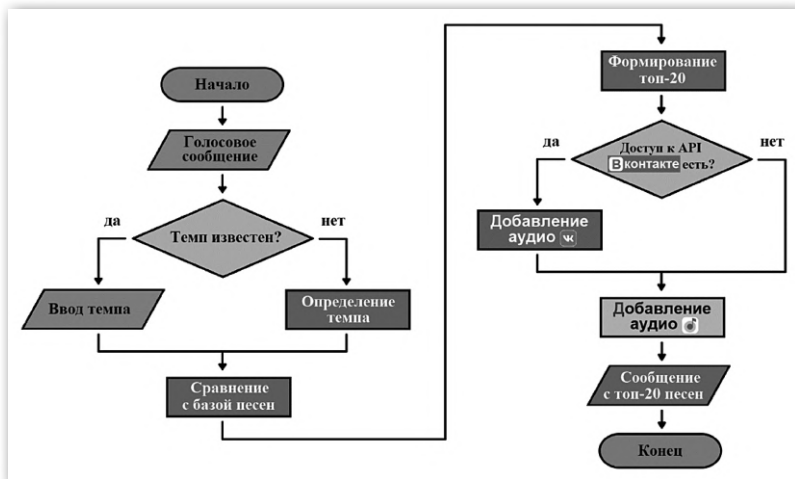


Рис. 1. Блок-схема функционирования бота

На рисунке 1 представлена блок-схема функционирования бота.

Пользователь присылает боту голосовое сообщение, в котором напевает или наигрывает на инструменте мелодию. Если ему известен её темп, то вводит темп, в противном случае встроенный алгоритм библиотеки *librosa* определяет его самостоятельно. Далее происходит сравнение с базой песен, для каждой из которых вручную определены правильные значения темпа и автоматически определены ноты. После сравнения формируется топ-20 песен, в которых есть наиболее похожие фрагменты.

Доступ к API ВКонтакте имеет ограничение на число запросов в час, поэтому не всегда есть возможность туда обратиться и прикрепить ссылку на аудиозапись, из-за этого было принято решение прикреплять ссылки на те же песни в «Яндекс.Музыке», однако если доступ всё же есть, то будет прикреплена и аудиозапись ВКонтакте. Готовый список с названиями песен, тайм-кодами наиболее похожих моментов в них и ссылками на композиции бот отправляет пользователю. Далее описано, как выглядит этот процесс уже не для разработчика, а для пользователя.

При знакомстве с ботом пользователь получает сообщение с инструкцией по его использованию. В ней отмечено несколько важных

моментов, например, просьба напевать мелодию в пространстве без ярких посторонних шумов и отстукивать темп по твёрдой поверхности, имитируя удары метронома: встроенный в библиотеку librosa алгоритм определения темпа показывает точные результаты, если может чётко выделить ритмическую партию. При этом такой вид записи не влияет на точность распознавания нот, поскольку ритмическая партия хорошо отделяется от мелодической, которая и используется при распознавании нот.

На рисунке 2 показан диалог пользователя (справа) с ботом (слева).

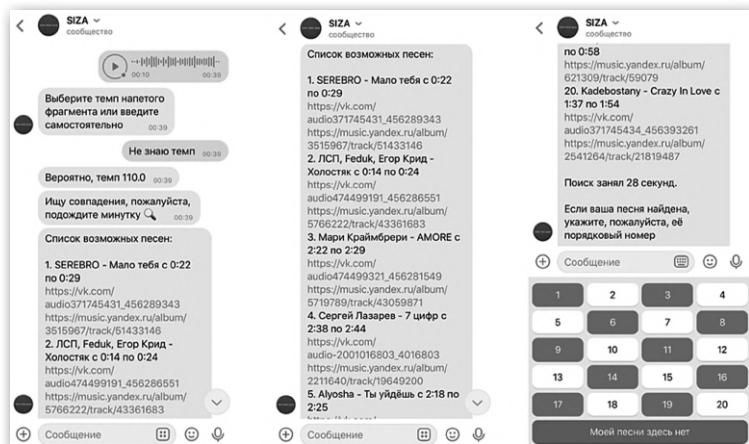


Рис. 2. Диалог пользователя с ботом

Результат представляет собой список песен со ссылками на аудиозаписи ВКонтакте и на «Яндекс.Музыку». Для сбора статистики распознавания пользователю предлагается отметить, на каком месте в списке его песня. Если она не найдена, бот предложит ещё раз прочитать инструкцию или подправить темп, не перезаписывая голосовое сообщение.

К настоящему моменту в базе есть 300 музыкальных композиций. Алгоритм был протестирован на 395 напетых фрагментах — не менее одного из каждой песни. Пользователь попадал в ноты и соблюдал темп, поэтому в 94% случаев искомая песня была в топ-20, а практически в половине из них оказывалась на первом месте в списке. Оставшиеся 6% объясняются описанной в литературе проблемой полифонии

[4, с. 77]: разные партии накладываются друг на друга, из-за чего поочерёдно ярче других могут звучать ноты разных мелодий, и с ними невозможно сравнить то, что в монофоническом формате напевал человек.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Нуссбаумер Г. Быстрое преобразование Фурье и алгоритмы вычисления свертки / Г. Нуссбаумер. — М.: Радио и связь, 1985. — 248 с.
2. Программа для ЭВМ «СИСТЕМА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ЗВУКОАНАЛИЗА»: свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2019661735 Российской Федерация / Н. П. Солянова. — № 2019660643; заявл. 28.08.2019; опубл. 06.09.2019.
3. Brian McFee, Colin Raffel, Dawen Liang, Daniel P.W. Ellis, Matt McVicar, Eric Battenberg, Oriol Nieto. Librosa: Audio and Music Signal Analysis in Python [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: http://conference.scipy.org/proceedings/scipy2015/pdfs/brian_mcfree.pdf (дата обращения: 09.04.2020).
4. Балтийский И.А. Системы query-by-humming: обзор подходов и схема платформы для экспериментов / И.А. Балтийский, С.И. Николенко // Труды СПИИРАН. Вып. 7. — СПб.: Наука, 2009.

Сураева Юлия Александровна

Suraeva Uiliia Alexandrovna

Волколова Светлана Романовна

Volkolova Svetlana Romanovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Магистрант программы «Международный бизнес»

Student of Master program «International business»

e-mail: suraeva_yulua13@mail.ru

e-mail: svetlanavolkolova@mail.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЛИДЕРСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА В РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЯХ

USING INFORMATION TECHNOLOGY TO DEVELOP THE STAFF'S LEADERSHIP POTENTIAL IN RUSSIAN AND FOREIGN COMPANIES

В статье рассматривается сущность лидерского потенциала, информационные и коммуникационные технологии, которые могут способствовать развитию и формированию лидерского потенциала. Также в данной статье представле-

ны преимущества использования информационных и коммуникационных технологий в развитии лидерского потенциала персонала.

The article discusses the essence of leadership potential, information and communication technologies, which can help in the development, and building of leadership potential. This article also presents the advantages of using information and communication technologies in developing the leadership potential of staff.

Ключевые слова: информационные и коммуникационные технологии, лидерство, развитие лидерства, лидерские качества.

Keywords: information and communication technologies, leadership, leadership development, leadership skills.

Nowadays, there is a need for new methods of working with a person and processing information — in the formation of a person's correct information literacy, in the development of an approach to the independent search for information and verification of its reliability, in providing general access to cultural and educational information resources, in developing the necessary information and educational platforms for creative self-realization of the personality, its constant self-development and self-education. All this implies the presence of the ability to carefully and correctly process, evaluate information, analyze it, choose acceptable solutions in various situations. Also, information technology provides the opportunity to freely disseminate various data that can be used for self-development, and the features of these technologies contribute to the development of a leader's personality and the expansion of the scope of its potential opportunities.

According to scientists, in the coming decades, new technologies will make a difference in literally all spheres of human life — from leisure and education to science, art and the principles of doing business [4, p.2]. Information technologies, based on the Internet, telecommunication networks and intelligent computer systems, opens up the possibility of the free flow of knowledge, various information and materials, and information technologies features greatly contribute to the development of a leader's personality and the expansion of the scope of its potential opportunities.

Who is a leader? Most often, leaders are people with the highest authority. He is put forward by his personal qualities [3, p.3]. Nevertheless, potential leaders must find leadership qualities in themselves, and secondly, opportunities to develop them, to bring them to a new qualitative level.

The American sociologist E. God has achieved self-confidence, self-confidence, the ability to attract attention, the ability to like people,

willingness to take responsibility, etc. He believed that “the leader of man is made by mind, energy, character.” R.M. Stogdill has identified 124 leadership traits [1, p.3].

The development and formation of these and other leadership qualities of a person can be facilitated by modern information and communication technologies. In particular, virtual social environments with elements of gamification are currently being used for these purposes. Gamification — training with the elements of the game. Games — trainings affect the human psyche. Based on the competition, by comparison they show the players the level of their preparedness, training, suggest ways of self-improvement, and therefore encourage their cognitive activity [2, p. 2].

Currently, the Russian market has a number of commercial software products designed to organize a virtual social environment that contribute to the development of leadership qualities.

To develop games and quests with surveys, audio and video information, motivating the development of employees, helps, for example, such a software product of the Russian company iSpring as Suite 8 [2, p.8]. iSpring Suite allows you to create e-courses in PowerPoint and then save it in a Web format. Thanks to HTML5 support, materials developed in iSpring Suite are available for viewing on any devices: computers, laptops, tablets, smartphones with Android, iOS, Windows operating systems. The program provides support for all PowerPoint functions (animations, triggers, hyperlinks, transition effects, fonts, styles, themes and SmartArt objects). In addition, iSpring Suite extends PowerPoint and provides a range of special features for e-learning. The Talk Master dialog editor in iSpring Suite allows you to create interactive simulators consisting of a set of scenes, each of which includes a question and answer options for various educational tasks. It can be used as an additional opportunity for the individual development of the qualities of a leader. This will provide an opportunity to design and implement ideas for authoring applications in which you can use graphics, with text, audio and video materials. Also, this material can be posted on the website or in the blog. Talk Master uses branching scripts to practice the communication skills that are so important to future leaders.

What needs to be done to develop leadership potential in a Russian company? Identifying the problems that impede this is only the first step in the right direction. Companies must create the conditions for the development of leadership potential at all levels of the organization and contribute in every way to this development.

The second prerequisite is a bet on the development of key employees, and therefore leadership potential, at all levels of the company. Therefore, it is very important to build a comprehensive system that would stimulate the development of leadership potential in the organization. This is the continuous practical training of all today's and tomorrow's leaders, and the involvement of leaders of all levels of the organization in the recruitment, evaluation and career advancement of employees, and not only their functional units. All this not only increases the efficiency of work, but also helps employees to better understand the most highly valued leadership qualities and abilities in the company and try to develop them in themselves.

Thirdly, the development of human potential and the education of future leaders should become a task of paramount importance for the first person of the company. The leaders of the most successful companies devote a substantial part of their time (as well as company resources) to the development of employees at all levels of the organization.

Finally, top managers should try to work more on themselves, develop their leadership skills, for example, using different management styles depending on the situation. It is important to remember that the management style and manner of behavior of the first person is usually reproduced in the company — it is copied by direct subordinates, and then repeated at all levels of the organization. Demonstrating openness and restraint, showing that he appreciates initiative and responsibility, the leader provokes a response from the team [5, p.6].

Issues related to the development of leadership are relevant not only for Russia, but for foreign countries, since a leader from any country may be faced with a situation in which he will need to show leadership. Therefore, when working with these issues, you can take advantage of existing experience from leadership practice both in Russia and abroad. At the same time, using information technology, you can get additional benefits in modern conditions of development of human qualities. It can be noted that in this way the company can obtain the required level of mobilization of its employees to solve the challenges it faces. Also, this experience makes it possible to determine the vision of the future, the goal that must be achieved, and decide on further actions, being in conditions of uncertainty. Seeing the practice of other companies, you can not repeat the mistakes of others, invent new ways of development, generate new ideas, thereby changing the market and ensuring a competitive advantage in it. In such an environment, it is possible to achieve conditions where employees will feel part of the organization, and this is more

than just working for it. Having achieved such conditions, the staff themselves will want to work at their work, it will not need to be forced.

How to achieve this? Employees of the company can show innovative and outstanding results, if at the same time their environment, including managers, will show such a model of behavior and emotional support, in which they will be presented with the opportunity of personal and professional development. [5, p. 2].

However, the process of forming leadership qualities of a person is quite complicated and depends on the sociocultural characteristics of a particular person. Applying the same exposure scenario to different people can produce different results. Therefore, in our opinion, the use of tools based on modern information technologies, which have greater flexibility and efficiency, is more efficient.

Thus, this direction requires studying who the leader is and what information technologies will help to develop leadership skills in the best way. This will help to understand how to pump leadership qualities — what methods to use for specific categories of personnel, what software can be used and what should be the person himself at the same time. And you must not forget to rely not only on today, but also to foresee changes in the future perspective, to understand what competencies a leader of the future must possess in order to develop them now. This is the only way to not only ensure the stable existence of both a Russian company and a foreign one, but also be able to develop the professional competence of its employees in the long term, and, therefore, achieve great success.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Корганов И. Дирижеры вместо командиров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hbr-russia.ru/liderstvo/lidery/p22661> (дата обращения: 27.02.2020).

2. Монахов Д.Н., Прончев Г.Б., Гончарова И.В. Современные информационно-коммуникационные технологии как инструмент формирования и развития лидерских качеств в сфере менеджмента // Тенденции и менеджмент. — 2017. — № 3. — С. 1.

3. Соломатова В.В. Информационные технологии как фактор развития лидерских качеств у студентов будущих специалистов по социальной работе // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология Социокинетика. 2010. №2.

4. Эберхард фон Лёнайзен Развитие лидерства: российский контекст. 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/people/leadership.shtml> (дата обращения: 18.03.2020)

5. Кузнецов Д.А. Факторы и методы развития лидерского потенциала перспективных менеджеров // ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет». 2016 № 9

Таганова Мария Михайловна

Taganova Maria Mikhaylovna

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Экономика нефтегазовой трейдинговой деятельности»

Master program «Economics of oil and gas trading»

e-mail: taganova.mgn@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ГАЗОВОГО РЫНКА СЕВЕРНОМОРСКОГО МАКРОРЕГИОНА

FEATURES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF A GAS MARKET IN THE NORTHERN SEA MACRO-REGION

В данной работе рассмотрены особенности газового рынка Северноморского макрорегиона и перспективы интеграции энергетических компаний РФ в энергетический сектор рассматриваемого макрорегиона.

This survey is aimed to discuss the features of the gas market of the North Sea macro-region and the prospects for the integration of energy companies of the Russian Federation into the energy sector of this macro-region.

Ключевые слова: топливно-энергетический комплекс, Северноморский макрорегион, газовый рынок, интеграционные процессы, макрорегиональный энергетический рынок.

Keywords: fuel and energy complex, North Sea macro-region, gas market, integration, macro-regional energy market.

Изменения в структуре энергобалансов стран не в пользу ископаемых видов топлива, тенденции декарбонизации экономики и развитие электроэнергетики ведут к изменениям на спрос природного газа в Европейских странах.

В условиях политической и экономической нестабильности важно оценить роль интеграции российских энергетических компаний в топливно-энергетический комплекс стран Европы. На примере Северноморского макрорегиона автором было проведено исследование существующих тенденций перехода стран Европы с ископаемых видов топлива к альтернативным источникам энергии.

Северноморский макрорегион является одним из наиболее успешных примеров международной интеграции в сфере энергетики, транспорта, внедрения инновационных технологий. Программа создания Северноморского макрорегиона является «пилотным» проектом политики формирования международных субрегионов в ЕС.

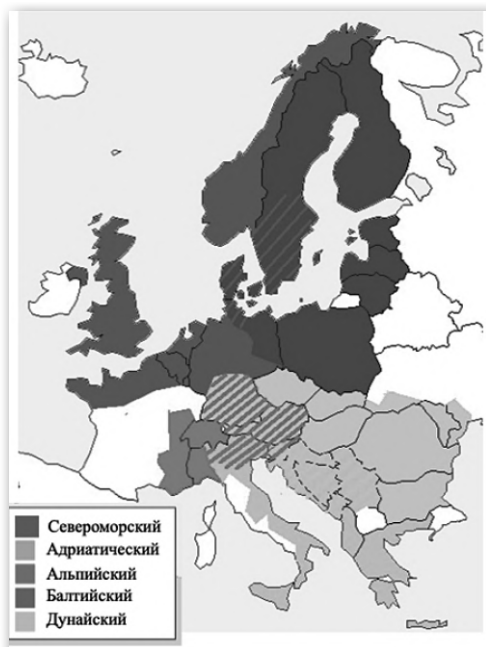


Рис. 1. Макрорегионы ЕС

Североморский макрорегион охватывает 10 стран, к которым относятся Бельгия, Дания, Германия, Франция, Ирландия, Люксембург, Нидерланды, Великобритания, Швеция и Норвегия. Макрорегион образован в июне 2016 года после подписания декларации об Энергетическом сотрудничестве в Северном море. Целью создания было развитие интеграционных процессов в энергетике, переход от глобального энергетического рынка к макрорегиональному и создание инфраструктуры альтернативной энергетики, в том числе, ветровой.

Страны Северного моря — лидеры макроэкономических систем практически на всех исторических этапах. В то же время, Североморский макрорегион был образован именно на базе энергетического сотрудничества. В 1971 году происходит объединение стран Бенилюкса, а также Франции, Италии и ФРГ в целях создания единого макрорегионального энергетического рынка — «Объединение угля и стали».

Североморский макрорегион — ядро, которое идеологически тянет за собой все страны европейского союза.

За десятилетие (2008—2018 годы) доля возобновляемых источников энергии в энергопотреблении ЕС увеличилась практически вдвое, с 9% до 17%. По данным на 2018 год большая доля в конечном потреблении 27 стран Евросоюза приходится на нефть и нефтепродукты — 37%, второе место разделяют газ и электричество — 23%. На возобновляемые источники энергии приходится целых 10%, когда в 2005 году на них приходилось всего 5%. Далее следует тепловая энергия — 5%, и 2% приходится на энергию твёрдого топлива [4].

Растёт потребление электроэнергии, которая в особенности важна в энергоёмких отраслях промышленности таких, как металлургия, целлюлозно-бумажная промышленность. Возобновляемые источники энергии обеспечивают быстро растущую долю электричества, используемого в Европе.

2017—2018 годы стали рекордными в части использования возобновляемых источников энергии. За 2018 год общая мощность вырабатываемой энергии оффшорными ветровыми станциями увеличилась на 30% [5].

Большинство оффшорных ветряных турбин расположено в Северном море, более 1000 вращаются у западного побережья Германии, по сравнению с чуть более 200 турбинами в Балтийском море. Предполагается, что основные технологические решения будут приниматься главным образом в Северном море [2].

Для снижения общих энергетических затрат и решения проблемы декарбонизации экономики региона страны было спроектировано создание искусственного острова в Северном море. В основе этого лежит общий топливно-энергетический потенциал ветровой энергии глобального «западного переноса» и топливно-энергетических ресурсов бассейна Северного моря.

23 марта 2017 г. — «TenneT Netherlands», «TenneT Germany» и «Danish Energinet.dk» подписали трехстороннее соглашение о сотрудничестве на Энергетическом форуме Северных морей в Брюсселе. Проект был назван «Dogger Bank», так как располагается на Доггер-банке — крупнейшей песчаной отмели (банке) в Северном море [2].

Идеей проекта является выработка и распределение электроэнергии с возможностью подсоединения к острову всех стран макрорегиона, а также потенциальную возможность превращения электроэнергии в газ и продажи технологий на международном уровне.

В то же время, дальнейшие перспективы формирования единого электроэнергетического рынка Евросоюза сталкиваются с рядом проблем. Во-первых, это проблема хранения электроэнергии. Во-вторых, это ограниченность территорий и акваторий для размещения ветровых парков. Лишь 3% свободного пространства Северного моря может быть использовано для размещения ветровых мощностей [2].

Страны Евросоюза не отрицают свою зависимость от природного газа, осознавая невозможность существования энергетической отрасли исключительно благодаря альтернативным источникам энергии. Рынок СПГ довольно рискован, учитывая постоянную нестабильность спроса и предложения. Рынок российского природного газа всегда стабилен, к тому же, российский газ экологически чистый.

Автором были рассмотрены ценовые показатели за период 2003–2019 гг. В результате корреляционно-регрессионного анализа была выполнена проверка тесноты связи между такими показателями, как цены на газ и цены на электроэнергию для домохозяйств в странах Европы. Цены были взяты без учета налогов и пошлин в киловатт-час. За временной лаг был взят период в полгода [3].

В результатах проведенного анализа автором было выяснено, что в странах Северноморского макрорегиона существует тесная корреляционная связь между ценами на газ и ценами на электроэнергию. Заметная корреляционная связь наблюдается в таких странах, как Бельгия и Дания — 0,578 и 0,668 соответственно, высокая связь в Германии и Нидерландах — 0,708 и 0,876 и весьма высокая в Великобритании — 0,971. Единственная страна, в которой связь умеренная — Франция.

Также были рассмотрены энергобалансы стран и структура электрогенерации — Рисунок 2. Выявлена значимая тенденция — страны, с высокими долями природного газа в электрогенерации имеют высокий коэффициент корреляции. Франция, 80% электрогенерации которой приходится на атомную энергию и Бельгия, 62% электрогенерации которой приходится на атомную энергию, имеют самые низкие коэффициенты — 0,410 и 0,578 соответственно.

В Дании 45% электрогенерации приходится на биомассу и лишь 11% на природный газ. Германия сильно зависит от природного газа, так как все убывающая доля угля в электрогенерации заменяется на природный газ. Несмотря на то, что на данный момент коэффициент лишь 0,708, с дальнейшим отказом угля и увеличением доли природ-

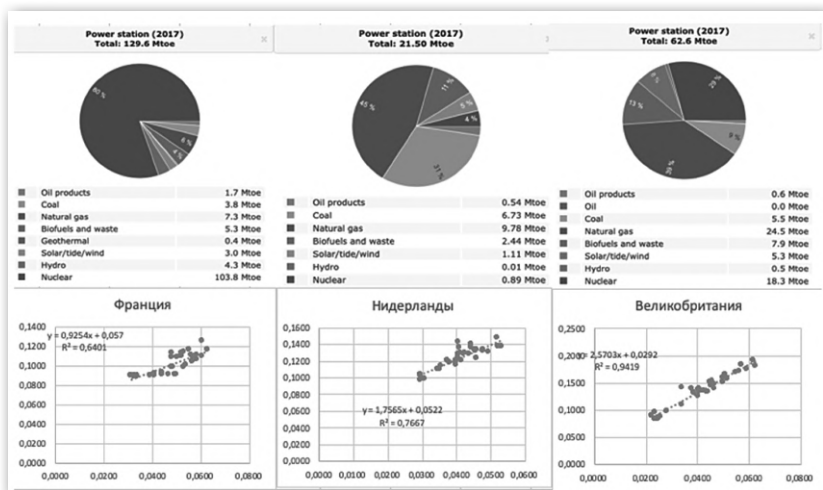


Рис. 2. Поля корреляции. Зависимость цен на электричество от цен на газ

ного газа предположительно будет наблюдаться рост тесноты связи между ценами на газ и ценами на электроэнергию [3].

В заключение стоит отметить, что создание общего энергетического распределительного центра в Северном море (Доггер-банка) является уникальным проектом формирования общего рынка электроэнергии на международном уровне. Развитие ветроэнергетики влияет на объёмы производства энергии электростанциями на природном газе. В то же время дальнейшие перспективы формирования единого электроэнергетического рынка в Северноморском макрорегионе сталкиваются с рядом проблем:

- истощение местных ресурсов важнейшего «страхующего» и экологичного топливного ресурса — природного газа (Гроннингенское месторождение);
- высокая стоимость импортируемого сжиженного природного газа;
- ограниченность территорий и акваторий для размещения ветровых парков.

Сложившаяся развитая газовая инфраструктура и высокая конкурентоспособность «трубопроводного» газа обуславливают возможности

активного сотрудничества России и стран Североморского макрорегиона в обеспечении энергетической безопасности, в достижении «экологических» целей и задач, распространении инновационных технологий в энергетическом и транспортном секторах. Российский газ является страхующим энергоресурсом для стран макрорегиона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Бабич С.В. Роль природного газа в формировании новой конфигурации современных энергетических рынков Европы Сборник научных работ СПбГЭУ / С.В. Бабич — СПбГЭУ, 2018

2. С.М. Ruijgrok Cost Evaluation of North Sea Offshore Wind Post 2030 On behalf of the North Sea Wind [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://northseawindpowerhub.eu/wp-content/uploads/2019/02/112522-19-001.830-rapid-report-Cost-Evaluation-of-North-Sea-Offshore-Wind....pdf> — Загл. с экрана. — Яз. англ

3. Eurostat [Электронный ресурс] / Energy balance flow — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/sankey/sankey.html> — Загл. с экрана. — Яз. англ.

4. International Renewable Energy Agency (IRENA) [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Режим доступа: International Energy Agency (IEA), Status of Power System Transformation 2017 (Paris: 2017)

Тарасенко Ангелина Андреевна
Tarasenko Angelina Andreevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Управление гостиничным бизнесом»
Master program «Hotel management»
e-mail: angel.tarasenko@yandex.ru

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В САНАТОРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

PROVISION OF ADDITIONAL SERVICES IN SANATORATION AND HEALTH INSTITUTIONS ON THE EXAMPLE OF THE CAUCASUS MINERAL WATER REGION

В статье показана актуальная ситуация и современные тенденции развития рынка санаторно-оздоровительных услуг региона Кавказские Минеральные воды. Дан обзор новых дополнительных услуг наиболее популярных у отдыхающих и рентабельных для данных средств размещения. Были рассмотрены

и проанализированы новые и наиболее востребованные услуги питания, СПА, рум-сервиса, мини-бара в номерах и др.

The article shows the current situation and current trends in the development of the market of spa services in the region of Caucasian Mineral Waters. An overview of new additional services that are most popular among vacationers and cost-effective for these accommodation facilities is given. New and most demanded services of food, SPA, room service, mini-bar in rooms, etc. were reviewed and analyzed.

Ключевые слова: дополнительные услуги, санаторно-оздоровительные учреждения, качество, сервис.

Keywords: additional services, sanatorium-improving institutions, quality, service.

Развитие санаторно-оздоровительной отрасли в СССР началось в 70–80 годах прошлого столетия, когда повсеместно стали открываться санатории или пансионаты для трудящихся. Самое большое число таких учреждений находится на территории Кавказских Минеральных Вод, одном из лидеров курортной отрасли в России, где также находятся лечебные минеральные источники и грязи [2, 14].

В последнее время перед санаториями и пансионатами Ставрополья остро встал вопрос о разработке и внедрении большого количества дополнительных услуг. Постояльцам уже недостаточно только услуг проживания, питания и лечения, как было прежде.

Руководители учреждений поняли, что, только увеличивая перечень дополнительных платных и бесплатных услуг и выполняя их с высоким качеством обслуживания, можно оставаться конкурентоспособными, востребованными и соответствовать современным тенденциям развития сферы гостеприимства.

Рассмотрим, какие новые, прогрессивные дополнительные услуги предлагают сегодня санаторно-оздоровительные учреждения КМВ.

Питание. Более 60% учреждений с большим номерным фондом предлагают питание по системе «шведский стол». В небольших пансионатах используют только основные элементы данной системы (расширенный выбор закусок и напитков). Новинкой стало открытие практически повсеместно баров с витаминными коктейлями (смужи). Такая услуга стала очень популярной у отдыхающих.

Некоторые санатории предлагают также и детское питание для грудничков. Таким образом, у них появилась своя целевая аудитория из молодых родителей с детьми.

СПА-услуги. В разрозненном виде данные услуги предоставляют многие санатории КМВ. Но концепцию СПА-комплекса (водные процедуры + бани + массаж в одном месте) могут предоставить лишь единичные санатории и пансионаты. Поэтому значительная часть санаторно-оздоровительных учреждений ведут масштабную реконструкцию для создания полного комплекса СПА-услуг, так как они безусловно выгодны и рентабельны для санаториев и пансионатов.

Увеличивают площадь СПА-центра, создают комплексные СПА-программы, рассчитанные на 6–10 дней, такие как: «Детокс», «Здоровая спина», «Здоровый сон», «Для будущих мам», «Для мужчин», «Для женщин», используя для этого как целебную натуральную грязь Тамбуканского озера, так и зарубежные аналоги.

Особенно успешно развивают данный тип услуг частные санатории и пансионаты Пятигорска и Кисловодска [1]. Чтобы увеличить поток клиентов и в целом сделать работу СПА более доступным, увеличивают режим работы до 24 часов.

Постоянным клиентам дарят 2-х часовую программу, расширяют меню фито-баров (разнообразных травяных чаев), предоставляют несколько наиболее популярных видов бань, таких как: русская, хаммам либо египетский расул, сенная баня и финская сауна.

Сейчас санатории столкнулись с проблемой неквалифицированного персонала массажистов, врачей-дерматологов. Поэтому приглашают специалистов из Таиланда, Бали, Туниса.

