



**Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна**

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Материалы Межрегиональной научно-практической конференции

Санкт-Петербург, 28-29 мая 2021 года

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна»**

**ФИНАНСОВАЯ
ГРАМОТНОСТЬ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ**

Материалы Межрегиональной научно-практической конференции

Санкт-Петербург, 28-29 мая 2021 года

Санкт-Петербург

2021

УДК 336:330.16(063)

ББК 65.261я43

Ф59

Финансовая грамотность в условиях цифровой экономики: матер.
Межрег. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 28-29 мая 2021 года /
Ф59 под ред. М. Н. Титовой, А. И. Любименко. – СПб.: ФГБОУВО
«СПбГУПТД», 2022. – 457 с.
ISBN 978-5-7937-2057-1

В сборнике опубликованы доклады, представленные на всероссийской научно-практической конференции «Финансовая грамотность в условиях цифровой экономики», проходившей в Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна 28-29 мая 2021 года. Рассматриваются проблемы, связанные с управлением финансами и финансовыми рисками.

УДК 336:330.16(063)

ББК 65.261я43

ISBN 978-5-7937-2057-1

©ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2022

© Коллектив авторов, 2022

**Приветствие первого проректора, проректора по учебной работе
доктора технических наук, профессора Александра Евгеньевича Рудина**

Уважаемые участники!

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна» в соответствии с распоряжением Правительства РФ от 25 сентября 2017 г. № 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 гг.» реализует серию мероприятий, посвященных этой важной государственной задаче. Ключевым инструментом комплекса мер, направленных на повышение финансовой грамотности, является расширение целевой аудитории и широкое региональное представительство участников мероприятий, обеспечивающее учет всего разнообразия мнений, отраженных в сборнике статей, издаваемом по результатам конференции.

Происходящие в нашей стране процессы цифровизации определяют новый спектр задач по повышению финансовой грамотности населения, а в условиях COVID-ограничений вопросы дистанционного управления финансовыми потоками приобретают особую актуальность, в том числе в части безопасности.

Существенную роль в обеспечении широкой финансовой грамотности играет волонтерство как инструмент финансового просвещения населения по вопросам использования современных платежных сервисов и наличия связанных с этим потенциальных рисков, проведения операций с валютами на цифровых кодах, использования возможностей QR-технологии и др., актуальных изменений законодательства России в области пенсионного обеспечения.

Данная конференция продолжает цикл мероприятий по реализации стратегии повышения финансовой грамотности населения. С учетом высокого профессионального уровня участников мы уверены в ее научном и практическом значении.

Желаю всем участникам крепкого здоровья, личного счастья и новых достижений в профессиональной деятельности.



УДК 330, 336.012.23

Титова Марина Николаевна

Доктор экономических наук, профессор

Заведующий кафедрой менеджмента

Санкт-Петербургский Государственный Университет Промышленных Технологий и Дизайна,

Санкт-Петербург, Российская Федерация

+7921646287, marinatitovasutd@mail.ru

ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ В СРЕДЕ ЦИФРОВЫХ ЭКОСИСТЕМ

Рассматриваются проблемы функционирования экосистем и их влияние на специфику финансовых операций. Показана зона актуализации программ повышения финансовой грамотности населения. Отражены опыт создания экосистем в РФ, влияние на развитие малого предпринимательства и потребительского поведения, проведена первичная типизация их признаков. Представлены инфраструктурные характеристики системы «Маркетплейс»

Ключевые слова: экосистема, цифровые технологии, платформенное решение, цифровые рынки, потребитель, маркетплейс, бизнес-модель.

Доминирующей тенденцией современной экономики является проникновение цифровых технологий в процессы, непосредственно касающиеся жизни, деятельности и потребительского поведения индивида.

В XIX веке жизнь общества изменила промышленная революция, ныне этот процесс продолжает цифровая трансформация. Результатом указанной трансформации явилось новое явление, получившее название «цифровая экономика» [1], [2].

Цифровая экономика не ограничивается одной конкретной отраслью, но имеет виды деятельности – драйверы, к которым относится финансовый сектор экономики любой страны. Важно, что процесс конвертирования экономики в цифровую должен продолжаться: Network Readiness Index (NRI) 2020 показывает, что Российская Федерация занимает 48 место в мире из 134 стран по международному индексу сетевой готовности [3].

Общая характеристика уровней цифровизации представлена уровневой классификацией, отражающей переход от набора моделей, описывающих объект полностью, а не какую-то его часть или отдельные параметры, или цифровых двойников к цифровой экосистеме. В качестве промежуточных компонентов правомерно рассмотреть цифровой персонал и роботизацию. К ожидаемым эффектам относится переход от оптимизации режима работы к оптимизации процессов. Все отмеченные процессы разворачиваются на цифровых технологиях: промышленный интернет вещей, технологии взаимодействия, роботы, искусственный интеллект, мобильные устройства, облачные технологии, большие данные.

Рассмотрим результирующий продукт цифровизации, а именно цифровые экосистемы. Их можно считать, как примером модели Й. Шумпетера в части

созидательного разрушения, так и закономерным эффектом инновационных бизнес-моделей.

Экосистемы развиваются на следующих опорных предпосылках: технологический базис (Blockchain, Roboadvising, BigData), потребности потребителей (поколения Z и Y, Интернет как привычка, недостаточный уровень финансовой грамотности), потребности поставщиков (новые механизмы сбыта, снижение затрат, продуктовая конкуренция), доверенная среда (KYC, проверенный товар, подтверждение сделок, стандартные бизнес-правила), регуляторные цели (развитие рынка, стимулирование конкуренции, защита прав потребителей).

По оценке экспертов McKinsey, к 2025 г. На экосистемы может прийти около 30% глобального ВВП (60 трлн долл. США) [4].

Лидерами платформенных решений являются хорошо известные международные экосистемы: Google, Apple, Facebook, Amazon (GAFA); Alibaba и Tencent.

Существенным признаком бизнеса данного вида является цифровая конкурентоспособность, позволяющая расширить периметр бизнеса и диверсифицировать его состав. Рыночная сила платформенного бизнеса опирается на запас финансовой прочности и эффект масштаба, возможный за счет увеличения целевой фактической и потенциальной аудитории.

Интересен состав экосистем. Выявление констант, присущих таким организациям, позволяет обособить роль финансовой подсистемы, которая становится отнюдь не символическим сектором. Имманентные финансовые процедуры сохраняют свое значение в новом формате организации.

Создание экосистем предполагает два процесса со встречным движением. Возможен как вариант развития на основе высокотехнологического бизнеса, так и на лидировании финансового сектора. В любом случае отметим доступ к нематериальным активам – базам клиентских данным и растущую востребованность вида деятельности.

Лидеры российского цифрового бизнеса стартовали с платформы финансового сектора («Сбер», «Тинькофф» и ВТБ), затем проявились возможности высокотехнологических компаний («Яндекс», Mail.ru и МТС).

Рассмотрим особенности деятельности, непосредственно вытекающие из платформенных решений, которые необходимо учитывать в программах финансовой грамотности.

По частоте обращений лидирует СберБанк, его стратегии характеризуются мультипликацией нефинансовых услуг путем приобретения бизнеса в перспективных областях, например, GridGain (высокопроизводительная обработка данных) или Doc.Doc (телемедицина). Диверсификация деятельности блокирует доступ сторонних участников к данным видам услуг.

Экосистема формируется вокруг ядра, это подразделение SberX и ряд исследовательских лабораторий (Robotics, Blockchain, Artificial Intelligence).

Важной особенностью экосистем является возможность формирования типовых элементов, тиражирование их по траекториям сетевого взаимодействия,

экспорт внешним акторам. Это депо облачных решений для банка, партнеров, внешних клиентов; платформа на основе данных о транзакциях клиентов; услуги по безопасности и защите гудвилла; интегрирующий механизм регистрации и идентификации клиентов

Основным фактором совершения таких сделок является большой потенциал цифровизации покупаемых сервисов.

Бизнес-модель «Тинькофф» характеризуется растущей диверсификацией и агрессивностью. Состоявшийся старт модели дистанционного обслуживания клиентов с отсутствием представительств, филиалов при центральном офисе в Москве стал инновационной демонстрацией роли и возможностей электронных интернет-систем. Сформировавшаяся онлайн-экосистема сохраняет полноту финансовых признаков, выстроенную вокруг потребностей юридических и физических лиц.

Упомянувшееся суперприложение (Super App) аккумулирует как собственные продукты компании, так и сервисы партнеров, которые будут встраиваться в экосистему через Open API по принципу App-in-App непосредственно в интерфейс.

Рассмотрим особенности бизнес-модели ВТБ. Особенностью является стратегия развития открытой экосистемы на основе цифровых партнерств. Для этого таргетированы следующие акторы: технологические компании, сервисы объявлений, электронная коммерция и ретейл, телеком, индустрия развлечений и транспортная отрасль.

Создание экосистемы на основе классического интернет-поисковика демонстрирует Яндекс. С 1998 г. бизнес-модель распространилась вокруг инструментов поиска, почты, новостей. Источником монетизации явилось использование контекстной рекламы. С середины 2010-х гг. стратегия переориентировалась на переход в офлайн и развитие соответствующих сервисов, что обеспечивает расширение источников выручки и рост нерекламной выручки. Инновационным технологическим и управленческим является единая гибкая технологическая платформа, предполагающая новый контур: при запуске очередного сервиса все имеющиеся в компании технологии, и компоненты экосистемы находятся в распоряжении внутреннего стартапа.

Mail.ru Group самопозиционируется как «экосистема экосистем», миссией является достижение оптимального режима работы всех направлений и синергии между проектами на основе общей инфраструктуры и сервиса. Экосистема содержит группу равноправных подразделений «ВКонтакте», «Одноклассники», MY.GAMES, почтовый сервис и медиапроекты Mail.ru и хронологические последователи Delivery Club, «Юла», Pixonic, BOOM; автономные долевые решения GeekBrains, Skillbox, «Ситимобил».

По аналогии с группой LVMH и ее «домами», каждый проект обладает собственной идентичностью и уникальной ценностью. Каждый следующий участник последовательно обеспечивает приращение эффективности решений экосистемы с последующим обратным воздействием на позиции новых участников. Резервы развития экосистемы связаны с созданием максимально

эффективной платформы для ускорения существующих сервисов и создания новых продуктов.

Специфические черты новой стратегии МТС определяются направленностью на создание продуктовой экосистемы с бесшовным переходом между сервисами. Ядром экосистемы составит сквозная идентификация клиентов, использование больших данных и общих каналов продвижения, управление лояльностью и коммуникациями.

Массивы данных, накапливаемые платформами и экосистемами, составляют их основной актив. В этих условиях порог входа для нового участника на рынок весьма высок, новому или небольшому актору трудно построить успешный бизнес.

Цифровые рынки являются носителями специфических признаков [5], [6]. Помимо масштаба, мощности и уровня инновационности, они обладают мультиканальной направленностью и значительной динамичностью. Системный охват возможных участников, их сетевое взаимодействие имеет следствием ощутимое сокращение числа поставщиков с традиционными бизнес-моделями, выпавших или оставшихся за контуром платформ и экосистем, что предопределяет ограничения на масштаб операционной деятельности, ограничения или создание стационарных условий финансовой деятельности и доступ к новым технологиям для остальных участников рынка. На практике это будет проявляться в затрудненном доступе к сегментам рынка, давлении сетевых структур, формировании нового типа потребительского поведения.

Отмеченные тенденции требуют актуализации известных положений финансовой грамотности, особенно в трансграничных сферах, таких, как потребительское поведение и создание бизнеса с последующим управлением им.

Платформенная экономика, цифровая конкурентоспособность предопределили новое организационное явление – Маркетплейс. «Маркетплейс» — оптимизированный сервис, позволяющий физическим лицам круглосуточно приобретать финансовые продукты равноудаленных организаций на одной платформе, одновременно являющейся информационным посредником.

Проект «Маркетплейс» инспирирован Банком России в 2017 г. для создания регуляторных условий для дистанционной продажи финансовых продуктов по всей стране, с регистрацией таких финансовых сделок в специальном реестре — регистраторе финансовых транзакций.

Реализовать финансовую платформу открытого типа и устранить существующие ограничения позволило совершенствование законодательства [7], [8].

Сейчас в реестр Банка России включены три финансовые платформы: «Финуслуги», «ВТБ Регистратор», специализированный депозитарий «ИНФИНИТУМ». Выписку по операциям на финансовых платформах можно получить у Регистратора финансовых транзакций, в том числе на Едином портале госуслуг.

Реализуемый проект «Маркетплейс 2.0» позволит расширить спектр продуктов и сервисов на финансовых платформах, в том числе для юридических

лиц, и будет способствовать повышению конкуренции на рынке и дальнейшему развитию дистанционных финансовых услуг.

Инфраструктура системы «Маркетплейс» функционирует по принципу «plug&play» и объединяет следующих участников: финансовые платформы, операторы которых включены в соответствующий реестр Банка России; поставщики финансовых продуктов и услуг; регистратор финансовых транзакций; сайты-агрегаторы.

Регистрация на платформе проводится один раз, что открывает доступ к корзине финансовых продуктов различных поставщиков.

В рамках проекта Market Place формируется простой алгоритм действий: посещение сайта-агрегатора, сравнение и выбор финансовых продуктов, регистрация/идентификация на платформе, удостоверение условий договора, получение уведомления от регистратора финансовых транзакций (РФТ). При этом количество участников, присоединенных к системе, не ограничено.

Новые бизнес-модели на основе экосистем существенно влияют на масштаб целевых аудиторий, возможности и риски осуществления финансовых операций, что требует дополнительного изучения и отражения в программах Финансовой грамотности.

Список использованных источников

1. Копкова Е.С., Гречкин Е.К. Цифровая промышленная кооперация. Разработка промышленных платформ. Синергия наук № 31, 2019, С. 27-34
2. Жукова М.А. Цифровые технологии и платформы как инструмент цифровой трансформации. Финансовый вестник, № 4, 2018, С. 84-88
3. <https://networkreadinessindex.org/wp-content/uploads/2020/10/NRI-2020-Final-Report>
4. <https://www.cbr.ru/press/event/?id=8076>
5. Дин Синьи Цифровые платформы как новая форма развития взаимоотношений покупателей и производителей в условиях цифровой экономики. Альманах мировой науки „№ 2 (38), 2020 ,75-82
6. Бекбергенева Д.Е Процесс трансформации цифровой платформы организации в цифровую экосистему Вектор №7 (49), 2020 с. 17 -24
7. Федеральный закон «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы» от 20.07.2020 № 211 ФЗ (последняя редакция)
8. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам совершения финансовых сделок с использованием финансовой платформы» от 20.07.2020 №212 ФЗ (последняя редакция)

Titova Marina Nikolaevna
Doctor of Economics, Professor
Head of the Department of Management
Saint Petersburg State University of Industrial Technology and Design, Saint Petersburg, Russian Federation
+7921646287, marinatitovasutd@mail.ru

FINANCIAL SOLUTIONS IN THE ENVIRONMENT OF DIGITAL ECOSYSTEMS

The problems of ecosystem functioning and their impact on the specifics of financial transactions are considered. The zone of actualization of programs for increasing the financial literacy of the population is shown. The experience of creating ecosystems in the Russian Federation, the impact on the development of small business and consumer behavior are reflected, the primary typification of their characteristics is carried out. The infrastructural characteristics of the "Marketplace" system are presented.

Key words: ecosystem, digital technologies, platform solution, digital markets, consumer, marketplace, business model.

ИНВЕСТИЦИИ: ИННОВАЦИИ XXI ВЕКА

Проблема эффективного преумножения и сохранения средств как для физических, так и юридических лиц не теряет актуальности в XXI веке. Также актуальной остается задача поиска средств и источников средств для финансирования и реализации программ и проектов, а также роста благосостояния бизнеса и общества. Открывшиеся благодаря достижениям научно-технического прогресса возможности определили инновационные направления изменения инвестиционной сферы в XXI веке.

Ключевые слова: инвестиции, объекты, платформы

Переход к постиндустриальной экономике (экономике знаний) начавшийся во второй половине XX века, нашел отражение во всех без исключения сферах экономики и в том числе в области инвестиций.

В XXI веке постиндустриальная экономика приобретает черты цифровой экономики, и большинство инноваций в сфере инвестиций являются непосредственно цифровыми (рис. 1).

Платформенные	Мобильные	Цифровые финансовые активы	Правовые
<ul style="list-style-type: none"> • Краудинвестинг • Фандрайзинг 	<ul style="list-style-type: none"> • Приложения • Подписки • Сервисы 	<ul style="list-style-type: none"> • Валюты • Счета • Ценные бумаги 	<ul style="list-style-type: none"> • Дифференциация инвесторов • Новые понятия • Изменения и дополнения в законодательстве

Рис. 1. Классификация инвестиционных инноваций в цифровой экономике (предложение автора)

Инвестиции сохраняют главную функцию извлечения прибыли, но наряду с финансовыми результатами сопоставимое значение приобрели иные виды положительного эффекта.

Особо значимыми в постиндустриальной экономике становятся показатели капитализации знаний (интеллектуальной собственности) в отличие от показателей отдачи производственного и финансового капитала, имеющие приоритет в рамках индустриальной экономики.

Возросла инвестиционная привлекательность компаний и ценных бумаг организаций цифровой сферы, в частности ИТ-компаний, компаний: разработчиков ИИ (искусственного интеллекта, телекоммуникаций и связи, информационной безопасности, создателей роботов и систем автоматизации и удаленного управления).

Инновационные изменения затронули как объекты инвестирования (цифровые финансовые активы, утилитарные цифровые права, цифровые компании), так и каналы инвестирования (интернет-платформы, мобильные приложения, сервисы экосистем), и правовое регулирование инвестиционной деятельности (дифференциация инвесторов на квалифицированных и неквалифицированных, ограничения в допуске к сложным инвестиционным продуктам для «неквалифицированных» инвесторов, установление лимитов на привлечение средств через инвестиционные платформы как от физических лиц, а также физическими лицами).

Одним из инновационных способов вложения средств является «платформенное» инвестирование или осуществление инвестиций через краудфандинговые либо фандрайзинговые платформы. Само по себе явление краудфандинга (от английских слов crowd-толпа, funding – финансирование) возникло на стыке микрокредитования и краудсорсинга (crowd-толпа, sourcing-источник). Народное финансирование и ранее использовалось для реализации значимых для общественности проектов и мероприятий. В частности, на данной основе был построен, а в настоящее время восстанавливается после пожара собор Парижской богородицы. Народное финансирование выступает одним из источников финансирования данного проекта.

В настоящее время данный вариант инвестирования краудинвестинг строится на базе информационных технологий (интернет-платформ), что обеспечивает более широкий охват инвесторов. В Российской Федерации деятельность данных платформ по работе со средствами физических и юридических лиц регулируется Федеральным законом № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» (закон о краудфандинге) от 2 августа 2019 г.

С развитием информационных технологий связано появление правовых инноваций в финансовой сфере в целом, а также сфере инвестиций. В частности, инвестиции в данном законе трактуются как «денежные средства, используемые в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта путем приобретения предусмотренных настоящим Федеральным законом ценных бумаг или цифровых прав либо путем предоставления займа».

Инвестирование посредством краудфандинговой платформы возможно путем приобретения ценных бумаг, эмитируемых площадкой, утилитарных цифровых прав, цифровых финансовых активов (термин введен Федеральным законом от 31.07.2020 N 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ФЗ о ЦФА)), а также путем предоставления займов [1].

Различают несколько вариантов краудфандинговых площадок в зависимости от суммы (объема) собранных средств и финансирования проекта: «все или ничего», «оставить все», «переломный момент», «свободная цена» и «вечное финансирование» (рис.2).

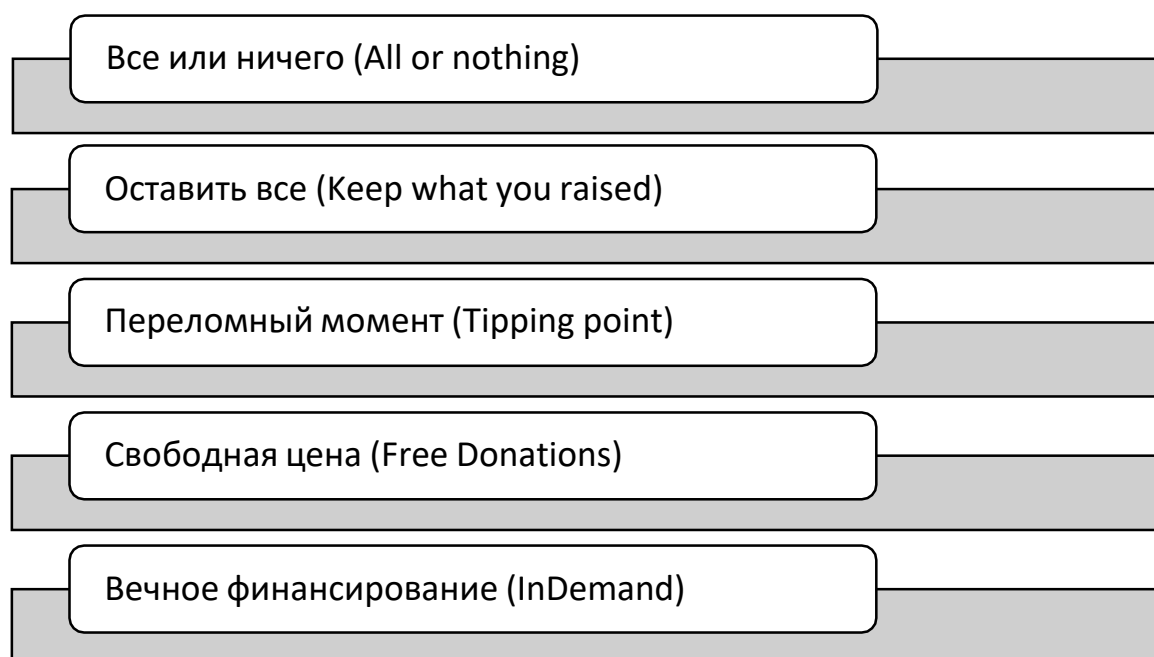


Рис. 2. Модели краудфандинговых площадок

В рамках модели «все или ничего» инициатор проекта получает собранные площадкой средства если набирает 100 % необходимого финансирования. Если 100 % порог преодолеть не удастся, то средства возвращаются инвесторам.

Модель «оставить все» предполагает передачу средств автору вне зависимости от достижения целевого объема инвестиций.

Переломным моментом после достижения которого средства перечисляются автору проекта служит процент полученных площадкой средств, в большинстве случаев используется показатель 50 % и более.

Свободная цена предполагает, что инвесторы сами устанавливают сумму инвестиций, которую готовы внести. В международной практике работы краудфандинговых площадок такая модель чаще используется для привлечения средств к уже созданным продуктам.

Модель вечного финансирования связана с установлением определенного объема инвестирования, которое может быть не ограничено сроками, теоретически оно может стать постоянным.

Различают три основных типа краудфандинга в зависимости от получаемого инвесторами вознаграждения / результата: безвозмездный или условно-безвозмездный, условно-возмездный и возмездный.

Безвозмездный или условно-безвозмездный краудфандинг в большей степени является инструментом формирования имиджа инвестора, возможностью непосредственного участия в создании продукта / реализации проекта. Финансового вознаграждения инвестор в данном случае не получает.

Условно-возмездный краудфандинг можно рассматривать как способ продвижения и реализации разрабатываемого продукта. Инвестор в данном случае получает материальное вознаграждение в виде готового продукта. К такому типу краудфандинга часто обращаются представители сферы искусства

в качестве вознаграждения в данном случае инвесторы получают книги, альбомы музыкальных групп, копии фильмов, компьютерные игры.

Возмездный краудфандинг непосредственно предполагает вложение средств в активы и ценные бумаги компаний. Результатом инвестирования является получение дохода в виде дивидендов или процентов. В рамках возмездного краудфандинга можно рассматривать две схемы получения дохода: акционерный и «роялти». Акционерный краудфандинг связан с приобретением части собственности компании либо ее ценных бумаг и получением дохода в виде дивидендов. Модель роялти предполагает получение части дохода либо прибыли от реализации продукта, либо проекта.

Фандрайзинговые проекты также предполагают сбор средств посредством интернет-площадки, однако, в большинстве случаев вознаграждение инвесторам (спонсорам) не предусмотрено. Такие проекты носят социальный характер и связаны в большей степени не с инвестированием, а с благотворительностью. По сути это сближает фандрайзинг и безвозмездный краудфандинг.

Инновации в инвестировании связаны также с развитием специализированных инструментов мобильных и интернет приложений. Инициаторами развития данного направления являются финансовые организации, которые включают его в строящиеся «экосистемы». Данные предложения предполагают инвестирование средств инвестора посредством приложений, подписок и сервисов. В отношении неквалифицированных инвесторов также действуют ограничения по обращению со сложными инвестиционными продуктами. Чаще всего данные модели инвестирования являются портфельными, в качестве объекта вложений предлагаются ценные бумаги паевых инвестиционных фондов.

Другой не менее значимой инновацией в инвестировании является вложение в генерирование (майнинг) цифровой валюты и приобретение данной валюты. По сути инвестиции в цифровые валюты являются спекулятивными, что позволяет как ее производителям, так и покупателям получать выгоду от колебания курса.

Развитие электронного ретейла является неотъемлемой частью цифровой экономики, и значимая часть корпоративных и предпринимательских инвестиций приходится на него и smm-продвижение.

В условиях цифровой экономики конкуренция переместилась в виртуальную среду, что диктует инвестиции финансовых и торговых организаций в создание «экосистем», которые в свою очередь выступают новой формой организации рынка.

Список использованных источников

1. Федеральный закон "О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 02.08.2019 N 259-ФЗ (последняя редакция). – электронный ресурс: режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330652/ - дата обращения 10.05.2021.

UDC 330.322

Lyubimenko Anna Igorevna

Ph.D., Associate Professor of the Department of Management

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg

INVESTMENT: INNOVATION OF THE XXI CENTURY

The problem of effectively multiplying and preserving funds for both individuals and legal entities does not lose its relevance in the 21st century. The task of finding funds and sources of funds for financing and implementing programs and projects, as well as increasing the welfare of business and society, is also urgent. The opportunities opened up thanks to the achievements of scientific and technological progress have determined the innovative directions of changing the investment sphere in the 21st century.

Key words: investments, objects, platforms

УДК 316.33

Агафонова Софья Максимовна

Студентка, 3-ГДА-7

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,

Санкт-Петербург, 191186, Россия

+79112480971 isonnaya@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории

Домбровский Сергей Владимирович

ПРОБЛЕМА СБЕРЕЖЕНИЯ РЕСУРСОВ И ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Аннотация: В статье описывается одна из причин проблемы сбережения ресурсов, а также один пример решения данной проблемы.

Ключевые слова: проблема, ресурсы, окружающая среда, потребление, экология.

Несмотря на очевидную проблему загрязнения окружающей среды, люди всё ещё не способны в полной мере оценить весь масштаб происходящего вокруг нас экологического бедствия. Несмотря на то, что с детства прививается выключать за собой свет, экономить воду, отключать батареи и пр., на фоне с этим покупка одноразовых вещей, которые через пару месяцев или меньше будут выброшены – не считается проблемой.

Для производства вещей затрачивается огромное количество технологических мощностей и 70% энергии, обеспечивающей это производство, вырабатывается только лишь за счёт сжигания природных ресурсов. Уже сейчас был оставлен такой колоссальный экологический след, что природе понадобится не один десяток лет, чтобы самостоятельно оправиться от нашего существования. В последние годы даже появилось такое выражения, как «мы берём в долг у своей планеты». Сберегая ресурсы, мы не только оберегаем биологическое разнообразие планеты, а также обеспечиваем себе комфортное, счастливое и полноценное проживание.

Проблема сбережения ресурсов сложна в решении ещё и потому, что ни одному поколению было привито постоянное потребление. Человек с детства видит разнообразие игрушек, вещей и пр. и таким образом ему с детства прививается система, что много значит лучше. Самое простое, что в состоянии сделать каждый человек, чтобы повлиять на сбережение ресурсов и тем самым повлиять на сохранность окружающей среды – это ограничить свои потребности.

На самом деле ни одному из нас не нужно то разнообразие вещей, которые предлагают магазины. Ни один из нас не нуждается в десяти парах обуви или четырёх куртках на сезон. Каждый человек в состоянии купить одну хорошую дорогую вещь, которая прослужит годы, вместо пары одноразовых на один сезон.

Тема сбережения ресурсов и защиты окружающей среды очень многогранна и имеет множество ответвлений. Люди могли бы изменить мир,

если бы с детства защита окружающей среды прививалась бы также активно, как и защита близких.