Конференции/семинары. Данная услуга возможна только при наличии специального помещения, желательно отдельно стоящего, либо удаленного от основного потока туристов. Поскольку услуга рентабельна, особенно в низкий сезон, руководство санаториев проводит реконструкцию помещений расширяя и модернизируя их.

Залы — трансформеры стали наиболее популярны, так как есть возможность в любой момент превратить зал для совещаний в банкетный зал или танцевальный. Службами питания также разрабатываются специальные меню для фуршетов, кофе-брейков и банкетов.

Мини-бары в номерах. Данный сервис пока не особо распространен на КМВ, так как его предлагают в основном санатории и пансионаты категории 4 звезды.

Санатории уходят от предоставления банального набора меню мини-баров и увеличивают ассортимент за счет соков из экзотических фруктов и интересных кондитерских изделий.

Кроме того, обращают внимание на саму конструкцию мини-баров. Актуален дизайн со стеклянной дверью с подсветкой, когда отдыхающий видит набор мини-бара, не открывая его. Данная услуга при грамотном исполнении может принести до 15% чистого дохода.

Работа с «VIP-персонами». Для данного сегмента постояльцев пансионаты и санатории предлагают проживание в отдельно стоящих корпусах «люкс», личного дворцового, лаунж-зону с закусками и напитками в дневное время, а также предоставляют автомобиль, либо полное обслуживание личного автомобиля гостя.

Услуга, которая сейчас набирает наибольшую популярность у данной категории постояльцев — это рум-сервис. Для неё разрабатываются специальные стандарты обслуживания. Для гостей уже недостаточно просто принести блюдо в номер, значение имеют способ подачи, сервировка, скорость работы официантов и, безусловно, интересное меню. Скорость приготовления блюд должна составлять не более 40 минут.

Такие услуги предоставляются пока только в трёх санаториях Кисловодска, Железноводска и Ессентуков. Они выгодны для санаторно-оздоровительных учреждений, но требуют высокопрофессионального персонала.

Свадебный номер. Данная услуга предоставляется санаториями и пансионатами в основном в не сезон. Для чего выбирают наиболее комфортные и удаленные номера, разрабатывают специальные стандарты декора и программу мероприятий для молодоженов. Как правило, данный пакет услуг включает проживание, завтрак, посещение СПА или бассейна, вручение памятного сувенира. В стандартах меню особое внимание уделяется меню завтрака и времени его подачи. Эта услуга очень популярна у местного населения и приносит высокий доход.

Фотосессии. Эта услуга весьма популярна круглый год среди отдыхающих и проводится на территории санатория/пансионата, либо внутри. На территории создают фотозоны с эффектным панорамным видом, предоставляются арки из цветов.

Важным элементом является логотип санатория или его название на видном месте в ракурсе фотосъемки.

Анимация/досуг. Очень важная и нужная услуга для отдыха курортников. Ещё 5 лет назад она представляла собой проведение танцевальных и музыкальных номеров, киносеансов для гостей.

На сегодняшний день культурно-спортивная программа значительно выросла:

- С 10 утра до 22 вечера работают аниматоры (для детей и взрослых).
- Открываются выставки.
- Практически ежедневно проводятся концерты приглашенных музыкальных коллективов.
- Популярны мастер-классы.
- Проводятся шоу пиротехники.

Важно отметить, что большинство услуг анимации предоставляются бесплатно.

Трансфер. Данный сервис услуг очень популярен и предоставляется зачастую бесплатно для встречи в аэропорту или на ж/д вокзале для групп от 5 человек [3].

На выбор отдыхающих по платным услугам автомобили от эконома до представительского класса. Оказывают эту услугу круглосуточно.

Прокат велосипедов, самокатов. Это новая услуга стала уже весьма популярной и предоставляется практически повсеместно. Для этого территории санатория и в целом центры курортных городов оснащаются велодорожками.

Меню подушек. Эта новая услуга постепенно вводится в санаториях и пансионатах категории 4 звезды и преимущественно в номерах повышенной категории.

К услугам отдыхающих представляют подушки с разными наполнителями, при условии, что стандартные их не устраивают. Есть выбор по плотности, а также особые подушки для малышей.

Услуга бесплатна и очень важна для имиджа санатория.

Стирка\глажка. Для этого в каждом номере выкладывается специально промаркированный мешок для вещей. Платная услуга выполняется в течении 12 часов. Экспресс-услуга в течении 1 часа. Приносит данная услуга в среднем до 20% дохода санаторию.

Персонализированные экскурсии. Выполняется данная платная услуга для туристов-индивидуалов с предоставлением гида на машинах комфорт-класса по самым живописным местам города. Отдыхающие уже оценили данный сервис и все большее количество туристов стали в ней заинтересованы.

Подводя итог, следует отметить, что у санаторно-оздоровительных учреждений есть потенциал роста и развития в отношении состава и качества предоставления услуг. Этого требуют современные реалии

и быстро изменяющиеся тенденции спроса на сервис. Только вовремя среагировав, проведя анализ, в том числе и в работе конкурентов и организовав высококлассный сервис можно оставаться конкурентоспособным и рентабельным предприятием на рынке предоставления санаторно-оздоровительных услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Лечебно-оздоровительный туризм // Официальный сайт Министерства туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://mintourism26.ru/kurorty-i-turizm/vidy-turizma-v-stavropolskom-krae/lechebno-ozdorovitelnyu-turizm> (Дата обращения: 12.04.2020).

2. Патнаунов А.С., Лежебоков А.А., Сущенко Е.Н. Особенности функционирования туризма в рекреационном комплексе Кавказских Минеральных Вод. — Невинномысск, 2005. — 210 с.

3. Транспорт // Туристский информационный портал Ставропольского края. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://www.stavtourism.ru/o-krae/transport/> (Дата обращения: 12.04.2020).

Терентьева Евгения Алексеевна

Terenteva Evgeniya Alekseevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»

Master program «Innovative Technology Personnel and Career Management»

e-mail: zhenya.terentieva@yandex.ru

ВОЗМОЖНОСТИ И ПУТИ РАЗВИТИЯ МЕДИАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

OPPORTUNITIES AND WAYS OF DEVELOPMENT OF MEDIATIVE TECHNOLOGIES IN CONFLICT MANAGEMENT IN ORGANIZATION

В данной статье рассмотрены возможности применения медиативных технологий в управлении конфликтами в организации, также проведен анализ существующих проблем внедрения и развития медиации в России и определены пути их решения.

This article discusses the possibilities of using mediation technologies in conflict management in organizations, also analyzes the existing problems of the introduction and development of mediation in Russia and identifies ways to solve them.

Ключевые слова: управление персоналом, медиация, альтернативные способы урегулирования конфликтов, онлайн-урегулирование споров.

Keywords: human resources, mediation, alternative dispute resolution, online dispute resolution.

Медиации — это способ регулирования споров при содействии медиатора на основе добровольного согласия сторон в целях достижения ими взаимоприемлемого решения [1]. Медиатором может быть физическое лицо или представитель юридического лица, которому доверяют конфликтующие стороны/оппоненты, обладает высокой компетентностью в рассматриваемых вопросах, затрагивающие интересы сторон, и не имеет своих интересов в регулируемой им ситуации. В законе медиация рассматривается как процедура. Как и любая законодательно регулируемая процедура, медиация не может реализоваться без применения юридически регламентированных, экономически обоснованных и социокультурно адаптированных технологий, каковыми являются медиативные технологии.

Медиативные технологии — это совокупность средств, ресурсов, алгоритмов, способов, используемых при урегулировании споров/управлении конфликтами с участием медиатора. Сфера применения медиативных технологий достаточно широка:

- в сфере семейных отношений;
- воспитательно-образовательной сфере;
- в экономической сфере;
- в сфере здравоохранения и социального обеспечения;
- в трудовых спорах.

Для сферы управления персоналом медиация имеет большое значение в регулировании трудовых споров, в частности, и в управлении конфликтами в организации, в целом. Стоит отметить, что медиация имеет ряд возможностей и преимуществ: в процедуре поиска путей решения конфликта принимают участие все стороны конфликта, что увеличивает возможность соблюдения договоренностей всеми сторонами, а также при совместном поиске путей решения больше шансов для благоприятного исхода для всех сторон.

Второй положительной стороной медиации можно назвать сокращение временных издержек, так как, согласно законодательству, время на проведение официальной процедуры медиации ограничено 180 сутками. В реальной практике проведения медиативных процедур

этот срок не превышает 10 встреч. В то время как, например, в случае судебного разрешения конфликтов временные издержки могут достигать нескольких лет, при этом, в случае медиации, у сторон нет необходимости в таких финансовых затратах как пошлины, услуги представителей и др.

Еще одним преимуществом является сохранение конфиденциальности, что особенно важно при решении конфликтов в организации среди высшего руководства, для которых сохранение репутации имеет большое значение. Нацеленность на сохранение отношений еще одно преимущество медиации, это преимущество позволяет, например, избежать увольнения одного или всех конфликтующих сотрудников организации, а также позволяет продолжать работу в конструктивном ключе.

В совокупности, данные преимущества могут позволить компаниям, в которых внедрена система медиативных технологий, снизить финансовые и временные издержки, а освободившиеся средства направить на развитие компании. В то же время активное использование медиации позволяет снизить текучесть кадров, сохранить репутацию компании и отдельных её сотрудников (особенно высшего руководства), усилить HR-бренд, увеличить уровень лояльности сотрудников, развить внутренние межличностные коммуникации и конфликтологические навыки сотрудников.

Благодаря ряду преимуществ медиации как современная технология получила полноценную поддержку многих стран мира. Например, в США уже со второй половины 20 века начинает актуализироваться и развиваться система альтернативных способов разрешения конфликтов, а в 2001 году был принят Единый закон о медиации (Uniform Mediation Act), объединяющий более 2000 законов, которые существовали до этого и регулировали медиативные процедуры в разных штатах. Также в 2004 году Европейская комиссия одобрила Кодекс поведения медиаторов, который был создан для популяризации медиации в европейских государствах [3, с. 14]. Получив широкую поддержку со стороны государства, западные компании стали активно использовать технологии альтернативного разрешения конфликтов. Международный институт по предотвращению и разрешению конфликтов, основанный в 1977 году, один из первых создал и опубликовал «Правила подачи заявления для применения альтернативных способов разрешения споров (включая медиацию)». К данным

правилам присоединились такие гиганты промышленности как General Motors и General Electric, крупнейшие компании сферы FMCG: Apple, Coca-Cola и PepsiCo, а также «Большая четверка» компаний, которые оказывают аудиторские и консалтинговые услуги [2, с. 10]. В конце прошлого столетия в компании Johnson&Johnson была внедрена система медиации, а также создана система обучения сотрудников управления персоналом навыкам медиации. Данный шаг позволил им не только снизить финансовые, судебные и временные издержки, но и ещё более усилить HR-бренд.

Применительно к российской реальности, использование медиативных технологий находится на стадии развития. Еще в 2004 году в постановлении VI Всероссийского съезда судей было подчеркнуто, что «гарантией эффективной защиты прав является также возможность обращения к альтернативным способам разрешения споров <...> Задача судебной власти содействовать функционированию альтернативных процедур» [4]. В 2010 году медиация получила юридическое утверждение в Российской Федерации с изданием Федерального Закона № 193 от 27.07.2010 «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)». После принятия закона повсеместное внедрение медиации позволило, как минимум, снизить нагрузку на судебную систему, в том числе, в сфере трудовых отношений. Тем не менее, для общества медиация является новым институтом и потребует много времени, чтобы она зарекомендовала себя как понятый, предсказуемый, стабильный и эффективный институт. Причинами непопулярности медиации можно назвать следующие факторы:

- недостаточно развита нормативная правовая база регулирования медиативных процессов. Принятый Федеральный закон № 193 в настоящее время не в полной мере обеспечивает правовую регламентацию и вызывает множество вопросов;
- программа обучения медиаторов не соответствует требованиям реальности. В настоящее время для того, чтобы стать официальным медиатором необходимо окончить специализированные курсы, которые проводятся не на лучшем профессиональном уровне и к тому же доступны не всем;
- особенности российской ментальности, которые также становятся преградой для развития — пока ещё общество с недоверием и осторожностью относится к процедуре медиации;

- недостаточная информатизация и популяризация общества в целом. Многие граждане и компании нашей страны просто не знают об альтернативных способах разрешения конфликтов, надеясь исключительно на судебный способ;
- центры медиации локализуются, в большей степени, в центральной России, в таких городах как Москва (Научно-методический центр медиации и права) и Санкт-Петербург (Лига медиаторов, центр «Контакт»).

Для решения двух вышеописанных проблем, устранение которых дало бы толчок для активного развития медиативных технологий в России, а также в связи с повсеместной компьютеризацией современного общества, необходимо использовать различные онлайн-сервисы для альтернативных способов решения конфликтов. Такие сервисы уже существуют в странах, в которых активно используется медиация. Онлайн-медиация на западе входит в систему Online dispute resolution, сокращенно ODR. Данная система используется не только для процедуры медиации, но и для переговоров и Третейского суда. В частности, в сфере онлайн-урегулирования споров в США существует Национальный центр технологий и разрешения споров, также в Австралии используется Австралийский национальный консультативный совет по альтернативному разрешению споров (NADRAC).

В России онлайн-медиация, как и традиционная медиация, находится в зачаточном состоянии. Существуют несколько проектов, целью которых является не сама онлайн-консультация, а только сведения, направленные на информирование о медиации. Но именно трансформация медиативных технологий и перевод их в онлайн-среду позволил бы не только решить проблему нехватки медиаторов, особенно в регионах, но также привел бы к популяризации данных технологий среди населения и компаний.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 193-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013).
2. Гриднева М.А. Кадровый консалтинг и аудит: учебное пособие / М.А. Гриднева, М.А. Петров, О.А. Попазова. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 87 с.
3. Пономарева Н.Г. Проблема медиации: структурный и историко-генетический аспекты // Вопросы управления. — 2011. — № 2. — С. 13–22.

4. Постановление VI Всероссийского съезда судей от 02.12.2004 г. «О состоянии правосудия в Российской Федерации и перспективах его совершенствования». [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://base.garant.ru/1777827/>

Троицкая Дарья Сергеевна
Troitskaya Daria Sergeevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационные персонал-технологии и управление карьерой»
Master program «Innovative Technology Personnel and Career Management»
e-mail: Trodasha@gmail.com

ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

ONLINE PLATFORMS AS A TOOL FOR DEVELOPING AN ORGANIZATION'S CORPORATE CULTURE

Статья посвящена способам улучшения корпоративной культуры организации с помощью использования онлайн-платформ и приложений. В работе рассматриваются конкретные возможности интернет-ресурсов, позволяющих повысить уровень организационной культуры. В результате — проведён обзор и анализ онлайн-платформ, которые могут быть использованы в современных организациях.

The article is about ways of improving organization's corporative culture by using internet-platforms. In the article some opportunities of online resources which helps to develop organizational culture are considered. In the result review and analysis of online platform which are possible to use in modern organization are holed.

Ключевые слова: корпоративная культура, интернет-ресурсы, онлайн-платформы, организационная культура.

Keywords: corporative culture, internet-resources, online platforms, organizational culture.

В наши дни технологии активно развиваются, а их использование позволяет значительно упростить как повседневную, так и профессиональную жизнь людей. В частности, изменения коснулись и сферы управления человеческими ресурсами, многие действия в которой постепенно автоматизируются: всё меньше времени занимает процесс составления личных дел работников, других документов, поскольку

они формируются автоматически из специализированных программ. Аналогичная ситуация происходит и с «противоположной» кадровому делопроизводству сферой — более «творческим» блоком, включающим в себя подбор, обучение, мотивацию, стимулирование, адаптацию персонала и т. д. Весь перечисленный блок пронизывает корпоративная культура, существующая абсолютно в любой организации, независимо от наличия или отсутствия действий менеджмента в этом направлении. Прежде, чем перейти непосредственно к обзору и анализу онлайн-платформ и приложений, позволяющих посредством их применения в разных процессах управления персоналом улучшить корпоративную культуру, обратимся к самому термину «корпоративная культура».

Корпоративная культура представляет собой совокупность разделяемых всеми участниками общности традиций, убеждений и символов, которые сложились достаточно давно и не изменились с течением времени. Существуют различные определения понятия «корпоративная культура», сформулированные отечественными и зарубежными исследователями. В них содержится ряд общих моментов, связанных с включением в понятие «корпоративная культура» общности и идентичности ценностей и норм поведения, характерных для определенной группы людей. В большинстве определений авторы ссылаются на образцы базовых предположений, которых придерживаются члены организации в своём поведении и действиях [2, с. 19].

В литературе по менеджменту в качестве синонимов термина «организационная культура» широко используются следующие: деловая культура; корпоративная культура; культура организации и др. [5, с. 44].

Совместимость с корпоративной культурой в значительной степени является критерием быстрой адаптации и высокой работоспособности сотрудников [3, с. 43]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что использование инструментов диагностики кандидатов на степень совместимости с корпоративной культурой уже на стадии подбора и отбора персонала позволит сократить временные затраты менеджеров по работе с персоналом и материальные вложения в данный процесс в целом.

Это связано с тем, что отбор персонала исключительно по навыкам не всегда даёт должный результат. Порой сотрудник, приходя в компанию и соответствуя должности по знаниям, навыкам и личным качествам, не может «влиться» в коллектив, что часто говорит о раз-

личиях в его личных ценностях и ценностях компании, а значит, несовместимости с корпоративной культурой [4, с. 83]. Такие сотрудники часто покидают компанию в первые месяцы, тем самым сводя к нулю все усилия менеджеров по персоналу, кроме того, в худшую сторону изменяется как психологическое состояние самого нового сотрудника, так и социально-психологический климат всего подразделения. Также могут страдать и важные рабочие процессы. Избежать таких негативных последствий позволяют современные онлайн-платформы, направленные на поиск персонала.

Одним из таких интернет-ресурсов является приложение и расширение для веб-браузера «AmazingHiring» [1]. Основная суть данной программы состоит в поиске персонала при помощи не только рабочих сайтов, но и других (50+) источников во всей сети Интернет. Это даёт следующие преимущества: возрастает вероятность нахождения полностью подходящего кандидата, поскольку оценивается не только резюме, содержащее часто отфильтрованную информацию, но и социальные сети, упоминания в прессе, научные работы и т. д. Уже сами источники, в которых мы находим упоминания о кандидате, позволяют нам сделать первичный вывод о его соответствии корпоративной культуре компании.

Например, если компания позиционирует себя креативной, современной, творческой и разрушающей стереотипы, то кандидат, о котором мы находим упоминание в сообществах художников или музыкантов как никогда лучше подойдёт под её корпоративную культуру. Если же компания ставит «во главу стола» семейные ценности консерватизм, то описанный выше кандидат, скорее всего, не найдёт общий язык с коллективом. Но стоит также обратить внимание на другую особенность приложения «AmazingHiring» — оно позволяет после выбора одного из кандидатов автоматически сформировать список похожих на него. Он формируется, исходя из 4 факторов: местонахождение, скиллы, сеньорити, компании-доноры. В таком случае после проведения диагностики действующего персонала на совместимость с корпоративной культурой, мы можем найти данные о работающем в компании сотруднике и выбрать кандидата уже из списка людей, похожих на данного сотрудника, таким образом, возрастает вероятность более успешного подбора.

Также интересной онлайн-платформой для поиска кандидатов, соответствующих корпоративной культуре, является Google и все его

приложения. Google предлагает множество бесплатных сервисов: «Диск», «Документы» или «Таблицы», которые очень популярны. Это не просто веб-версии традиционных десктоп-приложений вроде MS Office. Пользователи могут создавать документы, хранить их в облаке и делиться файлами с другими людьми.

Многие используют эти инструменты для работы над своими резюме. При этом, если для файла установлены открытые настройки приватности, то его содержимое может быть проиндексировано поисковыми системами. А значит, при использовании корректных запросов, можно обнаружить много интересного с помощью X-Ray поиска. Для осуществления такого поиска необходимо использовать следующий формат запроса: site: оператор и часть URL, указывающая на ресурс для поиска. Также можно использовать конструкцию «intitle:оператор» — она покажет страницы, в названии которых используются нужные слова, например «резюме»:

site:docs.google.com программист «Москва» intitle:резюме — образец

Не все используют для названий своих резюме именно это слово, кто-то может назвать файл CV:

site:docs.google.com администратор «Москва» (intitle:резюме OR intitle:cv) — образец [1].

Аналогично, можно осуществлять поиск и среди Гугл-таблиц и Гугл-документов. В частности, если специалист по персоналу знает значимое для отрасли мероприятие, то может с помощью данного поиска найти список участников встречи. Например, для поиска по таблицам в запрос нужно добавлять часть URL docs.google.com/spreadsheets/. Если планируется искать посетителей мероприятий из конкретной сферы, то можно написать следующим образом:

site:docs.google.com/spreadsheets/ Бухгалтер (конференция OR список OR участники OR посетители) — образец

Можно попробовать искать участников мероприятия, которые при регистрации указали почтовый адрес на определенном домене:

site:docs.google.com/spreadsheets/“@yandex.ru” (контакты OR участники OR список OR регистрация OR посетители) — образец

Еще одним важным ресурсом указанного браузера является поиск через Google Forms.

Сервис Google Forms позволяет пользователям создавать опросы и собирать обратную связь. Благодаря своей простоте и эффективности —

это очень популярный инструмент. Каждая форма состоит из двух частей: собственно формы с вопросами и Google Таблицы, в которой хранятся ответы. Второй файл часто примерно так и называют («Ответы», «Результаты» и т. п.), так что искать их несложно.

site:docs.google.com/spreadsheets/ Ответы (контакты ОР участники ОР список ОР посетители) — образец [1].

Таким образом, стиль ответов кандидата в свободной форме также позволит нам сделать вывод о его соответствии корпоративной культуре, в частности для этого можно исследовать слова действующих сотрудников и кандидатов, сопоставляя их, что является исследованиями прикладной филологии.

В рамках данной работы было рассмотрено приложение «AmazingHiring», позволяющее упрощать поиск кандидатов, изначально совместимых с корпоративной культурой компании, а также приложения группы Google, дающие возможность использовать совершенно новые методы диагностики совместимости кандидатов с культурой организации. В результате был сделан вывод о том, что современные технологии дают большие возможности рекрутерам компаний и менеджерам по персоналу в целом. Использование онлайн-платформ может позволить сократить затраты на ряд процессов в компании, страдающих от несовместимости кандидатов с ценностями компаний.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. AmazingHiring. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://amazinghiring.ru/> (дата обращения — 19.04.2020).
2. Веснин В.Р. Управление персоналом в схемах [Текст]: учебное пособие / В.Р. Веснин — СПб.: Проспект, 2015. — 96 с.
3. Петров М.А., Старовойтова М.М. Влияние факторов организационной культуры на её формирование и развитие // Социально-трудовые отношения и управление человеческими ресурсами на современном этапе: Материалы международной научно-практической конференции / Под ред. В.К. Потемкина, О.А. Попазовой. — СПб.: Изд-во «Инфо-да», 2016. — С. 40–46.
4. Петров М.А., Старовойтова М.М. Организационная культура как фактор лояльности персонала организации // Современные проблемы теории и практики управления персоналом: Материалы международной научно-практической конференции / Под ред. В.К. Потемкина, О.А. Попазовой. — СПб.: Изд-во «Инфо-да», 2016. — С. 79–85.
5. Потёмкин В.К. Организационная культура: учебник для вузов / В.К. Потёмкин, Н.Н. Покровская, В.А. Спивак. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. — 332 с.

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

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В BLENDED LEARNING

FEATURES OF REMOTE LEARNING TECHNOLOGIES APPLICATION IN BLENDED LEARNING

В 21 веке Blended Learning, а в частности — дистанционная его часть, становится одним из перспективных направлений для изучения и развития. Мы предполагаем, что в зависимости от модели Blended Learning роль дистанционного образования будет меняться. В данной работе мы рассматриваем семь моделей Blended Learning и реализацию некоторых из них на практике в разных странах.

Blended Learning, and its remote part, becomes one of the promising areas for study and development in 21 century. We assume that the role of remote learning will change depending on the Blended Learning model. In this research we look at seven Blended Learning models and how some of them are put into practice in different countries.

Ключевые слова: blended learning, модель, дистанционное образование, технологии, навыки.

Keywords: blended learning, model, remote learning, technologies, skills.

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.

В данной работе будут кратко рассмотрены способы применения технологий дистанционного обучения в рамках подхода Blended Learning. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что направление Blended Learning стало набирать популярность сравнительно недавно, а также обусловлена сложившейся обстановкой во всем мире (в частности, COVID-19), что представляет особый интерес рассмотреть в данной работе именно дистанционную часть процесса обучения в рамках подхода Blended Learning.

Для начала следует понять, что такое Blended Learning, и какое место занимает дистанционное обучение в самой его концепции. Заглянув в Oxford Dictionary, находим: “*Blended learning — a way of learning that combines traditional classroom lessons with lessons that use computer technology and may be given over the internet*” [4]. Исходя из определения, мы понимаем, что компьютерные технологии и интернет, которые являются неотъемлемой частью дистанционного образования, являются также частью Blended Learning наравне с традиционным образованием. Мы предполагаем, что в зависимости от модели Blended Learning роль дистанционного образования будет меняться. На данный момент выделено семь основных моделей Blended Learning [1, с. 8–15]:

1) Station Rotation — модель, которая позволяет учащимся перемещаться по станциям в соответствии с фиксированным расписанием, где, по крайней мере, одна из станций является онлайн-станцией обучения. Данная модель наиболее распространена в начальных школах.

2) Lab Rotation — похожа на предыдущую модель, позволяет учащимся перемещаться по станциям по фиксированному расписанию. Однако в этом случае онлайн обучение происходит в специальной компьютерной аудитории. Данная модель позволяет учителю разделить класс на две группы и уделить особое внимание слабой части класса, чтобы более подробно объяснить материал и сделать работу над ошибками вместе, в то время как более продвинутые ученики будут иметь возможность работать индивидуально за компьютером. Прогресс второй группы преподаватель может отслеживать либо механически, проверяя задание сам, либо основываясь на программном оснащении компьютеров, показателях студентов в специальных программах, например, *Kiddom*.

3) Individual Rotation — данная модель позволяет ученикам перемещаться по станциям, но по индивидуальному графику, установленным учителем или программным алгоритмом. В отличие от других моделей ротации, ученики не обязательно посещают каждую станцию; они переходят только к заданиям, запланированным в их расписании. Одной из станций может быть выполнение задания онлайн.

4) Flipped Classroom — эта модель переворачивает 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 прак-

тики или проектов. Эта модель позволяет учителям использовать учебное время по максимуму для отработки новых навыков на практике, нежели превращать занятие в начитку лекций.

5) Flex — позволяет учащимся переходить от одного типа задания к другому в зависимости от своих потребностей. Онлайн-обучение является основой обучения студентов в модели Flex. Преподаватели обеспечивают поддержку на гибкой, по мере необходимости, основе, в то время как студенты работают над учебной программой индивидуально. Эта модель позволяет дать студентам ощущение высокой степени контроля над их обучением.

6) Self-Blended (La Carte) — позволяет студентам пройти онлайн-курс с онлайн-преподавателем, который является дополнением к другим очным курсам, что часто дает студентам большую гибкость в отношении их расписания и развития навыков.

7) Enriched Virtual — является альтернативой очной онлайн-школе, которая позволяет учащимся писать курсовые работы онлайн из дома, но посещать школу для обязательных индивидуальных занятий с учителем. В отличие от Flipped Classroom, программы Enriched Virtual обычно не требуют ежедневного посещения школы; например, некоторые программы могут требовать посещения только два раза в неделю.

Исходя из описания семи моделей можно сделать вывод, что дистанционное образование является неотъемлемой частью таких моделей, как Flipped Education, Flex, Self-Blended и Enriched Virtual, в то время как в других моделях задействовано скорее “e-learning”, т. к. в соответствии с Cambridge Dictionary “*distance learning — a system of education in which people study at home with the help of special internet sites and send or email work to their teachers*” [3], в то время как “*e-learning — a system of learning that uses electronic media, typically over the internet*” [3]. Таким образом, в данной работе речь пойдет непосредственно о дистанционном образовании (distant learning).

Мы провели исследование на предмет того, как применяются технологии дистанционного образования в различных школах разных стран, в рамках разных моделей Blended Learning, а также на развитие каких качеств направлено их применение [2].

1) Египет, Каир, Advanced Education School (частная)

Данная школа начала внедрять Blended Learning еще с 2016 года и постепенно перевела всю свою систему образования на модель

Flipped Education. В качестве домашнего задания учащиеся школы просматривают 5–10 минут специально подготовленного, предварительно записанного обучающего видеоролика с участием своих собственных учителей на тему предстоящей недели. Учителя просят студентов подготовить шесть вопросов по видео. Эти вопросы относятся к первому уровню таксономии Блума (узнавание, запоминание). Когда студенты приходят в класс в начале недели, они точно знают, что они будут изучать, они подготовлены с базовым пониманием темы и готовы сразу же погрузиться в курс. Во время занятий студенты совместно со сверстниками работают над углубленным изучением данной темы, при этом преподаватель всегда готов помочь и поддержать. В конце урока учащиеся получают так называемые “exit tickets” — бланк с несколькими вопросами или коротким заданием на закрепление пройденного материала, которые побуждают студентов еще раз задуматься над темой, которую они изучают. Внедрение данной системы позволило улучшить успеваемость обучающихся на 30% за первые две четверти. Согласно заявлению школы, основными навыками, на которые они делают особый акцент в данной модели, это «подготовленность» и «самостоятельность».

2) США, штат Монтана, Конрад, Conrad High School (государственная)

Школа, расположенная в Конраде, основывает свою систему образования на модели Flex еще с 2017 года. Учителя школы создают свою собственную учебную программу, которая размещается в системе управления обучением (LMS), называемой “itslearning”. Когда студенты работают по учебной программе, они получают жетоны (tokens) — своеобразные баллы в системе LMS. Жетоны помогают ученикам и учителям отслеживать прогресс. Студенты работают в своем собственном темпе, но должны зарабатывать минимум четыре жетона в неделю, чтобы поддерживать уровень владения навыком на уровне 80% и выше. Ученики начинают свой день с проверки учителя-консультанта, вместе они просматривают расписание на день, проверяют прогресс, задают вопросы и отвечают на них, выстраивают отношения. Учителя-консультанты общаются с родителями, по крайней мере, раз в две недели.

3) США, штат Калифорния, Окленд, Oakland Unity Middle School (независимая)

Будучи приверженцами той же модели Flex, студенты данной школы еженедельно встречаются со своими учителями, чтобы установить S.M.A.R.T. цели на неделю. Каждую пятницу в школе проводятся тестирования, чтобы отслеживать прогресс обучающихся. Однако, если студент хочет продвигаться быстрее, он может выбрать оценку своих приобретенных навыков в своем собственном темпе. После постановки своих еженедельных целей у студентов есть остальная часть недели, чтобы усвоить выбранные ими понятия любым способом, который они выберут, в том числе — при помощи технологий и онлайн образования. Каждый учебный день учащиеся заходят в специальную систему JumpRope, оценивают себя, как они достигают своих целей. Учителя вмешиваются в процесс в течение дня по мере необходимости, но стараются побудить учащихся самим обращаться за помощью в случае необходимости.

Уже исходя из данных трёх примеров можно сделать вывод, как по-разному можно внедрять технологии дистанционного образования в процесс получения новых знаний. Однако, навыки, которые приобретает ученик, остаются, на наш взгляд, одинаковыми: независимость, развитие навыка самообучения и самодисциплины, навыка умения задавать вопросы и правильно ставить цели, а также навыка искать информацию в разных источниках; дистанционное образование также обучает учеников навыку самооценки.

На наш взгляд, самой продуктивной моделью из предложенных является модель Flipped Classroom, в которой одним из важных аспектов является «подготовленность» — ученик приобретает новые знания индивидуальным путём (дистанционно), чтобы затем применить полученные знания на практике очно. Таким образом процесс образования сочетает в себе пропорционально дистанционное и очное обучение.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Heather Staker and Michael B. Horn. Classifying K-12 Blended Learning // Innosight Institute. — Boston, 2012
2. Blended Learning University (BLU) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.blendedlearning.org>, 12.04.20, свободный
3. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org>, 12.04.20, свободный
4. Oxford Learner's Dictionaries [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org>, 12.04.20, свободный

Федяева Алёна Зосимовна

Fedyayeva Alena Zosimovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Управление гостиничным бизнесом»

Master program «Hotel management»

e-mail: al.fedyayeva@yandex.ru

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF WORKERS OF ENTERPRISES OF THE HOSPITALITY INDUSTRY

В статье автор раскрывает важность развития профессиональной компетентности работников предприятий сферы гостеприимства. Описывает компетенции, которыми необходимо обладать работникам гостиничных предприятий. Раскрывает методы формирования профессиональных компетенций, исходя из формы их организации — на рабочем месте (внутригостиничные) и вне рабочего места (с отрывом от работы).

In the article, the author reveals the importance of developing professional competence of employees of hospitality enterprises. Describes the competencies that hotel workers need to possess. It reveals the methods of forming professional competencies based on the form of their organization — at the workplace (hotel rooms) and outside the workplace (with a separation from work).

Ключевые слова: профессиональная компетентность, методы формирования компетентности, сфера гостеприимства.

Keywords: professional competence, methods of forming competence, hospitality.

В современном мире, в условиях роста туристской отрасли, гостиничные услуги продолжают быть очень популярными, а требования к ним становятся всё выше. Гостиницы могут иметь одинаковую материальную базу, предоставлять похожие услуги, работать на одну целевую аудиторию, но при этом они будут отличаться качеством обслуживания, которое, прежде всего, является фактором конкурентоспособности. Качество обслуживания напрямую зависит от уровня квалификации персонала, особенностей работы с гостями предприятия, поэтому можно утверждать, что персонал гостиницы — это неотъемлемая часть гостиничного продукта.

Основной работы гостиничного персонала является предоставление услуг, что требует высокого профессионализма, так как услуга имеет ряд особенностей, заключающихся в следующем:

- услуга неосвязаема, поэтому гостю трудно объективно оценить качество услуг в отличие от качества товара;
- качество услуги оценивается как на основе результата, так и процесса ее предоставления;
- на оценку качества услуги влияет сравнение ожиданий потребителя и реального уровня предоставленной услуги;
- нестабильность качества услуги напрямую связана с человеческим фактором и контактным персоналом гостиничного предприятия.

Обслуживание клиента в гостиничном бизнесе подразумевает продолжительный контакт потребителя и лица, оказывающего услугу. Этот факт предполагает устанавливать высокие профессиональные требования к персоналу гостиничного предприятия [3]. Потому так актуален вопрос формирования профессиональной компетентности работников в сфере гостеприимства.

Следует отметить, что в науке нет однозначного подхода к термину «профессиональная компетентность». Еще 10 лет назад исследователи говорили о «профессиональном становлении», а с активным внедрением в образовательный процесс компетентностного подхода, в научных работах по подготовке персонала все чаще встречается термин «профессиональная компетенция».

Наряду с понятиями «профессиональное становление» и «профессиональная компетентность» можно встретить следующие термины: «профессиональная подготовка», «профессиональная готовность», «профессиональное развитие», «профессиональное формирование», «профессиональное мастерство», «профессиональная направленность», а в последние годы «социально-профессиональное становление», «лично-профессиональное становление» и другие [Цит. по: 6].

Профессиональная компетентность — это интеллектуально и лично обусловленный опыт социально-профессиональной деятельности человека, знания, на базе которых он способен использовать компетенции. Следовательно, «компетентность» можно описать через синонимы «осведомленность», «эрудированность», «усвоенность социально-профессионального опыта». Профессиональная компетентность сотрудника гостиничного предприятия

формируется из профессиональных знаний и соблюдения законодательной базы гостиничного сервиса Российской Федерации, соответствия квалификационным требованиям, обладания набором общих, функциональных, базовых и ролевых компетенций, опыта работы на базе гостиничного предприятия, а также постоянного и активного использования всего перечня имеющихся компетенций на практике.

Опираясь на профессиональные требования, сотрудников гостиниц можно разделить на три категории: руководящий состав (администрация), сотрудники, напрямую работающие с клиентами (служба размещения, администраторы, портье, горничные, консьерж, официанты и др.), вспомогательный персонал (инженерно-техническая служба, разнорабочие, служба безопасности, коммерческая служба и др.). Набор профессиональных компетенций существует для каждой из перечисленных выше категорий, их следует учитывать при найме и профессиональном развитии персонала.

Так, среди профессиональных компетенций руководящего состава можно выделить: специальные знания и опыт работы в гостиничном бизнесе, навыки деловой и межличностной коммуникации, инновационность в действиях, стратегическое видение, организационные навыки, умение планировать свою работу и работу подчиненных, делегировать полномочия, способность обучать и развивать сотрудников, умение работать в стрессовых и кризисных ситуациях и другие.

Профессиональными компетенциями персонала, напрямую работающего с гостями предприятия являются: коммуникативные навыки, инициативность, умение работать как в команде, так и самостоятельно, принятие ответственности, владение иностранными языками, навыки делового письма, знание организации гостиничного бизнеса, знание нормативных документов, на основе которых строится деятельность работника гостиничного бизнеса, умение работать в стрессовых и кризисных ситуациях.

К профессиональным компетенциям вспомогательного персонала можно отнести: специальные профессиональные знания и навыки, умение работать как в команде, так и самостоятельно, ответственность, инициативность и другие [2].

Для реализации сотрудником всех вышеперечисленных составляющих в рабочем процессе, необходимо соответствующее обучение для

персонала, проходящего стажировку на предприятии и повышение уровня квалификации для сотрудников, уже занимающих какую-либо должность в гостинице.

Обучением персонала занимается отдел кадров. Этот отдел также вводит и реализует мотивационные программы в отеле, которые заключаются в стимулировании производительности труда. Данные программы должны соответствовать ожиданиям работников и их личным профессиональным планам на карьеру.

Методы обучения персонала классифицируются по месту обучения: на рабочем месте (внутригостиничное) и вне рабочего места (с отрывом от работы).

Внутригостиничное обучение персонала может осуществляться как на индивидуальной, так и на групповой основе. В случае обучения на рабочем месте необходимо, чтобы оно выходило за рамки обычных служебных обязанностей сотрудников и сопровождалось развитием профессиональных компетенций. Как индивидуальный, так и групповой методы внутригостиничного обучения персонала могут осуществляться в форме наставничества, инструктажа, копирования, делегирования, метода усложняющихся заданий, стажировки, ротации и других методов [5]. Рассмотрим их более подробно.

Наставничество обычно реализуется в рамках занятий более опытного сотрудника с менее опытным работником или группой работников в ходе ежедневной работы, в процессе которой происходит обучение основным приемам выполнения рабочих заданий и усвоение определённых компетенций.

Инструктаж — это вид обучения, объяснения материала в теории и на практике, которое может проводиться перед началом работы и в ходе её. Сопровождается проверкой усвоенного и регистрацией в специальном реестре. При этом виде обучения сотруднику позволено в трудных ситуациях обращаться к инструкции.

При методе копирования работник прикрепляется к специалисту-профессионалу, и, постоянно следуя за ним, учится, наблюдая и копируя его действия.

В процессе делегирования реализуется передача сотруднику определенной области задач с полномочиями принятия решения по ранее обсужденному кругу вопросов.

Метод усложняющихся заданий — это специально прописанный порядок рабочих действий, выстроенных по степени их важности,

расширения объема и повышения сложности заданий, где заключительной ступенью является самостоятельное выполнение поручения.

Таким образом, обучение без отрыва от работы обеспечивает работникам развитие профессиональных компетенций под руководством своих руководителей, показывающих наиболее эффективные приемы работы.

Обучение вне рабочего места требуется для формирования принципиально новых поведенческих и профессиональных навыков, которые могут позволить сотруднику абстрагироваться от рабочего места и выйти за рамки традиционного поведения, например, для получения новых знаний и умений в части эффективной коммуникации, формирования сплоченного коллектива, развития лидерских качеств и др. К методам обучения вне рабочего места относятся: деловые игры, лекционный метод, конференция, дискуссия, семинар, метод конкретных практических ситуаций, учеба в вузах, дистанционное образование, самостоятельное обучение, программированное инструктирование, бизнес-тренинг, электронное обучение, ролевые игры, кросс-тренинг и социально-психологические тренинги [4].

Среди перечисленных выше методов есть методы активного обучения, которые необходимы сотруднику сферы индустрии гостеприимства, так как при реализации их сознательно активизируются коммуникативные процессы, что является непосредственно важным при работе сотрудника отеля с гостями. Рассмотрим несколько из них.

Деловые игры подразумевают разыгрывание типовых деловых ситуаций, как итог — анализ последствий поведения участников.

Лекционный метод заключается в монологе преподавателя (старшего сотрудника, имеющего большой опыт и более расширенный спектр компетенций), в котором раскрывается суть поднятого вопроса. За время лекции лектор может дать большой объем теоретического материала, что поможет обучающимся систематизировать знания и получить целостное представление об изучаемом объекте.

В рамках конференции её участники представляют свои работы, которые после подвергаются обсуждению со стороны остальных участников. Вопросы, рассматриваемые на конференции, могут быть различные — выступающие заранее подготавливают доклады на ту или иную тематику, после чего представляют их перед группой лиц. На конференциях гостиничного предприятия могут рассматриваться, к примеру, такие темы как анализ статистических данных, обоснова-

ние места гостиничного предприятия на конкурентном рынке, прогнозирование и рекомендации по развитию гостиницы на будущее, и многое другое. Такие конференции позволяют развивать их участниками не только аналитическое мышление и способность искать решение в стрессовых ситуациях, но и умения спикера, а также навыки работы с аудиторией.

Похожей формой обучения является семинар. Различие заключается в том, что семинар — более крупное мероприятие, включающее большее количество участников. Также семинары, в отличие от конференций, могут проходить в течение нескольких дней, в то время, как конференция проходит однодневное в течение нескольких часов.

Также плодотворной формой обучения сотрудников гостиничного предприятия является дискуссия. Дискуссия предполагает обсуждение каких-либо спорных вопросов и проблем. Темой дискуссии в гостинице может быть, к примеру, злободневный вопрос ситуации на рынке индустрии гостеприимства или спорная ситуация в рамках нововведений на предприятии. Важно отметить, что цель дискуссии — достижение истины, а ее главный принцип — ведение корректного спора по правилам.

Ролевые игры, как и метод конкретных практических ситуаций, позволяют моделировать поведение с опорой на различные роли. Целью этих игр является получение непосредственного практического опыта межличностного общения и получения обратной связи. Например, когда сотрудник гостиницы примеряет роль гостя, он может лучше понять то, какого поведения ждет от него гость, какие действия и слова усиливают напряженность в общении, а какие помогают установить успешный контакт. Так и участник, играющий роль сотрудника, получает обратную связь о том, как воспринимаются его слова и действия, какие чувства, эмоции и реакции они вызывают. Использование видеозаписи во время ролевых игр значительно повышает эффективность обратной связи, так как человек может увидеть в записи свои реакции, жесты, мимику, которые имеют большое значение при личной коммуникации.

В разборе учебных ситуаций происходит анализ реальной или выдуманной истории (ситуации) по заданным вопросам. Эти ситуации в своем большинстве не придумываются сотрудниками гостиниц или какими-то авторами — в сетевых гостиницах собирается банк

всевозможных проблемных ситуаций, реально возникших в работе персонала, и именно эти ситуации становятся материалом для учебного анализа.

Кросс-тренинг (ротация) подразумевает ознакомление сотрудника с работой другого подразделения гостиницы. Так, сотрудник, занимающий должность администратора, проходит кросс-тренинг в ресторанной службе гостиницы (наблюдает за работой и помогает официанту или бармену), в хозяйственной службе (помогает горничным) и так далее. Такая деятельность может длиться от нескольких часов до полного рабочего дня. Результатом тренинга является письменный ответ сотрудника на перечень вопросов, который дается ему заранее. Интересным является то, что в ходе кросс-тренинга сотрудник-стажер может не только наблюдать и помогать, но и выяснять у профессионалов выбранного подразделения тонкости их работы. Это нужно не только в личных интересах, но также чтобы успешно справиться с ответами на заданные вопросы. Кросс-тренинги следует проводить для сотрудников гостиницы любого подразделения. Такие тренинги повышают мотивацию, увеличивают взаимопонимание между сотрудниками разных отделов и создают условия для взаимозаменяемости. Важным также является то, что такой тренинг может служить основой для дальнейшего профессионального роста и развития сотрудников.

Социально-психологический тренинг — это форма работы, цель которой повысить компетентность сотрудника в общении и взаимодействии с другими людьми, научиться выстраивать свои отношения с коллегами и клиентами наиболее оптимальным образом. Тренинг может проходить в форме групповой дискуссии, ролевой игры, а также различных упражнений для отработки профессиональной значимых навыков.

Вышеперечисленные виды обучения актуальны и применяются на многих гостиничных предприятиях. Но с развитием информационных электронных технологий все большую актуальность получают методы обучения без изменения графика работы и отрыва от основного производства сотрудника: самостоятельное обучение, программированное инструктирование и электронное обучение (дистанционное), включающее в себя бизнес-тренинги, проходящие в онлайн-режиме.

Самостоятельное обучение является формой освоения дополнительных образовательных программ. При этом предполагается мини-

мальная организация образовательного процесса или полное отсутствие руководства этим процессом со стороны руководителя [4]. Преимущества такого метода заключаются в том, что обучающийся сам задает темп обучения, контролирует нагрузку и продолжительность занятий. Также данный метод является наиболее дешевым с точки зрения затрат предприятия, а недостатком метода является отсутствие обратной связи и возможности консультации при возникших трудностях.

Программированное инструктирование — это метод обучения, при котором роль педагога отводится компьютерной программе либо книжной инструкции [4]. Это разновидность самостоятельного обучения, но в данном методе присутствует моментальная обратная связь — обучаемый сразу после ответа узнает правильность выбора или действия в конкретной ситуации.

Основной принцип обучения персонала должен заключаться в том, что, если работник хочет добиться профессионального успеха, он должен постоянно развиваться. Тот, кто не владеет или не хочет овладевать новым знанием, теряет своё конкурентное преимущество. Постоянное обучение персонала гостиницы, оценка эффективности обучения свидетельствует о повышении уровня трудового потенциала работников [1].

В современных условиях компетенции сотрудников относятся к важнейшим условиям развития гостиничного предприятия и укрепления его авторитета на гостиничном рынке, а, следовательно, и повышения конкурентоспособности. Деятельность руководства по обучению и развитию персонала, постоянный поиск новаций и нововведений должны способствовать совершенствованию компетенций персонала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Баева В.В. Организация гостиничного дела / В.В. Баева, Е.В. Бокарева, Е.Н. Егорова, В.М. Заернюк, М.М. Качурина, В.П. Леонова, Н.Г. Новикова, Е.Н. Подсевалова, А.А. Силаева, Л.А. Ульянченко, Г.Р. Фаизова, Л.И. Черникова. — М.: Кнорус, 2016. — 162 с.
2. Валькович О.Н. Компетенции как современная парадигма управления персоналом / О.Н. Валькович, Е.В. Слепцова // Экономика устойчивого развития: региональный научный журнал. — № 2 (26). — 2016. — С. 309–314.
3. Лымарева О.А. Кадровая политика предприятий сферы гостеприимства, ее особенности / О.А. Лымарева [и др.] // Экономика устойчивого развития: научный журнал. — 2016. — № 4 (28). — С. 49–53.

4. Михайлина Г.И. Управление персоналом: учеб. пособие / Г.И. Михайлина. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 280 с.

5. Morozova L.S. Ensuring the development of tourism in the regions of the Russian Federation, with account of the tourism infrastructure factors / Morozov V.Y., Havanova N.V., Litvinova E.V. // Indian Journal of Science and Technology. — 2016. — Vol. 9. № 5. Pp. 87599–87604. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i5/87599

6. Эффективное управление в гостиничном и ресторанном бизнесе: теория, практика, подготовка кадров: коллективная монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. С.А. Степановой. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. — 175 с.

Хижий Иван Валерьевич

Khzhivy Ivan Valerievich

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Инновационный менеджмент»
Master program «Innovation Management»
e-mail: ikhzhivy@mail.ru

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ DIGITAL INVESTMENT MANAGEMENT

Повсеместное распространение информационных технологий определяет вектор развития социума в сторону цифровизации различных сфер, в том числе и экономики. Цифровая экономика — экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и коммерцией, а также производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами. Цифровизация как экономики, так и других социальных сфер является приоритетом для многих стран мира, включая Российскую Федерацию. В связи с этим инвестиционная деятельность компаний и её управление должны вестись таким образом, чтоб соответствовать уровню цифровизации в стране и мире.

The worldwide spread of information technologies defines the development vector of the society in the direction of various spheres, including the economy. Digital economy is an economic activity based on digital technologies related to the digital business, e-commerce and digital goods and services produced and sold by them. Digitalization of economy as well as other spheres of the society is the priority of many countries, including Russian Federation. In this regard, the investment activities of companies and their management should be conducted in such a way as to correspond to the level of digitalization in the country and the world.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, цифровизация, конкурентоспособность, инновации.

Keywords: investment activity, digitalization, competitiveness, innovation.

В России для достижения поставленных целей по развитию цифровой экономики была разработана национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» до 2024 года, утвержденная президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года [1]. Данная программа направлена на скорейшее внедрение цифровых технологий в экономическую сферу страны. И это, в свою очередь, требует ресурсного обеспечения цифровизации: необходимо грамотно выстроить инфраструктуру, обеспечить высококвалифицированными кадрами, технологиями необходимого уровня, сформировать нормативную базу, а также максимально защитить от внутренних и внешних информационных угроз. Трансформация экономики в цифровую может способствовать акселерации развития инвестиционной деятельности компаний как одного из главных факторов их конкурентоспособности на рынке.

Инвестиционная деятельность в Российской Федерации сопряжена с рядом проблем, основными из которых являются:

1) переходность российской экономики от социалистической к капиталистической модели экономики, что определяет отсутствие достаточного опыта в долгосрочном инвестировании, особенно в инновации;

2) сырьевая зависимость экономики. В Российской Федерации, несмотря на все попытки избавиться от зависимости, связанной с сырьевыми рынками, сохраняется данная тенденция. Нефтяную волатильность подтверждает рост курса доллара по курсу ЦБ РФ с 66,99 1 марта 2020 года до 78,03 рубля за один доллар при снижении цены на нефть марки Brent с 52,46 USD за баррель до 27,3 USD на 20 марта 2020 года [2];

3) введенные антироссийские санкции, последствием которых являлись ограничение доступа к внешним финансовым рынкам и эмбарго. Это привело к убыткам крупные государственные корпорации, снизив их возможности для инвестирования.

Таким образом, в существующих реалиях предприятиям необходимо грамотно планировать свою инвестиционную деятельность, ориентируясь на импортозамещение высоких технологий, снижая зависимость от внешних влияний. Разработка и осуществление инноваций является неотъемлемой частью формирования конкурентоспособности компании в условиях цифровизации экономики. По данным на 2018 год удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, составляет 19,8% по критериям 4-й редакции руководства Осло [3].

Согласно статистическому сборнику НИУ ВШЭ «Индикаторы инновационной деятельности: 2019» [4] основными факторами, которые препятствуют осуществлению инноваций, являются:

- недостаток собственных денежных средств;
- высокая стоимость нововведений;
- высокий экономический риск;
- недостаток финансовой поддержки со стороны государства;
- низкий инновационный потенциал организации;
- недостаток квалифицированного персонала;
- низкий спрос на новые товары и услуги.

Из данного исследования следует, что основная проблема состоит в недостатке собственных средств организации в связи с высокой стоимостью нововведений, сопряженной с высоким экономическим риском. В связи с этим критическим фактором инвестиционной деятельности компании в условиях цифровизации экономики должен стать поиск и аккумуляция денежных средств из различных источников. В условиях высокого экономического риска предприятиям следует обратить внимание на венчурные фонды, специализирующиеся на VC (Venture Capital-инвестиция в компанию на венчурных стадиях (посевная, начальная, ранняя и в отдельных случаях расширение. Объем инвестиций — менее 100 млн. долларов) и PE (Private Equity — инвестиции, осуществляемые на зрелых стадиях без ограничений в объеме) инвестициях. Основные критерии, которые требуются от проекта для привлечения венчурного финансирования:

- перспективность проекта;
- научная новизна разрабатываемой технологии;
- конкурентные преимущества продукта;
- потенциальный объем рынка;

- команда проекта, которая в случае венчурного финансирования должна состоять из высококвалифицированных специалистов;
- отсутствие юридических рисков.

Для успешной реализации проектов и достижения требуемой экономической эффективности при использовании денежных средств, полученных от VC и PE фондов необходимо осуществлять тщательный отбор в зависимости от отрасли компании, стадии инвестирования, размера требуемых инвестиций, стабильности инвесторов и степени их участия в реализации проекта.

Помимо венчурного инвестирования на посевной стадии инновационных проектов следует рассматривать возможности получения государственных грантов, субсидий, а также вложения от бизнес-ангелов.

Так как цифровизация экономики сопряжена с использованием высоких технологий, то управление инвестиционной деятельностью предприятия должно сочетаться с развитием инновационной конкурентоспособности компании. Инвестиции должны быть направлены:

1. В повышение квалификации кадров предприятия до требуемого уровня. В условиях цифровизации экономики предприятие должно обеспечивать непрерывное обучение, подготовку и переподготовку кадров. Это может быть выражено также в создании специализированных кафедр на базе институтов.

Нельзя не принять во внимание и возможные сопротивления инновационным изменениям со стороны кадрового состава. Способом нейтрализации подобного рода сопротивления, помимо переобучения, является вовлеченность сотрудника в инновации при помощи:

- материального вознаграждения. Заключается в отборе и представлении грандов на реализацию идей сотрудников.
- изменения корпоративной культуры. Примером такого способа развития инновационного мышления является компания 3M. В ней действует принцип 15%: сотрудник компании может тратить 15% своего рабочего времени на проекты, которые ему интересны, даже если они не были одобрены руководством. Таким образом, сотрудник будет чувствовать себя ценным ресурсом для компании.

Вышеперечисленные способы формируют положительные установки у сотрудника к инновациям любого рода.

2. На модернизацию материально-технического обеспечения. Согласно исследованиям центра конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ, доля оборудования на промышленных предприятиях в возрасте от 10 до 20 лет, сохранилась в диапазоне предшествующих периодов и составило 36%. Это является негативной тенденцией, так как не только трудно повысить производительность труда на оборудовании с таким возрастом эксплуатации, но также тормозит технологическое развитие предприятий, что является наиважнейшим фактором в условиях цифровизации.

3. На инновационную организационную структуру. В условиях цифровизации, когда происходит технологическое обновление на предприятиях, необходимо провести организационную реструктуризацию, направленную на сокращение устаревших должностей.

4. На обеспечение информационной безопасности. Всеобщая цифровизация способствует не только к улучшению качества обработки информации, но и открывает новые каналы для того, чтоб их использовать в качестве источников утечек. По данным аналитического центра InfoWatch за первое полугодие 2019 года было зарегистрировано 1276 случаев утечки конфиденциальной информации с общим количеством скомпрометированных персональных данных в 8,74 млрд записей [5]. Причем наибольшая доля утечек было зафиксирована в отраслях медицины (19%) и высоких технологий (18,2%) — там, где используются инновационные технологии. В связи с этим, инвестиционная деятельность компаний в условиях цифровизации также должна быть направлена на улучшение качества кибербезопасности на предприятиях и в организациях.

5. В маркетинг инноваций. Маркетинг инноваций — вид деятельности, направленный на определения потребностей в инновационных продуктах и продвижения уже выпущенных инновационных продуктах на рынке. Создание нового рынка — одна из наиболее выгодных и прибыльных стратегий ведения бизнеса. Так, например, создание нового рынка смартфонов компанией Apple не только предопределило дальнейшее развитие рынка мобильных телефонов, но и сделало её одним из флагманов данного рынка с наибольшей рыночной долей в 4 квартале 2019 года (20,0%). Важность маркетинга инноваций нельзя недооценивать, так как с его помощью может быть определена готовность или неготовность рынка принять технологически новый продукт, зрелость спроса. В противном случае иннова-

ция будет экономически неэффективной для компании в случае выведения её на рынок.

Условием реализации инвестиционной деятельности при цифровизации является разработка грамотной инновационной стратегии. Инновационная стратегия компании в условиях цифровизации будет играть одну из важнейших ролей в достижении поставленных целей. В зависимости от масштабов и поставленных целей необходимо грамотно выбрать из ряда возможных инновационных стратегий:

- наступательная стратегия. Данный вид стратегии требует большого потока денежных ресурсов в рамках инвестиционной деятельности компании. Ориентация происходит на применение новейших технологий и требует высококвалифицированных сотрудников, поэтому значительный объем денежных средств будет направлен на исследования, обучения и технологическую модернизацию оборудования. Инновационная стратегия подходит крупным компаниям со значительными денежными ресурсами при условии возможность захвата лидирующих позиций на рынке;
- оборонительная стратегия фокусируется на удержании завоеванной доли рынка;
- промежуточная стратегия. Данный вид стратегии применяется при отсутствии прямой конфронтации с конкурентами, если есть возможность занять «пустоты» на рынке, которые не заняли крупные компании;
- поглощающая стратегия. Инвестиционная деятельность при применении подобной стратегии должна быть направлена на покупку патентов, лицензий и других нематериальных активов других компаний;
- имитационная стратегия. Реализация этой стратегии заключается в направлении инвестиций в модернизацию существующих на рынке продуктов, благодаря которой можно увеличить свою долю рынка;
- разбойничья стратегия заключается в изменении технико-эксплуатационных характеристик продуктов других компаний и эффективно используется малыми инновационными компаниями.