UDC 316.33

Agafonova Sofia Maksimovna

Student, 3-GDA-7 Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Research Supervisor: S. Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey

THE PROBLEM OF SAVING RESOURCES AND PROTECTING THE ENVIRONMENT

Abstract: The article describes one of the reasons for the problem of saving resources, as well as one example of a solution to this problem.

Key words: problem, resources, environment, consumerism, ecology.

УДК 004.738.5:655

Алимова Анастасия Владимировна

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия

PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Развитие информационных технологий привело к изменению всех элементов социума и в том числе коммуникаций. Возник феномен социальных сетей, оказывающих влияние на все стороны нашей жизни, причем жизни как непосредственных участников этих сетей, так и людей, в них вовсе не вовлеченных.

Ключевые слова: PR, социальные сети, коммуникации.

Развитие социальных сетей в настоящее время носит взрывной характер. Они все в большей степени оказывают влияние не только на повседневную жизнь, но и на политику, и на сам характер общения между людьми. Данный феномен - социальные сети - не просто вторгается в нашу жизнь. Они, разумеется, в определенной степени, начинают трансформировать ее под себя. Все более отчетливо намечается тенденция переноса, точнее, дублирования всех процессов из реальной жизни в виртуальную среду. И именно в этом роль современных социальных сетей трудно переоценить.

Социальные сети сегодня - не только средство общения и развлечения, это инструмент, который коммерческим компаниям следует использовать при реализации PR-деятельности. Около десяти лет назад специалисты и исследователи осознали чрезвычайное влияние Интернета на PR. Однако согласно статистическим данным, большинство PR-специалистов используют Интернет лишь как дополнительный, а не основной коммуникационный канал.

Коммуникации строятся в каналах социальных медиа. Социальные медиа - использование социальных сетей, форумов и блогов:

- сообщества бренда (официальная группа бренда, официальная страница бренда, неофициальная группа бренда) Официальные страницы бренда представляют собой идеальную среду для общения с существующими потребителями, группы в социальных сетях могут дополнять или даже заменять существующие сайты компаний;

- личные сообщения и чаты [1].

Миллионы пользователей ведут беседы о компаниях, их товарах и услугах, делясь своим мнением и впечатлениями. В результате отдельно взятый участник сетевого сообщества может испортить (или наоборот) репутацию компании с многомиллионным оборотом. Социальные сети накопили такую аудиторию, что субъекты бизнеса уже не могут игнорировать этот канал коммуникации и вынуждены учитывать мнения и отзывы о себе и своих продуктах, выражаемые пользователями социальных сетей.

Социальные сети - это уникальный канал коммуникации, благодаря которому компания может в кратчайшие сроки получить данные об отношении потребителя к бренду, оценить систему его предпочтений, а потребитель без особых временных затрат находит полную информацию об объективных характеристиках бренда. Брендированное сообщество в существующей социальной сети создается быстрее и проще, чем сообщество на своей площадке с нуля. Большинство людей, к которым собирается обратиться компания, уже присутствуют в социальных сетях. Также привлекательным является сектор мобильных сервисов, в частности, платформенные приложения, они позволяют собирать информацию о пользователе и обеспечивают долгосрочность коммуникаций [1].

Социальные сети не только концентрируют аудиторию, они позволяют коммерческим компаниям ее сегментировать, а значит более эффективно выстраивать непосредственную коммуникацию. Они привлекают внимание потенциальных покупателей и клиентов, стимулируют сбыт продукции, порождают интерес к компании и информационным ресурсам.

Возможности социальных сетей в сфере PR достаточно широки, но при этом потенциальная эффективность данных средств различается для отдельных направлений PR: личного (персонального) PR, PR через создание виртуальных групп, PR через рассылку приглашений на какое-либо мероприятие.

Социальные сети дают возможность таргетирования PR-компания на целевую аудиторию сформированную по признакам близости интересов, круга знакомств, опыта взаимодействия и т. д.

Личный PR в соцсетях ограничен в функциональных возможностях по сравнению с другими онлайн-инструментами, такими, например, как блоги. Также профиль пользователя демонстрирует не только его достижения, но и круг контактов, что позволяет потенциальным клиентам выявить непосредственное мнение о личности бренда.

Создание виртуальных групп является средством организации PR на основе доверительной и долгосрочной лояльности членов группы. Трансляция сообщений посредством группы позволяет получить доступ к потребителям не пользующимся другими каналами информации, а также получить обсуждение сообщений в группе.

PR мероприятий является более оперативным инструментом и обеспечивает адресность сообщений целевой аудитории мероприятий и событий. Рассредоточенные территориально пользователи социальных групп объединяют усилия и действуют согласованно, что подтверждает эффективность PR в социальных группах для достижения маркетинговых, коммерческих и иных целей компании.

Список использованных источников

1. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД,

2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

2. Горбатов А. В. Социальные сети // Труды Института государства и права РАН. 2011. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-3> (дата обращения: 17.05.2021).

UDC 004.738.5: 655

Alimova Anastasia Vladimirovna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

PR ACTIVITIES IN SOCIAL MEDIA

The development of information technology has led to a change in all elements of society, including communications. The phenomenon of social networks has emerged, affecting all aspects of our life, and the lives of both direct participants in these networks and people who are not at all involved in them.

Key words: PR, social networks, communications.

УДК 338

Арушанова Альбина Эдуардовна
студентка 3 курса РГПУ им. А. И. Герцена
Санкт-Петербург,
Форма обучения очная
cool.albina102@yandex.ru

Научный руководитель:
Сметанина Татьяна Владимировна,
доцент кафедры государственного, муниципального и социального
управления, к.э.н.
Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
г. Санкт-Петербург, Россия

ПРОБЛЕМЫ СБЕРЕЖЕНИЯ РЕСУРСОВ И ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

В статье рассматривается острая проблема использования природных ресурсов. Делается вывод о необходимости расширения функций электронного правительства в отношении мероприятий, связанных с защитой окружающей среды.

Ключевые слова: экология, «мусорная» реформа, экономическая безопасность, рейтинг, отходы, электронное правительство, цифровая экономика, эффективность, экологическая политика, стратегия.

Актуальность проблемы обусловлена тем, что рациональное использование природных ресурсов и защита окружающей среды являются одними из важнейших проблем современного мира. Благодаря инновациям и современным технологиям можно добиться наиболее эффективного использования этих ресурсов, что несомненно улучшит экологическую ситуацию в мире и повысит экономическую безопасность тех территорий, которые будут активно участвовать в этих природозащитных мероприятиях.

В рамках статьи решаются следующие исследовательские задачи:

Рассмотреть места России и Санкт-Петербурга в экологических рейтингах

Рассмотреть и проанализировать стратегию социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года

Провести анализ реформа сферы "Обращение с отходами" в Санкт-Петербурге

Экономически невыгодное, неэффективное и нерациональное использование природных ресурсов и негативное воздействие на окружающую среду является проблемой мирового и национального уровня.

Причинами неблагоприятной экологической среды могут являться:

- несовершенство законодательства в сфере экологии;
- отсутствие долгосрочной экономической стратегии;

- нестабильность экономики, которая препятствует реализации долгосрочных проектов, в числе которых большинство проектов в сфере экологии;

- получение быстрой прибыли от чрезмерной эксплуатации и продажи таких природных ресурсов как нефть, газ, лес и др.

Экономика всегда была направлена на удовлетворение материальных потребностей общества. А общество всегда зависело от ресурсов природы, но проблема в том, что эта зависимость не учитывается в экономике. Человек стремится потреблять, а не сохранять.

Экономический ущерб от загрязнения природной среды складывается из затрат на возобновление окружающей среды в первоначальное её состояние, а также дополнительных затрат будущих поколений в связи с безвозвратным изъятием части дефицитных ресурсов.

Но благодаря эффективному и рациональному потреблению природных ресурсов можно уменьшить количество промышленных и бытовых отходов, что обеспечит прибыль, т.к. чем меньше отходов, тем меньше требуется средств на их утилизацию и ликвидацию.

В 2020 году был составлен рейтинг Центром экологической политики и права при Йельском университете (Yale Center for Environmental Law and Policy [1]) «The Environmental Performance Index[2]», где Россия занимает 58 место из 180 стран (см. рисунок 1).

Bahrain	56
Ecuador	56
Russia	58
Venezuela	59
Ukraine	60

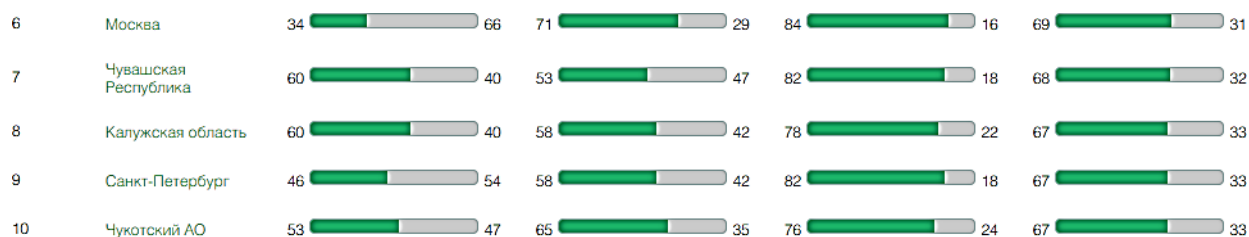
Рисунок 1. Рейтинг Центром экологической политики и права при Йельском университете (Yale Center for Environmental Law and Policy [1]) «The Environmental Performance Index[2]»

А в категории «Waste Management [3]» Россия и вовсе занимает 122 из 180 стран (см. рисунок 2).

Namibia	120
Dem. Rep. Congo	121
Russia	122
Guinea	123
Kazakhstan	124

Рисунок 2. Рейтинг в категории «Waste Management [3]».

Общероссийская общественная организация «Зеленый патруль [4]» и Союз «Национальный экологический корпус [5]» опубликовали «Национальный экологический рейтинг регионов [6]» по итогам зимы 2020-2021 гг., где Санкт-Петербург занял девятое место. В экологическом рейтинге городов федерального значения – второе, уступив первую строчку Москве (см. рисунок 3).



№	№ облий	Динамика рейтинга	Города федерального значения Российской Федерации	Природо-охранный индекс	Промышленно-экологический индекс	Социально-экологический индекс	Сводный экологический индекс
1	6	-	Москва	34/66	71/29	84/16	69/31
2	9	-1	Санкт-Петербург	46/54	58/42	82/18	67/33
3	76	+2	Севастополь	46/54	31/69	65/35	50/50

Рисунок 3. Рейтинг городов федерального значения 2020-2021 гг.

В Санкт-Петербурге разработана стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года [7], которая является основополагающим документом стратегического планирования Санкт-Петербурга и определяет приоритеты, цели и задачи социально-экономической политики Санкт-Петербурга в долгосрочной перспективе. Одним из таких направлений является "Повышение уровня комфортности проживания в Санкт-Петербурге (приоритет «Комфортный город»)». Целью является обеспечение экологического благополучия и благоустройства территории города. Для достижения этой цели необходимо предпринять ряд мер:

- снижение негативного воздействия на окружающую среду, ликвидация накопленного вреда;
- создание эффективной системы размещения, утилизации, обработки, обезвреживания отходов производства и потребления;
- снижение уровня загрязнения атмосферного воздуха;
- запуск эффективных природосберегающих технологий;
- благоустройство объектов городской среды и создание общественных пространств.

В Российской Федерации определяет правовые основы обращения с отходами производства и потребления в целях предотвращения вредного воздействия отходов производства и потребления на здоровье человека и окружающую среду, а также вовлечения таких отходов в хозяйственный оборот в качестве дополнительных источников сырья Федеральный закон "Об отходах производства и потребления" от 24.06.1998 N 89-ФЗ [8]. В 2017 году был принят Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об отходах производства и потребления" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 31.12.2017 N 503-ФЗ [9], а в 2018 – Федеральный закон "О внесении изменений в статью 29.1 Федерального закона "Об отходах производства и потребления" от 25.12.2018 N 483-ФЗ [10]. И с 2019 года в регионах России началась реформа системы обращения с твердыми коммунальными отходами. Однако в Санкт-Петербурге реализация программы отложена до 2022 года.

Целями «Мусорной» реформой являются:

- сокращение количества свалок;
- совершенствование контроля за компаниями, которые перевозят и утилизируют мусор;
- организация отдельного сбора мусора и его переработки;
- увеличение количества перерабатывающих заводов.

На данный момент в Санкт-Петербурге все инициативы, связанные с отдельным сбором, реализовываются в основном благодаря экоактивистам, общественным организациям и частным предпринимателям. Уже сейчас во всех 18 районах Северной столицы есть пункты приёма старой одежды, батареек, ртутных градусников, пластиковых бутылок, бумаги и др. Greenpeace создали карту («RecycleMap [11]»), где можно посмотреть и найти ближайшие пункты приема отходов. В Петербурге есть несколько точек, где принимают практически все виды отходов:

- экостанция у «Мега-Дыбенко»;
- производственная площадка «Вторичная переработка редких и сложных пластиков» на Софийской ул.;
- экостанция у «Мега-Парнас»;
- экостанция у «Охта Молл»;
- экостанция у «Ашана» на Боровой.

Сейчас перед Санкт-Петербургом стоит очень серьезная задача, где нужно практически с нуля создать работающую систему, которая будет соблюдать интересы и жителей, и природы, и обслуживающих компаний. Важно создать не только все условия для грамотного обращения с отходами, но и необходима огромная просветительская работа с населением. Причем просвещать надо не только граждан, но и представителей «мусорного» рынка: переработчиков, муниципалов, региональных операторов, руководство управляющих компаний и ТСЖ, производителей. Сейчас, пока не приняты окончательные решения и не начались работы, есть возможность заложить основу адекватной системы, которая станет заделом на экологическое будущее.

Цифровая экономика может стать мощным помощником государственного сектора в управлении потреблением природных ресурсов, которые являются трудновозобновляемыми.

Цифровая экономика позволяет повысить качество контроля за исполнением эколого-защитных мероприятий. В частности, усовершенствовать контроль за компаниями, которые перевозят и утилизируют мусор, как часть реализации мусорной реформы. Это отразится на экономической и экологической безопасности России.

Электронное правительство функционально должно охватить все этапы реализации экологической стратегии Российской Федерации.

Список библиографических источников

1. Yale Center for Environmental Law and Policy – [Электронный ресурс]: <https://envirocenter.yale.edu/> (Дата обращения 25.04.2021).

2. Environmental Performance Index (EPI), категория «Environmental Performance Index» – [Электронный ресурс]: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/component/epi> (Дата обращения 25.04.2021).

3. Environmental Performance Index (EPI), категория «Waste Management» – [Электронный ресурс]: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/component/wmg> (Дата обращения 25.04.2021).

4. Общероссийская Общественная организация «Зелёный патруль» – [Электронный ресурс]: <http://greenpatrol.ru/ru> (Дата обращения 25.04.2021).

5. Союз «Национальный экологический корпус» – [Электронный ресурс]: <http://ecocorps.ru/> (Дата обращения 25.04.2021).

6. Национальный экологический рейтинг регионов России – [Электронный ресурс]: <http://greenpatrol.ru/ru/stranica-dlya-obshchego-reytinga/ekologicheskiy-reyting-subektov-rf?tid=418> (Дата обращения 25.04.2021).

7. Закон Санкт-Петербурга от 19.12.2018 N 771-164 "О Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года" (принят ЗС СПб 19.12.2018) – [Электронный ресурс]: <https://docs.cntd.ru/document/551979680> (Дата обращения 25.04.2021).

8. Федеральный закон "Об отходах производства и потребления" от 24.06.1998 N 89-ФЗ – [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109/ (Дата обращения 25.04.2021).

9. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об отходах производства и потребления" и отдельные законодательные акты Российской Федерации" от

- 31.12.2017 N 503-ФЗ – [Электронный ресурс]:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286766/ (Дата обращения 25.04.2021).
10. Федеральный закон "О внесении изменений в статью 29.1 Федерального закона "Об отходах производства и потребления" от 25.12.2018 N 483-ФЗ – [Электронный ресурс]:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314255/ (Дата обращения 25.04.2021).
11. Карта пунктов приема отходов в Санкт-Петербурге («RecycleMap») – [Электронный ресурс]: <https://recyclemap.ru/spb> (Дата обращения 25.04.2021)

УДК 339.9

Аскеров Никита Николаевич,

Санкт-Петербургский университет технологий

управления и экономики,

Санкт-Петербург, Россия

+79119356212

mighty_fighty@bk.ru

Научный руководитель:

Лазарева Наталья Алексеевна

к.э.н., доцент

доцент кафедры международных

финансов и бухгалтерского учета

Санкт-Петербургского университета

технологий управления и экономики

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

В статье раскрывается вопрос масштабности влияния цифровизации на сферу финансовых отношений. Цифровизация мировой экономики находится в активной фазе, стремительно уменьшается «зазор» между теоретическими разработками и их практическим применением, что не может не оказывать влияние на большую часть аспектов современной экономики.

Ключевые слова: цифровизация, финансовые услуги, конкурентный подрыв, инновации

Индустрия финансовых услуг довольно сильно изменилась за последний десяток лет. Теперь некоторые услуги предлагаются небанковскими или не кредитными организациями, а крупнейшие участники других индустрий постепенно становятся конкурентами традиционным финансовым институтам. Роль цифровых технологий стала более значимой, что и стало одной из основных причин столь масштабной трансформации.

При помощи баз данных специального назначения фирмы могут преобразовывать данные, собранные путем опросов, или каким-либо другим способом, в полезную и выгодную для себя информацию. Такой подход делает решение проблем клиента хорошим источником прибыли, а так же может выгодно выделять фирму на фоне других.

Технология 3D-печати, например, упрощает и ускоряет производство запчастей и комплектующих, освобождая компанию от части издержек на доставку, хранение и поиск необходимых. В то же время становится проще соответствовать индивидуальным потребностям клиентов.

При переходе к цифровой экономике происходят изменения и в условиях конкуренции. В некоторых случаях компании из конкурентов превращаются в партнеров, объединяя усилия на базе цифровых платформ.

Имеет место и обратное этому явление – конкурентный подрыв. У новых игроков на рынке возникают какие-либо конкурентные преимущества,

например, за счет наличия современного оборудования или высококвалифицированных работников. Такие компании выигрышно выделяются на фоне уже плотно закрепившиеся на рынке компании по качеству товаров или работы с клиентами.

Другим источником конкурентного подрыва, связанного с цифровизацией, может быть размер компании при том условии, что ее эффективность находится на высоком уровне.

Изменения рыночного спроса тоже влияют на подрыв конкурентов. В связи с возникновением новых моделей потребительского поведения, компании попадают в такую ситуацию, когда они вынуждены давать свой ответ адаптацией старых методов ведения бизнеса, расширяя или заменяя ассортимент продукции, чтобы угодить новому и старому потребителю.

В итоге, конкурентный подрыв заставляет компании постоянно применять инновационный подход к своей деятельности как со стороны спроса, так и со стороны предложения.

При владении полной информацией о работе и износе товара, компании в реалиях цифровой экономики способны постоянно контролировать и повышать его качество, не прибегая к замене. Возможность дистанционно обновлять программное обеспечение различных технологических устройств значительно повышает их ценность на рынке.

Использование различных датчиков на производстве помогает быстрее обнаруживать неисправности техники и в случае таковых нести намного меньшие потери, как материальные, так и потери по времени. Качество технического обслуживания значительно повышается. Появляется возможность продлевать срок работы техники и заранее прогнозировать его продолжительность, применяя аналитику.

В подобных условиях цифровой капитал обретает большее значение и становится новым фактором конкурентоспособности и источником прибыли. Увеличивается вклад в создание новой продукции.

Благодаря цифровизации экономики возникла новая форма сотрудничества – коллаборативные инновации. Предположим, у компании не хватает навыков владения цифровыми технологиями и умения работать с потребностями своего клиента. На том же самом рынке есть другая компания, владеющая всеми этими навыками, но у нее довольно скудный капитал и клиентская база. Такие компании могут объединиться, чтобы занять более выгодное положение на рынке совместными усилиями.

От такого сотрудничества возникают новые формы бизнеса. Объединяются компании из различных сфер деятельности, чтобы обслуживать клиентов совместными усилиями.

Список использованных источников

1. Рогатных Е. Б. Влияние цифровизации на развитие современной мировой экономики // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 11. Т. 5. С. 64–70.

2. Сафрончук М. В. Влияние информационной экономики и глобализации на факторы экономического роста // Вестник Академии. 2014 г. № 4. С. 31–34.
3. Сафрончук М. В. Глобализация и экономический рост // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 4. С. 26–32.
4. Сафрончук М. В. Цифровая поступь революции (четвертая промышленная революция и цифровая трансформация) // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 11. Т. 5. С. 52–56.
5. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Изд-во «Экс-мо», 2017. 209 с.

UDC 339.9

Askerov Nikita Nikolaevich,
St. Petersburg University of Management
Technologies and Economics,
Saint-Petersburg, Russia

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON FINANCIAL RELATIONS

The article reveals the issue of the scale of digitalization in the sphere of financial relations. The digitalization of the world economy is in an active phase, the "gap" between theoretical developments and their practical application is rapidly increasing, which cannot but affect most of the modern economy.

Keywords: digitalization, financial services, competitive disruption, innovation

УДК 368.89

Аюпова Яна Рамилевна

Студентка 3-го курса профиля ГМУ

Башкирский государственный педагогический университет им. М.Акмуллы, Уфа, Россия

8-9270824414, meseli@yandex.ru

Научный руководитель: канд. филос. наук, доцент, Консультативная группа Elsevier, Ефимов Олег Николаевич

СТРАХОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ: ОБЪЕКТЫ И ПОДВИДЫ

В статье рассмотрено содержание одного из видов имущественного страхования: предпринимательских рисков. По классификационным основаниям кратко проанализированы основные актуальные подвиды страхования бизнес-рисков.

Ключевые слова: объект страхования, защита бизнеса, страхование прибыли, внешние условия.

Страхование предпринимательских рисков регламентируется Гражданским кодексом и Законом РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (рис.1). Законодательство выделяет примерный перечень объектов страхования бизнес-рисков, которые можно с некоторыми допущениями подразделить на два вида [1]:

- 1) риски, связанные собственно с деятельностью самого предпринимателя;
- 2) связанные с риском изменения внешних условий предпринимательской деятельности и, соответственно, не зависящие от способностей бизнесмена [2].

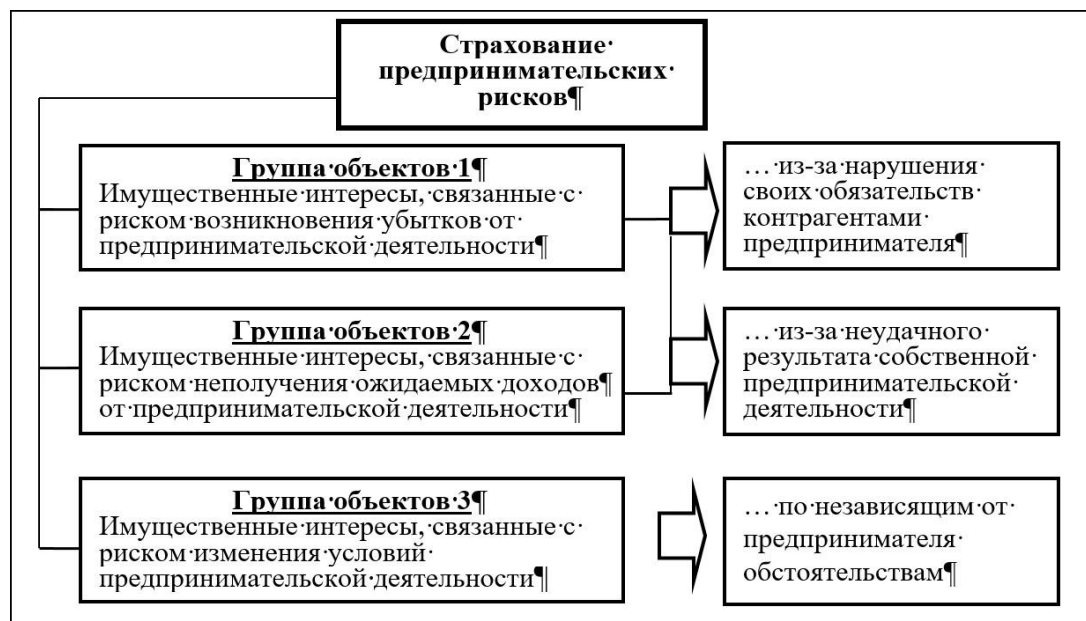


Рис.1. Структура страхования предпринимательских рисков согласно положениям ГК РФ и Закона «Об организации страхового дела в Российской Федерации»

Бизнес-сообщество и представители страховой сферы не без оснований считают, что любой риск бизнесмена является предпринимательским. Однако законодатель ограничил поле, отнеся его к имущественному страхованию [3].

В то же время законодательные акты дают широкие возможности для страховой защиты предпринимательской деятельности по многим его подвидам [4], в числе которых, кроме страхования прибыли, заслуживают внимания следующие.

Страхование от простоев предприятия. В последнее время — это весьма актуальная тема для бизнеса и связана с внешними изменениями, не зависящими от воли предпринимателя. В результате применения страхования бизнесу компенсируется неполученная из-за простоя прибыль, персонал предприятия получает заработную плату (в определенной доле) из страховых выплат, покрываются другие затраты предприятия. По аналогичной схеме может быть организовано страхование риска банкротства бизнеса.

Еще одним подвигом страхования бизнес-рисков может являться страхование предпринимательских рисков, связанных с деятельностью ключевой фигуры бизнеса. Так, например, таким лицом в Компании «Сбербанк» считается Г. Греф, в ТНК «Газпром» – А. Миллер, В. Зубков и др.; в нижестоящих подразделениях имеются соответствующие ключевые фигуры. При грамотном подборе страхуемых рисков подобная защита бизнеса вносит значительную устойчивость в бизнес-деятельность.

В рамках предпринимательского страхования могут быть защищены риски по инвестициям и инвестиционным проектам (реконструкции, расширения, перевооружения), доходов по ценным бумагам, внедрения новой техники и технологий, арендных платежей, непредвиденных судебных расходов, аграрные риски [5], а также интересы других бизнес-процессов.

Список использованных источников

1. Ефимов О.Н., Томилова Н.А. Нормативно-правовое регулирование страховой деятельности. (Перечень нормативно-правовых актов Российской Федерации в сфере страхования с краткими комментариями) / Уфа, 2012.
2. Блаженкова Н.М. Анализ рисков деятельности предприятия // Бухгалтерский учет. 2008. № 3. С. 75-79.
3. Ефимов О. Н. Страхование дело. Учебно-методический комплекс / Уфа, 2008.
4. Архипов, А.П. Направления развития страховых компаний в условиях трансформации рынка // Финансы. 2008. № 2. С. 48-53.
5. Ефимов О. Н. Агрострахование Научно-практические рекомендации / Saarbrücken, 2012.

UDC 368.89

Ayupova Yana Ramilevna

3rd year student of the profile of the State Medical University

Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla, Ufa, Russia

8-9270824414, meseli@yandex.ru

Scientific adviser: Cand. philosophy. Sci., Associate Professor, Elsevier Advisory Group, Oleg N. Efimov

BUSINESS RISK INSURANCE: OBJECTS AND SUBSPECIES

The article discusses the content of one of the types of property insurance: entrepreneurial risks. On the basis of classification, the main current subtypes of business risk insurance are briefly analyzed.

Keywords: insurance object, business protection, profit insurance, external conditions.

ЦИФРОВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СЕРВИСЫ

В данной статье отмечен существенный скачок в числе инвесторов среди физических лиц за последний год. В качестве причины такого скачка рассмотрен рост рынка цифровых инвестиционных сервисов.

Ключевые слова: инвестирование, цифровые сервисы, фондовый рынок, брокер.

Актуальность финансовой грамотности с каждым годом растет. Все больше физических лиц интересуются инвестированием. Количество зарегистрированных клиентов в Системе торгов Московской биржи на март 2021 года – 17 986 457 человек. Для сравнения, в марте 2020 года зарегистрированных клиентов было 7 390 062 [1]. Рост на 10 млн. пользователей за год свидетельствует о буме в сфере инвестиций, что объясняется расширением рынка инвестиционных сервисов.

Банки и IT-компании, создавая и развивая инвестиционные сервисы, облегчили выход частных лиц на фондовый рынок. Инвестиции сегодня полностью цифровизированы. Стать инвестором можно, скачав приложение, где открытие брокерского счета, оформление договора, покупка и продажа ценных бумаг и валют происходит полностью онлайн. Клиенту не нужно посещать офис брокера или управляющей компании.

К инвестиционным сервисам можно отнести:

- брокерские сервисы;
- инвестиции через мобильный банк;
- сервисы управляющих компаний, которые позволяют приобретать

ПИФы;

- агрегаторы котировок и новостей рынка;
- аналитические сервисы;
- площадки для общения инвесторов;
- платформы для обучения инвестированию [2].

На рынке обучения инвестированию также был совершен прорыв: Тинькофф банк разработал и предложил своим клиентам бесплатный курс по инвестициям для начинающих, стимулируя прохождение обучения подарочными акциями. Таким образом, разрушая представления о том, что учиться инвестированию – это дорого, долго и сложно.

Помимо перечисленных сервисов, клиентов окружает множество информационных ресурсов: YouTube-каналы, Telegram-каналы, подкасты, которые делают информацию о ценных бумагах более доступной.

Технология блокчейн сделала возможным торговлю чисто цифровыми активами, у которых нет материального подкрепления - пионеры отрасли: bitcoin и Ethereum [3]. Применение блокчейна для торговли ценными бумагами позволит избежать посредников, сделает фондовый рынок прозрачнее и доступнее. Стоит также отметить, инновацию на рынке ценных бумаг связанную с выпуском «зеленых облигаций», средства от продажи которых идут на финансирование экологических проектов.

Таким образом, инновации и новые технологии на рынке ценных бумаг, развитие цифровых сервисов инвестирования и их рекламные компании способствовали росту заинтересованности граждан в сфере инвестиций. Эта сфера интегрируется в повседневную жизнь все больших и больших людей.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Московской биржи. Статистика по клиентам. [Электронный ресурс] URL: <https://www.moex.com/s719> (Дата обращения 29.04.2021)
2. Invest Tech Review 2019 [Электронный ресурс]: marksw Webb.ru URL: <https://marksw Webb.ru/report/invest-tech-review-2019/#map-inf1> (Дата обращения 29.04.2021)
3. CB Insights: блокчейн и ценные бумаги. [Электронный ресурс]: BloomChain. URL: <https://bloomchain.ru/newsfeed/blokchejn-i-tsennye-bumagi> (Дата обращения 29.04.2021)

UDC 336.767

Badakina Anastasia Sergeevna

student, Department of Country Studies and International Tourism

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

Research Supervisor: Testina Yana Sergeevna, Candidate of Economics, Associate Professor, Senior Lecturer

DIGITAL INVESTMENT SERVICES

This article notes a significant jump in the number of investors among individuals over the past year. The growth of the digital investment services market is considered as the reason for this jump.

Keywords: investing, digital services, stock market, broker.

УДК 004.5

Белая Мария Дмитриевна, Данилова Ольга Сергеевна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

Тел.: 89180152198

Email: mahenka2002_b@mail.ru, dani-olenka@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ КОМПАНИИ APPLE

Защита данных пользователей является для компании Apple главным приоритетом. В статье рассматриваются основные принципы, обеспечивающие конфиденциальность данных пользователей Apple.

Ключевые слова: информация, устройство, Apple Pay, безопасность, транзакция.

В современном мире огромное количество людей используют свои устройства не только для получения или передачи информации, но и для упрощения своей же жизни. Сейчас телефонные устройства позволяют работать из дома, заказывать всевозможные товары повседневного пользования, оплачивать билеты развлекательных программ, билеты на самолет или поезд. Это лишь малая часть того, что можно купить, оформить или забронировать через гаджет. Поэтому очень остро встает вопрос о защите данных покупателей через мольные устройства.

Оформляя покупку, человек должен предоставить свои данные: ФИО, год рождения, место проживания, номер телефона, номер и CVV-код карты. Однако используя телефон каждый день, в нем сохраняется информация не только та, которую вносит сам пользователь, но и, например, места всех передвижений человека. Телефон хранит в себе всю жизнь человека. Попав в руки злоумышленникам данная информация предоставляет угрозу для покупателя, ведь тогда можно будет лишиться не только денежных средств на карте, так и застать ограбление своего места жительства. Поэтому телефонные компании, онлайн и офлайн магазины использует множество способов защиты информации пользователей [1].

Компания Apple заявила в 2010 году, что защита данных пользователей является основным приоритетом. Данная компания использует такие принципы экосистемы безопасности, как минимизация данных, обработка на устройстве, прозрачность для пользователя, комплексность защиты. Сейчас все большее и большее количество людей используют Apple Pay. Это бесконтактный и защищенный способ оплаты, которой подходит как для магазинов, приложений, так и для сайтов [2].

Использование Apple Pay безопасней использования пластиковой кредитной или дебетовой карты. Чтобы выполнить любую операцию оплаты через платежную систему Apple Pay требуется подтверждение личности через Face ID, Touch ID или пароля. Подтверждение личности запрашивается каждый

раз, когда потребитель собирается произвести оплату. Номер карты и личные данные не сообщаются торговым организациям, и настоящие номера карт не хранятся ни на устройстве, ни на серверах Apple. Когда вы добавляете в Apple Pay кредитную, дебетовую, предоплаченную или транспортную карту (если доступно), данные, введенные на устройстве, шифруются и в таком виде отправляются на серверы Apple. Если данные карты вводятся с помощью камеры, они никогда не сохраняются в памяти устройства или в медиатеке.

При оплате покупок в приложениях и на веб-сайтах торговая организация получает только ту информацию, которую пользователь согласился предоставить для выполнения заказа: это может быть имя, адрес электронной почты, адреса выставления счетов и доставки. Apple Pay хранит анонимную информацию о транзакциях, в частности примерные суммы покупок. По этой информации невозможно определить покупателя и покупку. Приложения, использующие Apple Pay, должны иметь политику конфиденциальности, которая доступна для просмотра и регулирует использование ваших данных [2].

При оплате покупок с помощью Apple Pay в магазинах, которые принимают бесконтактные платежи, Apple Pay передает данные между устройством и платежным терминалом по стандарту NFC. NFC — это стандартная бесконтактная технология, созданная для работы только на близких расстояниях. После подтверждения транзакции Secure Element отправляет терминалу в месте продажи номер учетной записи устройства и динамический код безопасности транзакции, а также дополнительные сведения, необходимые для осуществления этой транзакции. Как и в других случаях, ни компания Apple, ни устройство не передают в другую систему фактический номер платежной карты. До подтверждения оплаты банк, эмитент карты или платежная система может проверить вашу платежную информацию с помощью динамического кода безопасности, чтобы подтвердить его уникальность и связь с вашим устройством.

С помощью приложения Wallet, которое тесно связано с платежной системой Apple Pay, вы можете добавить не только одну карту, с помощью которой будете проводить покупки. Данное приложение также хранит в себе данные последних транзакцией, что позволяет контролировать все списанные средства. Вы видите не только сумму Вашей покупки, но и магазин и точное время совершения операции.

Итак, с помощью Apple Pay вы можете оплачивать услуги и покупки не только в продуктовых магазинах, бутиках и ресторанах, но и в торговых автоматах и такси. Этот способ оплаты также доступен во многих приложениях и на самых разных сайтах, если вы откроете их в Safari на Mac, iPhone или iPad. Кроме того, Apple Pay можно использовать для удобного и безопасного перевода пожертвований в благотворительные организации.

Apple ограничивает доступ к данным владельцев iPhone не только сторонних приложений, но и своих собственных. Система Apple использует случайные идентификаторы, которые нужны для обеспечения функционала, но

никак не привязаны к вашей личности. Даже приложение «Карты» не пользуется вашим Apple ID, но постоянно создает и обновляет уникальный номер.

Инженеры Apple совершенствуют защищенность iPhone, чтобы пользователь не переходил в облако ради каких-то операций.

Например, в приложение «Фото» встроена очень мощная нейросеть, которая является основой поискового движка. Она позволяет осуществлять умный поиск по фотографиям, находить изображения с конкретными объектами.

Сейчас каждое приложение при запуске обязательно запрашивает разрешение на доступ к конкретным данным — сам этот подход напоминает пользователям о необходимости заботиться о конфиденциальности информации.

В браузере Safari можно посмотреть отчет о конфиденциальности, который показывает, какие трекеры использует тот или иной сайт. То же касается и приложений: информацию о том, какие данные они собирают, можно найти в App Store [2].

Телефоны компании Apple также оснащены такими способами защиты, как Face ID или Touch ID. После десяти неудачных попыток ввода пароля данные устройства будут стёрты, что не даст возможности заполучить их злоумышленникам. Строка браузера Safari предотвращает сбор данных на уровне операционной системы. Что касается паролей, то браузер постоянно анализирует, не был ли замечен ваш пароль в каких-либо утечках. Также в iPhone появился индикатор, который показывает, какое приложение имеет доступ к камере и микрофону. Когда данные санкционированно уходят за пределы гаджета, в рамках приложений Apple они передаются исключительно в зашифрованном виде, а другие приложения обязательно спросят разрешение на их обработку с полной информацией, как они будут их использовать [3].

Список использованных источников

1. Бесконтактные платежи. Без усилий. URL: <https://www.apple.com/ru/apple-pay> (дата обращения 01.04.2021)
2. Безопасность в приоритете: четыре принципа защиты данных в iPhone. URL: <https://www.forbes.ru/partnerskie-materialy> (дата обращения 25.04.2021)
3. Конфиденциальность. URL: <https://www.apple.com/ru/privacy> (дата обращения 17.04.2021)

UDC 004.5

Belaya Maria Dmitrievna, Danilova Olga Sergeevna

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,

Saint-Petersburg, Russia

Tel.: +7 918 015 21 98, +7 904 557 68 57

Email: mahenka2002_b@mail.ru, dani-olenka@yandex.ru

APPLE MODERN INFORMATION PROTECTION PRINCIPLES

Protecting user data is a top priority for Apple. This article discusses the basic principles of maintaining the privacy of Apple users.

Keywords: information, device, Apple Pay, security, transaction.

УДК 657.1

Белоусова Дарья Сергеевна

бакалавр 4 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89102970201; bel.dasha2018@yandex.ru

Научный руководитель:

Ковалева Наталья Николаевна

к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Данная статья посвящена рассмотрению имеющихся проблем и перспектив развития бухгалтерского учета в условиях модернизации и автоматизации. Актуальность исследования представленной темы обусловлена условиями трансформации всех сфер общества, внедрением передовых информационных технологий во все направления бизнеса. Поэтому так важно иметь четкое представление о занимаемом месте, роли и функционале бухгалтерского учета в условиях становления цифровой экономики.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, цифровая экономика, цифровизация, цифровой учет, финансовая отчетность, технология «блокчейн».

Цифровизация позволила изменить весь механизм социально-экономических процессов по средствам информационного обеспечения. Значимую роль в этом механизме играет бухгалтерский учет. Постоянное совершенствование цифровых технологий дало толчок к ускорению процесса сбора, обработки и хранения экономических данных, делает их доступными для пользователей, а качество предоставляемой информации существенно возрастает.

В условиях становления цифровой экономики приобретает важность переосмысление роли и места учета. Рассмотрим влияние цифровизации на ведение бухгалтерского учета, рисунок 1 [2].



Рисунок 1 – Влияние цифровизации на ведение бухгалтерского учета

В условиях цифровизации бухгалтерского учета нельзя не отметить проблему многообразия программ учета, так как возникают трудности в подборе программного обеспечения, которое позволило бы удовлетворить потребности хозяйствующего субъекта в соответствии со спецификой деятельности [1].

Огромную популярность в области учета приобретает технология «блокчейн», которая характеризуется непрерывной последовательностью (список) блоков, что дает возможность хранить информацию структурно. Каждый последующий блок в системе четко связан с предыдущим, исключая тем самым возможность поменять данные. В условиях цифровизации важным является увеличение количества таких методов, как открытые технологические платформы, облачные технологии, единый международный формат представления финансовой отчетности в электронном виде, но с учетом сохранения методологического ядра учета [4].

Рассмотрим преимущества технологии «блокчейн»:

- прозрачность операций и отсутствие возможности изменить либо удалить данные благодаря цифровой записи,
- участник блокчейн имеет обновляемую копию базы данных,
- скорость и точность транзакций гарантирует надежность выполнения сделки,
- децентрализация данных между серверами позволяет обеспечивать защищенность пользователей и их операций.

Все эти возможности позволяют грамотно использовать методы относительно задач учета. Рассмотрим преимущества автоматизации бухгалтерского учета: денежный поток в реальном времени, максимальность автоматизации и минимум трудозатрат, безопасность данных, бухгалтерский консалтинг, интеллектуальный анализ данных. Для поддержания своей актуальности в условиях современной цифровизации бухгалтерский учет должен выступать как элемент системы получения, обработки и передачи экономических данных. Стоит также отметить, что важнейшей частью системы бухгалтерского учета выступает информационная составляющая финансового и управленческого учета. В связи с этим произошло переориентирование на информативную функцию, отодвинув на второй план контрольную. Информационная функция базируется на проведении цифровой трансформации хозяйствующего субъекта. Необходима разработка новых показателей, способов сбора и обработки финансовой информации, а также достаточности ее интеграции с информацией о других сторонах бизнеса и внешней среды [3].

Преимуществом цифровой трансформации бухгалтерского учета является вовлечение во все аспекты формирования и использования бухгалтерской финансовой отчетности. Применение современных цифровых средств может значительно повысить качественные характеристики отчетности. Однако стоит отметить, что при всей своей значимости цифровизация не может заменить высококвалифицированного специалиста и его умений в отношении предоставления качественной информации о деятельности хозяйствующего субъекта.

Список использованной литературы

1. Губко О.В., Мельгуй А.Э. Проблемы учетно-контрольных и аналитических процессов в России, связанные с развитием цифровой экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 175-180.
2. Дворецкая Ю.А., Чубченко М.М. Цифровая экономика как фактор экономического роста. В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных преобразований. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов. Под редакцией М.М. Шабановой. 2019. С. 45-47.
3. Заракуа А.М., Ермакова Л.В. Развитие электронного бизнеса в условиях цифровизации экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 218-223.
4. Кузнецова О.Н., Павленок А.В. Актуальные проблемы управления в условиях цифровой экономики. В сборнике: Информационные технологии в экономике и управлении. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 321-324.

UDC 657.1

Belousova Daria Sergeevna

4- year bachelor of the direction "Economics"

profile "Accounting, analysis and audit"

Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, Bryansk, Russia.

tel .: 89102970201; bel.dasha2018@yandex.ru

Scientific adviser:

Kovaleva Natalia Nikolaevna

Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of Accounting and Taxation

PROBLEMS AND PROSPECTS OF ACCOUNTING DEVELOPMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

This article is dedicated to addressing the challenges and prospects for accounting development in the context of modernization and automation. The topicality of the research presented topic is conditioned by the conditions of transformation of all spheres of society, introduction of advanced information technologies in all areas of business. That is why it is so important to have a clear understanding of the position, role and functionality of accounting in the digital economy.

Keywords: accounting, digital economy, digitalization, digital accounting, financial reporting, blockchain technology.

УДК

Беляева Анна Андреевна

студентка кафедры "Экономика и производственный менеджмент"

АлтГТУ им. И.И. Ползунова, г. Барнаул, Россия

e-mail: atirpaa@yandex.ru, тел. 8-923-653-15-22

Научный руководитель – Казитова Эмилия Ивановна, старший преподаватель кафедры «Международные экономические отношения» ФГБОУ ВО "Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова"

ПРОБЛЕМА СОБИРАЕМОСТИ НАЛОГОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В статье рассмотрены актуальные проблемы собираемости налогов в России. Представлены статистические данные уклонения от уплаты налогов в целом по Российской Федерации за период 2016-2021 годов, показана структура налоговых доходов Федерального бюджета. Изучены варианты негативных последствий снижения собираемости налогов и способы повышения эффективности фискальной политики.

Ключевые слова: фискальная политика, система налогообложения, доходы Федерального бюджета, повышение собираемости налогов.

Система налогообложения в РФ, претерпела серьезные изменения за последние годы, а так как опыт функционирования в рыночных отношениях по сравнению с развитыми странами довольно мал, появляются проблемы, касающиеся взаимоотношений государства и налогоплательщиков, связанные с ответственностью физических лиц и юридических лиц за выполнение налогового законодательства. Одной из серьезных проблем экономики России, которая нуждается в особом внимании, является собираемость налогов и сборов. Конституция и Налоговый кодекс Российской Федерации возлагают на граждан и хозяйствующих субъектов обязанность по уплате налоговых платежей. Несмотря на усиление налогового контроля, количество нарушений налогового законодательства продолжает расти в качественном и количественном аспектах. Согласно оценкам экспертов, проведенных на основе анализа налоговых обязательств и поступлений в бюджет за последние годы РФ недополучает до 20-40% налогов. Следовательно, сокрытые и неуплаченные налоги в дальнейшем негативно отражаются на экономическом росте государства и благосостоянии жителей России. Таким образом, проблема собираемости налогов в Российской Федерации одинаково актуальна для всех регионов нашего государства.

Налог является безвозмездным и обязательным платежом, который принудительно взимается органами государственной власти с организаций/физических лиц в целях финансового обеспечения деятельности государства/муниципальных образований. Следовательно, данный платёж является обязательным/принудительным, а любой предприниматель стремится к минимизации своих расходов, поэтому, цели государства и бизнеса не совпадают, что является основной причиной невыполнения

налогоплательщиками обязанностей по исчислению и уплате налогов частично или в полном объеме, что зачастую происходит умышленно.

Согласно оценке исполнения основных показателей федерального бюджета, за январь-декабрь 2020 года, представленной на официальном сайте Министерства финансов РФ, государство в общей сложности собрало общих доходов на 18 723 миллиарда рублей, из них доходы от ФНС составили 10 979 миллиардов рублей, что составляет 60% всех денежных поступлений в федеральный бюджет. Объем поступивших доходов – 91% к общему объему доходов федерального бюджета, утвержденному ФЗ «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов», а доход от налоговых поступлений составил 83,4% к прогнозным показателям доходов бюджета на 2020 год [2].

Таким образом, налоговые поступления - это основной источник доходов бюджета РФ, поэтому решение вопроса об увеличении собираемости налогов представляется крайне важной частью эффективного функционирования РФ (рисунок 1).

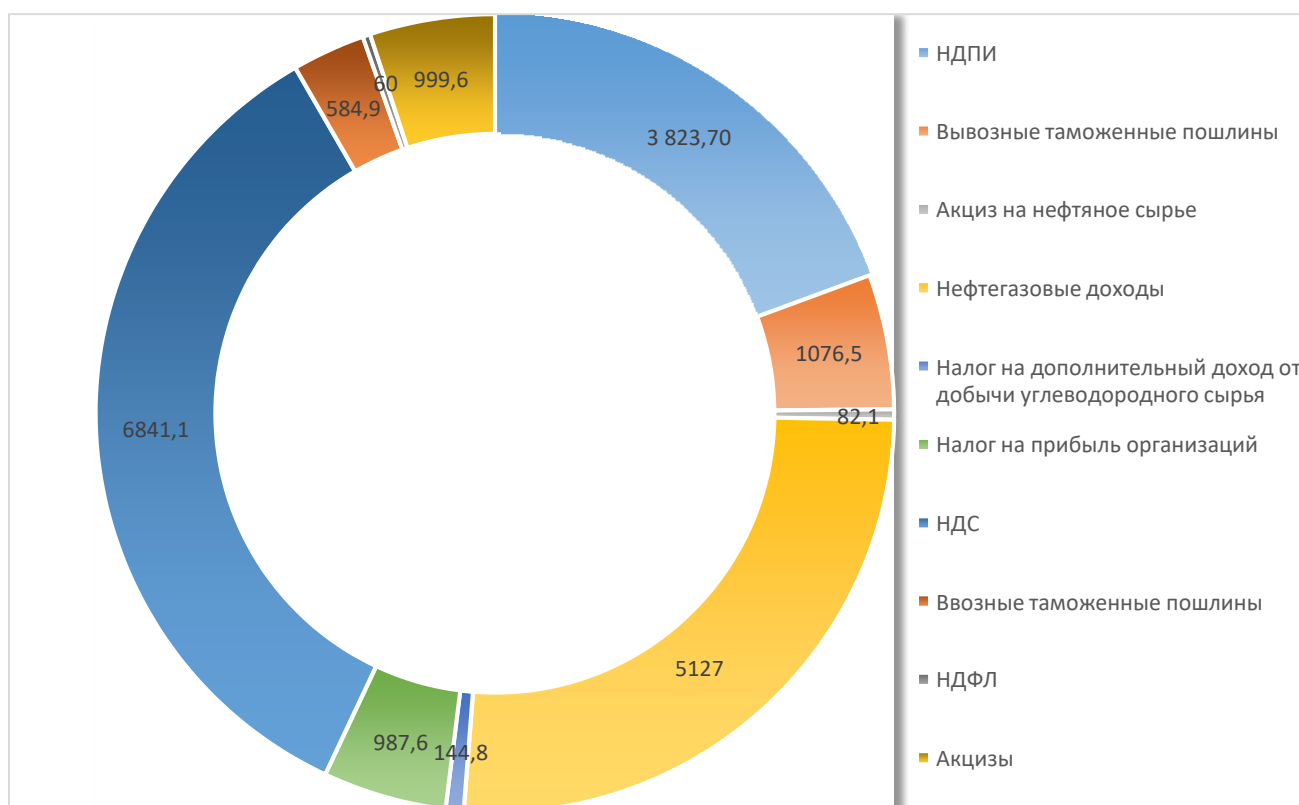


Рисунок 1 - Структура налоговых доходов Федерального бюджета в 2020, млрд, руб.

В таблице 1 представлены статистические данные отклонения от уплаты налогов в целом по Российской Федерации за период 2016-2021 годов согласно отчету по форме № 4-НМ по состоянию на 01 января соответствующего года. А в таблице 2 статистические данные отклонения от уплаты налогов в разрезе только Алтайского края за период 2016-2021 годов согласно отчету по форме № 4-НМ.

[3]. Проанализировав данные важно отметить, что объемы уклонения от уплаты налогов достигли значительных масштабов и влекут за собой довольно существенный экономический и финансовый ущерб безопасности России.

Таблица 1 - Статистические данные уклонения от уплаты налогов в целом по Российской Федерации за период 2016-2021 годов

Год	Задолженность перед бюджетом по налогам и сборам на 01.01, тыс. руб.	Доля задолженности перед бюджетом по налогам и сборам на 01.01 в %-х от доходов федерального бюджета	Урегулированная задолженность на 01.01, тыс. руб.
2016	827 494	6,1	59 106
2017	1 031 694	6,8	410 485
2018	1 081 703	5,6	184 852
2019	791 751	3,9	167 908
2020	1 385 153	6,8	410 294
2021	1 201 580	5,7	484 821
Источник: [3]			

Таблица 2 - Статистические данные уклонения от уплаты налогов в разрезе только Алтайского края за период 2016-2021 годов

Год	Задолженность перед бюджетом по налогам и сборам на 01.01, тыс. руб.	Доля задолженности перед бюджетом по налогам и сборам на 01.01 в %-х от доходов федерального бюджета
2016	8 329	0,06
2017	9 958	0,07
2018	9 817	0,05
2019	9 430	0,05
2020	9 540	0,05
2021	7 153	0,03
Источник: [3]		

Среди негативных последствий снижения собираемости налогов можно выделить следующие:

- сокращение доходной части налогового бюджета государства;
- сокращение государственных расходов на финансирование образования, культуры, науки и др.;
- нарушение социальной справедливости.

Современные законодательные нормы российского общества предусматривают ответственность за уклонение от уплаты налогов, возникшее вследствие и случайных и умышленных действий, и халатности. Бездействие в отношении уплаты налога является опасностью для всего общества и ставит под угрозу принципы налоговой системы РФ путем установления неравенства между

нарушителями и ответственными налогоплательщиками. Многие страны едины в стремлении осуществлять уголовное преследование уклоняющихся от налогов граждан, объем и вид наказания определяются исходя из наличия умысла и размера неуплаты. Обновление и совершенствование национальных норм об уголовной ответственности за налоговые преступления должны производиться в соответствии с общемировой практикой по борьбе с ними.

В соответствии с практикой арбитражных судов, налоговых органов и Центрального банка РФ подозрения в уклонении от уплаты налогов вызывают предприниматели, которые отвечают следующим признакам:

- при увеличении выручки одновременно уменьшается и налоговая нагрузка;
- налог на добавленную стоимость, начисленный и подлежащий уплате меньше суммы налогового вычета по налогу на добавленную стоимость;
- нет экономического смысла у производимых хозяйственных операций;
- нет работников;
- нет технических средств, которыми осуществляется операция в заявленных организацией данных;
- без какой-либо явной необходимости присутствует использование посредников при осуществлении хозяйственных операций;
- заниженная заработная плата у сотрудников и т.д.

Как было выяснено выше уклонение от уплаты налогов приводит к снижению собираемости, но снижение собираемости может происходить, в том числе при неэффективности законодательства и работы налоговых органов. В то же время причиной уклонения от уплаты налогов может являться неэффективность, экономический кризис, смена экономического цикла/уклада. Налоговые поступления в бюджет растут в условиях экономического роста и оптимальной налоговой нагрузки, следовательно, причинами уменьшения собираемости налогов на данном этапе является снижение темпов роста экономики и сокращение инвестиций. Недополучение налогов в бюджет может возникнуть и при росте количества нормативных актов в сфере налогообложения, вследствие чего возникает проблема отслеживания изменений. С одной стороны, это позволяет обходить законодательство недобросовестным плательщикам, с другой стороны, страдают добросовестные плательщики, не знающие о так называемых «новинках в законах». Результаты собираемости налогов напрямую зависят от чёткости изложения методик налогообложения, однозначности трактовок, технической оснащенности налоговых органов, профессиональной подготовленности их работников, а также от уровня налоговой грамотности граждан и организаций.

Чтобы уменьшить проблему низкой собираемости налогов в РФ не следует делать акцент только на увеличение объемов, необходимо обратить внимание на следующие действенные способы:

- ужесточение ответственности налогоплательщиков за уклонение от уплаты налогов и сборов, так как большинство граждан РФ уверены, что они не

будут привлечены к ответственности, а также установление гласности судебных приговоров по данным делам и регулярное оповещение общества о неминуемости санкций за уклонение налогов. Однако следует принимать во внимание случаи неумышленного совершения налогового правонарушения или невозможности исполнения налоговой обязанности вследствие неоднозначного материального положения, то есть налоговая ответственность должна быть дифференцирована;

- многие налогоплательщики считают, что Правительство РФ неразумно использует поступившие в бюджет средства. Следовательно, транспарентность и последовательность расходования средств позволит изменить данное мнение и сформировать положительное отношение к уплате налогов.

- сокращение и устранение налоговых лазеек;
- рационализация налогового администрирования, к примеру, отменив налоговый учет, внедрив его элементы в бухгалтерский учет;

- стимулирование организаций, которые добросовестно и ответственно относятся к уплате налогов, дополнительными льготами.

- формирование налогового правосознания о необходимости уплаты налогов для решения экономических и социальных проблем РФ.

В целом, снижение собираемости налогов является одной из важных государственных проблем не только России, но и большинства других довольно развитых стран, вследствие чего страдают образование, медицина, социальная политика, наука, культурная сфера. Для повышения эффективности фискальной политики следует реализовать вышеперечисленные меры для устранения причин и ситуаций, которые могут способствовать снижению собираемости налогов. Налогоплательщики должны понимать, что увеличение количества уклоняющихся от уплаты налогоплательщиков влечёт за собой недостаточное финансирование бюджетов различных уровней, приводит к теневым экономическим действиям, коррупции и ухудшает экономические условия ведения хозяйственной деятельности для всех налогоплательщиков.

Библиографический список

1. Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ. – (www.nalog.ru.)
2. Официальный сайт Министерства Финансов России. Краткая информация об исполнении федерального бюджета. – (https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=37359-predvaritelnaya_otsenka_ispolneniya_federalnogo_byudzheta_za_yanvar_dekabr_2020_goda.)
3. Официальный сайт Министерства Финансов России. Сводные отчеты в целом по Российской Федерации и в разрезе субъектов Российской Федерации. – (https://www.nalog.ru/rn22/related_activities/statistics_and_analytics/forms/)

Belyaeva Anna Andreevna

student of the Department "Economics and Production Management"

AltSTU named after I. I. Polzunov, Barnaul, Russia

e-mail: atirpaa@yandex.ru, tel. 8-923-653-15-22

Scientific supervisor-Emilia Kazitova, Senior Lecturer of the Department "International Economic Relations" of the Altai State Technical University named after I. I. Polzunov"

THE PROBLEM OF TAX COLLECTION IN THE RUSSIAN FEDERATION: THEORETICAL AND STATISTICAL ANALYSIS

The article deals with the current problems of tax collection in Russia. The article presents statistical data on tax evasion in the Russian Federation as a whole for the period 2016-2021, and shows the structure of tax revenues of the Federal Budget. The variants of negative consequences of reducing tax collection and ways to improve the effectiveness of fiscal policy are studied.