Таким образом, в условиях цифровизации инвестиционные средства предприятия, аккумулированные в рамках управления инвестиционной деятельностью предприятия должны направляться

на инновационное развитие предприятия — модернизацию технологий, используемых в деятельности, кибербезопасность, повышению квалификации кадрового состава, в маркетинг инноваций. При этом очень важно разработать предварительно разработать инновационную стратегию, которая будет учитывать не только потребности предприятия, но и его возможности и потребности рынка. Учитывая невысокую инновационную активность и использование устаревшего оборудования на большей части предприятий в Российской Федерации, грамотная политика инвестиционной деятельности — критически важный элемент в создании конкурентоспособности компаний не только на внутреннем рынке, но и на мировом рынке. Модернизация и осуществление инноваций — неотъемлемая часть цифровизации, которые требуют постоянных финансовых вложений для того, чтобы «остаться на плаву» в новом, высокотехнологичном мире современного бизнеса.

Подготовлено в рамках проекта ИНИР СПбГЭУ «Методические проблемы развития предприятий стран ЕАЭС в информационно-сетевой экономике».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/> (Дата обращения — 04.04.2020).

2. Мишустин назвал коронавирус основным триггером падения цен на нефть [Электронный ресурс] // Издательский дом Коммерсантъ — 2020. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4298987> (Дата обращения — 06.04.2020).

3. Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. — Электрон. дан. — М., 1999–2020. — Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 04.04.2020).

4. Инвестиционная активность промышленных предприятий России в 2018 году. — М.: НИУ ВШЭ, 2019. — 18 с.

5. Глобальное исследование утечек конфиденциальной информации в первом полугодии 2019 года [Электронный ресурс] // Аналитический центр InfoWatch — 2019. — Режим доступа: https://www.infowatch.ru/sites/default/files/report/analytics/russ/Global_Data_Leaks_Report_2019_half_year.pdf (Дата обращения 04.04.2020).

Хотулев Владимир Михайлович
Hotulev Vladimir Mikhailovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Государственные и муниципальные финансы»
Master program «State and municipal finance»
e-mail: vladkhot@bk.ru

**КАЗНАЧЕЙСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ КОНТРАКТОВ —
ПРОБЛЕМЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И ПРАКТИКИ,
ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

**TREASURY SUPPORT OF CONTRACTS —
PROBLEMS OF LEGISLATION AND PRACTICE,
WAYS OF SOLUTION**

Целью данной работы является рассмотрение такого инструмента, как казначейское сопровождение контрактов, проблем, возникающих при его практическом применении, а также направлений развития.

The purpose of this work is to consider such instrument as treasury support of contracts, describe problems of its practical application and determine ways of its development.

Ключевые слова: Казначейское сопровождение, контракт, исполнитель, механизм.

Keywords: Treasury support, contract, executor, mechanism.

С момента упразднения такого органа, как Федеральная служба финансово-бюджетного надзора, органы Федерального казначейства играют основополагающую роль в контрольно-ревизионной деятельности со стороны исполнительных органов государственной власти, основная цель которой — достижение сохранности бюджетных средств.

На протяжении длительного периода одним из наиболее актуальных направлений развития бюджетной системы Российской Федерации является вопрос повышения качества и эффективности осуществления бюджетных расходов. Отсюда следует, что приоритетами в осуществлении бюджетной политики будет являться достижение максимальной эффективности бюджетных расходов, за счет более жесткого контроля, а также выявления и устранения неэффективных затрат.

Одним из основных инструментов достижения данной цели является механизм казначейского сопровождения — новый вид санкционирования расходов. Данный механизм работает следующим образом: если ранее денежные средства перечислялись непосредственно на расчетные счета получателей субсидий, либо контрагентов по государственным контрактам, то теперь они поступают на специальные лицевые счета, открытые им в органах Федерального казначейства. Для получения фактического доступа к ним, исполнители по контрактам предоставляют в органы ФК пакет документов, подтверждающих обязательства по расходованию целевых средств, а также платежные документы. В случае своевременного предоставления пакета документов, а также их корректного оформления в соответствии с нормативными требованиями и условиями конкретного государственного контракта (контракта), происходит санкционирование вывода денежных средств с лицевого счета в органах ФК на расчетный счет организации, открытый в кредитной организации.

Таким образом, казначейское сопровождение — это промежуточный этап, при котором бюджетные средства уже перечислены государственным заказчиком (заказчиком) на лицевой счет головного исполнителя (исполнителя), но еще не поступили к нему на расчетный счет. Благодаря этому, исключаются ситуации, когда, например, деньги в виде аванса поступили на расчетный счет исполнителя и хранились на депозите, либо вкладывались в иностранную валюту.

Механизм казначейского сопровождения применяется в отношении:

1. Расчетов по государственным контрактам, заключенным в целях реализации государственного оборонного заказа на сумму свыше 100 тыс. руб.;

2. Авансовых платежей по государственным контрактам, заключенным для обеспечения государственных нужд на сумму не менее 10 млн руб.;

3. Субсидий юридическим лицам из бюджета субъекта (местного бюджета), если источником финансового обеспечения являются субсидии из федерального бюджета на софинансирование капитальных вложений [1].

Внедрение данного механизма осуществляется с использованием современных средств цифровизации. Исполнители предоставляют

всю информацию по Сведениям, документам-основаниям и платежам в электронной форме, где она хранится в информационной системе «Управление» [2]. Также данная информация размещена в ГИИС «Электронный бюджет», где к ней имеют доступ контрольный и правоохранительные органы для осуществления мероприятий по текущему контролю или аудиторской проверки.

Неучастникам бюджетного процесса открываются лицевые счета двух видов — 41 и 71. На данный момент постепенно осуществляется миграция с 41 на 71 лицевые счета, так как они несут в себе ряд преимуществ по сравнению со своими предшественниками. Их отличие заключается в том, что на 71 лицевых счетах могут содержаться денежные средства по сразу нескольким государственным контрактам, разнесенные по разным аналитическим кодам разделов, каждый из которых соответствует конкретному контракту. На 41 же лицевых счетах нет подобного разделения, поэтому при заключении нового контракта, исполнитель обязан открывать новый 41 лицевой счет. Перевод всех исполнителей на 71 лицевые счета позволит избавиться от чрезмерного количества лицевых счетов, открытых в органах ФК. Кроме того, владельцу 71 счета будет значительно проще открыть на нем еще один раздел под новый контракт, так как данная процедура не требует посещения органов ФК. Переход на 71 лицевые счета позволит сократить время на следования денежных средств от заказчика к исполнителю, так как за счет единого лицевого счета предусмотрена возможность сразу вносить реквизиты исполнителя в заключаемые контракты.

На данный момент в УФК по г. Санкт-Петербургу открыто более 6700 аналитических кодов разделов на 2340 уникальных 71 лицевых счетах, а также более 4600 41 лицевых счетов.

У механизма казначейского сопровождения существует также вторая версия — расширенное казначейское сопровождение. Данный механизм применяется на ряде проектов, таких как строительство стадионов для проведения ФИФА чемпионата мира по футболу [4], а также «Гражданские самолеты Сухого» [3]. Исполнитель по контрактам, попадающим под расширенное казначейское сопровождение обязан, соблюдать требования по соответствию информации ГК, договоре, платежных документах: данным раздельного учета финансово-хозяйственной деятельности по ГК, либо информации о структуре цены данного ГК, содержащейся в расходной декларации; фактически

поставленным товарам, выполненным работам и услугам в том числе с использованием средств фото- и видеофиксации; данным бухучета исполнителя в части осуществления операций со средствами, подлежащими казначейскому сопровождению. Также исполнитель по такому контракту вправе провести перечисление денежных средств с лицевого счета на свой расчетный счет в кредитной организации только после направления госзаказчиком уведомления о полном исполнении обязательств по государственному контракту.

После внедрения казначейского сопровождения обозначился ряд проблем. Сам механизм — это, по-сути, промежуточный этап на пути следования денежных средств от заказчика к исполнителю, на котором осуществляется контроль за соответствием фактического расходования средств заявленным в контракте целям. Это означает, что исполнитель и заказчик зависят от третьей стороны — территориального органа ФК (далее — ТОФК), осуществляющего санкционирование перечисления денежных средств на расчетный счет исполнителя. Даже при незначительном несоответствии формы предоставляемых документов установленным требованиям, платежные поручения могут пойти в отказ и перечисление денежных средств, а, следовательно, исполнение обязательств по контракту может задержаться. Исполнители государственных контрактов зачастую не имеют четкого и цельного представления о механизме, поэтому в виду многократного отказа документов-оснований, а также платежных документов процесс вывода денежных средств на расчетный счет затягивается. По статистике, примерно, каждый третий платежный документ на вывод денежных средств с лицевого на расчетный счет исполнителя, поступающий в ТОФК по г. Санкт-Петербургу отменяется. Одной из самых распространенных причин отмены платежных документов является неверное заполнение реквизитов документов, а также несоответствие целей вывода денежных средств заявленным в государственном контракте (контракте). Еще одной проблемой являются возможные технические сбои в работе электронных ресурсов и платформ, посредством которых осуществляется документооборот, что также увеличивает время получения исполнителем денежных средств. Через казначейское сопровождение проходят не все контракты, а лишь соответствующие вышеперечисленным условиям, следовательно, часть бюджетных средств по-прежнему не подвергается надлежащему

контролю при перечислении исполнителю. Также возможны ситуации уклонения от казначейского сопровождения с помощью разбивки одного крупного контракта на два и более на меньшие суммы и непопадание под критерии казначейского сопровождения.

На данный момент подготовлен законопроект о внесении изменений в Бюджетный кодекс РФ, который вступит в силу 1 января 2021 года. В Бюджетном кодексе появится глава 24.4 «Казначейское сопровождение», в которой будут прописаны методологические основы данного механизма, какие средства будут попадать под действие данного механизма и его расширенной версии [5]. В сведениях нормативно-правовой базы в едины источник должны быть заинтересованы исполнители по государственным контрактам, так как четкое представление о данном механизме и понимание требований, предъявляемых к порядку, срокам и оформлению документов, позволит оптимизировать и сократить время и сроки передачи денежных средств от госзаказчика исполнителям.

На текущий момент миграция с 41 на 71 лицевые счета не носит обязательный характер, однако, планируется постепенный перевод всех исполнителей на 71 лицевые счета, так как они имеют ряд преимуществ и, главное, позволяют избавиться от чрезмерного количества лицевых счетов открытых в ТОФКах. Также в перспективе рассматривается возможность расширения перечня контрактов, подлежащих расширенному казначейскому сопровождению. Важно понимать, что использование механизма казначейского сопровождения подразумевает большую нагрузку на сотрудников ТОФКов, чем простое санкционирование платежей. Поэтому одной из ключевых целей по развитию внедрения данного механизма является создание и увеличение штата в органах ФК структурных подразделений, отвечающих за данное направление. В противном случае велик риск ситуации, когда при возросшем числе контрактов, проходящих по казначейскому сопровождению ТОФКи будут не в состоянии обрабатывать документы в установленный регламентом срок. Помимо этого, на данный момент ведется разработка и тестирование мобильного приложения Федерального Казначейства, а также расширяется функционал системы электронного документооборота «Электронный Бюджет».

В рамках текущих направлений бюджетной политики, проблема контроля эффективности расходования бюджетных средств — одна

из наиболее актуальных. Внедрение механизма казначейского сопровождения — один из основных инструментов повышения качества бюджетных расходов в рамках государственных контрактов. За счет использования современных технических средств и многоступенчатой процедуры санкционирования вывода средств на расчетный счет исполнителя, достигается больший уровень дисциплины среди организаций-получателей бюджетных средств, увеличивается прозрачность расходования средств исполнителем. На сегодняшний день механизм казначейского сопровождения еще окончательно не сформирован и в дальнейшем будет дорабатываться, и улучшаться. Перед Федеральным Казначейством, как структурой на базе которой осуществляется контроль за эффективностью бюджетных расходов предстоит решить ряд вопросов, по упрощению коммуникации между сотрудниками Казначейства, госзаказчиками и исполнителями. Однако внедрение данного инструмента однозначно способствует повышению качества контроля за исполнением обязательств по государственным контрактам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021–2022 годов.
2. Постановление Правительства РФ от 23.12.2019 № 1765 «Об утверждении Правил казначейского сопровождения средств в случаях, предусмотренных Федеральным законом “О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов”».
3. Распоряжение Правительства РФ от 25.04.2020 № 821-р.
4. Поручение Правительства РФ от 11.08.2016.
5. Нормативные правовые акты, обеспечивающие реализацию казначейского сопровождения [электронный ресурс] // Официальный сайт Минфина РФ — URL: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2020/01/main/Prezentatsiya_T.V._Saakyan.pdf — Заглавие с экрана — (дата обращения 11.04.2020);

*Хуанг Ни
Huang Ni*

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Мастер международного бизнес-администрирования»
Master program «Master of international Business Administration»
e-mail: 15682833074@163.com

ДЕЛОВАЯ ЭКОСИСТЕМА КАК ФОРМА ПАРТНЕРСТВА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

BUSINESS ECOSYSTEM AS NEW FORM OF PARTNERSHIP IN DIGITAL ECONOMY

Приспосабливаясь к развитию цифровой экономики, модернизация традиционных отраслей промышленности является неизбежной тенденцией. В этой статье анализируется статус-кво и проблемы традиционного развития отрасли на примере бизнес-экосистемы Xiaomi. Считается, что традиционные отрасли могут повысить свою конкурентоспособность в цифровой экономике, создав бизнес-экосистему.

Adapting to the development of the digital economy, the upgrading of traditional industries is an inevitable trend. This article analyzes the status quo and problems of traditional industry development, taking Xiaomi's business ecosystem as a case study. It is believed that traditional industries can improve their competitiveness in the digital economy by building a business ecosystem.

Ключевые слова: цифровая экономика, традиционная экономика, трансформация, деловая экосистема.

Keywords: digital economy, traditional industries, transformation, business ecosystem.

The transition from traditional economy to digital economy has become a new development trend. The new digital economic ecology is constantly being constructed, which is what all industries must face in the course of economic transformation. The impact of digitalization is ubiquitous, and the reshaping of traditional industries is unstoppable.

Development status and problems of traditional industries under digital economy

At present, the characteristics of high pollution, high energy consumption, and low efficiency have become unsuitable for the developing requirement. Most of the traditional industrial equipment is relatively outdated, production technology is relatively backward, and the unit benefits provided are low,

which seriously affects its own development and the improvement of the overall economic comprehensive benefits [1, p.5].

Problems faced by traditional industries in the digital economy:

(1) Outdated conceptual awareness and methodology

Most traditional industries have the desire to transform and upgrade, but they generally lack clear strategic goals and practical paths, and no consensus among the internal managers of the enterprise. There is a lack of clear understanding and learning of new technologies, no efficient use of these new technologies and new ideas to improve the competitiveness of enterprises.

(2) Weak digital foundation and data assets

At present, the construction of hardware and software infrastructure in most traditional industries still has a certain lag, which affects the development of enterprises. Most traditional industries are still in the perception phase rather than the action phase of data applications. Internal data lacks interconnection, external data fusion is poor [2, p. 5].

(3) Lack of innovation

R & D institutions are not at the core of the companies' growth process, with fewer development projects and insufficient researchers. Moreover, many enterprises have not specifically set up or reasonably use R & D funds, restricting the independent innovation development of enterprises.

(4) Inefficient and coordinated development

There are problems with the coordinated development of industries, and the homogenization of internal competition, which has the consequence of overcapacity, resulting in smaller and smaller profit margins [2, p. 5].

Xiaomi's business ecosystem

Beijing Xiaomi Technology Co., Ltd. is a mobile Internet company focusing on the development of smart hardware and electronic products. Xiaomi is the fourth technology company to have independent research capabilities in mobile phone chips after Apple, Samsung and Huawei.

Reasons for Xiaomi to build a business ecosystem:

(1) Intense competition in the same industry

Huawei and Lenovo are the main competitors of Xiaomi. These two companies have their own unique products and technologies, and a large number of customers and experience. OPPO and VIVO are also competitors of Xiaomi, with young people as their main target group. [3, p. 5]

(2) Alleviate development bottlenecks

Xiaomi initially adopted a service-oriented sales model of “online sales, offline delivery”. The large increase in orders also exposed the disadvantages: slow shipments, non-standardized distribution services, and longer logistics times.

Xiaomi business ecosystem consists of three elements: user’s, product’s and marketing’s ecosystems.

(1) User ecosystem. Xiaomi focuses on developing leading users. They share their feelings and experiences with products and services. MIUI community provided a platform for interactive communication for fan users, affecting peripheral ordinary users and non-Xiaomi users. As a result, the entire user circle continues to expand, thereby restructuring the entire user ecosystem.

(2) Product ecosystem. After experiencing a sharp decline in Xiaomi’s sales in 2016, in 2017 Xiaomi changed its product triangle model. Xiaomi takes itself as its core enterprise and integrates its own brand channels, user base, supply chain system, capital capability resources and resources owned by its partners. [4, p. 5]

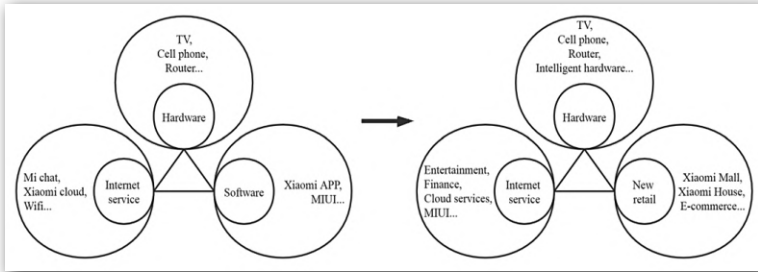


Fig. 1. Xiaomi product ecosystem

(3) Marketing ecosystem. Social media is the main marketing venue for Xiaomi. In addition to Xiaomi Mall, Xiaomi has also opened Tmall, JD.com and other network-wide B2C channels. In 2016, Xiaomi began to promote “new retail”, taking advantage of offline experience. The entire marketing ecosystem has been restructured, forming a closed loop from online to online and offline integration [4, p. 5].

The business ecosystem built by Xiaomi is effective, eases the development dilemma and enters a new stage of development. From financial perspective, Xiaomi ecosystem has annual revenue of \$3.16 billion in 2017.

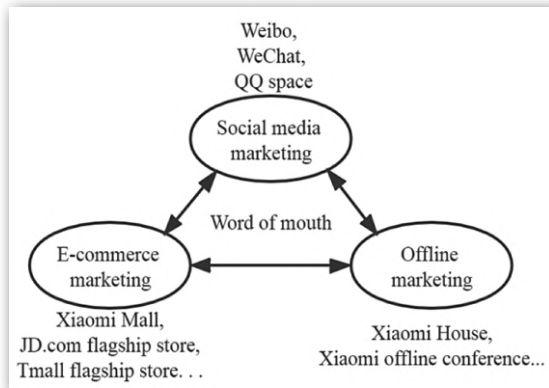


Fig. 2. Xiaomi marketing ecosystem

Xiaomi listed on the main board of the Hong Kong on July 9, 2018. International perspective, Xiaomi has international markets more than 70 countries and regions, and has a high market share in 15 countries [3, p. 5].

Conclusion

With the wave of digitalization, the transformation of traditional industries is inevitable. In the increasingly fierce market competition, diversification is the countermeasure. Traditional industries can form a systematic competitive advantage by building a business ecosystem. Business ecosystem is the future development trend of enterprises.

REFERENCES:

1. Yang Guiju, Chen Sirui, Wang Tong. The theory and case study of low-end subversion of local manufacturing enterprises [J]. *Science and Technology Management*, 2020, 41 (03): 164–173.
2. Yang Yaqing. The wave of digital economy calls for enterprise transformation [J]. *China telecom*, 2018(01): 40–43.
3. Ding Fei. Analysis of Xiaomi's management decision-making [J]. *Tax Payment*, 2020, 14 (01): 262.
4. Tan Zhijia, Wei Wei, Zhu Wuxiang. Construction and Value Creation of Business Ecosystem—A Case Study of Xiaomi Intelligent Hardware Ecological Chain [J]. *Management Review*, 2019, 31 (07): 172–185.
5. Zahra S A, Nambisan S. Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems [J]. *Business horizons*, 2012, 55(3): 219–229.

Худякова Виктория
Khudiakova Victoria

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics

Программа: «Международное бизнес-администрирование»
Master program «International Business Administration»

e-mail: vika_fey_a@mail.ru

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ

CUSTOMER EXPERIENCE IN AUTOMOTIVE MARKET

В данной статье представлены различные подходы к управлению потребительским опытом и особенности клиентского опыта на автомобильном рынке. Многие исследования доказывают, что поведение покупателей при покупке нового автомобиля изменилось. Путь потребителя изменился, и теперь он становится цифровым от начала до конца. На основе анализа научной и учебной литературы был сделан дизайн эмпирического исследования.

This paper presents a study of different approaches to managing customer experience and an analysis of the features of customer experience in the automotive market. Various researches prove that the behavior of customers when buying a new car has changed. Customer journey was transformed and it is on its way to becoming end-to-end digital. Based on the analysis of scientific and educational literature, a design of the empirical research was made.

Ключевые слова: управление потребительским опытом, путь покупателя автомобиля, автомобильный рынок, пирамида опыта потребителя.

Keywords: customer experience management, car buyer journey, automotive market, customer experience pyramid.

Introduction

The relevance of the topic is explained by the need to analyze the features of the automotive market, identify key moments of customer experience, determine the need to design customer experience for automobile companies and substantiate how working with customer experience will help an automobile company to maintain its competitiveness and development.

Knowing the behavior of car buyers helps to understand how consumers buy cars, emotions at all stages of the consumer experience, the reaction to the purchase and the decision-making process by consumers.

The goal of the paper is to analyze different approaches to managing customer experience and identify the specifics of customer experience management in the

automotive market. The main contribution of this study relates to focusing on the customer's experience and providing an in-depth understanding of it in the context of automotive market.

1. Literature review

1.1 Different approaches to managing customer experience

Customer experience management is a set of tools and techniques for managing customer experience with a company, product, brand or service through various channels. (Schmitt, B. H. 2010) Hayes defined customer experience management as a process of understanding and managing consumer perceptions and interactions with the company / brand. The researcher sees the main goal of managing customer experience in building valuable relationships with customers so that they stay longer with the company, become its adherents and only expand their relations with the company over time (Hayes, 2013: 14). Gartner Analytics Company defines customer experience management as “a methodology for building customer interactions and reactions to their actions that allow them to exceed customer expectations, increase their satisfaction and loyalty, and the likelihood that they will recommend your company to others.”

Company Gartner offers the “Customer Experience Pyramid” (Gartner, July 2018) (figure 1), a new methodology for assessing the organization's level of interaction with customers.

The customer experience pyramid provides five different levels of management: 1) Communication Level, 2) Responsive Level, 3) Commitment Level, 4) Proactive Level, 5) Evolution Level. These five levels of the pyramid can serve as a kind of scale for assessing the level of customer experience management and customer perception of the supplier's brand throughout the cycle, including choosing and making a purchase, using the product and willingness to recommend it to other consumers.

Another approach to measure the customer experience was suggested by Experience Agency Bokka. (Bokka article, 2019) Company presents pyramid with 3 key areas to measure: Meets Needs, Easy, and Fun as prioritized in the pyramid illustration below. (Figure 2)

1) Meets Needs. This component is about the product itself: the cars. Different companies measure this metric asking: “How satisfied are you with your purchase?”

2) Easy. The next level of the pyramid describes how easy it was to do business with company throughout the process.

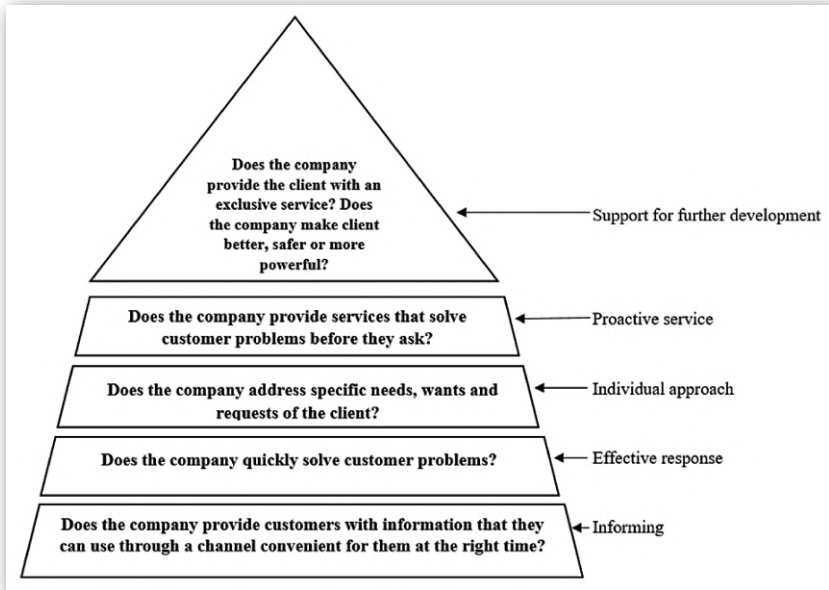


Fig. 1. The CX Pyramid: A Framework for Powerful Experiences
Source: Gartner (July 2018)

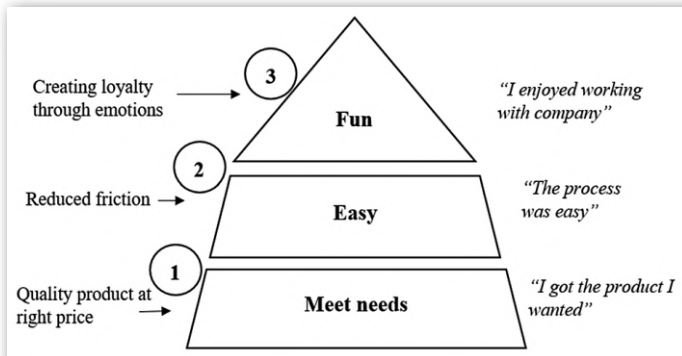


Fig. 2. The Bokka Pyramid: 3 Key Areas to Measure
Source: Bokka article (2019)

3) Fun. This component is about making an emotional connection with the buyer.

Using this tool, you can get a complete picture of the journey of customers through the peaks and troughs.

1.2 Features of customer experience in the automotive market

Customers expect a fully, end-to-end digital buying and ownership experience, often with minimal human contact, as well as access to their own, personalized after-sales and service area using just their smartphone or browser. (Customer experience in automotive: disrupting the way cars are sold, article 2019)

Dan Bolger dealer services leader of Deloitte & Touche LLP highlights the 7 key moments in a customer's sales journey:

- The digital experience
- Coming into the dealership
- Talking to salespeople
- The test drive
- Negotiation and purchase
- Vehicle delivery
- Service and the ongoing relationship

In the 2019 study by Cox Automotive Company about the key changes in consumer vehicle buying behaviors it was proved that the car buyer journey was transformed. Nowadays the stages of customer journey are: 1) Explore, 2) Consider, 3) Select, 4) Buy, 5) Own.

Cox Automotive identify top trends of car buyer journey:

- The buying process moves faster, as buyers are predominantly using online resources to search for information.
- The number of dealers visited during the process of buying cars continues to drop.
- Third party sites are the most popular as online source for driving brand awareness and influencing final car purchase decision.

According to the results of the 2019 study by Consulting Agency Marksw Webb, we can conclude that the market has not yet adapted to the requirements of a modern buyer, who saves time and effort, and therefore expects that services can be received remotely and quickly. Even the most digital car makers solve customer problems in online channels not well enough in comparison with best practices in other areas of retail. Moreover, it was mentioned that the most important trend of the future is a full-fledged

purchase of a car online, which includes signing a loan agreement, an on-site evaluation of a car in trade-in, ordering a test drive to the address chosen by the client and delivery of the purchased car online. (Car Buying Digital Experience Rank 2019, research by Markswebb)

2. Methodology and description of empirical research

Customer behavior and therefore customer experience in various countries differs due to factors related to culture, habits and beliefs. In order to maintain success in the international market, it is important for automobile company to analyze foreign consumers, as their customer experience is different.

The main purpose of the empirical research is to explore, evaluate and compare customer experience of the concrete car brand (Volkswagen) in Germany and Russia and identify the stages that are critical in the formation of customer experience character.

An in-depth interview was chosen as a method of empirical research because it ensures broad and versatile data. A sample of this research are people (both men and women) from the age of 25 to 45 years old who are purchased the vehicle of concrete car brand within the last 12 months. The number of respondents is 20 in general: 10 German and 10 Russian recent new-vehicle buyers.

Based on the Bokka and Gartner approach a dynamic guide was compiled for the interview, which contains a logically clear structure for the future report, the information for which is provided by interviews conducted on this questionnaire.

Empathy maps and customer journey maps will be designed using an in-depth interview analysis. Furthermore, Bokka and Gartner pyramids will be designed in order to evaluate customer experience.

Conclusion

This work is devoted to the study of customer experience and the identification of its features in the automotive market. For the evaluating customer experience with Volkswagen company two approaches were chosen: approach by Bokka Experience Agency and approach by Gartner Consulting Company.

What is specific for changes in customer behavior in automotive market is the growth of popularity of online tools and better information that facilitate faster and easier decision-making, thereby creating a more efficient car-buying process. The car buyer journey is on its way to becoming end-to-end digital.

Based on the obtained secondary data, a research design was made. An in-depth interview was chosen as a method of empirical research since within the framework of this topic and research tasks it is necessary to obtain unique information about the behavior, needs, motives, feelings and emotions on each stage of the car buying experience.

REFERENCES:

1. Brakus J.J., Schmitt H.B., Zarantonello L. Brand Experience: What is it? How is measured? Does it affect loyalty? //Journal of Marketing. — 2009.
2. Bokka The Important Metrics to Track in Your Customer Experience Program, Article (2019) [online] Available at: <https://www.bokkagroup.com/home-builder-insights/articles/customer-experience-metrics-for-homebuilders>
3. Car Buying Digital Experience Rank (research 2019) [online] Available at: <https://markswebb.ru/report/car-buying-digital-experience-rank-2019/#anchor-about>
4. Cox Automotive CAR BUYER JOURNEY RESEARCH(2019) [online] Available at: <https://www.coxautoinc.com/market-insights/2019-car-buyer-journey-study/>
5. Deloitte Automotive customer service becomes a relationship-based consumer experience Article [online] Available at: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/manufacturing/articles/relationship-based-automotive-consumer-experience-and-customer-service.htm>

Цзян Линь
Jiang Lin
Цюй Лэй
Qu Lei

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Магистрант программы «Международный бизнес»
Student of Master program «International business»
e-mail: 1525278501@qq.com
e-mail: ql46123@163.com

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ ДЛЯ ТОЧНОГО МАРКЕТИНГА

HOW TO USE BIG DATA FOR PRECISION MARKETING

Эволюция сегментации рынка является краеугольным камнем точного маркетинга. Она должна быть поддержана достижениями в информационных технологиях. Переход на цифровые технологии позволил упростить сбор и хранение данных, в то время как базы данных облегчили эффективное использование этих данных. Международные компании активно используют точный маркетинг. Анализ такого опыта является важным

The evolution of market segmentation is the cornerstone of accurate marketing. It must be supported by advances in information technology. The transition to digital technologies has made it easier to collect and store data, while increasingly efficient databases have facilitated the use of this data. International companies are actively using accurate marketing. An analysis of such an experience is important.

Ключевые слова: Маркетинговые тенденции, информация о пользователе, большие данные, Точный маркетинг.

Keywords: marketing trends, user info, Big Data, precision marketing.

This article attempts to analyze how Haier Group as an example uses big data for precision marketing. Information collected from open sources.

In order to effectively solve the problems in the marketing process, Haier Group clearly understands the preferences of users, and transmits the appropriate information (product information, promotional information) to the appropriate information at the right time in the right way (SMS, email, WeChat), People (users with obvious needs and potential needs), improve the efficiency and effectiveness of communication with users, reduce marketing and promotion costs, and improve marketing effectiveness [2. C 175]. In the process of precise marketing of user big data, Haier Group has planned and implemented from the following perspectives. First, it integrates and integrates user data, then identifies users, enriches user portraits, and then uses historical sales data Build a user marketing model, and finally through the marketing automation system, automatically carry out precise marketing to users to achieve a higher marketing effect. From the perspective of the value chain, if you want to do big data precision marketing, you need to do six aspects of data collection, data storage, data cleaning, data management, data mining, data application in daily work. This job is complementary. When conducting big data precision marketing, Haier Group integrated the work content of these five subdivisions to maximize the effect of big data precision marketing [1, c. 121]..

1. Integration and integration of data from various data sources

After more than 20 years of accumulation, Haier Group has stored user-related data in multiple information systems within the group. The data of each system is stored independently, without effective analysis and effective integration between data. As a result, although Haier Group has a large amount of user data, it cannot predict user behavior, because the data does not effectively integrate and integrate, and the data does not provide valuable suggestions and references for user marketing, and cannot drive users through

data conclusions. Therefore, before conducting big data precision marketing, it is necessary to solve the basic problem of big data marketing: the integration and integration of user data from different channel sources to effectively identify users from different channels. In the current e-commerce environment, user data is divided into structured data and unstructured data. Structured data is relatively easy to analyze and identify for large amounts of unstructured data, effective collection, storage, identification, and follow-up. The effective integration of structured data can provide an accurate data basis for user behavior prediction. The data collection is divided into two aspects. On the one hand, it is the real-name user data such as user purchase, payment, distribution, installation, and repair. On the other hand, it is the behavior of anonymous users such as browsing, viewing, and adding favorites on the e-commerce platform. Data, these two parts of data are extremely critical to user precision marketing. Only a comprehensive collection of user data can provide a solid data foundation for big data precision marketing.

After user data is collected, effective data cleaning is required to remove invalid data and leave useful data for marketing. Through the collected anonymous data, such as website access log data, user online browsing access behavior data, and real-name data, such as user registration, purchase, order, payment, distribution, installation link, the user's real name left, telephone, address and other contact information, and the attribute data hidden behind these data, such as the grade and location of the cell, are effectively matched, cleaned and integrated to achieve the identification of anonymous data and real-name data, which is conducive to the formation of a single User view information.

2. Build big data precision marketing system

After integrating and cleaning user data, different user data needs to be unified into a system for user marketing activities, therefore, an efficient and accurate marketing system is needed. One is to store data, and the other is to carry out precise marketing to users, and return the user's response data to the marketing system, so that these will be convenient for the next event. [1, c. 121]

The user's anonymous access data includes data such as the user's browsing, searching, and adding to the shopping cart on the e-commerce platform. The user's real-name access data includes data such as orders, delivery, reviews, and warranty after purchase. The core data of big data contains all the behavior of users on the Internet. These structured data and unstructured data need to be obtained through different data acquisition

methods, and then these data are regularly imported into the data storage system at a certain frequency. For data calculation and cleaning.

The data warehousing system is where all data is stored and cleaned. This system requires huge computing power. Anonymous user data and real-name user data obtained from the front end are stored in the warehousing system. After data cleaning, data mining, analytical modeling, and data Processes such as integration can process these data from the user's perspective to form a single user portrait view, do a good job of data foundation and user portrait foundation for precision marketing.

The marketing automation system can carry out marketing activities according to a predetermined process by setting business rules and timing logic.

A large amount of business logic, marketing rules and data models are stored in the system. Through the set rules, it can regularly and quantitatively communicate with the end user through the SMS system, WeChat platform and mail system and recommend marketing activities. During marketing activities, through the business logic and data models planned in the system, accurate user target groups can be selected, and then through marketing automatic

System to achieve the goal of automated precision marketing. In the marketing process, various marketing data reports developed in the business intelligence module need to be analyzed to analyze marketing effects, and future marketing predictions and insights can be made through data models, and decision support through data.

3. Planning user profile system

Haier Group integrates and cleans the user's access data on the Internet's e-commerce platform and the real-name user data of various IT systems in the group, and matches the user's name, phone, and address to form a single user data Information, and then based on the collected data, label users from different dimensions to form clear user portrait information. Based on relevant data, Haier Group has identified users from the following four dimensions and established a preliminary user portrait system. Based on daily activities and the continuous increase and accumulation of data, it continuously enriches and improves user portrait maintenance and user portrait information. [5, c. 25]

(1) Demographic attribute dimension: Demographic attribute is mainly to record and identify user's basic information, such as user's gender, age, education, address, etc. These are the basic portrait identification of user's individual.

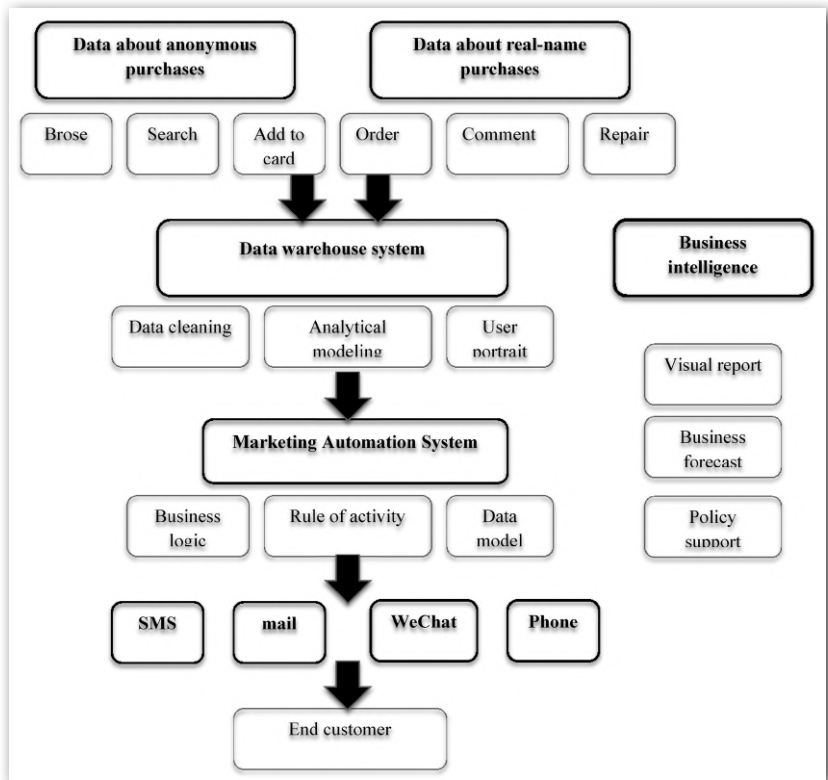


Figure 1 The big data precision marketing system architecture diagram

(2) User behavior preference dimension: User behavior preference is mainly to identify user preference behaviors in various dimensions such as user browsing, clicking, visiting, purchasing, and product selection on the Internet. Through these behavior recognition, you can understand the user's Purchasing decisions can recommend targeted products and marketing activities to users, improving user experience and conversion rates.

This dimension mainly contains the following details: 1) the source of user access; 2) the number of user visits; 3) analysis of user browsing behavior;

4) User's recent browsing frequency; 5) User's favorite behavior; 6) User's favorite product details; 7) User's favorite quantity; 8) User's payment

behavior; 9) User's purchase time per unit time; 10) Marketing activity response; 11) User receipt method...

(3) User purchase preference dimension: User purchase preference can understand which products the user has bought, and has a preference for what brand products, what model products, what colors products, from the perspective of product function point and appearance, more To meet the needs of users in a targeted manner; this dimension mainly contains the following details: 1) what commodities have been bought; 2) what commodities have been seen; 3) what commodities have been collected; 4) the color preference of the commodities; 6) What kind of promotion methods do users like: 7) What kind of communication tools and channels do users like ...

(4) User value dimension: The user value dimension is mainly to analyze and identify the user's purchasing power and the user's contribution to the company or brand. Through the analysis and identification of the user value dimension, you can understand the current relationship between the user and the company. Whether it is a high-value user or a low-value user, is there room for conversion and improvement, and combined with the identification of the above three dimensions, formulate appropriate marketing campaign strategies, price strategies, and product strategies to improve user conversion and facilitate users to make decisions as soon as possible. This dimension mainly contains the following details: 1) the total transaction amount; 2) the maximum single transaction amount; 3) the average amount of a single order; 4) monthly expenditures; 5) real estate conditions; 6) vehicle ownership; 7) life Periodic value; 8) Maximum number of purchases; 9) Purchase interval; 10) Number of products purchased.

The above dimensions are combined with the timeline dimensions, such as the last month, the last three months, the latest half a year, and the latest 1 year; the product dimensions, such as refrigerators, washing machines, air conditioners, water heaters, color TVs, computers, mobile phones, etc. ; then the brand dimensions and regions dimensions, the cross combination of multiple dimensions, form a user portrait tag system with multiple tag values.

Through the construction and application of the label system, although there is no face-to-face communication with the user, it can accurately identify the user's demographic characteristics, behavior preferences, purchase preferences, etc., and visually identify the user, and divide the user into groups. The user's group develops targeted marketing campaign strategies, pushes appropriate products, provides reasonable prices, and improves marketing effectiveness.

4. Planning and development of marketing models

Users have different user needs in different life cycles. Generally speaking, the user life cycle is divided into the following five stages: user contact, user acquisition, user development, user retention, user win back, and each stage, users Different from the company's awareness, the functions of the required marketing model are also different, so at this stage, different user marketing models are planned for different user life cycle stages.

(1) At the stage of contact with «users», a «user response model» was planned.

This stage is mainly reflected in the stage when users are just getting in touch with company products, company services, and company brands. Because users have not yet produced actual purchasing and consulting activities, this stage is mainly to analyze users' potential purchase needs To purchase new and possibly purchased products to make predictions and insights, it is necessary to analyze the user's historical access behavior through effective data analysis, through the identification of the user portrait, to determine the customer group to which the user belongs, and through the customer's historical purchase records and marketing effect, the early marketing promotion, so that users can accept the company's products, services and brands, in order to carry out subsequent marketing follow-up and user conversion. Aiming at the user base at this stage, a user response

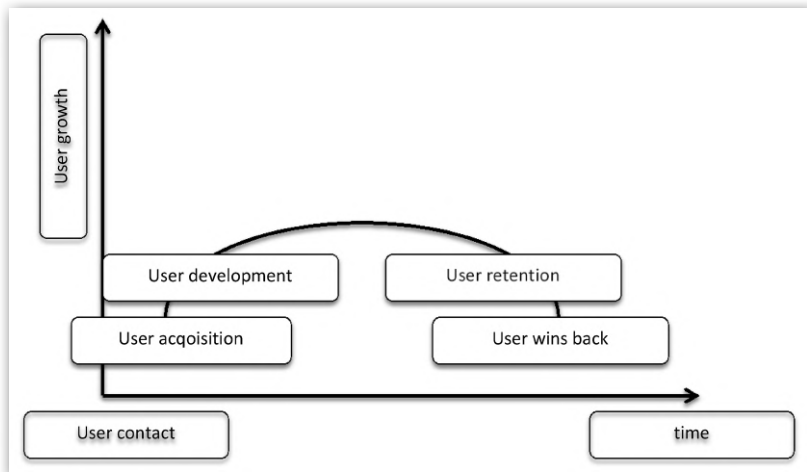


Fig. 2 The user life cycle model diagram

model is planned to predict and analyze the response of products and marketing information received by users, and to improve the matching between users and products. Can give users the products they need, improve user experience.

(2) In the «user acquisition» stage, the «user purchase propensity analysis model» was planned

This stage is mainly reflected in how the company can effectively register and purchase users as soon as possible after the company has contacted users. Which customer group does the user belong to? This requires effective user group identification of the user based on the user data that has been acquired. By establishing a user purchase propensity analysis model, the user's potential purchase behavior and the required products are predicted and insights are achieved. The effect of allowing users to successfully register and purchase.

(3) In the «user development» stage, a «product related sales model» was planned

This stage is mainly reflected in how to effectively convert users to purchase after user registration, how to buy again after purchase, etc., through the product related sales model, based on the user's purchased products and historical purchase data of similar users, analysis and prediction The product relevance of the user's purchase decision, product related marketing to the user, and increase the user's purchase amount.

(4) In the «user retention» stage, a «customer churn prediction model» was planned

This stage is mainly for users to retain marketing in the phase of loss, to send users interested products or user care emails, reflecting the company's attention and attention to users. At this stage, by establishing a customer churn prediction model, it is possible to predict the possibility and time of the user's churn in advance. Before the user is about to churn, emotional communication with the user is made in advance to avoid user churn and improve the retention rate of the user.

(5) In the «user win back» phase, a «silent customer activation model» was planned

This stage mainly refers to the need for users to re-win users through certain marketing or products after sleeping or turning to other brands or enterprises, because the win-back for old users is much lower than re-converting a new user. Through the establishment of a silent customer activation model, data analysis of the lost users, through appropriate products and services, marketing and care for users, and strive to pull users back.

Through the establishment of corresponding marketing models in the above user life cycle stages, the Haier Group's big data marketing model system has been initially constructed. [4, с.300] In the later period, through continuous marketing practices, the accuracy of the model is continuously tuned, and new Model, and gradually establish a standardized marketing model engine to provide model support for big data precision marketing.

5. Extensive application of user big data precision marketing

After establishing a big data precision marketing system, Haier Group has interacted with users in a variety of ways in e-commerce marketing, using big data to analyze and predict user behavior, and make product purchase predictions on different pages of the website. [3, с.1167] Recommend by sending EDM to users, predict users' purchase preferences and purchase decisions, through background data access, cross-screen synchronization of product recommendations for users on the PC and mobile terminals, increase user-product contact opportunities and increase user purchase probability .

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Bendle, C. X. Wang Uncovering сообщение от беспорядка больших данных // бизнес-горизонты. — 2016. — № 1. — С. 115–124.
2. Akter, S. F. Wambabig Data analytics in E-commerce: a systematic review and agenda for future research // электронные рынки. — 2016. — № 2. — С. 173–194.
3. Х. Чен, Х. Р. Чанг, В. С. Storey Business разведка и аналитика: от больших данных к большому ударом // Ми ежеквартально. — 2012. — № 4. — С. 1165–1188.
4. С. Egevelles, Н. Fukawa, л. Swayne Big потребительскими анализ данных и преобразование маркетинга // журнал Бизнес-исследований. — 2016. — № 2. — С. 895–904.
5. Zhu, В. Exploration of Precision Marketing in Traditional Retail Industry Based on Big Data // Management Observation, — 2018. — № 18. — С. 24–30.

Цурупа Татьяна Михайловна

Tsurupa Tatiana Mikhailovna

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 industries»

e-mail: tanyasax@gmail.com

ПОКАЗАТЕЛЬ ЖИЗНЕННОЙ ЦЕННОСТИ КЛИЕНТА И ПОЧЕМУ ВАЖНО ЕГО КОНТРОЛИРОВАТЬ

CUSTOMER LIFETIME VALUE & WHY IT'S IMPORTANT TO CONTROL IT

Среди всех маркетинговых показателей есть особенная метрика, зная которую бизнес может понимать, сколько тратить на привлечение клиента, чтобы не работать в убыток. Это прибыль от клиента в течение его жизненного цикла, которая раскрывает особенности поведения клиента в динамике и дает ценные инсайты, как его удержать.

Among all marketing KPIs there is a special metric which gives knowing how much to spend on attracting a client so as not to work at a loss. This is the customer value during his life cycle, which reveals the features of his behavior in dynamics and gives insights on how to keep him.

Ключевые слова: жизненная ценность, сквозная аналитика, окупаемость маркетинговых инвестиций, Google Analytics, удержание клиентов.

Keywords: lifetime value, BI-system, return on marketing investment, Google Analytics, customer retention.

Жизненная ценность клиента (англ. *customer lifetime value*, *LTV* или *CLV*) — это общая прибыль, которую компания получает от клиента в ходе его сотрудничества с ней. Эта метрика помогает прогнозировать будущие доходы и измерять долгосрочный успех в бизнесе, а также оценивать количество инвестиций на удержание клиента.

Показатель LTV дает ответы на следующие вопросы:

1. Сколько компания может позволить себе тратить на продажи и маркетинг?
2. Какой доход компания может ожидать в будущем?
3. Как можно оптимизировать затраты на привлечение клиентов для получения максимальной выгоды?
4. Сколько инвестиций требуется для удержания клиентов?

Согласно журналу Forbes, вероятность продать продукт или услугу новому потребителю составляет 5–20%, тогда как вероятность продажи его существующему покупателю в среднем составляет около 60–70%. [1] Удержание клиента без исключений обходится намного дешевле привлечения нового. Поэтому успешные маркетологи всегда разрабатывают планы удержания клиента и побуждения к новым покупкам. Более того, некоторые расчеты LTV позволяют прогнозировать прирост прибыли компании, основываясь на данных о покупках клиентов. Обычно маркетинговая стратегия строится на том, чтобы не работать в убыток, а LTV — показатель текущего состояния. Контроль данной метрики открывает следующие преимущества:

- *Анализ маркетинговых каналов.* С помощью этого анализа можно понимать, из какого канала компания получает больше всего клиентов и, соответственно, продаж, и правильно распределять бюджеты между каналами.
- *Определение самых лояльных клиентов.* Клиентов с самым большим LTV можно назвать лояльными, и им стоит уделять особое внимание.
- *Оптимизация работы по удержанию.* LTV — одна из важнейших метрик непосредственно для удержания клиентов, что критически важно для любого бизнеса. Если показатель низкий, рекомендуется концентрироваться не на привлечении новых клиентов, а на удержании текущих.
- *Персонализация.* Распределение клиентов на сегменты по уровню LTV и проработка уникальных стратегий для каждого сегмента.
- *Понимание поведенческих факторов.* Возможность настраивать коммуникацию с клиентом на сайте в зависимости от величины LTV и понимать триггеры, подталкивающие к покупке.

Есть три очень важные метрики, связанные с LTV, которые имеет смысл анализировать в комплексе, чтобы получать чёткое понимание, что происходит с бизнесом сейчас и где нужно сконцентрировать внимание.

Стоимость привлечения клиента (CAC, customer acquisition cost) — это метрика-ориентир, по которой можно оценивать свой уровень LTV. Это необходимая сумма денег на привлечение одного покупателя, дающая представление того, насколько прибылен бизнес. Оптимальным соотношением LTV к CAC считается минимум 3:1.

Коэффициент окупаемости инвестиций (ROI, return on investment) показывает, насколько окупались инвестиции на проведение той или иной рекламной кампании. В маркетинге эту метрику иногда называют ROMI.

Подсчёт LTV помогает узнать ROI на привлечение нового клиента и оптимизировать данный показатель. Если держать под контролем значение жизненной ценности клиента и работать над его повышением, то эффект от рекламной кампании с течением времени будет расти, а значит, будет выше и её окупаемость.

Отток клиентов (Churn) — неприятная, но необходимая метрика, показывающая, сколько человек прекратили взаимодействие с компанией.

LTV и Churn находятся в обратной пропорции: если ожидаемая жизненная ценность клиента не превышает затрат на его удержание, то любые расходы не имеют смысла.

Расчет LTV строится на следующем принципе — маркетологи разделяют три основных подхода, использующихся исходя из типа бизнеса и задач: исторический, прогностический и традиционный.

Для исторического подхода нужны данные только о предыдущих покупках, так как формула рассчитывает жизненную ценность клиента, исходя из прибыли от покупок в прошлом. С целью расчета «исторического» LTV применяется показатель среднего дохода с клиента или когортный анализ.

Средний доход с клиента (average revenue per user, ARPU) рассчитывается по базовой формуле:

$$ARPU = \frac{TR}{CQ},$$

где TR (total revenue) — общий доход за выбранный период;

CQ (customer quantity) — количество клиентов за выбранный период.

Когортный анализ считается продвинутым подходом ARPU.

Когорта — это группа клиентов с похожими характеристиками, совершившая первую покупку в течение одного и того же периода.

Внеся данные по когортам в таблицу 1, можно наглядно видеть суммы доходов с каждой группы за период общения с компанией, что и будет означать LTV.

Пример подсчета LTV с помощью когортного анализа

Группа клиентов	Жизненная ценность клиента				
	Месяц 1	Месяц 2	Месяц 3	Месяц 4	Месяц 5
С января 2020	\$110	\$0	\$150	\$80	\$0
С апреля 2020	\$115	\$120	\$185	0\$	—
С июля 2020	\$0	\$0	\$0	—	—

В дополнение к расчету LTV когортный анализ может определить количество лояльных клиентов и точки падения интенсивности покупок, а также точнее оценить эффективность рекламных кампаний.

Основной недостаток исторического подхода — отсутствие возможности его применения для прогнозов. Исторический подход считается релевантным только в том случае, если клиенты имеют схожие предпочтения и не меняют их, а также остаются с компанией в течение одинакового периода времени.

Прогностический подход к расчету LTV нацелен на моделирование потребительского поведения и прогнозирование будущего потребительского поведения. Здесь уже используются алгоритмы прогнозирования общей ценности клиента, и наряду с прошлыми покупками учитываются действия клиента.

Для данного расчета потребуются знать дополнительные метрики:

$$LTV = \frac{T \cdot AOV \cdot AGM \cdot ALT}{CQ},$$

где T (transactions) — среднее количество транзакций в месяц;

AOV (average offer value) — средняя стоимость заказа;

AGM (average general marginality) — средний коэффициент прибыльности;

ALT (average lifetime) — средний жизненный цикл клиентов в месяцах;

CQ (customer quantity) — количество клиентов за выбранный период.

Хотя этот подход считается более совершенным, чем исторический, все равно прогнозы могут ввести в заблуждение. Реально лишь пред-

полагать продолжительность жизненного цикла клиентов на основе ежемесячных данных. Для более точного результата следует скорректировать расчет показателя LTV в соответствии с конкретной отраслью и бизнес-стратегиями.

Если у компании нет годовых объемов продаж, можно использовать традиционную формулу расчета LTV. В ней учитывается дисконт по удержанию клиента, средний коэффициент прибыли на срок жизни одного клиента и коэффициент удержания клиентов:

$$LTV = GML \left(\frac{R}{1 + D - R} \right),$$

где *GML* (general marginality level) — коэффициент прибыли на срок жизни клиента;

R (retention) — коэффициент удержания клиентов в месяц;

D (discount) — размер скидки.

Данная формула охватывает все возможные изменения дохода в течение определенного периода. Чтобы учесть инфляцию, каждый последующий период должен быть скорректирован на ставку дисконтирования по примеру скидки.

В системе аналитики Google Analytics (GA) также есть функция расчета ценности пользователей по показателям вовлеченности и дохода с учетом сессий за 90-дневный период.

Отчет LTV в GA отражает изменение дохода с каждого пользователя по уникальному Client ID, совершившего конверсию. Конверсия или микро-конверсия может настраиваться по любому сценарию, важному для бизнеса и рассчитывается на просмотрах страниц, достижении целей, событиях и трендах. Выбирается вкладка «Общая ценность», и отчет автоматически формируется в Google Analytics. [2]

Данный способ считается очень быстрым и удобным, а, главное, доступен в бесплатной версии сервиса от Google, однако стоит учесть следующие нюансы.

- Дополнение выпущено только в 2017 году, и оно не предусматривает длительный срок жизни клиента. Вместо этого Google Analytics делает выводы на основе последних 90 дней.
- Платформа GA работает на базе файлов cookie. И если пользователь отказывается от отслеживания cookie-файлов, отследить его данные невозможно.

- Google Analytics подсчитывает количество лидов и подписчиков в сумме по всем каналам, что не дает возможности понимать, какую выручку приносит каждый пользователь без настроенной сквозной аналитики.
- GA не может четко определить, какой клиент совершает повторную покупку без настроенной сквозной аналитики.
- Google Analytics — это эффективный инструмент для сбора данных, но для расчета LTV требуются данные о реальных клиентах и их покупках, а эта информация в GA недоступна (опять же, без настроенной сквозной аналитики).

Существуют стандартные эффективные способы увеличения LTV.

E-mail-рассылка — это отдельное направление ремаркетинга со своими стратегиями, но данный метод, в первую очередь, работает по двум причинам:

- клиент регулярно видит бренд в листе входящих сообщений и запоминает его;
- рассылку достаточно просто сегментировать и персонализировать, поэтому эффект от неё выше, чем от писем сразу для всех клиентов.

Ещё один важный момент — это регулярность. Чем дольше пользователь является подписчиком на рассылки бренда, тем реже стоит отправлять ему письма.

Web Push уведомления работают на удержание так же эффективно, но в чем-то это может быть даже удобнее для клиента — от него не требуют оставить e-mail и заходить в почтовый ящик. При этом точно так же возможно знакомить читателя с необходимым контентом.

Программа лояльности — для увеличения лояльности необходимо подружиться с клиентами: персонализировать коммуникацию, делать выгодные предложения и т. д. Также рекомендуется выстраивать с ними эмоциональную связь и анализировать, какой формат общения находит у покупателей наибольший отклик.

Еще одним важным моментом является оказание благодарности тем, кто давно с компанией, и постоянный подогрев их лояльности. [3] Не зря отлично работает на построение лояльности премиальная программа с персональными бонусами для клиентов.

Нельзя также забывать о *допродажах* и *кросс-продажах* — это товары, сопутствующие покупке. Согласно многим маркетинговым ис-

следованиям, данный приём значительно увеличивает LTV и приносит больше прибыли, чем продажи новым клиентам.

Всё перечисленное — это ни что иное, как *работа с удержанием*. Работа над удержанием всегда влечёт больший доход, чем работа над привлечением. Однако сложно посоветовать универсальную стратегию удержания: всё зависит от конкретного бизнеса.

Итак, жизненная ценность клиента — это показатель того, как идут дела у компании. А качественный его контроль с определенной периодичностью позволит всегда держать руку на пульсе.

Данный показатель может быть интерпретирован по-разному, но независимо от специфики бизнеса он действительно помогает найти баланс в продажах и инвестировать ровно столько, чтобы сохранить существующих клиентов и привлечь новых.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Patrick Hull. Don't Get Lazy About Your Client Relationships. Forbes [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/patrickhull/2013/12/06/tools-for-entrepreneurs-to-retain-clients/#674c9cdf2443>

2. Общая ценность пользователей, привлеченных через разные каналы. Справка — Google Analytics [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://support.google.com/analytics/answer/6182550?hl=ru>

3. 7 трендов маркетинга, которые увеличивают лояльность клиентов. CarrotQuest [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/blog/uvelichit-loyalnost-klientov/>

Цюй Лэй
Qu Lei
Ду Исюэ
Du Yixue

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Магистрант программы «Международный бизнес»
Student of Master program «International business»
e-mail: ql46123@163.com
e-mail: duyixue1994@gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

THE STUDY OF CURRENT TRENDS IN MARKETING

В настоящее время, быстрое развитие информационных технологий, интернет-технологий и коммуникационных технологий позволяет фиксировать и записывать данные о поведении клиентов достаточно полно. Благодаря анализу этих данных предприятия могут значительно лучше понимать своих потребителей. На основе сбора и анализа этих данных компании могут проводить точечный и точный маркетинг для пользователей. Использование больших данных для точного маркетинга является текущей маркетинговой тенденцией.