Keywords: fiscal policy, tax system, federal budget revenues, increase in tax collection.

УДК 316.422.44

Бесчасный Андрей Анатольевич,

кандидат медицинских наук, ведущий научный сотрудник
ИДПО – «ВЭШ» СПбГЭУ, Санкт-Петербург, Россия, andr_bes@mail.ru

Бесчасная Альбина Ахметовна,

доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры ГМУ,
СЗИУ – филиал РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия,
8-921-377-33-13, aabes@inbox.ru.

О СООТНОШЕНИИ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ НОВЫХ ПРОДУКТОВ И ТОВАРОВ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация: Статья посвящена периодизации жизненных циклов продуктов и товаров в ходе инновационного процесса. Подчеркивается важность разработки и принятия стадийности и определения моментов принятия управленческих решений о дальнейшей судьбе инновационного проекта, критериев оценки результатов этапов и признаков эффективности таких проектов. Приводится фрагмент модели соотношения жизненных циклов продукта, товара в контексте жизненного цикла инновации.

Ключевые слова: инновация, внедрение, эффективность

Проблема технологического развития реального сектора отечественной экономики, вовлечения новых технологий в хозяйственный оборот определяет актуальность анализа эффективности инновационной деятельности. Разработка методик такого анализа, необходимых для повышения эффективности инновационных проектов, продолжает осуществляться зачастую без учета типа внедряемых технологий, учета специфики объектов внедрения и его масштабов. Д. В. Филиппов [1] отмечает, что различия в понимании инновации как объекта оценки предопределяют особенности анализа в зависимости от целей оценки инноваций и выделяет ряд подходов к идентификации инновации и собственно анализу ее эффективности: академический, рыночный, технократический или затратно-ресурсный, учетный, коммерческий или доходный, некоммерческий социальный и др. Состав показателей эффектов и эффективности различных видов инноваций предлагают в своих работах Е. В. Азимица [2], С. Я. Бабаскин [3], К. А. Хомкин [4] и др.

Определенным шагом в этом направлении с точки зрения государственного регулирования является постановление Правительства РФ от 15.06.2019 № 773 «О критериях отнесения товаров, работ, услуг к инновационной продукции и (или) высокотехнологичной продукции» и разработанные на его основе в 2019-2020 гг. приказы Минобороны, Минпромторга и Минэнерго и РФ, а также госкорпораций «Росатом» и «Роскосмос», определяющие для целей закупок такой продукции в качестве критерия экономической эффективности прогнозируемую совокупную стоимость владения в заданном периоде эксплуатации товара или обеспечение снижения затрат на достижение требуемого заказчику целевого эффекта.

Другой стороной проблемы является необходимость учета при определении эффективности инноваций стадий жизненного цикла инновационного и инвестиционного процессов с необходимостью соотношения их с жизненными циклами инновационного продукта, технологии производства, товара, предприятия. Г. И. Гумерова [5] и Е. В. Азими́на указывают также на необходимость учета при приоритизации эффектов инноваций «больших» жизненных циклов: описанных Н. Д. Кондратьевым в 1925 г. длинных волн или больших циклов экономической конъюнктуры, а также средних промышленных циклов и коротких волн, и деловых циклов (технологических укладов) Йозефа А. Шумпетера, предложенных им в 1939 г.

Общепринятый подход к определению стадийности инновационного процесса, как и инвестиционного цикла, жизненных циклов инновации, продукта, товара, технологии производства отсутствует. Так инвестиционный цикл представляют трех- (предынвестиционная, инвестиционная и эксплуатационная фазы) или четырехэтапным (предынвестиционная; инвестиционная, операционная и ликвидационная фазы). Л. Ф. Давлетбаева [6], анализируя систематизацию стадий жизненного цикла товара различными авторами, выделяет от четырех до одиннадцати стадий. Первый подход предложен Ф. Котлером и К. Л. Келлером в 2001 г. (внедрение, рост, зрелость и спад) и многократно тиражировался и дополнялся другими исследователями. Последний содержался в уже не действующем стандарте ИСО 9004-1-94 «Управление качеством и элементы системы качества» (маркетинговые исследования, опытно-конструкторские работы, материально-техническое снабжение, подготовка производства, производство, контроль, испытания, упаковка и хранение, реализация и распределение, монтаж и эксплуатация, техническая помощь и обслуживание, утилизация).

Наиболее интегральным способом описания инновационного проекта на всех стадиях его жизненного цикла является представляется подход, получивший название Stage-Gate-модель, иногда его еще называют процессом (С. Я. Бабаскин, К. А. Хомкин). Классическая Stage-Gate модель обычно состоит из пяти этапов (stage), каждому из которых предшествуют так называемые «ворота» (gate). Именно при прохождении ворот всякий раз выносится решение о дальнейшей судьбе проекта: прекратить, продолжить, доработать, отложить принятие решения и т.п. В этой модели, помимо коммерческой траектории, предусмотрена параллельная начальным ее этапам исследовательская траектория, включающая в себя в соответствии с общими целями и задачами проекта научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, не все из которых могут быть коммерциализованы. Stage-Gate-процесс, являясь предельно гибким, породил разнообразие используемых успешными компаниями адаптированных моделей NexGen Stage-Gate, отличающихся друг от друга количеством этапов, и соответственно, ворот в зависимости от масштабов, сложности и рисков конкретных проектов.

Именно необходимость принятия управленческих решений о судьбе проекта на разных его стадиях обуславливает необходимость для компании

выбора и сопоставления моделей жизненных циклов инвестиционного продукта, технологии, товара с инновационным и инвестиционным циклами, с соответствующим переопределением конкретных оцениваемых результатов каждого этапа [7], а также количества и места «ворот» и перечня параметров, по которым лицо, принимающее решение сможет судить об успешности этапа [8].

Фрагмент разработанной авторами модели соотношения жизненных циклов продукта, товара в контексте жизненного цикла инновации приведен на рис. 1.

Жизненный цикл инновации - ЖЦИ (создание, освоение, выведение инновации на рынок)							Завершение жизненного цикла
Этап 1	Результат	Этап 2	Результат	Этап 3	Результат	Этап 4	
Фундаментальные исследования, поисковые НИОКР	Открытия и новые фундаментальные знания	"Овеществление знаний": поиск областей практического использования, внедрения в практическую среду, реализация прикладных	Завершённые прикладные НИР	ОКР: создание конкретных продуктов/процессов	Передача в производство технической документации, КД	Масштабное освоение производства новшества и его коммерциализация	Переход к коммерциализации результата
Жизненный цикл продукта - ЖЦП							Прекращение производства продукта и утилизация
Исследования и разработки: маркетинг, проектирование свойств продукта, разработка продукта	Новый продукт	Технологическое освоение серийного производства новой продукции	Ввод в промышленную эксплуатацию	Стабилизация объемов производства и продаж новой продукции	Получение максимума полезных эффектов от внедрения	Снижение объемов производства и продаж	
Жизненный цикл товара - ЖЦТ							
Вывод на рынок: выпуск и поступление на рынок первых промышленных серий продукта, заполнение товарным товаром	Рост продаж	Зрелость: замедление роста и стабилизацию объема продаж	Упадок: спад продаж				

Рисунок 1 Соотношение жизненных циклов инновационного продукта, товара в инновационном процессе

Список использованных источников

1. Филиппов Д. В. Инновационная деятельность как предмет экономического анализа // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2018. № 3 (27). С. 71–81.
2. Азимица Е. В. Критерий эффективности инновационной деятельности предприятия // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. № 5 (107). С. 72–77.
3. Бабаскин С. Я. Инновационный проект: методы отбора и инструменты анализа рисков: учеб. Пособие. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. 240 с.
4. Хомкин К. А. Инновационный проект: подготовка для инвестирования. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 120 с.
5. Гумерова Г. И. Управление инновационными преобразованиями. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2010. 102 с.
6. Давлетбаева Л. Ф. Жизненный цикл товара // Вестник ОГУ. 2010. №13 (119). С. 26-30.
7. Бесчасная А.А. Города 4.0: новые подходы к управлению // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. 2019. Т. 10. № 2 (39). С. 42-47.
8. Клементовичус Я.Я., Моргун Н.В., Бесчасный А.А. Разработка профессиональных компетенций // Экономические науки. 2020. № 189. С. 43-49.

UDK 316.422.44

Beschasnyi Andrei Anatolevich,

Cand. Sci. (Med.), Leading researcher,

Institute of additional professional education – "The Higher Economic School" of the St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

a.besch@yandex.ru

Beschasnaya Albina Ahmetovna,

Dr. Sci. (Soc.), Professor, Department of State and Municipal Administration, North-West Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, St. Petersburg, Russia

aabes@inbox.ru

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE LIFE CYCLES OF NEW PRODUCTS AND GOODS IN THE INNOVATION PROCESS

Annotation: The article is devoted to the periodization of the life cycles of products and goods in the course of the innovation process. The importance of developing and adopting stages and determining the moments of making management decisions about the future of an innovation project, criteria for evaluating the results of stages and indicators of the effectiveness of such projects is emphasized. A fragment of the model of the ratio of product and product life cycles in the context of the innovation life cycle is presented.

Keywords: innovation, implementation, efficiency.

УДК 336.74

Блудова Светлана Николаевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры международных экономических отношений

Российская таможенная академия, Москва, Россия

Рамазанов Роман Низамович

студент

Российская таможенная академия, Москва, Россия

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ БУДУЩЕГО: БИТКОЙН – ЗОЛОТО 2.0.

В статье анализируется феномен формирования биткойна, как основного тренда инвестирования будущего и альтернативы консервативному инструменту – золоту.

Ключевые слова: биткойн, золото, блокчейн, инвестиции, актив.

Ещё недавно не имелось какой-либо альтернативы фиатным денежным средствам. Удобство в использовании, относительная доступность, контроль со стороны «независимого» лица со временем исчерпали себя. Это побудило колонистов финансового мира отправиться на поиск иных способов обеспечения товарообмена.

Идеальная среда эпохи новых технологий и компьютеризации привела к появлению валют, которые не имеют физического выражения. Они находятся лишь в виде алгоритма внутри цифровой системы [1].

Одной из таких систем является блокчейн – децентрализованная система, состоящая из различных субъектов, которые действуют в зависимости от своих стимулов и имеющейся у них информации [4].

Всякий раз, когда новая транзакция транслируется по сети, узлы могут включить эту транзакцию в копию своего леджера или проигнорировать ее. Когда большинство участников сети принимают решение о принятии определенного состояния, разрешается задача византийских генералов (в криптологии задача взаимодействия нескольких удалённых абонентов, которые получили приказы из одного центра), то есть достигается консенсус. Данный процесс позволил создать среду безопасного совершения интернет-транзакций [7].

Опираясь на систему блокчейн, Сатоши Накомото (достоверно не известно был ли это один человек или группа программистов) в 2009 году была разработана революционная валюта биткойн. Первое описание гласит: «Мы определяем электронную монету, как цепочку цифровых подписей. Каждый владелец передает монету следующему, подписывая цифровым способом хэш предыдущей транзакции и открытый ключ следующего владельца и добавляя их в конец информационной цепочки монеты. Получатель платежа может проверить подписи, чтобы проверить цепочку владения» [4, с.2].

Отсюда вытекает ряд принципов биткойна:

Конфиденциальность, гарантированный финансовый доступ, децентрализация, автономия, стабильное денежное предложение, финансовая

доступность. Такие преимущества позволили биткойну стать альтернативой фиатным средствам [8].

Рост курса спровоцирован самим принципом работы системы. Так, изменение рыночной капитализации биткойна прямо пропорционально объему его использования в качестве потребности в нем как платежной единице [2].

Потребность исходит из преимуществ валюты: общий доступ ко всем когда-либо совершаемым транзакциям (открытый код приптовалюты), определённая скорость (совпадает со скоростью добычи золота по миру) и ограниченность эмиссии монет, свободное совершение транзакций (невозможно проконтролировать или запретить) [3].

Золото, как защитный актив, является аксиомой инвестирования. Так как ни раз упоминались протекционистские преимущества биткойна, стоит предположить следующее сравнение особенностей данных активов:

- стабильность – приход большого числа институциональных инвесторов, увеличение объёма фьючерсных торгов способствует снижению волатильности – с начала года упала на 5 % против снижения индекса S&P 500 на 22 %;

- ограниченность – запасы золота лимитированы по своей природе, биткойна — программным кодом;

- надёжность – оба актива децентрализованы. Биткойн практически невозможно подделать, скопировать или изменить, что также можно сказать про золото в виду физической особенности [9].

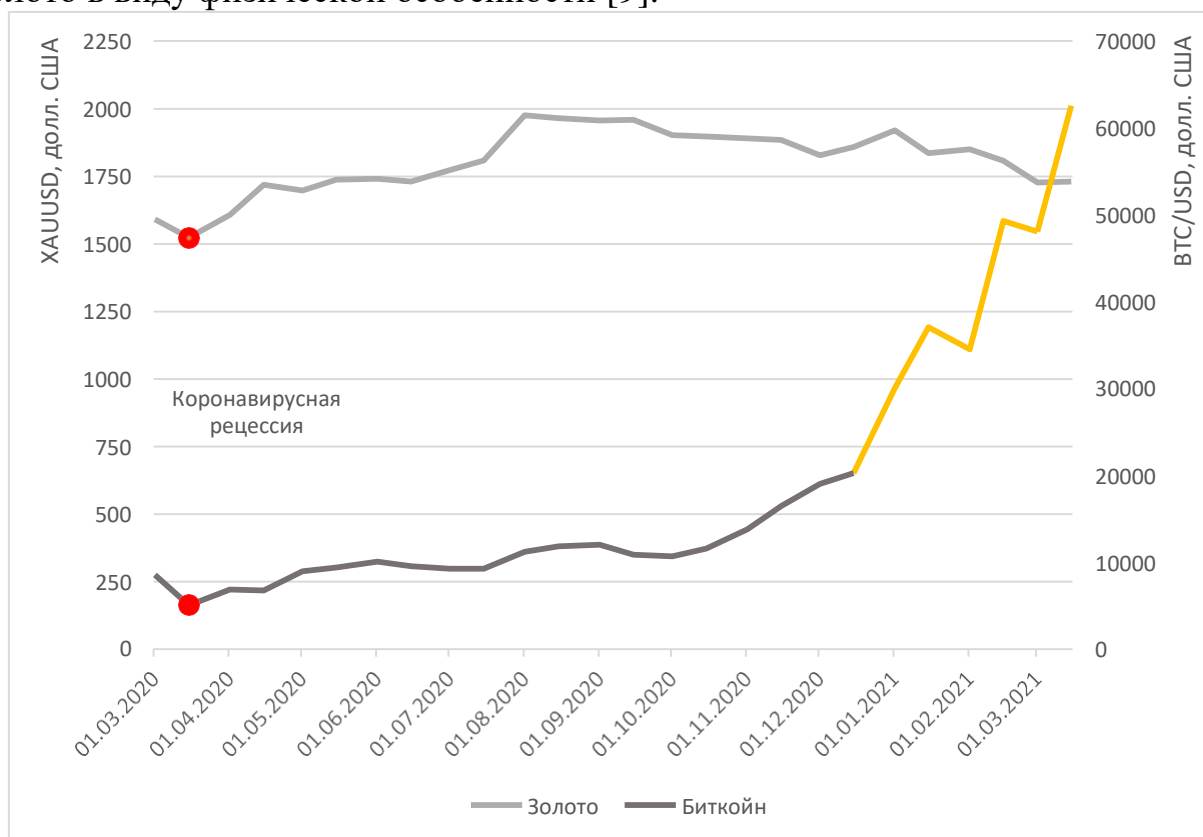


Рис. 1. Курс биткойна и золота к доллару США за период с марта 2020 г. по март 2021 г. [5].

Если обратить внимание на курсовой график биткойна и золота (см. Рис. 1), то можно сделать несколько выводов: активы реагируют на рыночные факторы в равной степени одинаково (например, начало COVID-19), активы имеют схожие тенденции к росту, до января 2021 года биткойн соответствовал плавному движению золота, с января 2021 биткойн имеет преимущественное предпочтение инвесторов.

Таким образом, тенденция популяризации биткойна закрепляет данную валюту в лидерах рынка. Стремление крупных игроков догнать уезжающий поезд подогревает интерес к данному активу. Более того, рост числа участников системы приводит к повышению цены, а это в свою очередь снижает волатильность валюты. Снижение волатильности, надёжность и ограниченность позволяют назвать биткойн альтернативной инвестицией будущего или золотом 2.0.

Список использованных источников

1. Тарасов Д., Попов А. От золота до биткойна. М.: Альпина Паблишер, 2018 – 74 с.
2. Бауэр В.П. Смирнов В.В. Биткойн: генезис, практика и перспективы развития. Часть 2 / Информационное общество № 1-2. – 2019., – С. 38-39.
3. Голуб Д.Д., Осиновой П.Ю. Биткойн — валюта будущего / Новая наука: стратегии и векторы развития. – 2015. С. 125–126.
4. С. Накамото. Биткойн: Одноранговая система электронных денежных средств / Список рассылки по криптологии. 2008. URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>. (дата обращения: 08.05.2021)
5. Как узнать настоящую цену Биткойна по формуле. / BITSTAT. – 2017. URL: https://bitstat.top/blog.php?id_n=1719.
6. Бесплатные онлайн-графики акций, котировок и идей / TradingView.com URL: <https://ru.tradingview.com/>.
7. Leslie Lamport, Robert Shostak, Marshall Pease. The Byzantine Generals Problem / ACM Transactions on Programming Languages and Systems. – 1982. URL: <http://lamport.azurewebsites.net/pubs/byz.pdf>. (дата обращения: 08.05.2021)
8. The bitcoin foundation manifesto / The bitcoin foundation. – 2016. URL: https://bitcoinfoundation.org/files/wp-content/uploads/2017/03/bitcoin_foundation_manifesto.pdf.
9. Mike McGlone. Bitcoin Maturation Leap / Bloomberg Crypto Outlook. – 2020. – С. 5-7. URL: <https://data.bloomberglp.com/professional/sites/10/Bloomberg-Crypto-Outlook-April-2020.pdf>.

UDC 336.74

Svetlana N. Bludova

Ph. D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations

Russian Customs Academy, Moscow, Russia

Ramazanov Roman Nizamovich

student

Russian Customs Academy, Moscow, Russia

ALTERNATIVE INVESTMENTS OF THE FUTURE: BITCOIN-GOLD 2.0.

The article analyzes the phenomenon of the formation of bitcoin as the main trend of investing in the future and an alternative to the conservative instrument-gold.

Keywords: bitcoin, gold, blockchain, investment, asset.

УДК 36.663

Ваганова Ольга Евгеньевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа хозяйственной деятельности и аудита

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., г. Саратов, Россия

НАЛОГОВАЯ ДИСЦИПЛИНА НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ

В данной статье автором анализируется опыт развития налоговой дисциплины различных групп населения Российской Федерации и соответствующие проблемы в реализации программы собираемости налоговых поступлений

Ключевые слова: налоговая нагрузка, налоговая дисциплина, РФ, просроченный налоговый платеж

Налоги — это основа развития экономики и база для осуществления различных социальных программ развития городских и поселковых образований, программ социальной поддержки различных категорий населения российской Федерации, также налоги используют для обеспечения функционирования органов власти, органов управления, правоохранительных органов и образовательных учреждений, государственных учреждений здравоохранения, а также учреждений культуры и т.д.

Практически 93% жителей Российской Федерации являются плательщиками налогов, начиная с налога на доходы физических лиц заканчивая налогом на имущество. На рисунке 1 представлен перечень налогов, уплачиваемых физическими лицами в Российской Федерации.



Рис.1 Налоги физических лиц в РФ в 2020-2021 году

Естественно, что налоги начисляются и должны быть уплачены в случае наличия у физического лица объекта налогообложения и отсутствия

освобождения от их уплаты, а также от наличия различных льгот, предоставляемых разным категориям жителям РФ.

Стоит отметить, что плательщиками налогов для физических лиц являются не только граждане РФ, но и проживающее на ее территории, но не имеющие гражданства, если объект налогообложения находится на территории субъектов Российской Федерации.

По данным ИФНС РФ за период 2019 года поступление налога на доходы физических лиц за 2019г. возросло по сравнению с 2018г. на 8,2% (+6,2 млрд. руб.), составив 81,7 млрд. рублей, поступления имущественных налогов с физических лиц за 2019г. достигли 7,1 млрд. руб., в том числе поступление земельного налога с физических лиц составило 1,1 млрд. руб., налога на имущество физических лиц – 1,9 млрд. руб. и транспортного налога – 4,1 млрд. рублей.

Цифры кажутся огромными для среднестатистического жителя Российской Федерации. Однако если проанализировать статистические данные о начисленных сумма имущественных налогов жителей РФ и суммах уплаченных, то получим не столь радужную картину. Около 19 процентов начисленного объема имущественных налогов не оплачены налогоплательщиками. На наш взгляд необходимо исследовать эту ситуацию.

Итак, ситуацию с полнотой уплаты НДФЛ можно признать более или менее благоприятной, полнота собираемости данного вида налога по данным ИФНС РФ составляет до 87 процентов. Это связано с тем, что 60 процентов объема начисления данного вида налога составляет НДФЛ от выплаченной заработной платы, в данном случае в роли налогового агента, который выплачивает работнику заработную плату и перечисляет подлежащую уплате в бюджет сумму налога в налоговый орган. Однако данный налог также начисляется в случае получения в дар имущества, в случае победы в лотереях или получения имущества по завещанию. В данном случае, именно здесь возникают проблемы со своевременной уплатой именно с таких видов полученных доходов. По результатам проведенного анализа случаев прострочки своевременной оплаты начисленной суммы НДФЛ, например, с имущества полученного в дар или полученного в ходе вступления в наследство, показал, что проблемы связаны с недостатком денежных средств для оплаты или их аккумулирования к сроку уплаты налога. Так, например, налогоплательщик получил недвижимое имущество по договору дарения 1 декабря 2020 года. Кадастровая стоимость объекта недвижимости полученного в дар составляет 3 млн. руб., получатель обязан в срок до 15 июля 2021 года. Сумма НДФЛ с кадастровой стоимости подаренного объекта недвижимости составит 3 млн. руб. * 13% = 390 тыс. руб. Таким образом, получатель в дар объекта недвижимости должен для 15 июля 2021 года уплатить в бюджет сумму в размере 390 тыс. руб. С учетом того, что средняя реально начисляемая заработная плата в регионах, например, Среднего Поволжья составляет 25 тыс. руб., при этом одаряемому необходимо содержать себя и содержать полученный в дар объект недвижимости, а именно уплачивать коммунальные платежи и налог на

имущество. Соответственно у налогоплательщика может возникнуть проблема со своевременной и полной оплатой начисленного в данном случае НДФЛ. В данном случае, стоит отметить, что многие жители РФ, получившие объект недвижимости в дар впадают в панику и стараются «спрятать голову в песок» и намеренно не включают подарок в налоговую декларацию или попросту не платят начисленную сумму налога. Однако, это приводит к большим штрафным санкциям и начислению ощутимых пеней, которые могут быть удержаны по решению Суда в случае непогашения данных начисленных сумм налогоплательщиком добровольно в установленные ИФНС РФ сроки. А это арест банковских счетов и иного имущества. Так что обыкновенное мнение, что граждане не хотят платить налоги, связано с их убеждением, что их налоги используются государством не по назначению или с тем, что сумма налогов слишком велика, не совсем правильно. Во-первых, НДФЛ в РФ, гораздо ниже, чем во многих европейских странах. Например, средняя ставка НДФЛ в странах Западной Европы составляет от 20 до 35 процентов с полученного дохода в виде заработной платы и жители этих стран также не полностью довольны тем как используются государством их налоги. Для улучшения собираемости НДФЛ с доходов полученных жителями РФ путем дарения объектов недвижимости или по завещанию, ИФНС РФ необходимо осуществлять разъяснительную работу относительно не только сроков уплат налогов, порядка определения объекта налогообложения и базы налогообложения, но и порядка получения льгот по его уплате и рассрочке. Несомненно, это позволит повысить сознательность жителей РФ и повысить собираемость данных налогов

UDC 36.663

Olga Evgenievna Vaganova

Ph.D., associate professor, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis of Economic Activity and Audit

Saratov State Technical University named after Yuri Gagarin, Saratov, Russia

TAX DISCIPLINE OF THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION: PROSPECTS AND CHALLENGES

In this article, the author analyzes the experience of the development of tax discipline of various groups of the population of the Russian Federation and the corresponding problems in the implementation of the program of tax revenue collection

Keywords: tax burden, tax discipline, Russian Federation, overdue tax payment

УДК 36.663

Ваганова Ольга Евгеньевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа хозяйственной деятельности и аудита

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., г. Саратов, Россия

Никорюкин Алексей Вячеславович

к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа хозяйственной деятельности и аудита

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., г. Саратов, Россия

ПРОБЛЕМЫ ДОСТУПНОСТИ НАСЕЛЕНИЮ РФ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

В данной статье автором анализируется опыт реализации социальных программ для различных групп населения Российской Федерации и соответствующие проблемы в реализации свободного доступа к ним.

Ключевые слова: социальные программы, РФ, население, социальная незащищенность, реализация и эффективность государственных проектов.

Многие жители Российской Федерации постоянно сравнивают экономическое развитие нашей страны и уровень социальной защищенности населения с практикой других европейских стран. И естественно, что большинство населения недовольны уровнем того и другого. Однако, справедливо это отчасти, если проанализировать статистику последних лет по социальной удовлетворенности жителей стран Западной Европы, можно сделать вывод, что зафиксирован рост безработных, снижение уровня обеспеченности граждан высокотехнологичными медицинскими услугами и жизненно-необходимыми лекарственными средствами. Также снизились показатели обеспечения безработных граждан этих стран льготами на оплату коммунальных расходов и т.д. Это связано не только с последствиями пандемии COVID-19, которые привели к тому, что власти европейских стран, например, разработали программы социальной помощи людям потерявшим работу из-за кризиса вызванного пандемией, программы по оплате помощи пожилым европейцам по доставке лекарств и продуктов питания, в связи с введением карантина для этих категорий граждан, программы социальной поддержки семей с детьми в виде оплаты наемных нянь в случае если родители работают, а дети дошкольного возраста из-за карантина не могут посещать детские дошкольные учреждения, программы социальной поддержки граждан, которые потеряли доход в виде заработной платы в следствии экономических ограничений, наложенных из-за карантинных мер в виде субсидий на оплату коммунальных платежей и оплаты образования. Каждая страна в Европе разрабатывает и реализует свои социальные программы поддержки населения в зависимости от своего государственного бюджета и направлений социальной политики.

При этом надо отметить, что поддержка в ходе реализации социальных программ по поддержке населения выражается в разных форматах, а именно:

- в виде материального содействия, который представляет собой выдачу субсидий, различных видов материальной поддержки, льготное обеспечение. Например, ипотека с частичной государственной поддержкой и т.д.

- в виде обеспечения жильем, которое представляет собой предоставление права пользования государственными объектами недвижимости, как на временной, так и на безвозмездной основе или предоставление права собственности на данные жилые объекты. Примером этого служит переселение населения из аварийного жилья или в жилье взамен погибшего в ходе чрезвычайных ситуациях.

- в виде получения соответствующего образования. В данном случае речь идет о помощи со стороны государственных учреждений в получении образования на безвозмездной основе, профессиональная переподготовка, курсы повышения квалификации. Наиболее часто это представлено на практике в виде курсов переподготовки в ЦЗН (центрах занятости населения)

В Российской Федерации социальные программы поддержки населения составляют достаточно обширный перечень для различных категорий.

На первый взгляд все выглядит радужным, но при реализации практически каждой из этих программ представители населения РФ сталкиваются с различными трудностями в реализации возможности участия в них. Очень часто это связано с обилием оформления необходимых бумаг, срок действия некоторых из них крайне мал и к тому времени как гражданин соберет и сформирует весь перечень документов, срок действия различных справок уже заканчивается. Также часто в ходе попытки участия в социальной программе жители РФ сталкиваются с отсутствием финансирования на региональном уровне реализации данной программы или частичного финансирования. Это очень часто связано с реализацией программ по обеспечению отдельных категорий граждан высокотехнологичной медицинской помощью, с обеспечением соответствующими лекарственными препаратами или, например, предоставления материальной или иной помощи, пострадавшим в ходе чрезвычайных ситуаций (наводнений и техногенных катастроф). Стоит отметить, что широко известная государственная программа по льготной ипотеке не реализована на 100 процентов из-за того, что часть категорий населения, которые могут воспользоваться ее преимуществами, сталкиваются с необходимостью оформления большого объема подтверждающей документации и самое главное с различными ограничениями, которые связаны с региональным законодательством. Ярким примером отрицательного действия различий в региональном нормативном регулировании реализации государственных социальных программ в РФ является получение субсидий на оплату коммунальных услуг. В различных регионах уровень минимального прожиточного уровня для расчета и получения субсидий на оплату коммунальных услуг при этом несколько раз в год органы власти субъектов РФ снижают или увеличивают данный показатель. И получается, что на момент

рассмотрения документов гражданина в целях участия его в программе по получению субсидии на оплату коммунальных услуг ему будет отказано. В связи с изменением регионального законодательства. Причем, проведя анализ изменения регионального законодательства по участию населения в социальной программе по получению субсидий на оплату коммунальных услуг, порой отказывают гражданам, у которых доход превышает по новому законодательству на несколько копеек или на 1 рубль.

Следующим проблемным моментом в процессе реализации права участия граждан в социальных государственных программах в РФ является низкая эффективность работы органов власти и органов управления. Ярким тому подтверждением является постоянно освещаемые в СМИ случаи перебоев в бесплатном государственном обеспечении лекарственными средствами отдельных категорий граждан. Объяснения, которые дают по данному поводу соответствующие органы власти заключаются в том, что не пришло финансирование из федерального бюджета или не успели объявить конкурс на государственные закупки и т. д.

В итоге, по проведенному анализу числа обращений граждан в целях участия в социальных государственных программах и числа одобренных заявок составляет 70 процентов против 56 процентов. То есть не все граждане, имеющие право воспользоваться социальной поддержкой обращаются за ней в связи с отсутствием доступной информации об этом, а также в связи с большим количеством трудностей как бюрократического, так и иного рода. Следовательно, органам государственной власти необходимо одновременно вести разъяснительную работу с населением с привлечением СМИ и наружной социальной рекламы, а также найти баланс между изменениями регионального законодательства и объемом требуемой подтверждающей документации со стороны граждан. Хорошим примером этого служила практика оформления выплат семьям с детьми в период пандемии короновирусной инфекции в РФ в 2020 году, через сайт «Государственные услуги» без личного обращения в соответствующие органы социального обеспечения. Это позволило снизить социальную напряженность в обществе и повысить удовлетворение граждан от работы органов власти в РФ.

UDC 36.663

Olga Evgenievna Vaganova

Ph.D., associate professor, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis of Economic Activity and Audit

Saratov State Technical University named after Yuri Gagarin, Saratov, Russia

Nikoryukin Alexey Vyacheslavovich

Ph.D., associate professor, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis of Economic Activity and Audit

Saratov State Technical University named after Yuri Gagarin, Saratov, Russia

PROBLEMS OF ACCESSIBILITY OF VARIOUS SOCIAL PROGRAMS TO THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

In this article, the author analyzes the experience of implementing social programs for various groups of the population of the Russian Federation and the corresponding problems in the implementation of free access to them.

Keywords: social programs, Russian Federation, population, social insecurity, implementation and effectiveness of state projects.

УДК 336.74

Владимирова Анна Дмитриевна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

89818197255, fomikraireborn@gmail.com

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита

ОСОБЕННОСТИ И РИСКИ ВЛОЖЕНИЙ В ЦИФРОВЫЕ (ЭЛЕКТРОННЫЕ) ВАЛЮТЫ

В статье поясняется понятие цифровой валюты, анализируются ее особенности и риски вложения в нее денежных средств, а также проблемы, с которыми может столкнуться инвестор.

Ключевые слова: риски, цифровая валюта, криптовалюта, особенности

Для того, чтобы начать разговор об особенностях и рисках вложения в цифровые валюты, необходимо объяснить это понятие. Цифровая валюта – утверждённое законодательством РФ обозначение криптовалют [1]. Ею считается совокупность электронных данных, которые содержатся в информационной системе, предлагаются и могут быть приняты в качестве средств платежа.

В РФ покупка и использование криптовалют не запрещено законом, однако расчет за работы, услуги, товары и прочее не доступны. Сделано это для контроля за финансовой системой – так государство укрепляет позиции рубля внутри страны.

По сравнению с моментом создания (2009 год) интерес к криптовалюте значительно повысился, а неожиданно резкий скачок развития отрасли в 2020 году заложил новую основу для ее дальнейшего и еще более масштабного роста. Сейчас это стремительно развивающаяся альтернатива платежных систем и банков; множество известных финансовых аналитических компаний отслеживают колебания курса криптовалют и предоставляют консультации по инвестированию.

Популярность обеспечена множеством преимуществ криптовалют. Среди них можно выделить легкий старт, не требующий сложной регистрации, к тому же она не имеет возрастных или как-либо еще ограничений. Основное требование – доступ в интернет и наличие клиента криптовалюты. Вторым преимуществом следует выделить отсутствие посредников при проведении транзакций, что снижает время и стоимость операции, и снижает риск возникновения ошибок. И последним основным преимуществом криптовалют называют открытость исходного кода; любой желающий может изучить его, чтобы убедиться, что скрипт выполняет только заявленные функции – система в меньшей степени зависит от человеческого фактора, контролирующие органы или эмитент заменен криптографией, математикой и алгоритмами.

Также, как и другие платежные средства, криптовалюта, даже не являясь обеспеченной валютой, интегрируется в экономику, что несет за собой определенные риски для ее владельцев. Поэтому очень важно рассмотреть основные риски инвестирования в виртуальную валюту.

Одним из самых больших можно считать то, что цифровая валюта ничем не обеспечена, в отличие от валют различных стран и электронных компаний.

Также если злоумышленник сможет получить доступ к ключу инвестора, в его руки попадет содержимое цифрового кошелька. Однако, даже храня такие ключи в оффлайне, пользователь может потерять их или случайно стереть с носителя, а значит утратить доступ к своим накоплениям.

С ростом популярности растет и число мошенников, желающих получить свою выгоду. Наиболее популярным способом украсть личные данные все еще является фишинг; очень часто мошенники маскируются под известные платформы, создавая точные копии дизайна. Во избежание таких ситуаций пользователи всегда должны следить за актуальностью ПО и использовать только официальные программы и браузеры.

Однако, преступники нацелены не только на единичных пользователей. Хакеры заинтересованы в взломе платформ по торговле цифровой валютой. Примером тому может служить инцидент, произошедший в 2016 году на крупнейшей криптовалютной бирже Bitfinex, в ходе которого было похищено 119 756 BTC, что равняется 72 миллионам долларов. Это привело к стремительному падению курса Bitcoin на 23 процента. Из последних случаев стоит отметить южнокорейскую биржу Bithumb – в результате хакерской атаки было похищено валюты на несколько миллиардов южнокорейских вон, также хакеры получили персональные данные 31 800 пользователей биржи. Эти случаи доказывают, что даже крупные и успешные биржи не имеют достаточной степени защиты.

Стоит упомянуть и о том, что криптовалюты не предоставляют никакой защиты прав потребителей: совершенные транзакции невозможно отменить, ведь, в отличие от банковских карт, здесь отсутствует какой-либо гарант-посредник.

Технологическая сторона развивается очень быстро и не поддается контролю. Ежедневно появляются конкуренты уже устоявшихся валют, и всегда остается риск, что что новые криптовалюты будут более совершенны. Из этого следует, что инвесторы могут легко пропустить момент, когда их средства потеряют свою актуальность.

В краткосрочной перспективе крайне трудно предсказать колебания стоимости криптовалюты. У финансовых специалистов есть возможность сделать это с реальными валютами или биржевыми котировками, но предсказать, как изменится стоимость цифровой валюты завтра, не может никто.

Криптовалюты – интересное решение для получения прибыли, однако такие инвестиции подходят только тем, кто готов к риску без гарантии минимального дохода или безубыточности вложений. Любой инвестор, желающий работать с криптовалютой, должен тщательно изучить рынок и

продумать план действий для наибольшего количества возможных сценариев развития событий. Эта валюта нестабильна, только начинает регулироваться и не гарантирует защиту инвестора – лишь комплексный подход поможет эффективно защитить и, возможно, преумножить средства.

Список использованных источников:

1. Audit-it.ru. Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит. //Электронный ресурс: режим доступа: <https://www.audit-it.ru/>

UDC 336.74

Vladimirova Anna Dmitrievna

St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

89818197255, fomikraireborn@gmail.com,

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department of accounting, analysis and audit,
Smirnova Marianna Vitalevna

FEATURES AND RISKS OF INVESTMENTS IN DIGITAL (ELECTRONIC) CURRENCIES

The article explains the concept of digital currency, analyses its characteristics and risks of investing in it, as well as the problems that the investor may face.

Keywords: risks, digital currency, cryptocurrency, features

УДК 330.322.21 (476)

Волкова Юлия Александровна

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики

учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого», г. Гомель, Республика Беларусь

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье проанализированы отраслевая структура инвестиций в основной капитал в промышленном комплексе Республики Беларусь, их эффективность и динамика темпов роста в разрезе видов экономической деятельности. Проведено ранжирование видов экономической деятельности по средним за 2015-2019 гг. значениям анализируемых показателей, на основании которого сделаны выводы о текущих инвестиционных приоритетах в промышленности Республики Беларусь и их соответствия поставленным задачам развития промышленного комплекса.

Ключевые слова: инвестиции, промышленный комплекс, Республика Беларусь.

Современные условия хозяйствования диктуют новые целевые координаты функционирования промышленного комплекса. Республика Беларусь в настоящее время стоит перед необходимостью модернизации отечественной промышленности и её структурной трансформации. Одной из приоритетных задач данных преобразований является опережающее расширение экспортноориентированных и высокотехнологичных производств [1, с. 2]. Реализация данной задачи предполагает рост инвестиций в соответствующие виды промышленной деятельности. Данным фактом обуславливается актуальность анализа инвестиционных приоритетов развития промышленности Республики Беларусь.

Экспортноориентированными видами деятельности являются, в первую очередь, те, на которые приходится наибольший объем экспорта. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь в 2019 г. в структуре экспорта товаров 21,5% составляли минеральные продукты, 19,3% – продукция химической промышленности, 17,6% – машины, оборудование и транспортные средства, 16,6% – продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье, 7,3% – черные и цветные металлы и изделия из них, 5,2% – древесина и целлюлозно-бумажные изделия, 2,9% – текстиль и текстильные изделия [2, с. 367].

Динамика темпов роста инвестиций в основной капитал, их структуры и эффективности как по экспортноориентированным видам экономической деятельности (выделены жирным шрифтом), так и по другим видам экономической деятельности белорусской промышленности представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика показателей в разрезе промышленных видов экономической деятельности в 2015–2019гг.

Виды деятельности	Показатель, ед. изм	Значения по годам				
		2015	2016	2017	2018	2019
1. Горнодобывающая промышленность	ТР, % ¹	81,3	89,6	171,1	154,3	182,2
	УВ, % ²	3,17	3,19	4,66	6,22	9,67
	Э, руб. ³	3,6	4,5	3,1	2,5	1,4
2.1. Производство продуктов питания, напитков, табачных изделий	ТР, %	95,8	69,0	107,3	127,3	127,9
	УВ, %	12,4	9,6	8,8	9,7	10,6
	Э, руб.	18,0	30,7	31,9	27,2	23,1
2.2. Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха	ТР, %	65,6	139,3	55,6	135,8	72,0
	УВ, %	2,1	3,3	1,5	1,8	1,1
	Э, руб.	15,7	14,1	28,9	23,0	31,8
2.3. Производство изделий из дерева и бумаги; полиграфическая деятельность и тиражирование записанных носителей информации	ТР, %	78,4	28,4	134,6	102,0	145,1
	УВ, %	16,6	5,3	6,1	5,4	6,7
	Э, руб.	1,8	8,5	7,7	10,0	7,5
2.4. Производство кокса и продуктов нефтепереработки	ТР, %	111,3	82,2	123,2	92,3	137,8
	УВ, %	9,8	9,1	9,5	7,6	9,0
	Э, руб.	15,6	16,4	16,8	23,6	16,6
2.5. Производство химических продуктов	ТР, %	157,8	107,6	133,5	120,8	133,3
	УВ, %	10,2	12,4	14,1	14,8	16,8
	Э, руб.	9,5	7,7	7,2	7,3	5,5
2.6. Производство основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов	ТР, %	216,2	53,6	112,4	73,9	132,4
	УВ, %	2,2	1,3	1,3	0,8	0,9
	Э, руб.	4,8	10,6	10,8	16,1	13,2
2.7. Производство резиновых и пластмассовых изделий, прочих неметаллических минеральных продуктов	ТР, %	63,7	82,5	96,4	106,4	80,5
	УВ, %	4,6	4,2	3,5	3,2	2,2
	Э, руб.	15,1	20,6	24,9	24,7	31,8
2.8. Металлургическое производство. Производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования	ТР, %	73,8	37,6	90,4	431,9	61,8
	УВ, %	4,9	2,1	1,6	6,0	3,1
	Э, руб.	12,0	33,9	46,6	13,1	22,5
2.9. Производство вычислительной, электронной и оптической аппаратуры	ТР, %	110,0	111,1	117,5	140,7	121,8
	УВ, %	0,6	0,7	0,7	0,9	0,9

Виды деятельности	Показатель, ед. изм	Значения по годам				
		2015	2016	2017	2018	2019
	Э, руб.	21,5	25,5	26,6	20,5	18,0
2.10. Производство электрооборудования	ТР, %	48,8	99,3	158,0	187,3	69,6
	УВ, %	0,5	0,6	0,8	1,3	0,8
	Э, руб.	42,7	54,9	38,1	22,1	35,2
2.11 Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	ТР, %	72,5	74,2	99,1	156,7	111,6
	УВ, %	2,6	2,1	1,8	2,4	2,3
	Э, руб.	17,6	30,0	40,7	34,0	29,1
2.12. Производство транспортных средств и оборудования	ТР, %	32,2	643,6	101,1	58,2	82,9
	УВ, %	0,7	4,9	4,2	2,1	1,5
	Э, руб.	40,5	7,6	7,8	17,0	28,6
2.13. Производство прочих готовых изделий; ремонт, монтаж машин и оборудования.	ТР, %	89,4	88,9	155,8	153,3	106,5
	УВ, %	1,7	1,7	2,2	3,0	2,7
	Э, руб.	19,2	25,3	18,6	14,2	14,6
3. Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	ТР, %	125,6	126,1	123,0	100,2	103,7
	УВ, %	24,0	34,0	35,7	30,9	27,4
	Э, руб.	3,9	3,9	2,9	3,2	3,1
4. Водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	ТР, %	87,3	122,9	72,4	131,8	129,2
	УВ, %	4,0	5,5	3,4	3,9	4,3
	Э, руб.	4,0	3,5	5,4	4,7	4,0
<p>1. ТР – темп роста инвестиций в основной капитал в анализируемом году по отношению к предыдущему году, %;</p> <p>2. УВ – удельный вес инвестиций в основной капитал вида экономической деятельности в общей величине инвестиций в основной капитал в промышленности, %; 3. Э – эффективность инвестиций, рассчитанная как отношение объема произведенной продукции к объему инвестиций в основной капитал, руб.</p>						

Примечание – разработано автором на основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь [2, с. 279-284].

Следующим этапом исследования стало ранжирование видов экономической деятельности по средним значениям анализируемых показателей в 2015-2019 гг. (таблица 2).

Таблица 2 – Результаты ранжирования промышленных видов экономической деятельности

Виды деятельности	Ранг по показателю		
	Темп роста	Удельный вес	Эффективность
1. Горнодобывающая промышленность	3	6	16
2.1. Производство продуктов питания, напитков, табачных изделий	12	3	3
2.2. Производство текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха	15	13	6
2.3. Производство изделий из дерева и бумаги; полиграфическая деятельность и тиражирование записанных носителей информации	14	5	13
2.4. Производство кокса и продуктов нефтепереработки	10	4	10
2.5. Производство химических продуктов	4	2	12
2.6. Производство основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов	7	14	11
2.7. Производство резиновых и пластмассовых изделий, прочих неметаллических минеральных продуктов	16	8	5
2.8. Metallургическое производство. Производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования	2	9	4
2.9. Производство вычислительной, электронной и оптической аппаратуры	5	16	7
2.10. Производство электрооборудования	9	15	1
2.11 Производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	13	11	2
2.12. Производство транспортных средств и оборудования	1	10	8
2.13. Производство прочих готовых изделий; ремонт, монтаж машин и оборудования.	6	12	9
3. Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом	8	1	15
4. Водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	11	7	14

Примечание – разработано автором на основании данных таблицы 1.

Рассчитанные и приведенные в таблице 2 ранги промышленных видов экономической деятельности по показателям темпов роста, структуры и эффективности инвестиций в основной капитал за 2015-2019 гг. свидетельствуют о том, что:

1. Наиболее эффективными с точки зрения отдачи от инвестиционных вложений являются: производство электрооборудования; производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки; производство продуктов питания, напитков, табачных изделий; металлургическое производство, производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования; производство резиновых и пластмассовых изделий, прочих неметаллических минеральных продуктов.

2. Наибольший удельный вес в структуре инвестиций в основной капитал промышленности приходится на следующие виды экономической деятельности: снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом; производство химических продуктов; производство продуктов питания, напитков, табачных изделий; производство кокса и продуктов нефтепереработки; производство изделий из дерева и бумаги.

3. Наибольшие темпы роста инвестиций в основной капитал отмечались в производстве транспортных средств и оборудования, металлургическом производстве, горнодобывающей промышленности, производстве химических продуктов, производстве вычислительной, электронной и оптической аппаратуры.

Таким образом, очевидно, что инвестиционные приоритеты белорусской промышленности не в полной мере отвечают потребностям её модернизации и структурной трансформации, что затрудняет решение поставленных задач по развитию промышленного комплекса.

Список использованной литературы:

1. Программа развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс] : утв. постановлением Со-вета Министров Респ. Беларусь, 5 июля 2012 г., № 622 : в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 30.12.2015 г. // КонсультантПлюс. Бела-русь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. –Минск, 2018.

2. Республика Беларусь : стат. ежегодник, 2020 = Republic of Belarus : statist. yb., 2020 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2020. – 436 с.

UDC 330.322.21 (476)

Volkova Yulia Alexandrovna

PhD, Ass. Professor, Department of Economics

Sukhoi State Technical University of Gomel

INVESTMENT PRIORITIES OF INDUSTRIAL DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC BELARUS

The article analyzes the sectoral structure of investments in fixed assets in the industrial complex of the Republic Belarus, their efficiency and dynamics of growth rates in the context of types of economic activity. The ranking of types of economic activities has been carried out, on the basis of which conclusions were drawn about the current investment priorities for the development of the industrial complex of the Republic Belarus and their compliance with the tasks of the development of the industrial complex.

Key words: investments, industrial complex, the Republic of Belarus.

УДК 336.7; 347.2

Голикова Юлия Александровна

д.э.н., доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента в строительстве

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, Санкт-Петербург, Россия

Голикова Ирина Васильевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

+7-921-764-09-37, golikova_ulia@mail.ru

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: ПРОГНОЗЫ И РИСКИ

В статье анализируется хронология развития ипотечного кредитования в России, ситуация на современном рынке ипотечного кредитования, выявляются основные тенденции, проводится анализ динамики изменений, характеризуются и обосновываются основные перспективы, а также возможные риски изменения ситуации на рынке.

Ключевые слова: ипотечное жилищное кредитование, льготные ипотечные программы, счета эскроу, кредитная банковская ставка

Ипотечное жилищное кредитование – это основной механизм и экономический инструмент, который дает возможность обеспечения доступности жилья во всем мире, а также способствует развитию сферы строительства. Ипотечное жилищное кредитование является универсальным институтом, который получил широкое развитие в странах с рыночной экономикой и используется государством в реализации социально-экономической политики. Основными моделями системы ипотечного жилищного кредитования за рубежом являются: модель сбалансированной автономии (контрактно-сберегательная); усеченно-открытая модель (традиционная или одноуровневая); расширенно-открытая модель (двухуровневая).

Ипотечное кредитование являлось одним из первых видов кредитования на Руси. Еще в XIV в. возникает понятие «заклада» одновременно с возникновением права частной собственности на землю, но достаточно длительное время законодательного оформления не имеет буквально до 1754 г. когда Императрицей Елизаветой Петровной учреждается Государственный Заемный Банк в целях организации ипотечного кредитования дворянам. Выпуск первых бумажных денежных средств в России – ассигнаций ассигнационными банками был закреплен манифестом Екатерины II в октябре 1768 г. К концу XIX в. России действует 11 ипотечных земельных банков. В 1917 г. в России уже была сформирована полноценная законодательно-обеспеченная банковская кредитная система, позволяющая осуществлять долгосрочное кредитование заемщиков. Однако развитие ипотеки в советском периоде было приостановлено, в силу отсутствия механизма или основы поддержки рынка недвижимости, т.к. почти

весь жилищный фонд был сосредоточен в руках единоличного собственника – государства.

Началом активного распространения ипотечного кредитования в современной России можно считать 1995 г., когда два крупнейших банка – ДельтаБанк и Сбербанк начали выдачу ипотечных кредитов. Официально под ипотечными жилищными кредитами понимаются жилищные кредиты, предоставленные в соответствии с Федеральным законом от 16.06.1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)». Сегодня в России 400 финансовых учреждений обладают правом предоставления ипотечных кредитов, из них крупнейшими являются вышеупомянутый Сбербанк (обеспечение $\frac{1}{2}$ выданных кредитов на рынке), ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк и ряд других.

По данным Агентства по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК) начиная с 2006 г. объем ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации постоянно увеличивался.

Надо отметить, что изначально ипотека представлялась весьма перспективным видом розничного кредитования в силу ряда преимуществ: низкого риска, приемлемой доходности на долгий срок, большей доступности кредита (в том числе за счет снижения ставок). Ожидалось, что ипотека может стать драйвером всего рынка розничного кредитования. В пользу этого говорило ужесточение регулирования в необеспеченном кредитовании, относительно небольшая по сравнению с другими странами доля ипотеки в розничном портфеле, а также снижение аппетита к риску у банков. Однако на практике в течение почти 20 лет банки и заемщики, фактически лишённые государственной поддержки вынуждены были самостоятельно решать огромное число не спрогнозированных проблем.

В 2009 г., вследствие кризиса банки приостанавливают почти на год выдачу ипотечных кредитов. С 2010 г. рынок постепенно восстанавливается и к 1 кварталу 2013 г. достигает объемов кредитования 2094 млн. руб. Вплоть до декабря 2014 г. банки постоянно разрабатывали новые программы ипотечного кредитования, расширяли перечни партнеров и оценщиков, предлагали различные кредитные привилегии, при постоянном повышении уровня лояльности к заемщикам. С 2014 г. ипотека становится более доступной для потребителей в силу некоторого снижения ставок по ипотеке с одновременным увеличением среднего срока кредита. Для сравнения, если в 2015 г. Сбербанк России выдавал ипотеку под 15%, то в 2017 г. на первичном рынке уровень ставки снизился до 9,12%, а на вторичном ставка в среднем составляла 9,9%. Согласно статистическим наблюдениям размер рекомендованного семейного дохода, «комфортного» (соотношение ежемесячных платежей к ежемесячным доходам на уровне один к трем) для обслуживания ипотечного кредита, в 2016 г. составил 73,1 тыс. рублей, снизившись по сравнению с 2014 г. на 2,8%. В 2017-2018 гг. ситуация изменилась незначительно. И переломным моментом можно считать 2019 г., когда на высшем уровне было решено оказывать поддержку ипотечному кредитованию. В своем ежегодном Послании к Федеральному Собранию Президент России заявил о том, что Правительству и Центробанку

стоит уделить серьезное внимание снижению ставок по ипотеке как минимум до 8%, а в идеале – до 6,5%.

По исследованиям аналитиков агентства «Эксперт РА» по итогам 2020 г., несмотря на пандемию и ограничительные меры, ипотечный рынок поставил новый рекорд по объемам выдачи и темпам прироста: кредитные организации выдали 1,7 млн. ипотечных ссуд на общую сумму 4,3 трлн. рублей, что превысило показатели 2019 г. на 35% в количественном и на 51% в денежном выражении. Помимо обозначенных выше цифр в 2020 г. наблюдался темп прироста ипотечного портфеля – до 21% (17% в 2019 г.), а объем совокупной ипотечной задолженности на начало 2021 г. превысил 9 трлн. рублей.

Среди причин роста ипотечного кредитования можно назвать следующие: рост средних сроков кредитования, внедрение льготных федеральных и региональных программ (например, «Семейная ипотека», «Льготная ипотека на новостройки», «Дальневосточная ипотека», «Социальная ипотека для жителей Московской области», «Для работников областных государственных и муниципальных учреждений Иркутской области», «Для ветеранов и инвалидов боевых действий» и др.), смягчение в целом денежно-кредитной политики и в частности, посредством введения пониженной ставки 6,5% (в апреле 2020 г.) в рамках антикризисной льготной госпрограммы кредитования на приобретение жилья в новостройках, а также общерыночное снижение банковских ставок – в 2020 г. средневзвешенная ипотечная ставка впервые в истории ипотечного рынка в России опустилась ниже 7,5%) (рис. 1).

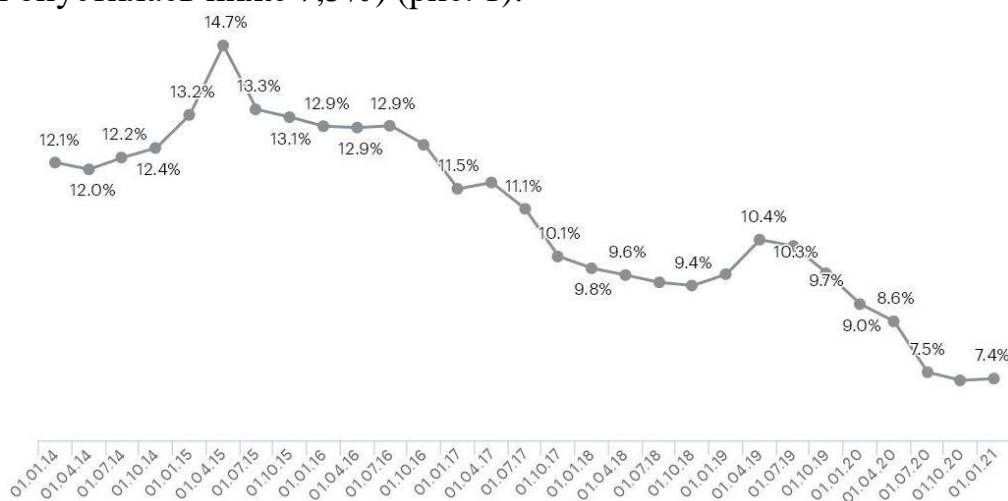


Рисунок 1 – Средневзвешенная ставка по рублевым ипотечным кредитам, выданным в течение месяца, предшеств. дате

Нельзя не отметить существенное благоприятное влияние льготной ипотеки в 6,5% на финансовое положение девелоперов. За 2020 г. объем просроченной задолженности строительных компаний сократился на 9% (доля упала с 21,3 до 17,4). Также застройщики продолжали адаптироваться к введению эскроу-счетов (выдачи кредитов строительным компаниям в рамках проектного финансирования выросли на 196%). Население параллельно увеличивало объемы эскроу-счетов (1,2 трлн. против 148 млрд. рублей на начало 2021 г.).

Тем не менее, не смотря на отмеченную положительную динамику, в дальнейшем возможен существенный риск неблагоприятного изменения ситуации на рынке, что связано с еще одной тенденцией 2020 г. – ростом склонности населения рассматривать недвижимость как источник сбережения средств в условиях снижения ставок по вкладам и общих кризисных тенденций в экономике, связанных с пандемией COVID-19 и падением курса рубля. Более того, в 2020 г. наблюдался буквально ажиотажный спрос на жилье, особенно на первичном рынке из-за рекордно низких ставок (особенно относительно необеспеченного потребительского кредитования), достаточно высокой степени государственной поддержки и реализации льготных государственных программ, что подогревало рост цен на жилье и спрос на ипотеку. По прогнозным данным, если госпрограмма льготной ипотеки планомерно завершится к 01.07.2021 г., либо будет значительно пересмотрена (будет доступна для отдельных категорий граждан), по мнению аналитиков к концу года есть вероятность роста средней ставки – до 7,5-8%. Что с одной стороны – в случае сохранения условий программы льготного кредитования – может спровоцировать рост цен и соответственно, перегрев рынка. С другой стороны, прекращение или пересмотр условий программы чреват падением потребительского спроса на жилую недвижимость и на ипотечное кредитование. Но даже если не брать во внимание ситуацию с льготным кредитованием, рекордный рост выданных кредитов в 2020 г. (35% за год и 50% в деньгах) может вызвать дальнейшее снижение объемов выдач, здесь имеет значение существенное снижение платежеспособности россиян в период пандемии; кроме того, дальнейшего снижения ставок не ожидается, а возможности застройщиков удовлетворить спрос без повышения цен на жилье остаются под вопросом. Все это делает неопределенным дальнейшее изменение ситуации на рынке.