At present, with the rapid development of information technology, Internet technology and communication technology, customers' behavior data can be well recorded. Through the analysis of these data, enterprises can effectively and deeply understand users. Based on the acquisition and analysis of these data, companies can conduct accurate marketing to users. Making full use of big data for precise marketing is also the current marketing trend.

Ключевые слова: маркетинговые тенденции, информация о пользователе, большие данные, точный маркетинг.

Keywords: marketing trends, user info, Big Data, precision marketing.

Among the authors' scientific interests are topics: Formation of a Marketing Management System in an International Company and Study on the development of innovative platform solutions.

As a result of the analysis of publications, the key trends of modern marketing were highlighted. As an example of marketing solutions on the platform, an analysis of the Alibaba case was carried out.

1. Current marketing trends

With the development of the Internet, all kinds of information is developing like a big bang. The ability of users to obtain information is getting stronger and stronger. The advantage of traditional enterprise marketing based on information asymmetry is getting smaller and smaller. The purchase decision is transferred from the enterprise to the user. How to accurately identify and mine users' purchase needs and form personalized and relevant customer communication with customers has become a problem that must be considered and solved by enterprise marketing in the Internet era. With the development of e-commerce and the continuous improvement of various information technologies, various behavior data of users' browsing, shopping, adding to shopping carts, and payment on the Internet can be effectively collected and stored, based on the analysis and mining of detailed user information. On the basis, predicting and insights into users' shopping behavior, using data-driven marketing, and precise, personalized, one-to-one interactive marketing for users have become an irresistible trend in current e-commerce. Powerful companies have begun research and exploration in this area [3, c. 1168].

After the concept of big data was put forward in recent years, from the government to enterprises began to pay attention to and layout big data. Big data thinking and big data technology have brought tremendous changes and impacts on society and enterprises in many ways. As a marketing subject, an enterprise is an eternal pursuit to reduce marketing costs and improve marketing effects. The rise of big data has brought new ideas and technologies to the marketing of enterprises. Enterprises can use user big data and big data technology to carry out precise marketing positioning for users, and carry out precise marketing activities and brand promotion for subdivided users. Ask at the right time, use the right communication methods, and recommend the right products and activities to the right people in need. Big data precision marketing not only accurately subdivides users, but also reduces the cost of enterprise marketing and promotion, but also brings users a good user experience.

2. The meaning of big data precision marketing

Big data precision marketing is based on a large amount of data on multiple platforms, based on precise positioning, relying on big data technology,

Establish a personalized customer communication service system. Big data marketing is derived from the Internet industry and acts on the Internet

industry. Based on scientific management, relying on multi-platform big data collection, and the analysis and prediction capabilities of big data technology to achieve the purpose of insight and prediction of user needs, adopt more precise marketing methods, make advertising and marketing activities more accurate and effective, give Brand companies bring higher return on investment, and then obtain the expected results. Big data precision marketing has the same purpose as precision marketing. Its core lies in allowing online advertising, marketing activities and product information to be delivered to the right people at the right time, through the right carrier and in the right way. Big data and big data technology can make precise marketing customer segmentation and customer positioning more accurate, and can achieve the effect of precision marketing. In the precision marketing of big data, enterprises can use advanced database technology, Internet technology, mathematical statistics technology to conduct behavior analysis and target positioning of users, and carry out long-term personalized communication with users, so that marketing can achieve measurable and controllable precision. Requirements, which freed enterprises from the high cost constraints of online promotion and traditional advertising, reduced marketing costs, and improved marketing effectiveness.

When realizing big data precise marketing, it is necessary to open up the internal data silos of the enterprise, and collect the data of the full process node of user decision-making stored on different platforms into one platform, and conduct a comprehensive user analysis for single users to form a single user view. Multi-platform data collection can make the description of netizens' behavior more comprehensive and accurate [4, c. 900].

Based on comprehensive and accurate user portraits, the most important value of big data precision marketing is reflected in personalized marketing to users. Big data technology can make enterprises better understand users, so in the Internet and big data era, the marketing concept of enterprises has changed from «media-oriented» to «audience-oriented». In the past corporate marketing process, in media selection, it is necessary to select media with high visibility and large number of views for advertising; in product determination, the company's flagship product is used for marketing activities. Nowadays, based on big data technology and user portraits, when marketing, companies can target audience-oriented advertising media, because big data technology can let companies understand the preferences of target audiences, what content and where on the page are more concerned about . At the same time, companies can also be user-oriented to determine

the products and prices of marketing activities, because big data technology predicts the user's product function and price preferences, as well as the possible timing of purchase decisions and acceptable marketing methods. Under the big data technology, when different users pay attention to the same interface of the same media, the advertising content is different, the products and prices can be different, that is, the effect of thousands of people can be achieved, and big data marketing has really achieved Personalized marketing to users. When companies use big data for precision marketing, they can also carry out related marketing to users to increase their repeat purchase rate. In the process of big data marketing, after group identification and analysis of users, according to the historical purchase behavior of the same user group, the purchase behavior and purchase decision time of the relevant user group can be predicted, which can also be achieved for users who have already purchased Behavior analysis, predict the relevance of purchasing other products, and realize the related sales of big data marketing.

3. Alibaba user big data precision marketing case

Based on Alibaba's huge user data and analysis of user data, GM Buick Yinglang and Alibaba launched a big data precision marketing campaign, using Alibaba's user big data to carry out accurate advertising push and marketing conversion to users, becoming one of the industry Classic big data precision marketing case. The brand-new Yinglang of Shanghai GM Buick was launched on March 2, 2015. This is a car that demands «know you». The purpose of marketing is to hope that it can be deduced through data analysis of the browsing behavior and purchase decisions of old users. New customer characteristics, quickly find new users, and then carry out accurate marketing to users, improve ad click conversion rate and deposit rate. By analyzing the data of previous purchase users in Alibaba's back-end database, Buick Hideo determined the purchase user's tag attributes, such as users aged 25–35 years old, mainly women, who have known Yinglang within 60 days, based on these tag attribute data, label matching with Alibaba's back-end user data, the data range and dimensions are extended to the entire network of user data under the Alibaba system, extract the Alibaba data that highly matches the historical data, and then market these users. The final marketing effect is that the click-through rate of ad placement is increased to 136%. 80.3% of all users who buy cars buy through precision marketing. [2, c. 900].

Alibaba's huge sales, huge merchant customer base, and the application of user big data precision marketing have saved merchants a lot of marketing and promotion costs, and also brought users a good shopping experience: when needed, they will recommended products are recommended to the right person. This is the essence of big data precision marketing.

This is the essence of accurate big data marketing, which can be expressed through the sequence of the following actions

1. Integration of data from various data sources
2. Build big data precision marketing system
3. Planning user profile system
4. Planning and development of marketing models
5. Extensive application of user big data precision marketing [1, с. 121].

This algorithm was proposed by the Haier Group. According to the authors, the phased implementation of these steps will enable the implementation of accurate marketing in the company

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Чен, Х. Р. Чанг, В. С. Story Business Разведка и аналитика: от больших данных к большим ударам // МИ ежеквартально. — 2012. — № 4. — С. 1165–1188.
2. Akter, S. F. Wambabig Data analytics in E-commerce: a systematic review and agenda for future research // электронные рынки. — 2016. — № 2. — С. 173–194.
3. Bendle, С. X. WangUncovering Беспорядок больших данных // бизнес-горизонты. — 2016. — № 1. — С. 115–124.
4. Ereveles, Н. Fukawa, л. SwayneBig Потребительский анализ данных и преобразование маркетинга // журнал Бизнес-исследований. — 2016. — № 2. — С. 895–904.

Чаулкин Николай Андреевич
Chaulkin Nikolay Andreevich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Стратегическое корпоративное управление»
Master program «Strategic corporate management»
e-mail: nikchaulkin@gmail.com

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ
КАК ЭЛЕМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ЗАВОДА**

**TECHNOLOGICAL MODERNIZATION AS AN ELEMENT
OF THE REFINERY'S INVESTMENT STRATEGY**

В работе выделены основные аспекты инвестиционной стратегии нефтеперерабатывающего завода, рассмотрены особенности и основные показатели эффективности технологической модернизации, а также факторы, влияющие на осуществление данного процесса.

The paper highlights the main aspects of the investment strategy of the refinery, considers the features and main performance indicators of technological modernization, as well as factors that affect the implementation of this process.

Ключевые слова: стратегия, инвестиции, технологическая модернизация, нефтепереработка.

Key words: strategy, investment, technological modernization, oil refining.

Нефтеперерабатывающая промышленность Российской Федерации постоянно развивается не только с целью обеспечения потребностей внутреннего рынка необходимым объёмом нефтепродуктов, но и для возможности реализации продукции с высокой добавленной стоимостью по экспортным каналам. Для обеспечения стабильного роста данной отрасли российской экономики, крупнейшие нефтяные компании, имеющие в своём активе мощности по переработке нефти, разрабатывают для себя эффективные стратегии развития.

Инвестиционная стратегия нефтеперерабатывающего завода (НПЗ), в свою очередь, является частью общей стратегии нефтяных компаний и имеет ряд особенностей. При разработке инвестиционной стратегии российские нефтяные компании ставят перед собой задачи по достижению долгосрочных целей, руководствуясь при этом следующими принципами [1, с. 487]:

1) реализация проектов с наиболее высокими показателями эффективности для формирования оптимального инвестиционного портфеля;

2) минимизация рисков при реализации проектов и деятельности предприятия;

3) обязательный периодический постинвестиционный мониторинг проектов.

Исходя из первого и второго принципов инвестиционные проекты могут быть с прямым и косвенным экономическим эффектом. Целью проектов с прямым экономическим эффектом является получение прибыли, а к проектам с косвенным экономическим эффектом можно отнести, например, минимизацию риска выхода из строя технологического оборудования и потери выручки в период его простоя.

В связи с этим большая часть инвестиционных проектов на НПЗ проводится с целью модернизации действующих установок с заменой основного технологического оборудования. Процесс модернизации проводится как комплексный процесс, который может не только затрагивать внутренние элементы организационной структуры предприятия, но и влиять на взаимодействие с внешней средой.

Сейчас в России на многих НПЗ идёт процесс глобальной модернизации. Это связано с тем, что около 90% российских НПЗ было построено в Советском Союзе [2, с.47]. На диаграмме указано распределение построенных НПЗ по годам (рис. 1).

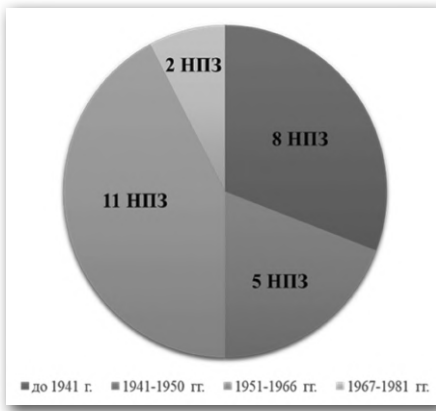


Рис. 1. Распределение построенных НПЗ по годам

В настоящее время развитие модернизации на российских НПЗ закреплено на государственном уровне. 13 ноября 2009 г. было обнародовано распоряжение Правительства № 1715-р «Об Энергетической стратегии РФ на период до 2030 г.». Данный документ определяет направление развития топливно-энергетического комплекса страны, в котором

особое место отведено модернизации российских нефтеперерабатывающих заводов.

Основными целями данной стратегии являются:

- разработка и реализация инвестиционной программы технологической модернизации предприятий;
- снижение затрат за счёт повышения эффективности производства;
- повышение качества и расширение ассортимента нефтепродуктов.

Процесс модернизации нефтеперерабатывающих заводов основан использовании как новых, так и усовершенствовании уже существующих технологий, которые позволяют обеспечить долговременное устойчивое развитие нефтеперерабатывающей отрасли.

Так как модернизация на НПЗ происходит почти во всех его функциональных подразделениях, то можно выделить следующие виды данного процесса:

- технологическая
- управленческая
- научно-техническая
- финансовая
- экологическая и др.

Технологическая модернизация наряду с научно-технической является наиболее капиталоемкой и ресурсоемкой, и может быть успешно осуществлена на предприятиях с высоким научно-исследовательским потенциалом. Стоит отметить, что инвестиционные проекты в данных сферах имеют длительный срок реализации, изменяющийся в интервале от 6 месяцев до 15 лет.

К наиболее быстрокупаемым проектам относятся проекты повышения производственной эффективности и автоматизации производства. Более крупные инвестиционные проекты, такие как техническое перевооружение или замена оборудования, требуют более серьезного контроля, и их оценка проводится в несколько этапов.

При оценке инвестиционных проектов технологической модернизации можно выделить следующие показатели эффективности на НПЗ, разбив их по группам критериев (таблица 1).

При проведении оценки эффективности модернизации и разработке стратегических планов стоит учесть каждый из этих показателей. Приоритетным технологическим показателем эффективности для НПЗ

является глубина переработки нефти. Например, для увеличения данного показателя компания ПАО «Газпром нефть» внедряет на своих предприятиях гидрооблагораживающие процессы и проводит модернизацию установок по переработке тяжёлых нефтяных фракций. Это является одной из целей инвестиционной стратегии нефтеперерабатывающих заводов компании.

Таблица 1

Основные критерии и показатели эффективности модернизации

Критерии	Показатели эффективности
Финансово-экономические	<ul style="list-style-type: none"> • Выручка и прибыль • Капитальные затраты (CAPEX) • Чистая дисконтированная стоимость проекта (NPV) • Индекс доходности (PI) • Внутренняя норма доходности (IRR) • Дисконтированный срок окупаемости (DPP)
Технологические	<ul style="list-style-type: none"> • Глубина переработки нефти • Индекс Нельсона • Производство светлых нефтепродуктов • Доля процессов глубокой переработки нефти
Экологические	<ul style="list-style-type: none"> • Суммарные выбросы парниковых газов, в т. ч. CO₂ • Выбросы в атмосферу SO_x • Выбросы в атмосферу NO_x • Объем жидких и твердых отходов • Энергоэффективность проектов

Также следует отметить, что с 2011 г. программа модернизации нефтеперерабатывающей отрасли РФ ориентирована в основном на строительство и реконструкцию установок с целью улучшения качества нефтепродуктов [3, с. 132]. Качество нефтепродуктов регламентируется государственными стандартами ГОСТ, в которых указаны ограничения по содержанию серы, ароматических, кислородосодержащих углеводородов, плотности, вязкости и другим показателям. Поэтому особую роль при технологической модернизации НПЗ будут играть, в первую очередь, меры государственного регулирования, которые формируют требования к работе основного технологического оборудования, к выбросам и концентрации вредных веществ на производстве, а также к порядку утилизации отходов.

Так как переработка нефти является непрерывным процессом и сильно зависит от нефтяного сырья, то здесь наблюдается прямая зависимость между увеличением его стоимости или изменением качества и величиной инвестиций, необходимых для эффективного функционирования НПЗ [4, с. 307]. Это связано с тем, что расходы на сырьё составляют большую часть переменных затрат и влияют на качество целевых нефтепродуктов.

Также стоит отметить, что формирование стратегии модернизации тесно связано с изменениями макроэкономических показателей страны, например, состояние автомобилестроения, изменение спроса на товарные нефтепродукты и уровень достатка населения.

Помимо вышесказанного, особенности реализации процессов модернизации в нефтеперерабатывающей промышленности РФ обусловлены следующими обстоятельствами:

1. На российских нефтеперерабатывающих предприятиях используются зарубежные технологии и катализаторы. В последнее время ситуация меняется в лучшую сторону, но всё равно чаще всего лицензиарами при строительстве установок вторичной переработки нефти являются иностранные компании.

2. На НПЗ одной из проблем является правильная оценка распределения затрат между выпуском целевой и попутной нефтяной продукции из-за комплексности технологических процессов.

3. На российских нефтеперерабатывающих заводах себестоимость нефтепродуктов, полученных из 1 тонны нефти, выше в 1,5–3 раза, чем за рубежом [2, с. 41].

Таким образом, нефтеперерабатывающая промышленность является одной из ключевых сфер российской экономики, нуждающейся долгосрочном развитии и в привлечении новых инвестиций. Из-за большого количества особенностей и факторов, оказывающих влияние, данная отрасль постоянно претерпевает изменения, которые невозможно осуществить без модернизации установок, технологического оборудования и различных систем безопасности на НПЗ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Шинкарёва В.О. Анализ инвестиционной деятельности ОАО «Газпром нефть» // Экономика освоения Арктики и ее ресурсов — 2016. — № 10. — С. 487–492.
2. Золотухина Т.В. Организационно-экономическое обеспечение модернизации предприятий нефтеперерабатывающей промышленности: диссертация кандидата экономических наук. — Нижний Новгород, 2014. — С. 212.

3. Киреев М.С. Современное состояние и перспективы модернизации нефтеперерабатывающей промышленности России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2015. — № 11–1. — С. 131–134.

4. Фомин В.Н. Разработка стратегии инновационного развития нефтеперерабатывающего предприятия // Экономические науки. — 2010. — № 62. — С. 306–311.

5. Стрельцов А.В. Особенности разработки и оценки эффективности инвестиционной стратегии нефтеперерабатывающего предприятия // Экономические науки. — 2017. — № 3–148. — С. 22–26.

Чекмарев Даниил Олегович
Chekmarev Daniil Olegovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа: «Корпоративные финансы»
Master program: «Corporate finance»
e-mail: dan10.02@mail.ru

**ПРАКТИКА ЗАЕМНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ,
ПОЛУЧЕННОГО ОТ АФФИЛИРОВАННЫХ ЛИЦ**
**THE PRACTICE OF BORROWED FUNDING RECEIVED
FROM AFFILIATES**

В статье рассматриваются практические вопросы заемного финансирования, полученного от аффилированных лиц. Рассмотрены проблемы такого финансирования, отдельное внимание было уделено влиянию такого финансирования на финансовую отчетность и, соответственно, инвестиционную привлекательность бизнеса.

The article is considering the practical issues of borrowed funding received from affiliates. The problems of such financing were identified with the special attention paid to the impact of this type of financing on the financial statements and the investment appeal of the enterprise.

Ключевые слова: аффилированные лица, займы, инвестиционная привлекательность, финансовые вложения.

Keywords: affiliates, loans, investment appeal, financial investment.

Бизнес рассматривает заем как дополнительный источник средств для собственного экономического развития или продолжения текущей деятельности. Иногда заем рассматривается как дешевая альтернатива собственному капиталу, позволяющая снизить базу начисления

налога на прибыль. Порой же заем используется предприятием исключительно как средство получения дополнительных, экономически необоснованных выгод.

Цель данной работы — показать на практике, как займы, полученные от аффилированных лиц, могут влиять на деятельность предприятия и его инвестиционную привлекательность.

Для развития крупных корпораций необходимы источники финансирования, которые позволяют обновлять основные фонды, расширять производство, обеспечивают возможность технического перевооружения. Собственных источников финансирования у организаций может не хватать. В такой ситуации решением данной проблемы является привлечение заемного капитала. Кроме того, использование только собственных источников часто ограничивает уровень рентабельности собственного капитала, который таргетируется многими корпорациями. Таким образом, использование заемных средств приводит к повышению эффективности инвестиционной деятельности компании, способствует росту производства и, как результат, увеличивает её рыночную капитализацию.

Таким образом, компании нередко прибегают к использованию заемных средств в своей деятельности. Это может быть вызвано как временной нехваткой денежных средств, так и желанием расширить производство, модернизировать старое оборудование или запустить новый проект.

В случае же с займами, полученными компанией от аффилированных лиц, могут преследоваться и другие цели, например, уклонение от уплаты налога на прибыль путем занижения базы его начисления, страховка на случай банкротства предприятия, получение скрытых дивидендов собственником.

Юридически Верховный Суд Российской Федерации, проводя линию борьбы с требованиями аффилированных кредиторов выделяет следующие основные случаи таких займов:

- заем как злоупотребление правом (ст. 10 ГК РФ);
- заем как мнимая сделка (п. 1 ст. 170 ГК РФ);
- заем как притворная сделка, скрывающая увеличение уставного капитала (п. 2 ст. 170 ГК РФ);
- заем как латентный инструмент выхода из кризисной ситуации.

При рассмотрении способов заемного финансирования, важно иметь понимание значения совершения сделок между взаимозависимыми лицами.

В российской судебной практике нередко встречаются случаи оспаривания займов, полученных от аффилированных лиц в связи с банкротством компании. Это связано с тем, что в такой ситуации собственник может претендовать на раздел имущества наравне с остальными кредиторами, хотя формально такой заем часто является альтернативой вкладу в уставный капитал, что обычно и признает суд, оставляя собственника предприятия в последней очереди в порядке выплат при банкротстве.

Помимо этого, такой заем может использоваться для занижения базы налога на прибыль на величину процентов, уплаченных по этому займу. Такие случаи тщательно проверяются силами Федеральной Налоговой Службы на предмет экономической целесообразности такой сделки. В случае, если сделка будет признана ничтожной, налог доначисляется, а предприятие облагается штрафом.

При этом стоит отметить, что в соответствии с Письмом № 03—01—18/35527 от 19.06.2015 от Министерства Финансов Российской Федерации, проверка экономической целесообразности не может проводиться территориальными органами Федеральной Налоговой Службы.

Например, налоговых инспекторов заинтересовала экономическая обоснованность займов и процентных расходов, как в деле крупного производителя макарон и муки «Макфа» (основатель — Михаил Юревич). Компания не смогла в трех инстанциях оспорить доначисление 143,6 млн руб. налогов, штрафов и пеней, которые ФНС выставила после проверки займов от акционеров Валерия и Натальи Юревичей. В 2004—2010 годах они выдали компании более 1 млрд руб. под проценты, которые в разные годы составляли от 6 до 12,8% годовых. «Макфа» сразу перечисляла полученные средства на депозиты под 6,5—9,5% годовых или финансировала аффилированные компании практически бесплатно — под 0,01—3% годовых.

Это и стало поводом для налоговиков исключить проценты по займам из расчета базы по налогу на прибыль. Они указали, что «Макфа» использовала деньги от акционеров не для того, чтобы получить доход, а чтобы передать их дальше в заем с маленьким процентом. В частности, они приняли во внимание и то, что компания мало платила по займам, а кое-где вообще не было доказательств, что они перечислялись. В итоге ФНС доначислила 143,6 млн руб. налогов, пеней и штрафов, а компания отправилась обжаловать их

в суде. В процессе № А76–10867/2017 «Макфа» трижды просила отложить взыскание доначислений, указывая, что это для нее большая сумма. Но суд возразил, что это незначительные для предприятия деньги, и все три раза отклонил ходатайства.

Немаловажным является также негативное влияние займов, выданных аффилированными лицами на финансовую отчетность компании, которое приводит к неверной оценке со стороны потенциальных инвесторов. Так, замена взноса в собственный капитал выдачей займа исказит данные бухгалтерского баланса (разделы долгосрочных и/или краткосрочных обязательств), отчета о движении денежных средств в консолидированной отчетности в случае, если заем был получен от физического лица, связанного с рассматриваемой компанией, и в неконсолидированной во всех случаях (движение денежных средств от финансовой деятельности). Помимо этого, такие займы могут исказить отчет о финансовых результатах, потому что ФНС может оспорить снижение базы для расчета налога на прибыль, после чего отчетность будет нуждаться в корректировке (влияет на прибыль до налогообложения, начисленные проценты и чистую прибыль).

Из-за подобных изменений в отчетности некоторые показатели, традиционно рассчитываемые инвесторами, могут оказаться нерепрезентативными и не отражать реальное положение дел на предприятии. Это влияет на большую часть показателей финансовой устойчивости, так как они предназначены для измерения структуры активов и пассивов по отношению друг к другу. Также замена вклада в собственный капитал займом оказывает влияние на рентабельность и оборачиваемость собственного капитала, на финансовый рычаг (D/E), что может сказаться не только на ожиданиях инвестора, но и на стоимости кредитов (как текущих, так и будущих). В ситуациях, когда заем предоставлен на период меньше года (или когда до погашения долгосрочного займа осталось меньше года), это также влечет за собой изменение в показателях ликвидности и платежеспособности.

Говоря об изменениях в отчетности и основных показателях, рассчитываемых инвесторами, хотелось бы продемонстрировать эти изменения на примере уже знакомой «Макфы», используя отчетность 2011 года и корректируя ее на изменения в собственном капитале и долгосрочных обязательствах на 1 млрд. руб. (таблица 1).

**Изменение значений некоторых показателей до и после корректировки
финансовой отчетности**

Показатель	Значение до корректировки	Значение после корректировки
D/E	0.423	0.244
RoE	0.121	0.106
ET	1.333	1.166

Как можно заметить, финансовый рычаг (D/E) оказался занижен, что свидетельствует о том, что при размещении денежных средств в качестве уставного капитала финансовая устойчивость компании оказалась бы выше фактической.

Рентабельность и оборачиваемость собственного капитала (RoE, ET), наоборот, ожидаемо изменились в худшую сторону из-за увеличения собственного капитала. Это может не позволить инвестору или кредитору оценить реальное состояние предприятия и пойти на инвестиции с более высоким риском и меньшей доходностью из-за возникающей асимметрии информации.

Подводя итоги, нужно отметить, что займы между связанными сторонами нередко используются компаниями для снижения базы начисления налога на прибыль. Некоторые компании злоупотребляют этим, занимая средства у аффилированных лиц без экономического обоснования и уклоняясь тем самым от уплаты налогов. ФНС очень тщательно следит за тем, чтобы такие займы имели помимо формальных подтверждающих документов сведения об экономической целесообразности привлечения этих средств.

Помимо того, что предприятие уплачивает более низкий налог на прибыль, у займов от аффилированных лиц есть еще одна проблема — порядок выплат при банкротстве. Когда связанное лицо выдает заем компании, увеличивается кредиторская задолженность (альтернатива вкладам в уставный капитал). Если в такой ситуации компания обанкротится, аффилированное лицо попадает в реестр кредиторов, и будет претендовать на раздел имущества наравне с остальными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Абушова Е.Е., Спиридонов А.А. Минимизация рисков оспаривания налоговым органом сделок по внутригрупповым займам. В сборнике: Неделя науки СПбПУ Мате-

риалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. 2018.

2. Городилов М.А., Коняева Т.В. Совершенствование методики оценки налоговой нагрузки в группе компаний. Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2018. Т. 13. № 2.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 19.04.2020).

4. Кизимов А.С., Уловкина П.Л. Налогообложение корпоративного заимствования: модернизация необходима. Налоговая политика и практика. 2015. № 6 (150).

5. Министерство финансов Российской Федерации. Письмо № 03–01–18/35527 от 19.06.2015.

Чухраева Анастасия Николаевна
Chukhraeva Anastasia Nikolaevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Логистика»
Master program «Logistics»
e-mail: nas85893072@yandex.ru

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В АВТОМОБИЛЬНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

DIGITAL TRANSFORMATION OF LOGISTICS PROCESSES IN AUTOMOTIVE PRODUCTION

В статье рассматриваются вопросы, связанные с изменениями в области производства и логистики при переходе к цифровой экономике в автомобильной сфере. Обобщены современные возможности в области закупок, транспорта и производства в условиях трансформации. Приведены примеры автопредприятий, внедряющих прогрессивные технологии в свои производства.

The article deals with issues related to changes in the area of production and logistics in the transformation to a digital economy in the automotive sphere. Current opportunities in the field of purchasing, transport and production in the conditions of transformation are discussed. Examples of automobile manufacturer that implement advanced technologies in its production are given.

Ключевые слова: логистика, автомобильная промышленность, автомобильный рынок, логистические процессы, индустрия 4.0.

Keywords: logistics, automotive industry, automotive market, logistics processes, industry 4.0.

Цифровизация в управлении цепочками поставок и автоматизация производства на сегодняшний день рассматриваются как ключевые приоритеты в автомобильном производстве. Разработка и внедрение

цифровых решений нового поколения, обмен опытом и практиками внедрения цифровых технологий становятся центральным звеном для развития бизнеса и роста конкурентоспособности цепей поставок.

К характерным признакам Индустрии 4.0 можно отнести автоматизированные производства, на которых управление всеми процессами осуществляется в режиме реального времени и с учетом изменяющихся внешних условий. Важную роль играют интернет-технологии, обеспечивающие коммуникации между персоналом и взаимодействия между машинами. Предприятия создают продукцию в соответствии с требованиями индивидуального заказчика, оптимизируя себестоимость производства. Главная цель заключается в том, чтобы способствовать интеллектуальному объединению продуктов и процессов по всей цепочке создания стоимости, что позволит более эффективно использовать организационные процессы в создании товаров и услуг для повышения выгоды клиентов, предлагая им новые продукты и услуги.