UDC 336.7; 347.2

Golikova Ulia Alexandrovna

PhD, assistant professor, professor, Department of economy and management in construction

Emperor Alexander I St.Petersburg State Transport University, St. Petersburg, Russia

Golikova Irina Vasilevna

Candidate of science, assistant professor, assistant professor, Department of management

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

MORTGAGE LOANING: PERSPECTIVES AND RISKS

The article analyzes the chronology of the development of mortgage lending in Russia, the situation in the modern mortgage lending market, identifies the main trends, analyzes the dynamics of changes, characterizes and substantiates the main prospects, as well as possible risks of changing the situation in the market

Keywords: home mortgage lending, preferential mortgage programs, escrow accounts, bank lending rate.

УДК 368.01

Горбачева Виктория Викторовна

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

Тел.: +79964487540. E-mail: victorija.gorbachewa@yandex.ru.

Научный руководитель: Кузнецова Ольга Николаевна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учёта, анализа и аудита

ЦИФРОВИЗАЦИЯ РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ

Аннотация: В данной статье подробно рассмотрено влияние цифровизации на функционирование страхового рынка. Данное влияние может быть отражено в следующих основных направлениях: интернетизация, дигитализация и индивидуализация страховой деятельности. Кроме того, в работе даны понятия цифрового страхования, основных направлений цифровизации страхового рынка, а также обозначены недостатки от внедрения каждого из них.

Ключевые слова: страховой рынок, цифровая экономика, цифровое страхование, цифровизация.

В условиях современных реалий информационные технологии на рынке страхования выступают движущей силой, позволяющей осуществлять страховым компаниям успешное взаимодействие со всеми группами уже имеющихся и потенциальных клиентов. Причём сами потребители, идущие в ногу со временем и активно использующие технологические инновации в повседневности, ожидают соответствующего уровня технической оснащённости от страховщиков.

В силу того, что постоянно увеличивающиеся темпы развития цифровизации могут являться причиной появления «киберрисков», то имеется возможность минимизировать некоторую часть из них именно за счёт использования механизмов страхования.

Именно поэтому под цифровым страхованием можно подразумевать «способ удовлетворения потребностей страхователей в специфической страховой защите, обусловленной случайными неблагоприятными событиями, происходящими в большинстве своём в среде цифровой экономики и сопутствующими применению технологического оборудования». Иными словами, термин «цифровое страхование» - это собирательное понятие, объединяющее в себе страхование киберрисков, электронной коммерции, защиту от компьютерных и электронных преступлений и пр.

В настоящее время в качестве основных направлений цифровизации страхового рынка выделяют такие как интернетизация, дигитализация и индивидуализация страховой деятельности. Остановимся на каждом отдельном направлении и выявим недостатки от их внедрения.

Так, интернетизация предполагает активное использование Интернета в бизнес-процессах страховых компаний. В частности, к таким процессам можно отнести: интернет-продажи страховых услуг, урегулирование различного рода

страховых случаев через сеть, а также процессы сбора информации о страхователе через интернет-пространство.

Несмотря на удобство и высокую скорость обработки данных с помощью возможностей Интернета, всё-таки можно выделить и недостатки от процесса интернетизации. Во-первых, это достаточно высокий уровень случаев страхового мошенничества. Во-вторых, операции страхования через Интернет потенциально подвержены риску киберпреступлений. И, наконец, в-третьих, довольно низкий уровень доверия населения страховой «интернет-культуре».

В свою очередь, в рамках второго направления – индивидуализации – осуществляется разработка персональных страховых предложений на основе получения большого массива данных о страхователе и объекте страхования. Среди недостатков процесса индивидуализации можно выделить такие как недостаточность проработки степени влияния собираемых показателей на риск, а также возможность незаконного использования личных данных о страхователе и практически ничем не ограниченный доступ к ним.

Дигитализация представляет собой оцифровывание бизнес-процессов, то есть это непосредственное использование цифровых технологий. В рамках дигитализации бизнес-процессов в страховых организациях, например, при процессе продаж всё чаще используются смарт-контракты и функционал мобильных приложений для смартфонов. Кроме того, в бухгалтерском учёте применяются программы автоматизации, а при оценке рисков страхователя – способы телематики.

Применение данного направления цифровизации может быть осложнено за счёт величины понесённых затрат на переоснащение страховой деятельности и переобучение сотрудников. Как следствие, это может привести к затруднениям с масштабируемостью применяемых цифровых технологий. Кроме того, велика также вероятность серьёзной конкуренции между цифровыми и иными каналами услуг страхования.

Все три направления цифровизации страхования применяют следующие технологии:

- Технологии беспроводной связи;
- Облачные технологии;
- Новые производственные технологии
- Большие данные (Big Data) и пр.

Так, по словам руководителя Департамента страхования и экономики социальной сферы РФ А.А.Цыганова, подавляющее большинство страховых компаний на сегодняшний день используют в своей деятельности технологию «интернетизации бизнес-процессов» (около 93%). Чуть больше половины страховщиков заявляют о применении технологии больших данных (57%), а также новых производственных технологий (47%). Технология беспроводной сети применяют 40% компаний, а искусственный интеллект - 30% страховщиков. По словам руководства многих субъектов страхования технология «блокчейн» в настоящее время уже практически не используется.

Сами страховые компании довольно оптимистично оценивают уровень своей цифровизации (более 37 % компаний).

Согласно результатам исследования, проведенным Всероссийским союзом страховщиков совместно с AC&M-Consulting, практически 75 % россиян готовы полностью перейти на цифровое страхование. В целом, за последние три года (2018-2020 гг.) объём страховых продуктов, проданных онлайн, значительно вырос, практически в 20 раз. Такой резкий скачок, в первую очередь, обеспечили ОСАГО, страхование выезжающих за границу, а также страхование от несчастных случаев.

Однако не следует забывать и о том, что необходимость физических консультаций «вживую» всё ещё сохраняется, в особенности при страховании жизни. Но и здесь цифровизация внедряется всё больше. К примеру, в мобильных приложениях от страховых компаний на многие вопросы отвечает цифровой помощник, так называемый чат-бот. Зачастую именно он принимает 70% обращений пользователей, а остальные 30% передаёт на рассмотрение в службу поддержки. Тем самым, это значительно помогает разгрузить сотрудников и оперативнее отвечать на запросы клиентов.

Не так давно фонд «Сколково» оценил степень цифровизации ведущих российских страховых компаний по итогам работы за 2020 год. Рейтинг учитывал размер финансовых показателей, наличие онлайн-сервисов и приложений для смартфонов, а также готовность компаний к дистанционному урегулированию страховых случаев. Так, лидирующие позиции заняли страховые компании «Согласие», «Ингосстрах» и «АльфаСтрахование».

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что в настоящее время в России, впрочем, как и во всём мире, наблюдается процесс постепенной цифровизации страхового рынка за счёт внедрения в процессы страховой деятельности новых технологий цифровой экономики.

Цифровизация страхового рынка несёт обоюдную пользу, как для страховых компаний, так и для их клиентов. Так, страхователи экономят своё время, совершая все действия удаленно из дома, без непосредственного посещения офиса страховщика. А компании, в свою очередь, получают возможности для снижения затрат на привлечение клиентов и их дальнейшее обслуживание.

Список использованной литературы

1. Белоусова Т.А. Современные проблемы регулирования страховой деятельности. // М.: КноРус, 2019. 234 с.
2. Гребенщиков Э.С. Страхование через призму цифровой экономики // Финансы, 2020. №7.
3. Цыганов А. А. Цифровизация страхового рынка: задачи, проблемы и перспективы // Экономика. Налоги. Право. 2018. №2.

DIGITALIZATION OF THE INSURANCE MARKET

Abstract: This article examines in detail the impact of digitalization on the functioning of the insurance market. This influence can be reflected in the following main directions: internetization, digitalization and individualization of insurance activities. In addition, the paper gives the concepts of digital insurance, the main directions of digitalization of the insurance market, and also identifies the shortcomings of the implementation of each of them.

Keywords: insurance market, digital economy, digital insurance, digitalization.

УДК 336.717.06

Губина Таисия Ивановна

Студент

Санкт-петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8-921-561-06-27, taisgubina35@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ НАСЕЛЕНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ (СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ДЕНЕЖНЫХ ПЕРЕВОДОВ QIWI)

В статье собраны виды мошенничества с электронными кошельками на момент 2021 года. В качестве основной платёжной системы выбрано приложение QIWI-кошелёк, на примере которого разобраны основные виды обмана. Пользователи, часто, самостоятельно перечисляют денежные средства мошенникам в надежде получить что-то взамен. Такая ситуация складывается из-за неполной осведомлённости человека о возможностях приложения и попыток разработчиков упростить систему платежей.

Ключевые слова: мошенничество, платёжная система, банковские операции, QIWI, риски, финансы населения, мобильное приложение

Во все времена люди стремились упростить свой быт. Было создано множество инструментов, делающих жизнь человека легче, начиная от примитивного орудия труда до современных машин. Так под действием прогресса компании 21-ого века работают над созданием интуитивных и лёгких систем для жизни. Создание приложений на телефон значительно облегчило деятельность населения, позволило быстро получать необходимую информацию, а также успешно проводить рекламу и операции с банковскими счетами.

Банковская система так же модернизировалась, и уже сейчас существует множество банков и платёжных систем имеющих исключительно онлайн площадку. Интерес к цифровой экономике стал толчком к развитию таких платёжных систем, как «Яндекс.Деньги», «WebMoney», «PayPal», «QIWI» и др. Электронный вид платёжной системы комфортен для современного пользователя. Для совершения операций со счетами не требуется ходить в банк, снимать наличные деньги и затрачивать много времени и сил. К сожалению, многие из этих систем денежных платежей стали не только площадками для честного клиента, но и местом противоправных деяний.

Зачастую жертвами мошенничества становятся не банки, а обычные пользователи платёжных систем [1]. Создание платёжных систем в виде приложений спровоцировало волну взломов аккаунтов пользователей, так как разработчики стремятся к упрощению, из-за чего безопасность падает. Нечестные

граждане ложью выманивают пароли и коды. Существует несколько вариантов получения чужих денежных средств, основной из которых – обман через сообщение. Данный способ подразумевает под собой представление заведомо ложной информации о выигрыше или любом другом безвозмездном получении средств через приложения пользователя. Обычно, подобные мероприятия подразумевают под собой отправление ложной комиссии за выигрыш на счёт мошенника, которая является в платёжной системе обычным переводом.

С развитием приложения появились новые технологии перевода средств. О подобных способах пользователи не успевают узнавать и становятся жертвами преступников. За последние несколько лет мошенники в большей степени выбирают для своих целей платёжную систему «QIWI», так как одной из её особенностей является появление специальных «токенов» в приложении. Токен — это такой же ключ для доступа, как пароль от кошелька или код из SMS. Он используется в QIWI для автоматизации работы со своим кошельком: доступа к счёту и для проведения операций. Изначально он был создан для удобства разработчиков. В попытке сделать процесс перевода безналичных денег проще, создатели забыли о безопасности счёта и осведомлённости пользователя, из-за чего многие средства людей исчезли и перешли в руки мошенников [2].

Стремясь получить больше средств через ошибки приложения, пользователи часто сами попадают на уловки мошенников. Новые функции любого приложения имеют свои достоинства и недостатки. Во многих случаях недавно созданные программы имеют слабые места доступные для кибератак. Это частая проблема о которой знают пользователи, и в погоне за выгодой и преумножением цифр на счёте попадают на уловки мошенников [3]. Метод обмана заключается в видео размещённых на различных сервисах, где недобросовестные люди рассказывают о методе увеличения счёта. В QIWI существует способ вывода средств через электронную почту, чем успешно пользуются мошенники, выдавая свой e-мэйл, за некоторый электронный адрес разработчика, благодаря которому можно повысить доход. Жертва после просмотра подобных видеороликов доверяет автору, по причине необразованности в программном обеспечении и в надежде получить больше выгоды меньшими тратами.

Существует иной способ обмана пользователя QIWI-кошелька, благодаря которому человек добровольно передаёт свои средства мошеннику. Человек понимает, что система электронного платежа представляет собой приложение, которое может поддаться взлому, и решает купить уже взломанные аккаунты с остатками средств на счёту, из-за чего передаёт деньги мошеннику и получает взамен недействительные данные. Важным фактором такого обмана является не только неосведомлённость людей, но и величина доверия к мошеннику [4].

Создание платёжных систем существенно ускорило процесс передачи денежных средств и проведения операций по счетам, но так же создало множество путей для мошенников. В 21-ом веке проблема осведомлённости пользователя стоит очень резко, так как в стремлении сделать приложение легче, разработчики забывают об объяснении принципов работы, того или иного обновления. Подобное стечение

обстоятельств приводит к потере средств у пользователей, и часто такие потери недоказуемы так как человек сам отдаёт свои данные или перечисляет деньги.

Список использованных источников

1. Кардашевская М. В., Гаврилин Ю. В. Электронная платежная система как элемент обстановки преступления // Академическая мысль. 2020. No2 (дата обращения: 21.04.2021).11). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-platezhnaya-sistema-kak-element-obstanovki-prestupleniya> (дата обращения: 21.04.2021).дата обращения: 21.04.2021).

2. Павперов П. Риски мошенничества в системах электронных платежей // Экономическая преступность сегодня // <http://econcrime.ru/expert73/> (дата обращения: 21.04.2021).дата обращения 22.04.2021).

3. Васюков Сергей Викторович Некоторые криминологические особенности преступлений, совершаемых в сфере проведения безналичных расчетов, производимых с использованием банковских карт, и проблемы их предупреждения // Человек: преступление и наказание. 2012. No1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-kriminologicheskie-osobennosti-prestupleniy-sovershaemyh-v-sfere-provedeniya-beznalichnyh-raschetov-proizvodimyh-s> (дата обращения: 21.04.2021).дата обращения: 21.04.2021).

4. Коломинов Вячеслав Валентинович О способе совершения мошенничества всфере компьютерной информации // Человек: преступление и наказание. 2015. No3 (дата обращения: 21.04.2021).90). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-sposobe-sovsheniya-moshennichstva-v-sfere-kompyuternoy-informatsii> (дата обращения: 21.04.2021).дата обращения: 21.04.2021).

UDC 336.717.06

Gubina Taisiya Ivanovna

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia
8-921-561-06-27, taisgubina35@gmail.com

Academic Supervisor: Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey
Vladimirovich

PROBLEMS OF PUBLIC FINANCIAL MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY (MODERN TYPES OF FRAUD THROUGH THE QIWI MONEY TRANSFER SYSTEM)

The article contains the types of fraud with electronic wallets in 2021. The QIWI wallet application was chosen as the main payment system. The main types of deception are analyzed on the example of this application. Users often independently transfer funds to scammers and hope to get something in return. This situation is due to the incomplete awareness of the person about the capabilities of the application and the developers ' attempts to simplify the payment system.

Keywords: fraud, payment system, banking, QIWI, risks, public finance, mobile app

УДК 378

Данилова Ольга Сергеевна

Старший преподаватель кафедры Менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

Тел.: +7 904 557 68 57

Email: dani-olenka@yandex.ru

ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ И ИНСТРУМЕНТЫ В РАБОТЕ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА

В статье рассмотрены различные цифровые сервисы и онлайн-инструменты, которые можно использовать в образовательном процессе преподавателю высшего учебного заведения при подготовке и проведении дистанционных и очных занятий.

Ключевые слова: цифровой сервис, онлайн-инструмент, платформа, тест.

В период пандемии коронавируса сфера образования претерпела значительные изменения и по сей день продолжает подстраиваться под сложившиеся условия. Дистанционные образовательные технологии получили стремительное развитие без соответствующей подготовки преподавателей, студентов и учеников к их повсеместному и продолжительному использованию. На данный момент существует большое количество цифровых сервисов и различных цифровых онлайн-инструментов, которые достаточно функциональны, просты в использовании и помогают организовать дистанционный процесс образования должным образом.

Цифровые сервисы и инструменты используются для различных целей учебного процесса [1]:

- создание тестов;
- подготовка учебно-методических материалов;
- создание инфографики и другого графического материала;
- запись аудио- и видео-роликов;
- учебные презентационные материалы
- создание электронных портфолио и др.

Большинство преподавателей используют для организации дистанционного обучения цифровые инструменты и платформы, которые не требуют использования языков программирования, и освоение которых не требует больших затрат времени, что позволяет быстрее и качественнее подготовиться к проведению онлайн-занятий.

Данные платформы позволяют студентам быть вовлеченными в процесс обучения, помогают в освоении наиболее сложных тем и упрощают процесс контроля за успеваемостью. Рассмотрим некоторые цифровые сервисы и инструменты подробнее.

Самыми востребованными программными продуктами на сегодняшний день являются различные сервисы и платформы для разработки онлайн-тестов. Они могут быть в виде как отдельного программного продукта, так и встроены в

уже имеющуюся образовательную платформу. Данные сервисы позволяют создавать различные виды тестовых заданий, проведения диагностики знаний и получения данных о результатах прохождения теста каждым студентом или группой в целом [2].

Данные системы постоянно совершенствуются, их функционал расширяется и выявить одного лидера довольно сложно, тем не менее, одним из наиболее популярных и часто используемых сервисов являются Google-формы.

Google-формы – это тип документа, который доступен на платформе Google и используется для составления анкет, проведения опросов и последующего улучшения качества услуг и бизнеса. Представленный сервис безусловно обладает рядом преимуществ.

Он позволяет создать форму (анкету, опрос) с различными типами вопросов и хранить полученную форму, а также все ответы на нее на своем Google диске; ответы сохраняются автоматически и доступны сразу после прохождения теста студентом; создание неограниченного количества форм совершенно бесплатно; есть возможность перемешивания вопросов между собой; возможность отправить форму по электронной почте либо опубликовать ссылку на нее на университетской онлайн-платформе; студенту для заполнения формы не требуется наличие Google-аккаунта; любой вопрос можно сделать обязательным для ответа; каждый новый опрос можно сделать в новой цветовой схеме или новом дизайне, добавив в шапку опроса, например, картинку из коллекции; отображение ответов по каждому отдельному участнику опроса, либо в сводной таблице, экспортируемой в различные форматы.

Использование Google-форм значительно упрощает процесс контроля за успеваемостью студентов, что является главным преимуществом во использовании.

Online Test Pad – бесплатный универсальный и простой конструктор, с помощью которого можно создать различные тесты, задания, задачи, кроссворды, опросы, логические игры, диалоги. Конструктор доступен на русском языке. Используется данный сервис для сбора и систематизации информации или же как цифровой инструмент для итогового контроля [3].

Webanketa – помогает создавать и проводить приватные и публичные опросы, анкетирования и голосования. Работая с сервисом, желательно пройти регистрацию, хотя создавать опросы могут и незарегистрированные пользователи. Если анкета будет создана без регистрации, то она может просто потеряться, т. к. не будет привязана к пользователю.

Simpoll – сервис для создания и проведения опросов, голосований и тестов. Сервис полностью на русском языке. С помощью Simpoll возможно создание опроса и теста любой сложности. Онлайн-конструктор тестов позволит легко и быстро создать любой тест любой сложности в режиме онлайн. С помощью него можно создавать тесты на различные темы: тестирование знаний учеников и студентов, психологическое тестирование, проведение опросов и т.д.

БанкТестов.ру – позволяет создать онлайн-тест и разместить его в интернете, какие-то специальные знания не требуются. Через веб-интерфейс

создается тест, прописываются варианты расшифровок результатов в зависимости от набранного количества баллов. Затем пользователи проходят тестирование, система автоматически выставляет оценку и выдает результат. Есть возможность смотреть хронологию и результаты прохождения тестов пользователями.

Mentimeter.com – бесплатный и простой онлайн-сервис для создания опросов и голосования в режиме реального времени в формате презентации. Удобно использовать на занятиях, при выступлении на конференции для получения обратной связи от аудитории. Можно использовать готовый пример или создать собственную презентацию – интерактивную доску с вопросами. Сервис задает каждому опросу идентификационный номер, участники могут голосовать в режиме реального времени. Для этого нужно пройти по адресу menti.com и ввести номер опроса. Есть специальный плагин для создания опросов непосредственно в PowerPoint. Предполагается использование мобильного телефона при ответе на вопросы [3].

Также существуют различные сервисы по созданию интерактивных упражнений, это так называемые конструкторы, самым популярным является сервис Quizizz.

Quizizz – сервис для создания опросов и викторин. Преподаватель создает викторину на своем компьютере, а студенты принимают участие в ней со своих мобильных устройств. При создании викторины преподаватель может вставить свою картинку с компьютера или скачать ее из интернета, указать время на обдумывание студентом или группой заданного вопроса. Очень удобным является то, что проводить данную викторину возможно, как онлайн, так и непосредственно на занятии в аудитории при помощи использования мобильных устройств студентами или в компьютерном классе. Однако, у сервиса пока отсутствует русифицированная версия [4].

Еще одним сервисом, которым можно пользоваться онлайн – это интеллект-карты, иногда их называют ментальными картами. Интеллект-карта – это графическое представление информации, которое передает отношения между отдельными идеями или концепциями. Интеллект-карты позволяют работать в группе в режиме реального времени при нахождении участников в любом месте. Перечислим ниже инструменты, предлагающие бесплатный и платный пакеты услуг.

Mindmeister – позволяет делиться ментальными картами с любым количеством участников, сотрудничать с ними в реальном времени. Независимо от места расположения, все члены команды мгновенно увидят изменения, сделанные в ментальной карте. Члены команды могут комментировать темы, голосовать за идеи или обсуждать изменения во встроенном чате. Важный результат совместной работы – это визуализация идей и возможность донести их до остальных. С помощью встроенного режима презентаций есть возможность преобразовать ментальные карты в динамичные слайд-шоу, вставить презентацию на сайт или транслировать ее в режиме реального времени.

Coggle – инструмент для того, чтобы делиться сложной информацией. Позволяет работать совместно, перетаскивать изображения на диаграммы прямо с рабочего стола. Есть возможность при совместной работе создавать отдельные личные рабочие пространства. Бесплатный пакет предоставляет 3 различных вида диаграммы на выбор, около 1600 иконок, неограниченное количество картинок для загрузки, авто расстановку ветвей диаграммы, скачивание в формате PDF и т.д. [5].

В сложившихся условиях становится очень популярным использование онлайн-досок в образовательном процессе. Если большинство преподавателей уже используют онлайн-доску на популярной платформе Zoom, то существует еще один русифицированный сервис под названием Padlet.

Padlet – виртуальная интерактивная доска для командного взаимодействия и размещения различного контента. Сервис для совместной работы команды, отдела, студенческой группы. С помощью нее можно комментировать размещенную информацию, задать вопрос аудитории в режиме реального времени [5].

Таким образом, можно подвести итог, что существует большое количество цифровых сервисов и различных платформ для ведения образовательного процесса дистанционно. Многие из них доступны бесплатно и просты в использовании. Однако, некоторые платформы до сих пор не русифицированы и не позволяют пользоваться полным пакетом услуг в бесплатной версии. Тем не менее, использование цифровых сервисов и онлайн-инструментов неизбежно при грамотной подготовке к дистанционному образовательному процессу.

Библиографический список

1. Панюкова С.В. Использование информационных и коммуникационных технологий в образовании: учеб. пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2020. – 256 с.
2. Суворова Т.Н. Актуальные направления подготовки учителей к проектированию и использованию электронных образовательных ресурсов. – М.: Изд-во ООО «Образование и информатика», 2019. – 222 с.
3. Ширшов Е.В., Ефимова Е.В. Организация учебной деятельности в вузе на основе электронных, информационно-образовательных технологий. – Архангельск: Изд-во Арханг. гос. тех. ун-та, 2006. – 208 с.
4. Савинов Т.Т., Данилов Д.А., Басахранова Е.А. Информационные технологии в сфере образования. Учебное пособие. – М.: «Academia», 2020. – 256 с.
5. Селевко Г.А. Педагогические технологии на основе информационно-коммуникационных средств. – М.: НИИ школьных технологий, 2005. – 208 с.

UDC 378
Danilova Olga Sergeevna
Senior Lecturer, Department of Management
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,
Saint-Petersburg, Russia
Tel.: +7 904 557 68 57
Email: dani-olenka@yandex.ru

DIGITAL SERVICES AND TOOLS IN THE WORK OF A UNIVERSITY TEACHER

The article discusses various digital services and online tools that can be used in the educational process by a teacher of a higher educational institution in the preparation and conduct of distance and face-to-face classes.

Keywords: digital service, online tool, platform, test.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Аннотация: в данной статье рассматривается роль цифровой экономики в сфере туризма. В настоящее время с развитием технологий ключевым фактором выступают информация, представленная в виде цифровых данных. Таким образом, цифровая экономика становится инструментом повышения конкурентоспособности предприятий различных сфер деятельности.

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, современные технологии, цифровизация, цифровая трансформация

Одно из важных преимуществ развития туристической сферы в секторе экономики является развитие интернет-технологий. Сегодня идет непрерывная цифровизация различных сфер деятельности [1].

Основное отличие цифровой экономики от обычной экономики заключается в том, что в цифровой экономике приоритетом ресурсов является информация, а также методы управления, что является довольно важным фактором для отрасли. Туризм с учетом этой информации в этой сфере - основная составляющая производства. Индустрия туризма ориентирована на активное внедрение и использование цифровых технологий. Многие компании реконструируют свои бизнес-процессы в соответствии с парадигмой развития цифровой экономики, которая может включать системы онлайн-бронирования туров, электронную коммерцию и т.д. [2] Таким образом, можно утверждать, что сегодня индустрия туризма продолжает развиваться в условиях цифровой экономики, что значительно позволяет этой сфере в самых суровых условиях рыночной экономики быть более гибкой при любых изменениях, что значительно повышает уровень конкурентоспособности. в развивающемся мире цифровых технологий [3].

С постоянным внедрением различных технологий в туристической индустрии появляются различные тенденции, в том числе [5]:

- увеличение темпов глобализации сектора туризма;
- появление новых каналов сбыта;
- сокращение времени сближения поставщика туристических услуг и потребителей;
- возможности для туристических организаций открыть доступ в Интернет;
- улучшение деятельности за счет использования различных мобильных приложений.

Как показывают статистические данные, сегодня около 3,5 миллиардов человек имеют возможность использовать Интернет-ресурсы для собственных нужд, но число этих людей с каждым годом растет. При этом к получателям,

использующим этот ресурс, можно отнести людей из разных слоев населения, а также из разных возрастных групп [6].

Благодаря диджитализации этой индустрии каждый человек может самостоятельно искать информацию о тех или иных местах путешествия, сопоставлять различные туристические компании и делать выбор в пользу наиболее подходящих критериев личного поиска клиента, вплоть до покупки желаемый тур в любое время онлайн, в круглосуточном режиме, что соответственно влияет на качество услуг, предоставляемых туристической компанией, а также на повышение уровня удовлетворенности клиентов.

При этом постоянно увеличивается количество людей, предпочитающих самостоятельно планировать свой маршрут путешествия, покупать авиабилеты, бронировать отели и т. д, что является следствием снижения прибыли специализированных туристических организаций.

Даже при бронировании и онлайн-покупках различных услуг, предоставляемых транспортными службами, умелое планирование маршрута со стыковкой всех рейсов стало проблемным фактором, но с появлением такого явления, как большие данные и появление искусственного интеллекта, стало возможным структурировать все поездки всего за несколько шагов. Например, Rome2Rio - это единая платформа, которая предлагает разные способы добраться из одного места в другое, от морского транспорта до пешеходных маршрутов. Пользователь должен ввести свои данные, поскольку онлайн-платформа сама составляет идеальный маршрут с учетом временных и ценовых критериев пользователя. [7].

На основе исследования Booking.ru стало ясно, что большая часть населения мира заинтересована в использовании искусственного интеллекта, т.е. для пользователей становится менее важным фактор, кто им помогает: живой человек - консультант или чат-бот, количество таких пользователей колеблется в районе 50%. Сегодня чат-боты могут заменить живое общение с консультантом, потому что они способны отвечать на различные вопросы пользователей, например, Kayak - чат-бот дает рекомендации и советы путешественникам, начиная с покупки авиабилетов, с учетом доступного бюджета. пользователя, и заканчивая рекомендацией по посещению достопримечательностей в желаемых местах [8].

Однако использование мобильных устройств, а также мобильных приложений значительно упрощает работу туристических предприятий, ввиду того, что персонализация в сфере обслуживания клиентов позволяет организациям собирать необходимые данные о клиенте: их место жительства, структуру затрат, их предпочтения и интересы, а также другую информацию, позволяющую проводить различные маркетинговые исследования, тем самым повышение качества предоставляемых услуг. В то же время, благодаря Интернету и социальным сетям, появляется возможность проанализировать потенциального клиента. Благодаря им доступны данные о профиле человека, местах, которые он предпочитает, количестве времени, которое он проводит на заданном объекте и т. Д. Все это и многое другое снижает затраты на проведение

опросов, позволяет анализировать клиента, и, как следствие, в случае изменения его интересов позволяет адаптировать туристическое предложение под себя.

Согласно статистике, предоставленной Google, на этапе планирования путешествия в среднем человек делает около 400 запросов в Интернете, что в эпоху цифровизации позволяет туристическим компаниям влиять на свой выбор и убеждать их в пользу того или иного отеля, компания и т. д. [9].

Рынок туризма с предоставлением своих услуг в режиме онлайн постоянно развивается. 74% путешественников в мире предпочитают онлайн-сервисы. С каждым годом увеличивается количество онлайн-запросов пользователей с мобильных устройств, таких как каршеринг, поиск железнодорожных и авиабилетов, бронирование номеров и т.д. Таким образом, основная часть пользователей совершает свои покупки и бронирования также через мобильные устройства, что в свою очередь приводит компанию к тому, что необходимо, помимо предоставления информации и услуг, предоставить клиенту возможность удобно оплачивать услугу с мобильного устройства.

Индустрия туризма на российском рынке также ежегодно развивается и, в свою очередь, занимает значительную долю в экономическом секторе страны. Из статистики Федерального управления по туризму известно, что 4 377 компаний на рынке зарегистрированы в едином федеральном реестре туроператоров, среди которых деятельность 2 500 компаний направлена на оказание туристических услуг внутри страны. Однако 51% российских путешественников по-прежнему предпочитают покупать готовые туры у компаний, которые на них специализируются, независимо от возможности пользоваться онлайн-сервисами.

Таким образом, интеграция цифровых технологий в промышленность идет полным ходом, что является важным показателем инновационного развития этой области, ведущего к интеллектуальному туризму.

Список использованной литературы

1. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я., Дынник Д.И. Цифровая трансформация системы управления туристским комплексом региона // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2021. № 1 (128). С. 40-44.

2. Григорьева Н.С., Дынник Д.И. Маркетинговое сопровождение в проектном управлении: применение в бизнесе и государственном секторе // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2020. № 6 (121). С. 11-15.

3. Dynn timer D.I., Grigorieva N.S., Galoyan Ya.E. IMPROVING PROJECT MANAGEMENT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION WITH THE USE OF SOFT COMPUTING // Advances in Intelligent Systems and Computing (см. в книгах). 2020. Т. 1095. С. 214-220.

4. Григорьева Н.С., Александрова К.В. Цифровые технологии как средство восстановления предприятий туристической индустрии после кризиса 2020 года // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. 2020. № 2. С. 326-331.

5. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2020. № 1. С. 115-120.

6. Grigoreva N.S. TAXATION AND EMPLOYMENT: CONSIDERING RELATIONSHIPS AND FACTORS OF EFFICIENCY // В сборнике: INTERNATIONAL ACADEMIC CONFERENCE ON EDUCATIONAL & SOCIAL INNOVATIONS AC-ESI-2018. conference proceedings . 2018. С. 318-322.

7. Grigoreva N.S., Kolycheva Zh.Ya., Ushakov D.S. BUDGETARY ADMINISTRATION AND MACROECONOMIC SYSTEMS' SOCIAL EFFECTIVENESS // Advanced Science Letters. 2018. Т. 24. № 9. С. 6311-6313.

8. Григорьева Н.С. Стратегическое управление как метод преодоления кризисных явлений высшего профессионального образования // Terra Economicus. 2013. Т. 11. № 1-2. С. 129-132.

9. Григорьева Н.С. Качество образования и корпоративная культура вуза // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. 2015. № 1. С. 42-45.

БРЕНДЫ МАКЕТПЛЕЙСОВ: СПЕЦИФИКА, ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

Цифровизация экономики находит воплощение в институциональных изменениях коммерческой сферы и формировании новых форматов коммерческих предприятий. Одними из таковых являются разновидности маркетплейсов.

Ключевые слова: бренд, электронная коммерция, маркетплейс

Технологические изменения затронули все без исключения сферы экономики и в том числе сферу торговли. Возросшая конкуренция офлайн и онлайн каналов сбыта послужила предпосылкой расширения форматов онлайн-магазинов и сервисов.

По сравнению с традиционными формами коммерции онлайн-коммерция обеспечивает более широкий охват потенциальных и реальных потребителей, позволяет сократить расходы на аренду торговых помещений и торговый персонал, закупку товаров, дает возможность выхода на рынки с высокими конкурентными барьерами, например, рынки с высокой долей магазинов сетевых форматов [1].

Компании-рынки (Marketplaces) - сервисы, предоставляющие торговые площадки для продажи товаров. Покупатели приобретают товары не с помощью корпоративного сайта компании, а с сайта компании-рынка.

Вообще данные сервисы можно разделить на три группы: buyer-driven (создаваемые покупателями), seller-driven (создаваемые продавцами), third-party-driven (создаваемые третьей стороной) [2].

Одним из первых маркетплейсов является компания Amazon, которая прошла путь от интернет-магазина книг до маркетплейса с филиалами во многих странах мира. В 1995 году в США была также основана площадка интернет-аукционов eBay, которую по формальному признаку можно также отнести к маркетплейсам, так как этот онлайн-ресурс предоставляет возможность физическим и юридическим лицам выставлять их товары на продажу, однако в отличие от других маркетплейсов формирование стоимости товаров на eBay происходит по правилам аукциона.

В 1996 году Хироси Микитани основал в Японии магазин электронной коммерции Rakuten, а в 1997 году предоставил розничным продавцам возможность выстраивать собственные сайты на базе своего интернет-магазина. В 1999 году в Китае появился интернет-ресурс Alibaba, созданный Джеком Ма, который стал крупнейшим в мире маркетплейсом с капитализацией 441 млрд \$ (по итогам 4-го квартала 2018 года) [3].

B2B- и B2C-площадки, C2C предприниматели получают преимущества от сотрудничества с онлайн-посредниками.

По прогнозам исследовательской компании Data Insight к 2023 году объём онлайн-торговли вырастет в два раза и оставит 2,4 трлн рублей. А 50% интернет-покупок уже сейчас оформляются через маркет-плейсы. Маркетплейс предлагает товары и услуги разных поставщиков, тогда как интернет-магазин торгует одним брендом или предлагает только одного производителя. Маркетплейс похож на большой торговый центр, а интернет-магазин на фирменный бутик.

Интернет-магазин обычно узконаправлен и посвящён одной тематике. В нём вы сами устанавливаете правила оплаты, доставки, возврата товара. Маркетплейс же устанавливает единые правила для всех продавцов.

Следовательно, разработка брендов маркетплейсов предполагает не только создание имиджа отражающего ценности компании, но и привлекательного для всех категорий клиентов от продавцов, пользующихся сервисами маркетплейса, так и покупателей.

Особое внимание следует уделить неймингу интернет-площадки, так как интернет-пространство не имеет географического разделения и услугами сайта могут пользоваться потребители из разных стран.

Визуальные компоненты бренда должны отражать концепцию и ценности бренда компании, а также обеспечивать узнаваемость бренда в мультимедийной среде: интернет-среда, мобильная среда, традиционная (офлайн) среда, цифровая среда.

На основании элементов брендинга маркетплейса выстраиваются отношения лояльности компании и потребителей, что находит воплощение в повторяющихся посещениях и совершении покупок на базе маркетплейса, а поставщики налаживают долгосрочное сотрудничество полномасштабно используя сервисы маркетплейса.

Список использованных источников

1. Любименко А. И. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-КОММЕРЦИИ // Передовые инновационные разработки. Перспективы и опыт использования, проблемы внедрения в производство: сборник научных статей девятой международной научной конференции. 31 октября 2019 г. Часть 2. - Казань: ООО «Конверт», - 2019. – с.198-200

2. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

3. Балабанова Н.А. Маркетинговая стратегия коммерческого банка: от маркетплейса к экосистеме // Финансовые рынки и банки. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-strategiya-kommercheskogo-banka-ot-marketpleysa-k-ekosisteme> (дата обращения: 17.05.2021).

UDC 339.37: 005

Dobryakova Anna Andreevna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

LAYOUT BRANDS: SPECIFICATIONS, VISUALIZATION

The digitalization of the economy is embodied in institutional changes in the commercial sphere and the formation of new formats of commercial enterprises. One of these are the types of layout spaces.

Keywords: brand, e-commerce, layout

УДК 378.046.4, 331.55

Дроботун Нина Владимировна

к.т.н., доцент кафедры информационных систем и компьютерного дизайна

Лашкова Ирина Антоновна

доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ

В статье рассматриваются основные аспекты внедрения цифровых технологий в образовательные процессы.

Ключевые слова: EdTech, системы управления обучением

Основу цифровой экономики составляют цифровые технологии и знания, и как следствие предъявление особых требований к компетенции специалистов во всех сферах деятельности.

Особенность подготовки кадров для цифровой экономики заключается не только в подготовке специалистов в средних профессиональных и высших образовательных учреждениях, но и в повышении квалификации и переподготовке работников разных сфер, с любым стажем работы, и совершенствовании профориентации в средних образовательных учреждениях.

Для повышения профессиональной мобильности граждан и повышения уровня интернационализации профессионального образования и обучения в 2012 году Россия вступила в движение WorldSkills, основной миссией которого является «создавать условия для людей, которые хотят профессиональной самореализации» [1]. В рамках движения реализуются несколько программ:

юниорское движение WorldSkills Russia, направленное на формирование выбора будущей профессии у обучающихся средних образовательных учреждений (школ, лицеев, гимназий) и осознанное понимание структуры образовательной траектории для быстрого нахождения рабочего места на рынке труда;

федеральный проект «Содействия занятости» для повышения квалификации или переподготовки отдельных категорий граждан для адаптации их к требованиям современного рынка труда [1].

Все больше в оборот входят такие понятия, как самообразование, саморазвитие и индивидуальная образовательная траектория. Актуальность этих понятий подтверждается следующими фактами:

активное внедрение в образовательные процессы индивидуальных образовательных траекторий является одной из задач проекта «Цифровая экономика Российской Федерации» [2];

по прогнозам разработчиков «Атласа новых профессий» после 2020 г., на рынке профессий актуальными станут профессии «Разработчик образовательных траекторий» и «Тьютер» [3].

В образовательные процессы образовательных учреждений и образовательные подразделения компаний все активнее начинает внедряться технология индивидуальной образовательной траектории, когда обучающийся/слушатели участвует в формировании учебного плана в соответствии с перечнем компетенций для желаемой профессии. Реализация технологии повлечет за собой изменения образовательного процесса, а именно по ряду дисциплин, включенных в план, могут формироваться малочисленные группы. Большим подспорьем для решения проблемы может стать дистанционная форма обучения через образовательные технологии (EdTech). Наиболее востребованными в настоящее время в России из EdTech являются online-курсы и вебинары.

Для разработки online-курсов используются системы управления обучением, представленные в таблице 1 [4].

Таблица 1 Системы управления обучением

Платформа (разработчик)	Сервис (разработчик)
Canvas (Instructure)	Ispring Suite (Ispring)
Adobe Captivate Prime (Adobe)	Ispring Page (Ispring)
Академия-Медиа (ИЦ Академия)	Myquiz (Waveaccess)
Антитренинги (Интернет Университет)	Система Тестирования Indigo (Indigo Software Technologies)
Efront (Epignosis)	Emdesell (Ип Соколов М.А.)
Electude (Electude Internationa)	Mirapolis Lms (Mirapolis)
Collaborator (Davintoo)	Startexam (Милдсофт)
Atutor (Германия)	Online Test Pad
Elearning Server 4g (Гиперметод)	Testand (Тестанд)
Teachbase (Интернет Школа)	Adobe Captivate (Adobe)
Getcourse (Система Геткурс)	Uchi.Pro (Учи.Про)
Ispring Market (Ричмедиа)	Mylms (Websoft)
Courselab (Websoft)	Google Класс (Google)
Open Edx (Edx)	Moodle (Moodle)

В настоящее время EdTech-рынок России насчитывает большое множество образовательных платформ, содержащих online-курсы. Причем в развитии цифрового образования участвуют как частные образовательные компании, так и университетское сообщество.

«Открытое образование» - образовательный ресурс, созданный ассоциацией университетов России «Национальная платформа открытого образования» [5]. При создании online-курсов, авторы ориентируются на требования ФГОС по направлениям подготовки бакалавриата и магистратуры, специальностей. На подготовительном этапе формирования платформы экспертная группа утвердила структуру online-курса. В настоящее время на ресурсе представлено 723 курса [5].

Компания «Аktion-МЦФЭР» сформировала рейтинг EdTech-лидеров по результатам работы частных ресурсов в 1 квартале 2020 года [9]. Причем, сравнительный анализ рейтинга с рейтингом за 2018-2019 гг. показал, что произошла перегруппировка – более высокие позиции заняли образовательные платформы для среднего образования (табл. 1) [6].

Для унификации цифровых образовательных технологий необходимым становится прохождение обучающимся/слушателем аттестации по завершению курса и получения документа об образовании. Как следствие, встает вопрос с идентификацией обучающегося/слушателя. В Российской Федерации начинается процесс формирования информационной системы биометрических данных и программного обеспечения для организации доступа к ней, и внедрение их в образовательные процессы образовательных учреждений и образовательных подразделений компании [7].

Внедрение online-курсов в цифровое образование позволит повысить уровень своих компетенций обучающимся вузов и СПО, а также пройти повышение квалификации и переподготовку специалистам любой сферы деятельности. Главным достоинством EdTech-ресурсов является возможность использования их в любой точке Российской Федерации при наличии доступа к Интернету, компьютера или мобильного устройства.

Таблица 2 Рейтинги EdTech-ресурсов

Рейтинг		Название	Назначение	Выручка за 2018 г., ₽ млн	Прирост, %	
2020 г.	2019 г.				2019 г.	2020 г.
1	1	<u>Skveng</u>	Онлайн-школа английского языка	1 100	55	29
2	3	<u>Skillbox</u>	Онлайн-университет digital-профессий: дизайн, маркетинг, программирование и управление	540	85	289
3	4	<u>Учи.ру</u>	Изучают школьные предметы в интерактивной форме	500	100	50
4	2	<u>Нетология-групп</u>	«Нетология» — центр обучения digital-профессиям и «Фоксфорд» — онлайн-школа для учеников с 5-го по 11-й класс	780	41	53
5	8	<u>Geekbrains</u>	Digital-профессиям с гарантированными стажировками и ориентацией на трудоустройство выпускников	482	66	50
6	7	<u>MAXIMUM Education</u>	Дополнительное образование школьников	600	39	34
7	9	<u>Getcourse</u>	Онлайн-школ по рисованию, фитнесу, обучению бьюти-профессиям	420	76	72
8	6	<u>iSpring</u>	Программное обеспечение для корпоративного обучения	627	34	35
9	5	<u>LIKE Центр</u>	EdTech-компания Like Центр и инвестиционного фонда Like	932	-	- 42
10	10	<u>Аktion-МЦФЭР</u>	Электронные и печатные профессиональные издания, справочные системы, онлайн-сервисы и курсы	546	32	58

Список использованных источников

1. Центры опережающей профессиональной подготовки [Электронный ресурс]: Союз «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)» URL:<https://worldskills.ru/> (дата обращения: 10.04.2021)
2. Кадры и образование в цифровой экономике России [Электронный ресурс]: ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ TADVISER, URL: <https://www.tadviser.ru/a/399707> (дата обращения: 08.04.2021)
3. Атлас новых профессий [Электронный ресурс]: URL:<http://atlas100.ru/> (дата обращения: 08.04.2021)
4. Управление обучением [Электронный ресурс]: Проект «Соваре», URL: <https://soware.ru/categories/learning-management-systems> (дата обращения: 08.04.2021)
5. О проекте [Электронный ресурс]: Национальный платформа открытого образования, URL:<https://openedu.ru/course/> (дата обращения: 11.04.2021)
6. Тренды образования: кто вошел в ТОП-10 крупнейших EdTech-компаний России [Электронный ресурс]: Официальный сайт мультимедийного холдинга России РБК, URL:<https://trends.rbc.ru/trends/education/> (дата обращения: 11.04.2021)
7. Постановление Правительства РФ от 2 марта 2021 г. N 301 [Электронный ресурс]: Официальный сайт системы Гарант, URL <http://ivo.garant.ru/#/document/400413204/>

UDC 378.046.4, 331.55

Drobotun Nina, Associate Professor of Information Systems and Computer Design

Irina Lashkova Associate Professor, Department of Management

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, St. Petersburg, Russia

DIGITAL EDUCATION IN RUSSIA

The article discusses the main aspects of the implementation of digital technologies in educational processes.

Keywords: EdTech, learning management systems

УДК 378.046.4, 331.55

Дроботун Нина Владимировна

к.т.н., доцент кафедры информационных систем и компьютерного дизайна

Лашкова Ирина Антоновна

доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

ЦИФРОВОЕ ОБЩЕСТВО - ЦИФРОВОЕ ГОСУДАРСТВО-ГРАЖДАНИН

В статье рассматриваются основные аспекты внедрения цифровых технологий во все сферы деятельности гражданина России.

Ключевые слова: цифровое государство, гражданин, информационная безопасность

С каждым днем все больше во все сферы деятельности гражданина России входят цифровые технологии. Особенности цифровизации связаны с решением профессиональных задач, взаимодействием между гражданами в производственной деятельности и на бытовом уровне, включая передачу информации в среде Интернет.

Активное внедрение цифровых технологий представляют две стороны одной медали: с одной стороны, открываются широкие возможности, а с другой - нарушение личного пространства. Если с лицевой стороной все понятно, граждане разных возрастных групп, осваивая информационно-коммуникационные технологии используют: федеральные и государственные информационные системы, ресурсы банковской сферы, операционную архитектуру предприятия, транспортно-туристические ресурсы, торговоразвлекательные ресурсы, социальные сети. То обратная сторона связана с возможностью хищения персональных данных граждан России.

Первые две группы цифровых ресурсов имеют высокий уровень защиты данных пользователей, что обусловлено требованиями политики информационной безопасности. В свою очередь, последние два – почти не защищены, это обусловлено тем, что основной целью бизнеса является получение доходов. Анализ ресурсов показал, что практически на всех ресурсах отсутствует политика информационной безопасности.

Некорректная работа ресурсов и низкий уровень грамотности пользователей в области информационной безопасности повлекло расширение круга мошенников с персональными данными граждан России. В жизнь граждан России вошло понятие – «телефонное мошенничество», когда происходит вымогательство персональных данных с получением доступа к денежным средствам на банковских счетах и картах.

Но наибольшее беспокойство вызывает ситуация с молодым поколением. Цифровые технологии, компьютер и мобильные устройства входят в жизнь подростков и молодежи с юных лет как телевизоры. И это, наверное, является причиной того, что молодое поколение не предусматривает опасность со стороны современных технологий. Какая может быть опасность от

инструментов, используемых в образовательных процессах, общении с родственниками и друзьями. Но общение подростков и молодежи в Интернете имеет и «темную» сторону. Современное молодое поколение теряет навыки вербального общения с родными и близкими. Общаясь с виртуальными друзьями, они открывают свои тайны и получают советы, которые порой приводят их к суициду. Важной задачей, которая стоит перед цифровым образованием является повышение уровня грамотности обучающихся в области информационной безопасности.

Для повышения ответственности владельцев ресурсов происходит совершенствование в нормативно-законодательные акты Российской Федерации.

Изменения в нормативно-законодательных актах

Федеральным законом от 29.12.2020 № 479-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»: «...закреплены в Федеральном законе от 27.07.2006 № 149 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» понятия идентификация и аутентификация, используемых с целью распознавания личности гражданина на основе биометрических данных... Единой системе биометрических персональных данных граждан Российской Федерации присвоен статус государственной информационной системы, а надзорные функции за использованием данных возложены на Роскомнадзор. Причем право использования биометрических данных разрешено финансовым организациями, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателем...Для физических лиц определены возможности использования электронной подписи для визирования электронных документов».

Для исключения рисков незаконной передачи персональных данных, 25 декабря 2020 года Советом Федерации был одобрен Федеральный закон № 519 «О внесении изменений в Федеральный закон «О персональных данных». В закон были внесены дополнения: «...

Статья 3 – определение персональных данных, разрешенных субъектом персональных данных для распространения;

Статья 10 – особенности обработки персональных данных, разрешенных субъектом персональных данных для распространения;

Статья 10 – определение способа получения согласия на обработку разрешенных субъектом персональных данных для распространения оператором (лично, с использованием информационной системы Роскомнадзора)».

На основании статей закона, вступивших в силу 1 марта 2021 года, приказом Роскомнадзора от 24.02.2021 № 18, утверждены «Требования к содержанию согласия на обработку персональных данных, разрешенных субъектом персональных данных для распространения».

Следует отметить, что введенные изменения в нормативно-законодательную базу Российской Федерации касаются не только работодателей, но и всех операторов, обрабатывающих персональные данные на Интернет-пространстве.

Цифровые технологии и гражданин

Парадокс ситуации с персональными данными заключается в том, что если субъект самостоятельно предоставляет данные, то ответственность за это несет он сам. Прежде чем предоставить данные необходимо проанализировать локальные акты третьего лица и взвесить «что потеряю – что получу». И здесь важно понимание, что цифровые технологии будут в дальнейшем активно развиваться.

Так, в финансовых активно тестируется система идентификации и аутентификация граждан на основе единой системы биометрических данных, а в электронном документообороте – средства криптографической защиты информации. Если первоначально электронная подпись использовалась только юридическими лицами, то в наши дни этот инструмент доступен любому гражданину. Анализ публикаций, связанный с использованием электронной подписи физическими лицами, позволяет сделать вывод – мошенники могут оставить гражданина без собственности. Поэтому целесообразно, при получении электронных подписей владелец должен пройти обучение, в рамках которого он будет ознакомлен с нормативно-законодательной базой по работе со средствами криптографической защиты информации, разъяснены права, обязанности и возможные риски.

Образование и персональные данные

Многие годы все процессы в образовательных учреждениях связаны с цифровыми технологиями: электронная запись в школы, обработка результатов ЕГЭ, прием документов в колледжи и вузы, обмен данными абитуриентов с федеральной информационной системой, передача данных о документах об образовании в федеральный реестр документов об образовании и т.д.

Образовательные учреждения сталкиваются со сложностью совмещения требований Федеральной законодательной базы и отраслевых нормативных требований. Согласно Федерального закона № 519, субъект персональных данных может дать запрет на распространение персональных данных в тоже время как требования к структуре и содержанию официального сайта образовательной организации утвержденные Постановлением Правительства РФ от 10 июля 2013 г. № 582 и приказом Рособнадзора от 14 августа 2020 г. № 831 обязывают организации размещать информацию о научно-педагогических работниках, а по руководителям их доходы и доходы членов их семей.

Использование Интернет-пространства в образовательном процессе с каждым годом расширяется. Первоначально на Интернет-ресурсах образовательной организации размещалась информации по организации учебного процесса, то с 2021/2022 учебного года на основании «Положение об особенностях проведения промежуточной аттестации в 2021/2022 учебном году», утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 02.03.2021 г. № 301 для организации удаленного взаимодействия «преподаватель - обучающийся» внедряются инструменты по идентификация и аутентификация обучающихся.

Проведенные исследования подтверждают, что активное развитие цифровых технологий мотивирует законодателей к совершенствованию нормативно-законодательной базы Российской Федерации.

UDC 378.046.4, 331.55

Drobotun Nina, Associate Professor of Information Systems and Computer Design

Irina Lashkova Associate Professor, Department of Management

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, St. Petersburg, Russia

DIGITAL SOCIETY - DIGITAL STATE-CITIZEN

The article discusses the main aspects of the implementation of digital technologies in all spheres of activity of a citizen of Russia.

Keywords: digital state, citizen, information security

УДК 349

Дударева Галина Михайловна

студентка магистратуры кафедры

гражданского права и процесса

группы ОЮИМ-Ю02-19-1

Санкт-Петербургского университета технологии управления

и экономики

г. Санкт-Петербург, Россия

моб. т. 8931-219-1431, e-mail: galinadudareva92@gmail.com

НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА, РЕГУЛИРУЮЩАЯ ФИНАНСИРОВАНИЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

В статье проводится анализ нормативно-правовых актов, регламентирующих финансирование жилищного строительства в Российской Федерации.

Ключевые слова: жилищное строительство, жилая недвижимость, финансирование, регулирование

Строительные организации всё чаще, в последнее время, сталкиваются с нехваткой финансовых средств для дальнейшего строительства, что говорит о низком уровне инвестирования в данные проекты, ввиду наличия низкого уровня платежеспособности граждан на приобретаемое жильё.

В условиях недостатка собственного капитала, строительные организации всё чаще применяют иные источники финансирования жилищной отрасли, а именно привлеченные средства и уровень их доступности. Как правило, наиболее существенные и распространенные привлеченные источники финансирования жилищного строительства являются: средства долевых участников, заемные средства у банков [1], средства инвесторов и финансовые ресурсы от выпуска ценных бумаг.

Законодательство в сфере недвижимости представляет собой общую совокупность законов и иных нормативных правовых актов, посредством которых государством устанавливаются, изменяются или отменяются соответствующие нормы, которые включены в общую стоимость объекта недвижимости.

Соблюдение правовых норм даёт в будущем гарантию проведения законных сделок по приобретению и продаже недвижимости.

Далее будет проведен анализ законодательной базы РФ.

Государственное регулирование финансирования жилищного строительства включает в себя следующие методы:

- экономические;
- административно-правовые.

Под экономическими методами регулирования финансирования жилищного строительства стоит подразумевать как ресурсное и финансовое

обеспечение мер поддержки государства, так и непосредственно финансирование и кредитование в строительной сфере [2].

Под административно-правовыми методами стоит подразумевать нормативную базу, которая определяет специальный порядок для корректного функционирования комплекса финансирования жилищного строительства, а также возлагает на себя ответственность по контролю процедур заключения постановлений в сфере государственного регулирования.

В зависимости от намерений со стороны государственной власти контроля вопросов финансирования жилищного строительства выделяют следующие способы:

- прямолинейное влияние;
- мотивирование, наблюдение и принуждение;
- координирование;
- поддержка.

Главной и основополагающей целью организации структурированного устройства контролирования развитости со стороны государства в сфере финансирования жилищного строительства является воспроизведение, четкое распределение намеренных указаний и поручений в рамках федерального и регионального того или иного проекта в виде позволяющего указать на недостатки экономического и социального уровня анализируемой области, а так учесть нужды граждан и представителей строительных организаций в сферы жилищного строительства [3].

Данные использования разнообразных тактик контроля, со стороны государства в плане регулирования финансирования жилищного строительства производится лишь в рамках определенных конкретных отраслей подотраслей права в целом, а именно:

- конституционное [4];
- гражданское;
- административное;
- жилищное;
- земельное.

Основополагающим фактором государственного регулирования системы финансирования и банковского кредитования жилищного строительства выступают методы, которые основаны на ряде нормативно-правовых актов.

Список использованных источников

1. Смирнова Е.М., Собченко И.Г. Особенности правового регулирования проектного финансирования жилищного строительства // В сборнике: Современные социально-экономические и правовые основы государственного регулирования экономики региона. сборник научных статей. Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева. 2019. - С. 215-220

2. Кучуков Р. А. Теория и практика государственного регулирования экономических и социальных процессов [Текст]: учебное пособие для вузов / Р. А. Кучуков. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Экономика, 2010. - 503 с.

3. Матайбаева Г.Ж., Основные модели жилищного финансирования // Экономические науки/2. Финансы и банковское дело. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/3_99826.doc.htm

4. Оганесян С.М. Конституция Российской Федерации – основной источник права современной России // Мир юридической науки. - 2013. - №3. - С. 43-51.

UDC 349

Dudareva Galina

Master's student of the department

civil law and process

groups OYUIM-U02-19-1

Saint Petersburg University of Management Technology

and economics

St. Petersburg, Russia

REGULATORY AND INFORMATION BASE REGULATING HOUSING CONSTRUCTION FINANCING

The article analyzes the normative legal acts regulating the financing of housing construction in the Russian Federation.

Keywords: housing construction, residential real estate, financing, regulation

УДК 336.7

Дулова Ульяна Владимировна,

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия,

89814616368, Dulova-Ulyana@narod.ru.