Современные требования и запросы клиентов меняются, что требует от автопроизводителя оптимизации процессов и внедрения такого технического решения, которое в наибольшей степени соответствовало бы целям клиентов. Для компании это превращается в задачу проектировать наперед модульный автомобиль во всех возможных вариантах его исполнения, что без цифровых технологий по его проектированию было бы невозможным.

В качестве примера можно рассмотреть программу цифровой трансформации такого игрока на рынке автопроизводителей, как «КАМАЗ». Одной из основных задач цифровой трансформации в области автомобильной промышленности является появление цифрового «умного» производства, что означает интеллектуальную сетевую работу, мобильность, гибкость промышленных операций и их интеграцию с клиентами и поставщиками, а также внедрение инновационных бизнес-моделей.

Известно, что конкурировать по скорости реализации требуемых на производстве операций человеку с машиной крайне сложно. Поэтому одной из составляющих программы цифровизации на КАМАЗе выступает роботизация. В 2018 году на одном из заводов КАМАЗа был запущен робот в учебной ячейке сварочного цеха. По программе он без затруднений наклоняется почти под любым углом, а если предоставить ему в «руки» пневматические клещи, то робот начнет варить, параллельно контролируя процесс качества сборки. Однако на заводе

отмечают, что в производственном корпусе он нужен, по большей части, для обучения сотрудников [2, с. 17].

Другим примером является Ульяновский автомобильный завод, который стал применять технологии промышленного Интернета вещей для мониторинга производства и контроля работы оборудования. Данное технологическое решение стало применяться на участке лазерной резки, входящем в состав прессового производства УАЗ. Данный участок оснащен двумя роботизированными комплексами и до проекта функционировал безостановочно, что затрудняло качественное выполнение работы по техническому обслуживанию и плановым ремонтам оборудования. Проект реализован с использованием платформы Интернета вещей PTC ThingWorx. Благодаря созданному решению, специалисты предприятия могут собирать данные и проводить расширенную аналитику о работе участка и состоянии активов. Передача данных о различных параметрах робототехнического оборудования происходит в режиме онлайн [3].

Отдельно в автомобильной сфере стоит выделить процесс закупки, поскольку обеспечение запасными частями и управление цепочками поставок стали менее сложными задачами, чем раньше, что помогает автопроизводителям снизить себестоимость и добиться конкурентоспособных цен на свои модели, тем самым улучшая клиентскую базу и долю рынка.

Цифровые решения в закупках предоставляют доступ к ранее недоступным форматам данных, структурируя огромные массивы разрозненной информации, делая анализ более комплексным, а закупочные стратегии — более эффективными, что в итоге приводит к более эффективным операциям.

Можно отметить, что цикл закупки необходимых компонентов становится более автоматизированным в цифровом мире. Такие рутинные транзакции как обработка заказов на закупку, формирование заявки на закупку, администрирование приемки товаров, оплата счетов могут подлежать автоматизации, что, в свою очередь, в дальнейшем потребует значительно меньшего вмешательства сотрудников службы закупок.

Применяя доступ к имеющимся инновациям поставщика через общие платформы, используя углубленную аналитику, растущие возможности по обработке информации и усовершенствованную визуализацию, цифровая закупка в конечном итоге повышает качество принятия стратегических решений.

В качестве открывающихся возможностей в области закупок могут выступить:

- управление затратами в настоящем времени с применением машинного оборудования;
- быстрое согласование договора и иных дополнительных соглашений по части изменений через блокчейн и «умные» контракты;
- прогноз спроса с поддержкой искусственного интеллекта, а также будущих источников поставки.

В области транспортных решений использование цифровых платформ также способно существенно облегчить рутинные процессы по решению повседневных операционных задач. Цифровая система в области транспортной логистики предоставляет доступ к интерактивным веб-технологиям, с помощью которых можно напрямую подключиться к системе транспортировки и складирования грузов, спланировать ресурсы предприятия, осуществить любые виды взаимодействий с контрагентами [1, с. 23].

Несмотря на то, что речь идет о тенденции к автоматизации и цифровизации производства, практическое применение этих технологий в большей степени реализуется в секторе транспорта. Это является движущей силой оцифровки и интеграции вертикальных и горизонтальных цепочек создания стоимости, оцифровки предложений продуктов и услуг, а также разработки новых цифровых бизнес-моделей и платформ доступа клиентов.

На сегодняшний день электронные сервисы связывают компанию с контрагентами и перемещают любое взаимодействие в цифровое пространство, включая электронный документооборот. Сегодня возможно в режиме онлайн организовать транспортные торги в пару кликов, выбрать перевозчика по заранее установленным компанией-производителем критериям и распределить заявки в работу, и в дальнейшем отслеживать доставку груза, а затем анализировать имеющуюся статистику.

Современные методы работы делают рынок прозрачным и позволяют за грузоперевозки не переплачивать. Наравне с другими преимуществами, применение инструмента электронных торгов при организации транспорта и распределении заказов между перевозчиками содействует уменьшению человеческого фактора в данном вопросе.

Критически важным моментом также является своевременность доставки комплектующих и возможность отслеживать перемещение

груза по маршруту, что позволяет прогнозировать время загрузки и разгрузки, организацию производственного процесса, успешно бороться с простоями автотранспорта и штрафами, и главное увеличивать уровень сервиса.

Таким образом, автомобильная промышленность, внедряя цифровые технологии в производство, движется в ногу с меняющимися тенденциями в цифровом мире и способно обеспечивать более высокий уровень обслуживания конечных клиентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Дмитриев А.В. Цифровые технологии прослеживаемости грузов в транспортно-логистических системах // Стратегические решения и риск-менеджмент. — 2019. — Т. 10. — № 1. — С. 20–26.

2. Деловой портал «Управление производством». Цифровизация «КАМАЗа»: как облегчить труд технолога и повысить производительность труда // Цифровое производство: сегодня и завтра российской промышленности». — 2018. — № 3. — С. 11–18.

3. Официальный сайт компании «УАЗ». — Режим доступа : <https://www.uaz.ru/> (дата обращения 15.04.2020).

Широкова Александра Андреевна
Shirokova Alexandra Andreevna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Международный бизнес»
Master program «International business»
e-mail: shirkva2010@yandex.ru

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

DEVELOPMENT OF YOUTH TECHNOLOGICAL ENTREPRENEURSHIP IN THE FIELD OF INFORMATION TECHNOLOGIES

В условиях трансформации экономики и общества для современных университетов растет важность развития молодежного технологического предпринимательства в сфере информационных технологий. В связи с этим в статье рассмотрен опыт поддержки молодежного технологического предпринимательства в сфере информационных технологий в трёх российских универси-

татах, вошедших в рейтинг «предпринимательских» университетов и бизнес-школ за 2019 год: Санкт-Петербургском государственном университете, Московском физико-техническом институте, Санкт-Петербургском государственном электротехническом университете «ЛЭТИ». Выявлено, что в качестве мер поддержки молодежного технологического предпринимательства в данных университетах реализуются образовательные программы и учебные курсы, ориентированные на формирование предпринимательских компетенций у студентов, действуют бизнес-инкубаторы, акселераторы, выстраивается взаимодействие с бизнесом. В качестве результатов поддержки университетами молодежного технологического предпринимательства рассматриваются стартапы в сфере информационных технологий, созданные студентами данных университетов. Сделан вывод о возрастании уровня поддержки технологического предпринимательства университетами, а также о необходимости дальнейшего изучения опыта университетов в поддержке молодежного технологического предпринимательства, в том числе иностранных, для выявления существующих слабых мест, препятствующих социально-экономическому развитию в условиях цифрового общества.

In the context of the transformation of the economy and society for universities, the importance of developing youth technological entrepreneurship in the field of information technology is growing. In this regard, the article discusses the experience of supporting youth technological entrepreneurship in the field of information technology in three Russian universities included in the ranking of entrepreneurial universities and business schools for 2019: St. Petersburg State University, Moscow Institute of Physics and Technology, St. Petersburg State Electrotechnical University “LETI”. It was revealed that, as measures to support youth technological entrepreneurship, these universities are implementing educational programs and training courses focused on the formation of entrepreneurial competencies among students, business incubators, accelerators, and interaction with business. The results of university support for youth technological entrepreneurship are considered startups in the field of information technology created by students of these universities. It is concluded that an increase in the level of support of technological entrepreneurship universities, as well as the need for further study of the experience of universities in support of youth technological entrepreneurship, including foreign ones, to identify existing weaknesses that hinder socio-economic development in a digital society.

Ключевые слова: молодежное технологическое предпринимательство, информационные технологии, стартап, опыт российских университетов.

Keywords: youth technological entrepreneurship, information technology, startup, experience of Russian universities.

In a digital society, the key factors in economic activity are electronic technologies and services, as well as digitally presented voluminous, diversified data. Thus, one of the drivers of socio-economic development in a digital society is the innovative development of the information technology

industry. Innovative infrastructure is associated with research and education infrastructure, which leads to the expansion of the goals and functions of universities. With the transformation of the economy and society for modern universities, the importance of developing youth technological entrepreneurship in the field of information technology is growing.

As part of this work, we will consider the experience of supporting youth technological entrepreneurship and its results at three Russian universities: St. Petersburg State University, Moscow Institute of Physics and Technology, and St. Petersburg State Electrotechnical University “LETI”. Universities selected for review were included in the ranking of “entrepreneurial” universities of the Expert Analytical Center for 2019 [4], startups of which are related to information technology. When compiling this rating, the number of start-ups founded over the past ten years, where a graduate of the university was one of the founders, was taken into account; the number of university graduates who have founded at least one company; the total investment attracted by startups related to the university; the share of startups that have attracted investment in the total number of startups attributed to the university; average number of visits to startup sites related to the university, etc.

St. Petersburg State University, which occupies the first place in the ranking, offers start-up entrepreneurs such support measures as consulting, accounting, patent and legal, marketing services, training services as part of the St. Petersburg State University business incubator [2]. In the Business Incubator, joint ventures with SPbSU are born and grown. In addition, on the base of the university, an annual competition of interdisciplinary undergraduate and graduate projects “Start-up of St. Petersburg State University” is held. The winners of the competition will receive bonus payments from the endowment fund of St. Petersburg State University, for the finalists of the competition the endowment fund has established special grants to commercialize the project when creating a small innovative enterprise with St. Petersburg State University. Since 2019, the winners of the competition, studying at the graduating courses of St. Petersburg State University, have the opportunity to set off their start-up project as a final qualification work.

The finalists of the “Start-up SPbSU” competition in the field of information technology are:

- The “Electronic Language” team (the development of students using a neural network will help to monitor the state of the environment and check the quality of food products). The team received terms of refer-

ence from several St. Petersburg enterprises; however, now there is no information about commercialization.

- The “Elite: Blockchain Automation in the Field of Thermology” team, which introduced a system that consists of sensors and a mobile application that allows temperature-sensitive products to be measured during transportation along the entire route, as well as to automate the transaction between the carrier and the consignee.

Second place in the ranking is the Moscow Institute of Physics and Technology. Accelerator MIPT “PhysTech.Start” invites projects that already have a minimally viable product to take part in its program. Lectures on business areas, expert sessions with professionals from the field of technological entrepreneurship, mentoring meetings with investors and business angels and individual discussions of pilot projects with corporations are held for participants. 95 innovative start-ups have already become graduates of the accelerator, many of which have shown excellent results: they have attracted investments, launched pilot projects with corporations, are actively developing sales and entering the international market [1].

For students of MIPT, an innovative workshop is held annually. Students engage in IT projects under the guidance of teachers in this two-semester training course. The course involves the development of an innovative start-up project; students become part of the team from the first day. In the first semester, emphasis is placed on the prototype’s operability; in the second semester, attention is focused on working with users, sales, and obtaining investments. Lectures are held in parallel with work on projects on relevant topics.

At the Department of Technological Entrepreneurship at MIPT, the development of a business project is mandatory for graduates. Specialists for venture companies and technology entrepreneurs are trained here.

The results of the accelerator, the holding of an innovative workshop, as well as a number of other events at the university (various competitions, assistance in finding financing) contribute to the development of youth technological entrepreneurship in the field of information technology. The app of MIPT student Emovi, which selects films by emoji, in 2019 became one of the most downloaded on the App Store and Google Play and received an investment offer from a business angel. The Emovi system uses neural networks to give movies specific moods.

St. Petersburg State Electrotechnical University “LETI” was ahead of all Russian universities in terms of growth in the number of start-ups in the

ranking of entrepreneurial universities and business schools of Expert Center in 2019. Another strength of the university in the ranking was the indicator of the total volume of investments attracted by startups of university graduates — 186.1 million US dollars.

In 2019, the Faculty of Economics and Management was transformed into the Institute of Innovative Design and Technological Entrepreneurship, which implies closer interaction with employers, which provides a link “school-university-enterprise” [3]. The Technopark also operates based on the university, contributing to the implementation of the university’s youth innovation policy for the development of innovative entrepreneurship of students, graduate students and young scientists, as well as promoting the development of the university’s innovative infrastructure.

As a result of the university’s activities, one of the startups created at LETI reached the final of the GoTech All-Russian IT Prize. Students developed a new technology for user interaction in augmented reality Remote AR Multiplayer, which allows you to play together, being in different locations, find investors and organize a startup WATTY Games Inc. Watty Games Inc. closed the seed-round of financing for \$ 250 thousand.

It can be observed that over the past years, Russian universities have been paying more and more attention to supporting technological entrepreneurship, since startups in the field of information technology are important for socio-economic development in a digital society. University implements educational programs and training courses focused on the formation of entrepreneurial competences for students, run special projects, business incubators, accelerators, build interaction with business; students are actively involved in this activity. However, still few university developments are brought to the stage of commercialization; not all startups successfully enter the market. Further more in-depth study of the experience of universities, including foreign ones, in supporting youth technological entrepreneurship is needed to identify weaknesses that impede socio-economic development in a digital society.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Официальный сайт МФТИ [Электронный ресурс] URL: <https://mipt.ru/> (Дата обращения 05.04.2020)
2. Официальный сайт СПбГУ [Электронный ресурс] URL: <https://spbu.ru/> (Дата обращения 05.04.2020)
3. Официальный сайт СПбГЭТУ «ЛЭТИ» [Электронный ресурс] URL: <https://etu.ru/> (Дата обращения 06.04.2020)

4. Рейтинг предпринимательских университетов и бизнес-школ за 2019 год. Аналитический центр «ЭКСПЕРТ» [Электронный ресурс] URL: <http://www.acexpert.ru/analytics/ratings/rejting-predprinimatelskih-universitetov-i-biznes-.html/> (Дата обращения 03.04.2020)

Шишмарева Светлана Андреевна
Shishmareva Svetlana Andreevna

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: shishmareva.2013@mail.ru

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ РЫНОЧНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

APPROACHES TO ASSESSING FINANCIAL MARKET STABILITY OF A COMPANY IN THE DIGITAL ECONOMY

В данной статье представлен подход, который в условиях цифровой экономики поможет организации оценить свое реальное положение относительно конкурентов на рынке.

In the article presents an approach which will help to assess an organization its real position among competitors in the market.

Ключевые слова: оценка рыночной устойчивости, цифровая экономика, электронный документооборот, прозрачная экономика.

Keywords: assessing financial market stability, digital economy, electronic document management system, economy transparency.

Цифровая экономика — это приоритетное направление развития как всего мира, так и нашей страны. В первую очередь его реализация направлена на модернизацию и внедрение цифровых технологий во все ключевые сферы экономики и госуправления. Цифровая инфраструктура должна обеспечить доступность достоверной информации для всех пользователей.

Рыночная устойчивость организации — это ее стабильность и конкурентоспособность. Она проверяется с помощью набора определенных показателей, характеризующих ликвидность, финансовую неза-

висимость, состояние оборотных средств и другие. Однако уже не раз было доказано, что реальное положение организации трудно оценить по соответствию единому нормативному значению показателя, так как необходимо учитывать общую экономическую ситуацию страны присутствия, а также специфику деятельности организации, к примеру, сравнивать ликвидность среди объектов деятельности в розничной торговле со строительными не представляется разумным, так как наличие нормы соотношения оборотных активов и краткосрочных обязательств существенно отличаются друг от друга из-за различных потребностей в ресурсах и источниках их формирования. Для получения более точных оптимальных значений необходимо анализировать отчетности компаний в конкретной отрасли, чем больше выборка организаций, тем точнее будет результат. В связи с этим возникает вопрос кто сможет собрать и обработать такой большой объем информации.

Бухгалтерская отчетность должна отражать достоверную информацию о фактической финансово-хозяйственной деятельности организации. В России все юридические лица должны предоставлять бухгалтерскую отчетность в Федеральную налоговую службу (далее «ФНС») России. Она является контролирующим органом за соблюдением налогового законодательства и своевременного корректного внесения налогов и сборов в бюджет государства. С 1 января 2020 года в соответствии с изменениями, внесенными в Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 года «О Бухгалтерском учете», с 2020 года все организации обязаны сдавать отчетность в ФНС в виде электронного документа с помощью операторов электронного документооборота (далее «ЭДО»). ЭДО направлен не только на ускорение и упрощение обмена данными между участниками рынка, а также государственной властью, но и на переход к прозрачной рыночной экономике. Переходный период есть только у субъектов малого предпринимательства, на переход к электронному документообороту у них есть год. Вся годовая бухгалтерская отчетность организаций, несмотря на их организационно-правовую форму, будет в открытом доступе на официальном сайте ФНС России, более того ее можно будет скачать с электронной подписью налоговой службы, в открытом информационном ресурсе будут отсутствовать отчетности тех организаций, чья бухгалтерская отчетность содержит сведения, относимые к государственной тайне. Электронная подпись является еще одним преимуществом цифровизации, так как она имеет такую же юридическую

силу, как и синяя печать, но для получения документов с ней тратится намного меньше ресурсов.

В ФНС должна предоставляться достоверная информация, так как у данного исполнительного органа есть все полномочия на проверку правильности ее составления. Таким образом, решается проблема источника сбора и хранения информации для расчета отраслевых показателей рыночной устойчивости и формирования показателей для сравнительной оценки.

Организации должны входить в одну анализируемую группу по основному коду ОКВЭД-2 (общероссийскому классификатору видов экономической деятельности), который указывается в бухгалтерской отчетности, он должен совпадать с данными ЕГРЮЛ. Для более точного анализа можно разделить эти группы по соотношению организаций к субъектам малого, среднего и крупного предпринимательства, так как показатели финансово-хозяйственной деятельности могут отличаться от возможностей организации исходя из ее оборотов и дополнительных преимуществ в получении ресурсов. В таком случае можно получить оптимальные значения как общие по всей отрасли в России, так и значение для отдельной категории субъекта предпринимательства в отрасли. Расчет данных величин можно производить, используя инструменты описательной статистики, к примеру, среднее арифметическое.

Одной из основных характеристик рыночной устойчивости организации, а также важным критерием для кредиторов и других пользователей, является способность организации вовремя покрывать свою задолженность. В основном используют коэффициенты платежеспособности, которые показывают возможности организации покрыть свои краткосрочные обязательства за счет высоколиквидных или низко ликвидных активов организации, однако оценить по данному показателю устойчивое положение организации трудно, так как при низком показателе у организации может быть высокая оборачиваемость активов, низкий уровень постоянных затрат и так далее.

Информацию о просроченной задолженности можно найти в пояснениях к бухгалтерскому балансу в разделе «Дебиторская и кредиторская задолженность», но данную форму обязаны предоставлять не все организации, а также больше всего ошибок в этой форме связано с искажением показателей отражений дебиторской и кредиторской задолженности.

Основной обязанностью налогоплательщика является своевременная оплата налогов, сборов (взносов) и штрафных санкций подача налоговой документации, а также оплата налогов, сборов (взносов) и штрафных санкций. В случае если задолженность у юридического лица более 3 000 рублей, то согласно статье 70 НК РФ в течение 3 месяцев (со дня образования недоимки) ему направляют требование об уплате налогов, оно должно быть направлено налогоплательщику в течение 20 дней со дня вступления в силу. Данное требование должно быть исполнено в течение 8 дней с даты его получения, в противном случае ФНС может заморозить все расчетные счета организации до исполнения ею обязательства. Это приостанавливает финансовую деятельность организации, что болезненно влияет на ее общую хозяйственную деятельность.

Следовательно, идентификатором неустойчивого положения организации может служить именно длительная просроченная задолженность по налогам и сбором, а ФНС России как раз обладает данной информацией, поэтому данные организации либо не должны вовсе включаться в расчет нормативных значений для отрасли, либо приравниваться к самым низким значениям показателей. С учетом вышеизложенных сроков возникновения и погашения требований, длительной задолженностью можно считать недоимку, срок погашения которой просрочен более чем на 4 месяца.

Расчеты отраслевых показателей рыночной устойчивости могут быть включены в сервис ФНС «Риски Бизнеса: Проверь себя и контрагента» или «Прозрачный бизнес: Проверь себя и контрагента». Официальный сайт ФНС является официальным цифровым инструментом органов власти РФ, доступ к нему и к его сервисам являются общедоступными. В таком случае, будет реализован принцип доступности и открытости информации, которая подразумевает под собой цифровая экономика. Более того будет реализована возможность проявления должной осмотрительности при выборе контрагента, которую обязаны соблюдать все организации во исполнении статьи 54.1 НК РФ, чтобы доказать отсутствие получения необоснованной налоговой выгоды.

Подведем итоги: вышеописанный подход не только позволит организации оценивать свое текущее состояние с реальными рекомендуемыми значениями показателей рыночной устойчивости в отрасли, а также повысит репрезентативность информации, но и защитит ор-

ганизацию от доначислений со стороны налоговых органов и от сомнительных контрагентов. В условиях цифровой экономики необходимо поддерживать прозрачность рынка, а также доступность и открытость информации об отраслевом состоянии участников для всех пользователей информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) часть первая от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (НК РФ).
2. О бухгалтерском учете: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ.
3. Паспорт национального проекта Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/info/35568/>, свободный — (03.04.2020).
4. С 2020 года изменится порядок представления бухгалтерской отчетности / Официальный сайт ФНС России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn57/news/tax_doc_news/9351951/, свободный — (04.04.2020).
5. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1.: учебник для вузов / Н.В. Войтоловский [и др.]; под редакцией Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978–5–534–10997–9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454211> (дата обращения: 06.04.2020).

Шкарин Владимир Александрович
Shkarin Vladimir Aleksandrovich

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
St. Petersburg State University of Economics
Программа «Корпоративные финансы»
Master program «Corporate finance»
e-mail: shkarin-va@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ КОРПОРАЦИИ

FORMATION OF THE CORPORATION FINANCIAL RISK MANAGEMENT STRATEGY

В данной статье рассмотрены теоретические и практические аспекты формирования стратегии управления финансовыми рисками корпораций инфраструктурного сектора экономики Российской Федерации, показана роль государственного регулирования отрасли электроэнергетики.

This article discusses the theoretical and practical aspects of the formation of a financial risk management strategy for corporations in the infrastructure sector of the economy of the Russian Federation, as well as the role of state regulation of the electric power industry as a potential source of financial risks.

Ключевые слова: финансовые риски, стратегия, электросетевые компании, внешние факторы.

Keywords: financial risks, strategy, power grid companies, external factors.

При рассмотрении инфраструктурного сектора экономики в качестве системообразующего трудно переоценить актуальность формирования стратегической модели управления финансовыми рисками организаций данного сектора, направленной на минимизацию финансовых потерь. Для электроэнергетики характерна прямая зависимость между объемами производства и текущим уровнем экономической активности в стране. Полагаем, что в условиях глобализации и повышения влияния глобальных кризисов на макроэкономическую ситуацию внутри страны, использование исключительно базовых элементов управления финансовыми рисками при сохранении фрагментарного подхода к управлению рисками в целом не позволит сохранить требуемый уровень эффективности финансовой деятельности корпорации.

Оценивая роль государственного регулирования финансовой деятельности электросетевых компаний, необходимо отметить — согласно действующим нормам в сфере регулирования ценообразования в отрасли электроэнергетики основными элементами системы регулируемых цен, в совокупности формирующими конечную цену для потребителя, помимо непосредственно тарифов на электрическую энергию (мощность) и надбавок за сбыт, относится цена ее передачи.

Реализация базового принципа формирования регулируемой цены, подразумевающего соблюдение баланса интересов поставщиков и потребителей, осуществляется путем установления органами государственного регулирования единых тарифов на услуги по передаче энергии по сетям субъекта, такие тарифы принято называть «котловыми».

В соответствии с применяемыми в России методами расчета, «котловой» тариф для каждого из регионов определяется исходя из совокупных затрат компаний. Такой подход обуславливает аккумуляцию выручки у «котлодержателя» (как правило, крупнейшей по объему активов организации), который, в свою очередь, рассчитывается

по индивидуальным тарифам со смежными сетевыми организациями. То есть, индивидуальные тарифы для расчета между сетевыми организациями определяется исходя из установленной необходимой валовой выручки таковых. Получаемая котловая выручка распределяется между «котлодержателем» (получателем платежей по единым (котловым) тарифам) и сетевыми организациями посредством индивидуальных тарифов, обеспечивая тем самым компенсацию затрат на производство регулируемых услуг каждой сетевой организации.

Таким образом, сумма затрат на производство и реализацию регулируемых услуг каждой территориальной сетевой организации, признанная региональным регулятором экономически обоснованной и определенная на соответствующий период регулирования, является одной из базовых величин для расчета единых (котловых) тарифов на передачу электроэнергии, и от нее зависит конечный размер соответствующих тарифов.

С учетом законодательного ограничения на совмещение корпорациями видов деятельности по передаче электрической энергии и ее реализации (данное положение закреплено статьей 6 Федерального закона № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» [1]), денежный поток за услуги проходит по цепочке «потребитель — сбытовая организация — сетевая компания — котлодержатель» — сетевая компания-поставщик услуг». Несмотря на закрепленные на законодательном уровне сроки оплаты услуг для каждого из участников данной цепочки, у сетевой компании-поставщика данная схема взаиморасчетов означает существенную зависимость от финансового состояния и платежной дисциплины каждого из участников.

После исследования процессов формирования тарифа распределения доходов от оказания регулируемых государством услуг сформулировано содержание основных рисков финансово-хозяйственной деятельности электросетевых компаний.

1. Риски тарифного регулирования являются основными отраслевыми рисками, поскольку в соответствии с действующим законодательством тарифы на услуги по передаче электрической энергии регулируются органами власти. Данный риск подразумевает возможность реализации негативных сценариев при регулировании тарифов, формировании дефицита тарифного источника финансирования при осуществлении регулируемой деятельности, фактическое отсутствие

в полном объеме необходимых финансовых ресурсов для производства и реализации регулируемых услуг.

2. Кредитный риск, усиливающийся под влиянием существующей системы распределения денежных потоков от потребителей услуг. Как отмечено выше, тарифы на услуги региональных сетевых компаний регулятор определяет «котловым» методом. Это обстоятельство обуславливает особые, «котловые» схемы взаиморасчетов, закрепленные условиями договоров между сетевыми организациями, работающими в регионе. При этом возникновение нарушения финансовой стабильности у одного из звеньев данной цепочки взаиморасчетов грозит ухудшением платежеспособности вплоть до угрозы банкротства для каждого последующего звена.

3. Риск снижения платежеспособности. Проанализирована зависимость принимаемых региональными органами государственной власти тарифных решений в отношении электросетевых компаний, заключающихся в определении плановых операционных затрат на эксплуатацию 1 условной единицы оборудования электрических сетей, и значений коэффициента текущей ликвидности данных компаний. Анализ показал, что различия в размере утверждаемой в составе регулируемых тарифов компенсации операционных затрат на эксплуатацию идентичного оборудования в зависимости от компании и региона могут достигать до 100%, а платежеспособность регулируемых компаний, оцененная на основании расчетного коэффициента текущей ликвидности (CR) по фактическим данным, напрямую зависит от принимаемых тарифных решений. Данные приведены в таблице 1.

Таблица 1

Плановые значения операционных затрат и значения коэффициента текущей ликвидности электросетевых компаний

Территориальная сетевая организация	Удельные операционные затраты согласно тарифным решениям, тыс. руб./1 у. е. оборудования	Коэффициент текущей ликвидности (CR)
ООО «Башкирская сетевая компания»	168,9	1,29
ООО «Севастопольэнерго»	162,0	1,18
АО «ЮТЭК-Региональные сети»	174,2	1,04

Территориальная сетевая организация	Удельные операционные затраты согласно тарифным решениям, тыс. руб./1 у. е. оборудования	Коэффициент текущей ликвидности (CR)
АО «Объединенная энергетическая компания»	104,8	0,87
АО «МОСОБЛЭНЕРГО»	63,6	0,85
ООО «Региональная сетевая организация»	39,7	0,63
ПАО «Ленэнерго»	19,5	0,46
АО «Орелоблэнерго»	23,1	0,34

Источник: рассчитано автором самостоятельно с использованием данных [3].

Оценка в динамике значений коэффициента Z-score Альтмана у крупнейших сетевых компаний продемонстрировала тот факт, что подавляющее число сетевых компаний стабильно находится в зоне финансового риска.

Таким образом, роль фактора государственного регулирования электросетевых компаний в возникновении финансовых рисков у регулируемых компаний была оценена как значительная.

Существенной проблемой в данных условия является то, что, как и для большинства российских компаний, в том числе для компаний электроэнергетики, на текущем этапе развития в большей степени свойственно фрагментарное управление рисками. Такое управление подразумевает использование корпорацией разрозненных методов оценки рисков без сведения результатов проведенного анализа в единое целое с последующим формированием корпоративной политики воздействия на риск с целью минимизации возможных финансовых потерь с четкими критериями оценки результативности.

Итогом данного подхода можно назвать минимальное ограничение потерь при относительно низких требованиях к информационному обеспечению процесса управления финансовыми рисками. Ключевым механизмом нейтрализации финансового риска здесь является избегание финансовых рисков, то есть отказ либо сокращение проведения определенных рискованных финансовых операций. Например, отказ от привлечения заемных средств, который исключает риски потери

финансовой устойчивости, однако, существенно снижает эффективность использования капитала. С учетом обозначенных особенностей регулирования отрасли со стороны государства возможности применения данного подхода представляются весьма ограниченными.

В крупных корпорациях отрасли, входящих в группу ПАО «Россети» [2], применяемые подходы к управлению финансовыми рисками в большей степени можно охарактеризовать как консолидированное управление финансовыми рисками с применением инструментария оценки рисков, анализа взаимосвязи факторов, приводящих к тому или иному риску, делегированием ответственности, базирующиеся на практике COSO. Приоритет, в данном случае, направлен на управление рисками и смягчение последствий реализации рисков, в частности, путем диверсификации бизнеса, использования накопленного технологического потенциала, имеющихся человеческих ресурсов с целью увеличения доли выручки от нерегулируемых государством видов деятельности.

Тем не менее, без должной адаптации к условиям ведения деятельности организации в условиях усиливающегося влияния вызовов национального и глобального рынка, прямое копирование зарубежных практик управления финансовыми рисками может оказаться недостаточным для оптимизации системы управления финансовыми рисками корпораций. О наличии проблем в существующем подходе к управлению финансовыми рисками группы могут свидетельствовать данные отчетности в части динамики просроченной кредиторской задолженности Группы [3, с. 10].

Формируя стратегию управления финансовыми рисками с учетом специфики регулируемой корпорации наиболее эффективным выглядит адаптивный подход к управлению риском, поскольку, очевидно, что не на все финансовые риски, в первую очередь, связанные с тарифным регулированием, организация способна повлиять напрямую. Для таких рисков, на первый взгляд, наиболее оправданным будет создание резервов (самострахование).

В целом, учитывая системообразующую роль электроэнергетических корпораций для экономики, нельзя недооценивать важность системного подхода к управлению финансовыми угрозами в хозяйственной деятельности таких компаний и необходимость формирования в составе бизнес-стратегии эффективных стратегий управления финансовыми рисками регулируемых компаний, основанных

на всестороннем анализе их деятельности, качественной и количественной оценке не систематических рисков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Федеральный закон «Об электроэнергетике» от 26.03.2003 № 35-ФЗ [Электронный ресурс] / Информационная база данных «Консультант Плюс». Режим доступа — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41502/ (дата обращения: 14.04.2020).

2. Политика управления рисками ПАО «Россети» [Электронный ресурс]. // Режим доступа — URL: https://www.rosseti.ru/media/zakupki/policy_risk_21.05.2014.pdf (Дата обращения 17.04.2020).

3. Ежеквартальный отчет Публичного акционерного общества «Российские сети» за 3 квартал 2019 года [Электронный ресурс]. // Режим доступа — URL: <https://www.rosseti.ru/investors/info/quarter/doc/qtr0319.pdf> (Дата обращения 17.04.2020).

Шлемина Надежда Александровна

Shlemina Nadezhda Alexandrovna

Наволокина Виктория Владимировна

Navolokina Victoria Vladimirovna

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,

St. Petersburg State University of Economics

Программа «Инновационный менеджмент»

Master program «Innovation Management»

e-mail: shlemina.nadya@mail.ru

e-mail: wiki_h@mail.ru

ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

INNOVATION AS A BASIS FOR COMPETITIVENESS

Передовым фактором конкурентоспособности современной мировой экономики является инновационность. В отрасли автомобилестроения предъявляются достаточно высокие требования к выпускаемой продукции и процессу производства, что оказывает влияние на инновационную деятельность предприятий. Целью исследования является изучение факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий данной отрасли.

The leading factor in the competitiveness of the modern world economy is innovation. In the automotive industry, quite high demands are placed on the products and the manufacturing process, which affects the innovative activity of enterprises. The aim of the research is to study the factors affecting the innovative activity of enterprises in this industry.

Ключевые слова: конкурентоспособность, инновационность, экологизация производства, беспилотные автомобили.

Keywords: competitiveness, innovativeness, greening production, unmanned vehicles.

Одним из приоритетных направлений в инновационном менеджменте является поиск решений для повышения конкурентоспособности предприятия. Инновации в отрасли автомобилестроения сменяют друг друга с бешеной скоростью и успех компаний на рынке во многом зависит от их способности своевременно реагировать на быстро ускоряющиеся темпы инновационного развития.

Автомобилестроение одна из основных отраслей промышленности мировой экономики, к которой предъявляются высокие требования по всем параметрам от сертификации выпускаемой продукции и услуг до экологичности и инновационности производственных процессов. Конкурентоспособность компании может быть заложена благодаря сильному научно-исследовательскому подразделению, которое обеспечивает для компании трансформацию результатов НИР в нововведения.

В «Руководстве Осло» определены следующие типы инноваций: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные.

Под продуктовой инновацией понимается внедрение товара или услуги, которые являются новыми или усовершенствованными в части свойств и способов применения. Примерами продуктовых инноваций в автомобилестроении могут служить: электромобили, гибридные автомобили, автомобили, работающие на водородных топливных элементах, беспилотные автомобили.

Под процессными инновациями понимается использование в практике компании нового или усовершенствованного способа производства или доставки продукта.

Под маркетинговой инновацией подразумевается введение нового метода маркетинга, в том числе существенные преобразования в дизайне и упаковке продукта, его размещении, продвижении и назначении цены на рынке.

Под организационной инновацией понимается применение новых способов налаживания взаимоотношений в деловой практике компании, организации рабочих мест и внешних связей. Так, ярким примером является компания Тойота и ее философия бережливого производства, разработанная в 1950 г. в Японии. В основе данной

философии лежит ряд принципов, предполагающих постоянное совершенствование производственного процесса за счет поэтапного контроля качества, уменьшение издержек производства, оптимизации технологического процесса и поиска наиболее эффективных способов обслуживания каждого этапа производства. К основным принципам компании относят: клиент всегда прав, уникальный модельный ряд, локализация производства, широкая дилерская сеть [1].

Ниже представлены факторы, влияющие на инновационную деятельность в автомобилестроении.

1. Стремление конкурентов улучшить качественные показатели своего продукта, расширить ассортиментную линейку и уменьшить временные показатели жизненного цикла продукта.

2. Ограниченность топливных ресурсов и ущерб, наносимый выбросами автомобилей в окружающую среду, так как, главными требованиями к инновационной деятельности в автомобилестроении являются сокращение потребления топлива и осуществления выбросов, оказывающих пагубное воздействие на окружающую среду. Среди таких инновационных разработок выделяют создание беспилотных автомобилей, электромобилей, автомобилей, работающих на подзарядке от солнечных батарей, двигателей механической коробки передач без сцепления, а также осуществление поисков альтернативных видов топлива.

3. Правовые ограничения, регулирующие деятельность в сфере охраны окружающей среды или человеческой безопасности во время эксплуатации транспортных средств. Например, Парижское соглашение, которое регулирует отношения об изменении климата, в том числе снижение выбросов и содержания углекислого газа в атмосфере, формирование международного обмена «зелеными» технологиями в сфере энергоэффективности, промышленности, строительства и т. д.

4. Ожидания потребителей и стремление к индивидуализации.

На текущий момент беспилотное автомобилестроение — одно из востребованных направлений для внедрения инноваций в автомобильной отрасли. Беспилотные автомобили задействуют программное обеспечение и сенсоры для обеспечения безопасного передвижения на дорогах без человеческого участия. Встроенное программное обеспечение позволяет осуществлять полный контроль над системами автомобиля: поворотом руля, переключением коробки передач и регулированием скоростного режима. Актуальные данные о внешней

среде и окружающей обстановке ложатся в основу действий автомобиля, информация для обработки фиксируется встроенными сенсорами автомобиля. Встроенное программное обеспечение такого автомобиля, как правило, включает нейросети и машинное зрение. Кроме того, сенсоры некоторых автомобилей фиксируют информацию с элементов инфраструктуры (примером могут служить дорожные знаки), и таким образом наиболее технически оснащенные модели могут просчитывать ситуацию и принимать решения самостоятельно, как, если бы это был профессиональный водитель, своевременно корректируя руль и переключая скорости на основе получаемых данных.

Для технологического оснащения современных беспилотных автомобилей используются специально созданные алгоритмы, основанные на Байесовском методе одновременной локализации и построения карт (SLAM, simultaneous localization and mapping) [3].

Рассмотрим преимущества и недостатки применения технологии беспилотного автомобиля.

Применение беспилотных автомобилей экономически целесообразно по ряду причин:

- снижение зафиксированных случаев ДТП, в том числе с летальным исходом;
- сокращение расходов на обязательное и добровольное страхование, экстренную медицинскую помощь, оформление случая ДТП аварийными комиссарами;
- снижение стоимости перевозок грузов и людей за счет экономии на заработной плате, времени отдыха водителей и использовании топлива;
- снижение собственного автопарка у населения в пользу развития безопасных такси-сервисов;
- более эффективное использование дорог за счет строгого соблюдения правил дорожного движения (при значительном проценте использования беспилотных автомобилей на дорогах);
- значительное преобразование существующего рынка труда в отрасли: сокращение количества людей, выполняющих рутинные операции (перевозки груза и людей), возникновение новых профессий, нацеленных на техническую поддержку, обслуживание и разработку новых модификаций автотранспортных средств.

Также среди преимуществ можно выделить отдельную группу — социальные, а именно:

- безопасное самостоятельное передвижение на роботизированном автомобиле для людей с ограниченными способностями и лиц, не имеющих водительских прав, в том числе лиц не достигших возраста совершеннолетия;
- экономия времени на передвижение, возможность заниматься другими делами параллельно процессу управления ТС.

К прочим преимуществам применения беспилотных автомобилей относится:

- возможность осуществления грузоперевозок во время чрезвычайных ситуаций или военных действий;
- снижение глобальной экологической нагрузки за счет сокращения парка автомобилей и расширения использования альтернативных источников энергии для осуществления движения транспортных средств.

К недостаткам применения беспилотных автомобилей относится:

- утрачивается возможность самостоятельного управления ТС. Возможно, для водителей, предпочитающих непосредственно процесс вождения, в дальнейшей перспективе, могут быть выделены отдельные проезжие части, обеспеченные безопасностью и обособленные от общей транспортной инфраструктуры используемой автономными автомобилями;
- отсутствие опыта управления автономным автомобилем водителями в критических ситуациях.

Быстрая обучаемость автоматизированных машин достигается путем передачи информации и практического опыта в базу данных Google с возможностью свободного доступа к получению данных для всех авто. База данных содержит большое количество сценариев, которые могут происходить в реальной жизни: внезапное появление пешехода на проезжей части или неуправляемой инвалидной коляски и т. д.

Согласно стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2025 года к приоритетным направлениям инновационного развития автомобилестроения в Российской Федерации относятся: технологии электрификации транспортных средств (электромобили, гибриды), технологии автономизации и роботизации транспортных средств.

На данный момент в России лидирующие позиции в сфере разработки автономных машин занимают компании Яндекс и Cognitive Technologies. Несомненно, их инвестиции сейчас дадут дивиденды в недалеком будущем и позволят стать лидерами на рынке современного автомобилестроения. Лидерами по разработке современных технологий в отрасли автомобилестроения в мире являются следующие компании: Tesla, Intel MobileEye, Toyota, Ford, UBER, Velodyne, Cruise, Aptiv, Baidu, Waymo и другие [2]. В ближайшем будущем наступит эпоха беспилотных автомобилей, перечисленные ранее компании-новаторы преодолеют юридические, экономические и этические барьеры на пути к завоеванию отрасли автомобилестроения. Уже сегодня беспилотные автомобили считаются в два раза более безопасными, чем транспортные средства, управляемые человеком, а благодаря развитию технологий встроенное программное обеспечение сможет полностью занять место водителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Баронина Ю.А. Современные стратегии европейских автомобильных транснациональных корпораций. Диссерт. на соискание уч. ст. канд. экон. наук. Спец. 08.00.14. — М., 2019. — 200 с.

2. Затраты на технологические инновации организаций, по видам экономической деятельности [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. — Электрон. дан. — М., 1999–2020. — Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 10.03.2020).

3. Информационное агентство России. Беспилотные машины уже ездят по Москве [Электронный ресурс] / ТАСС информационное агентство. — 2020. Режим доступа: <https://www.tass.ru> (дата обращения: 18.03.2020).

СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ I

СТАТЬИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА

Алиев И.М., Зорина Н.А., Сигов В.И. Индивидуальная образовательная траектория как способ подготовки профессионала, востребованного на рынке труда	5
Архипова О.В. Формирование кросс-культурных компетенций в процессе подготовки студентов магистерской программы «Управление гостиничным бизнесом»	12
Бедряева Т.В., Сандрина В.Е. Особенности управления гостиничным предприятием на современном этапе российской экономики в условиях кризиса (международной пандемии)	20
Бездудная А.Г., Кадырова О.В. Применение цифровых технологий как фактор успешного развития образовательных учреждений.....	26
Бдайчиева Л.Ж. Развитие бухгалтерского учета в цифровой экономике	31
Боголюбова С.А., Боголюбов В.С. Современные вызовы, ценности и трансформация туристского бизнеса	36
Боркова Е.А. Государственное управление проблем загрязнения окружающей среды в рамках концепции устойчивого развития.....	44
Гильдингерш М.Г., Тестова В.С. Проблемы и перспективы социального развития российского общества в цифровой экономике.....	50
Горнак Я.А. Проблемы внедрения корпоративной социальной ответственности в практику российских компаний.....	57
Добросердова И.И. Инвестиционная привлекательность разработок в области биомедицины	63
Дятлов С.А. Цифровое благо в системе понятий цифровой экономики	69
Ефимова Н.Ф. Финансирование инновационных технологий в здравоохранении	75
Ксенофонтова Т.Ю., Ефимов А.А. Дистанционная форма обучения в системе высшего образования в условиях цифровизации экономики	79
Кущева Н.Б. Дистанционное обучение в вузах России: цифровые технологии в период пандемии.....	84

Леонтьева И.П. Финансово-кредитные рынки в условиях низких ставок	90
Петров А.Н., Сулейманкадиева А.Э., Хорева Л.В., Петров М.А. Управление сетевыми корпоративными структурами в условиях цифровой экономики	97
Петухова Р.А. Налоговый контроль в условиях цифровой экономики....	107
Плотников В.А. Экономические системы как объект изучения в цифровую эпоху	113
Попова Е.М., Руденко С.А. Цифровая трансформация фондового рынка: инструменты и технологические новации	119
Пузыня Н.Ю. Показатели оценки результатов НИОКР	124
Расказова О.А. Цифровая трансформация обучения в организации.....	129
Рыбкина М.В. Крайнова Н.А. Правовая среда современного российского высшего образования: тенденции и перспективы развития	135
Селищева Т.А. Цифровая экономика в концепции устойчивого развития стран-членов ЕАЭС	140
Соколов В.Я., Абдалова Е.Б. Вербальные инструменты финансовой отчетности	146
Сопина Н.В. Цифровая экономика: основные понятия и категории	151
Степанова С.А. Социальное партнерство вуза и предприятий гостиничного бизнеса при подготовке профессиональных кадров: перспективы развития	156
Тумарова Т.Г. Факторы экономической безопасности России в современных условиях	160
Фомичева Н.М. Страхование защиты предприятий гостиничного бизнеса	165
Хорева Л.В. Формирование лояльности потребителей туристских услуг: обзор подходов	169
Эпштейн М.З. Использование понятия пространства в сравнительном менеджменте	177

ЧАСТЬ II СТАТЬИ МАГИСТРАНТОВ

Абрамова М.В. Основные финансовые риски предприятий ЛПК в современных условиях	182
---	-----

Алексеева Т.С., Матвеева А.В. Влияние состояния рынка труда на производительность труда	187
Алексеенок Д.С. Применение методик agile для управления удаленной командой в онлайн-проектах	192
Алмазова А.О. «Электронный муниципалитет» как основа эффективного взаимодействия населения с органами местного самоуправления...	196
Антонова О.С. Современные подходы к обучению в сфере ритейла	202
Ашуров А.Р., Джураев У.У. Конкуренция банков и финтех компаний в условиях цифровизации	208
Бадардинов И.К. Анализ тенденций развития международных IPO	213
Бажина А.А., Яшникова А.А. Методы оценки эффективности экономической деятельности банка	219
Белоконь Е.С. Автоматизация сопровождения материальных потоков в транспортно экспедиционной деятельности на примере группы компаний «Транс-Бизнес»	226
Беляева М.Ю. Политики социальной ответственности на гостиничном предприятии: тренды и преимущества внедрения	231
Березина И.В. Проблемы реализации концепции бережливого производства на предприятиях в условиях цифровизации	238
Большанина Н.В. Инновации в сфере обращения с отходами как основа конкурентоспособности	244
Брия Д.Г. Особенности учета рисков на предприятиях нефтедобычи.....	248
Бугумбаева Д.Р., Обухова А.С. Аудит и контроллинг труда в команде ИТ-проекта.....	254
Бусарев А.А. Становление правового регулирования обращения криптовалют: мировой и российский опыт	261
Бурыхина П.Н. Устойчивый маркетинг в цифровой среде компаний	266
Валько А.Л. Особенности документального сопровождения международной транспортировки скоропортящихся грузов в условиях цифровизации логистической деятельности	271
Васева В.С. Развитие волонтерства в условиях цифровой экономики....	276
Володарская А.А., Крайнова Н.А. Криминальное банкротство как отдельный сектор теневой экономики	280

Воскресенская О.В. Цифровое производство и будущее промышленности	285
Гаврилов С.Ю. Качество банковских услуг в условиях цифровизации ...	291
Галушка Ю.А. IT-инфраструктура автоматизации бизнес-процессов предприятия	297
Гензель С.Е. Анализ хозяйственной деятельности предприятия.....	302
Голубь А.С. Цифровизация как метод эффективного продвижения туристской дестинации.....	308
Горбунов А.А. Прогнозирование доли экспорта российских компаний на рынках пшеницы стран Ближнего Востока и Северной Африки с помощью онлайн-инструментов Международного торгового центра	313
Гриценко В.О. Развитие налогообложения в условиях цифровой экономики: налог на профессиональный доход.....	318
Гушина М.В. Алгоритм разработки обоснования досрочного выхода на пенсию	323
Дашкевич П.М., Флуд Н.А. Измерение устойчивого развития Арктической зоны Российской Федерации.....	329
Дашкова В.А. Актуальные вопросы учета реконструкции и модернизации основных средств в цифровой экономике	336
Демина А.М., Набиуллина К.Т. Влияние D2C маркетинга на эффективность деятельности компаний	342
Деткова Ю.В. Международные сделки M&A в агрохимической отрасли в условиях цифровизации экономики (на примере сделки Bayer — Monsanto).....	347
Джиоева А.Р., Нора Е.С. Управление кредитными рисками по операциям банков с розничными клиентами.....	353
Доронин Г.И. Особенности развития бизнес-моделей в электронной коммерции.....	358
Дуранина А.В. Аутсорсинг персонала как технология оптимизации управленческих процессов и форма организации бизнеса	364
Ершов А.Л. Эффективность антикоррупционной политики Российской Федерации	369
Живайкина А.В. Российский опыт управления сервисным персоналом в сфере спортивной и событийной деятельности.....	374

Зеленская А.А. Проблемы управления персоналом гостиничного предприятия	379
Иванова А.А. Реформирование сметного ценообразования в РФ как фактор повышения эффективности бюджетных инвестиций	382
Иващенко А.А. Использование диджитал технологий для повышения качества обслуживания на гостиничных предприятиях.....	387
Капустин Н.С. Сезонные компоненты в динамике хедж-конструкций и факторы образующие их.....	392
Каратаев В.Э. Риски финансирования инвестиционных проектов в разрезе отраслей экономики	398
Кившик Е.В. Проблемы использования современных методов управления ИТ-проектами в российских компаниях	403
Климов М.М. Проблемы и перспективы развития дистанционного обучения студентов	408
Кожура П.А. Информационное сопровождение потока задач по методологии Канбан в банке.....	412
Кострицкая Е.Д. Информационно-аналитическая система управления ЖКХ.....	416
Кругляк И.И., Завьялова В.В. Эволюция развития рынка акций нефтегазовой отрасли	421
Кудрявцева А.С. Услуги fashion-туризма в России: состояние и перспективы	427
Кузнецов А.А. Модель автоматического прогнозирования выручки.....	430
Кузьменкова Ю.О. Внутрифирменные коммуникации как инструмент развития системы управления персоналом организации в условиях её цифровизации.....	436
Кулева Е.Д. Проблемы государственной поддержки международного молодежного сотрудничества.....	441
Курочкина В.В. Мобильные приложения фудшеринга: российский и зарубежный опыт	447
Ларионов К.А. Мировой опыт создания и использования регуляторной платформы, возможность применения на российском финансовом рынке	452

Лелюх А.В. Развитие логистического инструментария повышения конкурентоспособности предприятий на рынке товаров для животных ..	456
Li Xuan. The influencing factors of cross-border e-commerce consumer behavior.....	462
Литвиненко О.С. Минимизация налоговых рисков при управлении организацией.....	466
Макагон М.М. Досудебное урегулирование налоговых споров	471
Михайлова П.А. Особенности управления человеческими ресурсами на фармацевтическом производстве	475
Невинская А.М. Свадебный туризм в Санкт-Петербурге. Перспективы развития в период низкого сезона	480
Нестерова Е.В. Кластерный анализ состояния животноводства в регионах Российской Федерации	484
Никитина Е.Д. Интерактивные методы обучения персонала как современный тренд в корпоративном управлении.....	490
Николаева А.С. Унифицированный подход к налогообложению цифровой экономики в рамках реализации плана BEPS 2.0	495
Омаров И.Р. Современные тренды «зеленой» логистики в энергетике ...	500
Осмонова С.З. Актуальные вопросы государственного финансового контроля в РФ	505
Павлова Н.С. Никнейм как средство самоидентификации виртуальной языковой личности	510
Пак В.В. Проектный управленческий учёт затрат на ИТ-предприятии .	515
Парчин А.В. Проблемы и перспективы применения ресурсного и базисно-индексного методов в оценке стоимости объектов строительства в условиях цифровизации информационного пространства.....	519
Перфилова Е.А. Развитие методов оценки гудвилла в целях оценки бизнеса в условиях цифровой экономики	526
Петухова Е.И. Проблемы и возможности стоимостной оценки нефтегазовых компаний в условиях цифровизации.....	530
Пинижанинова О.В. Совершенствование процесса обеспечения органов власти средствами защиты информации	535

Подгорный Р.Д. Проблемы и перспективы социального развития российского общества в цифровой экономике	539
Попова Е.С. Нефинансовая отчетность: современное состояние и перспективы развития.....	544
Поротикова П.В. Отношение бизнес аудитории к ситуации с внутренним контролем на российских предприятиях в сфере малого предпринимательства (социологическое исследование)	548
Рубцова П.В. Оценка экологического фактора при расчете экономической эффективности инвестиционных проектов в нефтегазовой отрасли	553
Санашева А.М. Цифровая компетентность: глобальные вызовы и тренды .	557
Сарухания Н.И. Рэп-жанр как источник обогащения лексического состава английского языка	562
Семенова Н.В. Разработка референтной архитектурной модели предприятия малого бизнеса	565
Серба Е.С. Меры государственной поддержки субъектов малого предпринимательства, осуществляющих инновационное развитие Арктической зоны РФ	569
Серова Т. Д. Совершенствование логистического процесса грузопереработки с помощью внедрения цифровой системы мониторинга и контроля за состоянием парка подъемно-транспортного оборудования.....	574
Синьшой Ли, Куни Чжу. Динамика ценных бумаг китайских компаний в период эпидемиологического кризиса: аналитика и прогнозирование	580
Смирнова В.Е. Вопросы представления информации о дебиторской задолженности в финансовой отчетности	586
Смогоржевский Д.А. Государственная защита персональных данных в эпоху развития биометрических технологий.....	590
Соколова А.В., Инькова А.А. Налоговые риски займов между аффилированными лицами	596
Солдатова Е. Совершенствование цифрового двойника компании при переходе на SAP S/4 HANA	599
Солуянова Н.П. О некоторых подходах к распознаванию музыкальных произведений	602

Suraeva U.A., Volkolova S.R. Using information technology to develop the staff's leadership potential in Russian and foreign companies	608
Таганова М.М. Особенности и перспективы формирования газового рынка Североморского макрорегиона	613
Тарасенко А.А. Предоставление дополнительных услуг в санаторно-оздоровительных учреждениях на примере региона Кавказских Минеральных вод	618
Терентьева Е.А. Возможности и пути развития медиативных технологий в управлении конфликтами в организации	623
Троицкая Д.С. Онлайн-платформы как инструмент развития корпоративной культуры организации	628
Трофимова Ю.С. Особенности применения технологий дистанционного обучения в Blended Learning	633
Федяева А.З. К вопросу о формировании профессиональной компетентности работников предприятий сферы гостеприимства	638
Хижий И.В. Управление инвестиционной деятельностью предприятия в условиях цифровизации	646
Хотулев В.М. Казначейское сопровождение контрактов — проблемы законодательства и практики, пути их решения	653
Huang Ni. Business ecosystem as new form of partnership in digital economy	659
Khudiakova V. Customer experience in automotive market	663
Jiang Lin, Qu Lei. How to use Big Data for precision marketing	668
Цурупа Т.М. Показатель жизненной ценности клиента и почему важно его контролировать	677
Qu Lei, Du Yixue. The study of current trends in marketing	684
Чаулкин Н.А. Технологическая модернизация как элемент инвестиционной стратегии нефтеперерабатывающего завода	689
Чекмарев Д.О. Практика заемного финансирования, полученного от аффилированных лиц	694
Чухраева А.Н. Цифровая трансформация логистических процессов в автомобильном производстве	699
Shirokova A.A. Development of youth technological entrepreneurship in the field of information technologies	703

Шишмарева С.А. Подходы к оценке рыночной устойчивости организаций в цифровой экономике	708
Шкарин В.А. Формирование стратегии управления финансовыми рисками корпорации.....	712
Шлемина Н.А., Наволокина В.В. Инновации как основа конкурентоспособности.....	718

Данный сборник является продолжением публикаций по материалам международных конференций, проводимых Институтом магистратуры. Ранее были выпущены следующие сборники.

Сборник докладов по материалам II международной межвузовской научно-практической конференции студентов магистратуры «Социально-экономическое партнерство — управленние будущим» «Socio-economic partnership and management of the future», состоявшейся 24 апреля 2013 года.

Материалы III международной межвузовской научно-практической конференции студентов магистратуры «Государство и бизнес: социально-экономическая ответственность в условиях глобализации» «State and Business: Socio-Economic Responsibility under Conditions of Globalization», состоявшейся 23 апреля 2014 г.

Материалы IV международной межвузовской научно-практической конференции студентов магистратуры «Россия в новых социально-экономических и политических реалиях: проблемы и перспективы развития» «Russia in New Socio-Economic and Political Realities: Problems and Prospects of Development», состоявшейся 22 апреля 2015 г.

Сборник лучших докладов V международной межвузовской научно-практической конференции магистрантов «Актуальные проблемы развития экономики и общества в глобальном пространстве» «Economy and Society Today: Globalization Issues», состоявшейся 20–21 апреля 2016 г.

Сборник лучших докладов VI Международной межвузовской научно-практической конференция Института магистратуры «Инновационные направления устойчивого развития экономики и общества» «Innovative trends of sustainable development of economy and society», состоявшейся 20–21 апреля 2017 г.

Сборник лучших докладов VII Международной межвузовской научно-практической конференция Института магистратуры «Приоритеты социально-экономического развития общества в условиях цифровой экономики» «Socio-Economic Development Priorities in the Context of Digital Econom», состоявшейся 19–20 апреля 2018 г.

Сборник лучших докладов VIII Международной межвузовской научно-практической конференции Института магистратуры на тему: «Социально-экономическое партнерство: новые модели взаимодействия в условиях изменяющегося мира» «Socio-economic partnership: new collaborative models in a changing world», состоявшейся 22–23 апреля 2019 г.

Научное издание

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

**«СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА»
«SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT
IN A DIGITAL SOCIETY»**

Санкт-Петербург

20–21 апреля 2020 г.

Подписано в печать 26.06.2020. Формат 60×84 1/16.
Усл. печ. л. 43,0. Тираж 500 экз. Заказ 527.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