К.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, Смирнова Марианна Витальевна.

НАВЯЗЫВАНИЕ УСЛУГ ОПЕРАТОРАМИ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

В статье рассматривается проблема навязывания услуг операторами мобильной связи, как избежать навязывания услуг и что делать если это уже случилось.

Ключевые слова: услуги, товары, навязывание, потребитель, защита прав.

Наше общество сейчас называют «обществом потребления». И это не просто так, ведь огромное количество специально обученных людей, таких как маркетологи и мерчандайзеры, работают над тем, как привлечь внимание покупателей и продать побольше товаров или услуг.

Но, к сожалению, если одни стремятся честно продавать качественные, полезные и нужные продукты, зарабатывая тем самым честную репутацию, то другие пытаются идти другим путём –принуждают к покупке или откровенно подсовывают товары-пустышки. Такое явление называется навязыванием товара или услуги. [1]

Наиболее распространённые виды навязывания товаров или услуг, с которыми можно встретиться:

1) Принуждение граждан к заключению договоров страхования здоровья или недвижимости при оформлении кредитов;

2) Предложение медицинских/косметологических/банковских услуг по телефону;

3) Подключение дополнительных, но крайне ненужных опций для мобильной и интернет-связи.

4) Предложение комплекса дополнительных комплексов услуг/товаров к основному продукту;

Обычно навязывание услуги(товара) проявляется в виде принуждения к покупке каких-либо дополнительных опций для основного приобретения. При этом, в качестве манипуляции продавцы используют отказ в продаже основного товара или услуги. Но также часто встречаются случаи, когда навязывание происходит без ведома покупателя. Например, такое часто можно встретить в сфере услуг мобильной связи, где, согласно примерным подсчётам, операторы получают до 2 миллиардов рублей таким способом.

Более подробно рассмотрим эту знакомую многим проблему. Обычно навязывание происходит следующим образом: оператор незаметно для пользователя подключает различные дополнительные услуги и подписки, напрямую не влияющие на качество связи (прогноз погоды, новости, рассылки анекдотов). При этом каждая из подобных услуг стоит денег и баланс клиента незаметно становится всё меньше и меньше.

Также распространены случаи, когда изначально услуги подключаются бесплатно, а списание средств происходит через какое-то время – спустя неделю, две, месяц. Естественно, что клиенты не сразу замечают пропажу денег с мобильного счёта, а когда начинают бить тревогу часто получают отказ. [3]

Что же можно сделать с точки зрения закона в таких ситуациях? С точки зрения закона (ст.16 ФЗ о защите прав потребителей), навязывание покупателю товаров или услуг, в которых он не нуждается — это грубое нарушение прав потребителя и продавец, принуждающий к таким покупкам, может быть привлечен к ответственности. [2]

В случае с телефонными услугами, первым делом необходимо связаться с самим оператором и попытаться решить конфликт мирным путем, написав жалобу или претензию, а также заявление на возврат средств. Если же это не помогло, тогда следует обратиться в Роспотребнадзор (надзор в области защиты прав потребителей) и Роскомнадзор (надзор в сфере связи). Также можно обратиться в суд, прокуратуру или ФАС (в крайних случаях). [3]

Как избежать навязывания со стороны мобильных операторов и не только?

При подписании договоров необходимо внимательно изучать все условия, прописанные в нем. Также необходимо сразу обращать внимание на непонятные пункты с просьбой разъяснить их.

Если вам предложили какие-либо дополнительные услуги, то сразу узнайте об условиях отказа от них и как это повлияет на приобретаемый вами товар/услугу. Тогда скорее всего вам удастся избежать ненужной покупки заранее. [1]

Что касается услуг мобильной связи и схожих с ними (интернет-услуги, подписки на различные онлайн-сервисы с автоплатежами), то лучшим способом решения проблемы здесь будет бдительность и внимательность самого пользователя, как на этапе подключения услуг, так и в дальнейшем. Регулярная проверка баланса, доступных услуг и их соответствие заявленной стоимости и качеству – успешный путь чтобы избежать навязывания ненужных опций.

Список используемых источников.

1. Интернет-портал «Юридические лица и многое другое» URL: <https://yurlitsa.ru/>

2. Официальный сайт общества по защите прав потребителей в Санкт-Петербурге и ЛО.
URL: <https://prava-potrebitelev.ru/>

3. Адвокатское бюро. URL: <https://katsaylidi.ru/>

UDC 336.7

Dulova Ulyana Vladimirovna, St. Petersburg State University of Industrial technologies and design, St. Petersburg, Russia, 89814616368, Dulova-Ulyana@narod.ru.

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department of accounting, analysis and audit, Smirnova Marianna Vitalevna.

THE IMPOSITION OF SERVICES BY MOBILE OPERATORS.

The article deals with the problem of the imposition of services by mobile operators, how to avoid the imposition of services and what to do if it has already happened.

Keywords: services, goods, imposition, consumer, protection of rights.

УДК 657.1

Дымникова Евгения Дмитриевна,

бакалавр 4 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89611076656, E-mail: evgeniyadym15@gmail.com

Научный руководитель:

Ермакова Людмила Владимировна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

В статье рассматривается необходимость применения информационных технологий в бухгалтерском учете, а также исследуются основные программы, используемые в процессе автоматизации учетных процессов.

Ключевые слова: автоматизация, информационные технологии, бухгалтерский учет, облачные сервисы.

В современной экономике хозяйствующие субъекты действуют в условиях постоянной конкуренции и риска. Поэтому для любого руководителя важной задачей становится постоянное повышение конкурентных преимуществ организации – усовершенствование технологии производства, повышение квалификации сотрудников, приобретение более современного оборудования и т.д. Именно поэтому важное значение приобретает внедрение автоматизации во все производственные процессы, в том числе в систему бухгалтерского учета предприятия.

Ведение учета на предприятии подразумевает оформление всех хозяйственных операций первичными документами, которые затем формируют учетные регистры, а заключительным этапом документирования является составление финансовой отчетности. Система документирования в учете удовлетворяет потребность как внешних, так и внутренних пользователей в достоверной, обоснованной и точной информации. Поэтому от степени автоматизации данного процесса будет зависеть, насколько точна и правильна будет предоставленная информация.

Процесс внедрения информационных технологий в систему бухгалтерского учета включает в себя несколько этапов. Как правило, с каждым последующим этапом происходит внедрение все более сложных и современных программ, что позволяет сделать учетный процесс более отлаженным, быстрым и точным. На рисунке 1 схематично представлены этапы внедрения информационных технологий в систему бухгалтерского учета [2].



Рисунок 1 – Этапы автоматизации бухгалтерского учета

Применение в деятельности бухгалтера таблиц Excel позволяет осуществлять первичный анализ различных показателей деятельности предприятия. Данная программа позволяет сортировать данные по различным признакам, формировать суммы по каким-либо операциям за определенный период. Вместе с этим, при использовании таблиц Excel возникает риск потери данных при использовании таблиц несколькими пользователями, а также риск допустить ошибку, исправление которой приведет к большим временным и трудовым затратам. Таким образом, применение электронных таблиц в деятельности бухгалтера может быть оправдано при небольших масштабах производства, а также при условии, что информация, содержащаяся в таблицах, доступна небольшому количеству людей одновременно [3].

Специализированные бухгалтерские программы (1С: Бухгалтерия, Парус, БЭСТ, Небо, Мое дело и др.) активно используются бухгалтерами предприятий различного рода деятельности, т.к. обладают рядом существенных преимуществ. Данные программы позволяют:

- вести первичную документацию;
- формировать регистры синтетического и аналитического учета;
- вести журнал операций, в котором отражаются все хозяйственные процессы, осуществляемые в организации;

- на основе вышеперечисленной документации формировать и представлять в соответствующие органы финансовую, налоговую, управленческую и статистическую отчетность.

Профессиональные бухгалтерские программы удобны тем, что каждая организация может настраивать интерфейс и конфигурации в зависимости от рода своей деятельности. Но одновременно с этим возникают трудности. Так, бухгалтерские программы требуют постоянного обновления до актуальной версии. При отсутствии в штате организации IT-специалиста придется прибегнуть к услугам со стороны, что повлечет дополнительные расходы. Также трудозатратным процессом является внесение в систему данных с бумажных носителей (первичной документации), исправление ошибок, возникающих в процессе учета. Еще одним существенным недостатком профессиональных бухгалтерских программ является отсутствие широкого набора инструментов для осуществления управленческого учета и принятия управленческих решений. Таким образом, бухгалтерские программы, несомненно, необходимы для повышения эффективности учетной деятельности на предприятии, но каждая организация должна выбирать программный продукт, ориентируясь на специфику производственного процесса, масштабы производства, квалификацию сотрудников бухгалтерии и т.д. [4]

ERP-сервисы являются чрезвычайно удобным инструментом для синхронизации всех бизнес-процессов, происходящих на предприятии. Такие системы предназначаются для предприятий с большой номенклатурой производимой продукции, со сложно осуществляемым производственным процессом, а также большим разветвлением филиалов. По своей сути ERP-система является единой базой данных для больших объемов информации по различным процессам, происходящим на предприятии. Подобные сервисы чрезвычайно удобны для планирования деятельности, синхронизации работы различных служб, позволяют получать оперативную информацию обо всех сторонах деятельности организации [5].

Облачные технологии представляют собой одно из наиболее востребованных нововведений в автоматизации бухгалтерских учетных процессов. Суть «облака» заключается в хранении информации в сети Интернет. Облачные сервисы имеют как множество преимуществ, так и существенных недостатков. Сравнительная характеристика представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки облачной бухгалтерии

Преимущества	Недостатки
1. Доступ к информации в любом месте и в любое время	1. Зависимость рабочего процесса от подключения к сети Интернет
2. Обеспечение защищенности данных за счет работы по шифрованным каналам связи	2. Неразвитый рынок провайдеров-поставщиков услуг, возможная ненадежность того или иного контрагента
3. Автоматическое обновление программы	3. Проблемы с информационной безопасностью в отношении защиты данных
4. Возможность одновременного доступа к одной и той же информации нескольких пользователей	4. Возможная несовместимость «облака» с ранними версиями бухгалтерских программ
5. Неизменная стоимость аренды сервера в течение всего срока действия договора с поставщиком услуг	5. Дополнительные затраты на подключение к «облаку» сторонних сервисов

Таким образом, облачные технологии являются прорывом в области автоматизации бухгалтерского учета, но сервисы несовершенны, имеется множество недоработок, требующих устранения.

Инновационным направлением в автоматизации учетных процессов является применение искусственного интеллекта. Такие технологии, как блокчейн, призваны устранить существующие в настоящее время проблемы в информационном обеспечении учетных бухгалтерских процессов – риска искажения и потери данных, низкого качества данных, отсутствия интеграции в международную систему учета и др. [1].

Подводя итоги, можно сказать, что автоматизация бухгалтерского учета является важной стратегической задачей для предприятия, т.к. это повысит эффективность деятельности бухгалтерской службы, снизит риски ошибок в учетном процессе и позволит формировать более достоверную финансовую, налоговую и управленческую отчетность. Выбирать сервисы для ведения учета следует, исходя из целей деятельности предприятия, ее возможностей и наличия ресурсов. Также важным условием является наличие надлежащей квалификации у бухгалтера, что позволит ему быть востребованным специалистом в рамках его профессиональных функций.

Список литературы:

1. Егорова С.Е., Богданович И.С. Перспективы применения информационных технологий в бухгалтерском учете в условиях глобализации бизнеса //Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019. Т. 12, № 6. С. 38–48.
2. Ильина, О.П. Информационные технологии бухгалтерского учета: учебник для ВУЗов /О.П. Ильина. – М.: Юнити, 2011. – 300 с.

3. Криницына А.Е., Дедова О.В. Направления и проблемы развития бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики. В сборнике: Основные тенденции развития экономики и управления в современной России. Материалы VIII всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых. Ответственный редактор Текеева Л.Д., 2019. С. 41-43.

4. Кузнецова О.Н., Павленок А.В. Актуальные проблемы управления в условиях цифровой экономики. В сборнике: Информационные технологии в экономике и управлении. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 321-324.

5. Петров Е.П. ERP-системы: плюсы и минусы // Креативная экономика. 2010. № 8. URL: <https://creativ economy.ru/lib/4298> (дата обращения: 20.04.2021).

DEMAND FOR INFORMATION TECHNOLOGY IN ACCOUNTING

The article examines the need to apply information technology in accounting, as well as explores the main programs used in the process of automation of accounting processes.

Keywords: automation, information technology, accounting, cloud services.

УДК 005.1

Егоров Дмитрий Сергеевич

Студент

+79212204721, bogugan@yandex.ru

Научный руководитель: Доцент кафедры менеджмента, кандидат технических наук, доцент,
Чигиринова Марина Владимировна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

РАЗВИТИЕ QR- ПЛАТЕЖЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье анализируется мировой опыт развития технологии QR- платежей, какие перспективы и проблемы, ждут данную технологию в будущем.

Ключевые слова: QR- платеж, технология, анализ, опыт

QR-код-это двумерный штрих-код (2D-штрих-код), который может содержать различную информацию. QR означает "быстрое реагирование", которое отражает способность устройств и программного обеспечения быстро идентифицировать код и конвертировать содержащиеся в нём данные. С помощью специальной программы, установленной на вашем мобильном телефоне, вы сможете сразу же можете получить содержащуюся в QR-коде информацию (например, о компании или продукте) или произвести оплату.

Использование QR-кодов стало особенно популярным в финансовом секторе. WeChat Pay - платежная система с использованием мессенджера WeChat, принадлежащего Tencent и Alipay - одна из крупнейших платежных систем, входящая в группу Alibaba являются наиболее распространенными платежными схемами в Китае, основанными на QR-кодах [1]. В 2016 году Китай осуществил платежи и переводы с помощью QR-кодов на сумму 1,65 миллиарда долларов, что составляет около трети всех мобильных платежей в стране. QR-коды широко используются в Китае благодаря мессенджеру WeChat, появившемуся в 2011 году [2]. Одним из его отличий от других мессенджеров является наличие уникального QR-кода для каждого профиля пользователя и, как следствие, встроенного сканера QR-кода, что является причиной обслуживания клиентов, китайцы используют их в своей повседневной жизни. В настоящее время WeChat-это не только мессенджер, но и целая экосистема, которая объединяет платежные платформы, социальные сети и среду для разработки и продвижения игр и сервисов. Что касается роли электронной коммерции в Китае, WeChat также важен для инструментов маркетинга и монетизации. В середине 2012 года, и у каждого бренда была своя публичная страница с индивидуальным QR-кодом. В то же время QR-коды начали заменять ссылки, что привело к ежедневной практике их использования среди самых активных и богатых клиентов. В конце 2017 года мессенджер насчитывал около 1 миллиарда пользователей [3].

Несколько крупных банков в России добавили возможность совершать

платежи и переводы с помощью QR-кодов в свои мобильные приложения. Некоторые из них позволяют переводить средства с помощью QR-кода. QR-коды также устанавливаются в банковских терминалах: после оплаты платеж отправляется на адрес электронной почты, указанный самим пользователем. Тем не менее, основываясь на результатах Всероссийского онлайн-опроса, который проводит Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ), большинство россиян – 84% - планируют оплачивать покупки с помощью QR-кодов, хотя большинство из них считают, что этот метод менее удобен, чем любой другой способ оплаты. В опросе приняли участие 1600 человек в возрасте не менее 18 лет в 53 регионах России. Согласно исследованию, 53% опрошенных намерены пользоваться QR – кодом выборочно - только в известных или крупных торговых точках, а 31% респондентов – везде [4].

Таким образом, QR-код открывает большие возможности, как бизнесу, так и его клиентам, и его потенциал не исчерпывается только использованием его при оплате, а в перспективе он еще удивит нас своей многофункциональностью.

Список использованных источников:

1. Принимайте безналичную оплату без терминала. URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/bankingservice/payqr?utm_source=google&utm_medium=src&utm_campaign=bankingservice.payqr_god_corporate (Дата обращения: 5.04.2021)
2. Выгодные и быстрые платежи для бизнеса. URL: <https://sbp.nspk.ru/business/> (Дата обращения: 22.04.2021)
3. Прием оплаты в оффлайн-магазинах через QR-коды – для кого и зачем? URL: <https://vc.ru/trade/167713-priem-oplaty-v-offflayn-magazinah-cherez-qr-kody-dlya-kogo-i-zachem> (Дата обращения: 30.04.2021)
4. Россияне считают платежи по QR-кодам самыми неудобными – URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2020/10/12/843020-rossiyane-platezhi/> (Дата обращения: 30.04.2021)

UDC 005.1

Egorov Dmitry Sergeevich

Student

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint-Petersburg, Russia

+79212204721, bogugan@yandex.ru

Supervisor: Associate Professor of the Department of Management, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Marina V. Chigirina

DEVELOPMENT OF QR PAYMENTS: PROBLEMS AND PROSPECTS

The article analyzes the world experience in the development of QR - payment technology, what prospects and problems await this technology in the future.

Keywords: QR-payment, technology, analysis, experience

УДК 339.138

Елизарова Татьяна Юрьевна

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия

ТЕНДЕНЦИИ FASHION-МАРКЕТИНГА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Пандемия коронавируса привела к существенным изменениям всех сторон человеческого существования, и в том числе сферу моды. Изменилась как структура потребностей, так и технологии реализации и приобретения модных товаров. Это дало толчок проактивному развитию онлайн-коммерции fashion-компаний.

Ключевые слова: fashion-маркетинг, интернет-магазин, электронная коммерция

Индустрия моды сильно пострадала от последствий пандемии коронавируса: поскольку произошел сдвиг в настроениях потребителей, люди теперь, как правило, сосредотачиваются на покупке необходимых предметов. По данным Boston Consulting Group, выручка от индустрии моды упала более чем на треть в 2020 году, что эквивалентно примерно 640 миллиардам долларов потерянных продаж [1]. Это очень большой результат.

С начала 20-го века модные бренды делились своими творческими инновациями и укрепляли имидж бренда с помощью ритуализированных взаимодействий. Яркий пример – модные показы. Каждый сезон бренды коллекции показывают предварительные коллекции за девять месяцев до фактической доставки для аудитории, прилетающей со всего мира. Подготовка презентаций занимает месяцы, но длится не более 20 минут.

Covid-19 положил конец этим дорогостоящим для окружающей среды формам взаимодействия. Он перенес недели моды в онлайн-пространство, одновременно вдохновляя бренды от Dior до Burberry на запуск модных показов без аудитории.

По этой причине бренды переосмысливают «дропы» – тактику запуска коллекции в виде небольших партий. Вероятнее всего, это решение не окупится. Индустрии моды необходимо будет обратиться к другим формам распространения, используя при этом меньше продуктов, энергии, ресурсов и рабочей силы.

В последние века одежда как подтверждение личности и статуса была в центре заметного потребления. В наш век социального дистанцирования, удаленной работы и цифрового взаимодействия, предпосылка моды как видимого маркера статуса и богатства теряет свою актуальность. Она всё еще существует, когда кто-то, к примеру, носит дорогие часы во время звонка в Zoom, но её время уже уходит.

В условиях цифровой экономики или экономики знаний фокус смещается на потребительское поведение и формируемые брендом ценности [2].

Потребители ищут продукцию, которая позволит им продемонстрировать свои знания о современных тенденциях. LVMH заявила, что экологичность является обязательным условием присуждения премии LVMH в этом году для дизайнеров, а также о своем стремлении обеспечить полную отслеживаемость всего своего сырья к 2025 году.

В целях преодоления негативного влияния пандемии коронавируса и ее последствий бренды fashion-компаний внедряют цифровые решения. COVID-19 подталкивает бренды к использованию иммерсивных технологий и экспериментов с ними, чтобы предоставить своим клиентам нечто, напоминающее физический опыт, которым они привыкли наслаждаться.

Изложенные материалы должны максимально приближать покупателя к привычным магазинным ощущениям - товары должны быть наглядными, необходимо предоставлять покупателю возможность изучить качественные цветные изображения, посмотреть видеообзоры, увидеть интерактивную трехмерную модель товара [3].

Здесь можно привести в пример виртуальную одежду, цифровые подиумы и онлайн-шоурумы.

У некоторых брендов возникают проблемы со складами и производством новой одежды, что делает виртуальную одежду самым быстрым способом создания коллекции и ее презентации. Если они не могут произвести определенный товар в ближайшее время, покупатели все равно могут добавить его в свой список желаний или сделать предварительный заказ, и как только он будет готов, его можно будет легко отправить непосредственно им.

Из-за ограниченности покупок в магазинах модные бренды должны будут сделать свои интернет-магазины максимально доступными для клиентов.

Будучи запертыми в течение некоторого времени, потребители стали особенно ценить устойчивость брендов. Современные поколения интересовались устойчивой модой задолго до COVID-19, и теперь их желания стали ещё более выражены.

Устойчивая мода может быть сознательным решением для некоторых, но для других это следствие логистических и экономических сдвигов, вызванных изменениями. Массовое производство одноразовых товаров пока застопорилось, поскольку все больше и больше потребителей ищут экологически чистые варианты.

Немецкий бренд «Concrete Jungle», производящий ювелирные изделия из бетона и переработанных металлов, сообщил о значительном росте в результате своего уникального предложения. Этого следовало ожидать, так как уникальный подход к изготовлению ювелирных изделий из бетона – материала, который обычно рассматривается как полная противоположность моде, вписывается в современные тенденции.

Создание одежды для спортивного досуга и повседневной жизни уже было сильной тенденцией, и она только усилилась после COVID-19.

Чтобы завоевать доверие потребителей во время глобальной пандемии, компании будут стремиться сделать розничные покупки безопасными. В то

время как фокус определенно сместится в сторону онлайн-покупок, розничные магазины по-прежнему будут огромной частью индустрии моды. Поэтому компаниям важно, чтобы розничные клиенты чувствовали себя комфортно, когда они совершают покупки.

Сегодня потребители ищут способы сохранить свое здоровье и здоровье окружающих. Поскольку маски для лица стали обязательным аксессуаром, мы ожидаем, вероятнее всего в будущем ещё больше внимания будет уделяться экологичным, этичным и социально ответственным гардеробам.

Когда дело доходит до *fashion*-маркетинга, использование рекламного креатива, который помогает потребителям понять, что делает бренд для продвижения глобальной охраны здоровья, создания безопасности и устойчивого развития, является большим шагом в правильном направлении.

Для процветания брендов в будущем необходимо сохранять гибкость с учетом устойчивости. Новый скачок в индустрии может означать возвращение к фундаментальному принципу моды, такому как простые, красивые и уникальные вещи.

Список использованных источников:

1. Будущее моды: маркетинг брендов в постпандемические времена // Businessman.ru, Публикации – [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://businessman.ru/post/buduschee-modyi-marketing-brendov-v-postpandemicheskie-vremena.html>

2. Любименко А. И. Интеллектуальный капитал бренда – источник конкурентоспособности компании / РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ, СОЦИАЛЬНОЙ И ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЕ ОБЩЕСТВА XXI ВЕКА - Сб. трудов международной научно-практической конференции – СПб., Издательство: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2019 – с.365-368.

3. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

UDC 339.138

Elizarova Tatiana Yurievna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

FASHION MARKETING TRENDS IN THE PANDEMIC PERIOD

The coronavirus pandemic has led to significant changes in all aspects of human existence, including the field of fashion. Both the structure of needs and the technologies for the sale and purchase of fashionable goods have changed. This gave impetus to the proactive development of online commerce for fashion companies.

Keywords: fashion marketing, online store, e-commerce

УДК 004, 316.454

Ермин Дмитрий Алексеевич

старший преподаватель кафедры информационных технологий

Санкт-Петербургский Государственный Университет Промышленных Технологий и Дизайна, Санкт-Петербург, Российская Федерация

+79062756446, ermin101@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются риски, сопровождающие развитие и внедрение технологий цифровой экономики, создающие угрозы информационной безопасности как отдельных граждан, так и целых социальных групп и общества в целом.

Ключевые слова: кибер пространство, фейковые новости, кибер преступность, поведенческая экономика

На современном этапе развития просматривается целый набор рисков, могущий свести на нет очевидный положительный эффект от внедрения инструментов цифровой экономики. Помимо корпоративных интересов и интересов отдельных социальных страт и слоев, социальные структуры (наравне с системами жизнеобеспечения и иными важными объектами инфраструктуры) конкретной страны становятся объектом воздействия гибридных войн и операций в киберпространстве, проводимых иностранными государствами и разного рода структурами. В лексикон исследователей актуального взаимодействия граждан и кибер пространства прочно вошли такие разноплановые понятия как киберпреступность, криптопреступность, фабрики троллей, бото фермы, технологии НАДЖ, биржи в даркнете, онлайн-казино, зомби сети, фейк ньюс и ряд других.

Кибер пространство в понимании экспертного сообщества, находящегося в рабочем взаимодействии с государственными структурами США, является одним из театров ведения военных действий и специальных операций. Перспективность данного ТВД в слабо развитой международной нормативной базе по противодействию кибер войнам и кибер преступности, а также в наличии ограниченного числа противоборствующих сторон со значимым военным потенциалом в данной сфере – менее десяти стран мира обладают современными кибер войсками.

Кибер пространство обладает собственной этикой (сетевое общения, дистанционного образования и т. д.), психологией восприятия информации (закономерности восприятия разного рода контента на различных платформах имеют существенные отличия), культурой кибер безопасности, правоприменительными практиками; его интенции развития основываются на закономерностях поведенческой экономики, а основным ресурсом является внимание пользователя. Помимо этого, кибер пространство – это своеобразная экосистема (инфосфера, семиосфера), в которой происходит эволюция семантически значимых антропогенных конструкторов – разного рода мемов, информационных вирусов и интернет-фольклора. [1–4]

Переход от традиционного к клиповому мышлению, начавшийся с появления интернета, завершился тотальным внедрением в практику каждодневного общения через механизм социальных сетей. В настоящий момент коммуникация все больше происходит через мессенджеры, что востребует еще более дискретное мышление – мышление мемами. Которое сопровождается дальнейшим сокращением времени восприятия (в частности и пребывания на сайтах), срок актуального присутствия в фокусе общественного внимания новостей закономерно уменьшается – типичная новость по состоянию на 2021 год «живет» не более пяти часов. Для сегодняшних коммуникаций характерен акцент на эмоциональную составляющую, повышение значимости рекреационной функции информации (упор на развлекательность). Мемы идеально приспособлены для генерации эмоций, однако количество информации в меме, как правило, гораздо меньше, чем в традиционных видах сообщений. Ряд исследователей измеряют количество информации с помощью так называемой пропозициональной плотности. [5, с. 190] Пропозициональная плотность мемов в основном меньше или равна единице, что превращает их в некоторый аналог «информационного фастфуда» – быстро потребляемый без долгосрочного запоминания и значимого анализа контент.

С целью оказания влияния на противоборствующую сторону в экономическом, культурном или иного рода конфликте все чаще используются манипулятивные информационно-коммуникационные техники коррекции общественного мнения: использование троллинга, набора мемов, технологий SEME, микротаргетирования, фейковых новостей и т.п. [6, 7]

В Российской Федерации государство уделяет серьезное внимание данному классу рисков. В этой связи достаточно сказать, что в РФ одной из первых в мире были созданы кибервойска (войска информационных операций). [8] Купированием конкретных угроз по получению допуска к нежелательной информации занимается Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор); противодействие киберпреступности в стране находится в сфере ответственности Федеральной службы по техническому и экспортному контролю, а также Федеральной службы безопасности, которая обеспечивает работу государственной системы обнаружения, предупреждения и ликвидации последствий компьютерных атак на информационные ресурсы.

В структуре Правительства РФ существует профильное Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Отдельно необходимо отметить реализацию национального проекта «Цифровая экономика», который в майском Указе Президента Российской Федерации от 2018 года определен в качестве стратегической задачи, до 2024 года запланировано федеральное бюджетное финансирование в объеме более триллиона рублей.

Таким образом можно констатировать, что Россия на современном этапе имеет все ресурсы для успешного внедрения инструментов цифровой экономики с одновременной минимизацией ущерба для социальных структур и отдельных граждан от рисков со стороны всех классов злоумышленников.

Библиографический список

1. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Р. Броуди. – М.: Поколение, 2007. – 304 с.
2. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. – Екатеринбург.: У-Фактория, 2003 – 368 с.
3. Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности. Сборник статей. – М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2007. – 200 с.
4. Граматчикова, Н. Б. Постфольклор и интернетлор: учеб.-метод. пособие / Н.Б. Граматчикова, Т.И. Хоруженко; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Е.: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 62 с.
5. Универсальные принципы дизайна: 125 способов улучшить юзабилити продукта, повлиять на его восприятие потребителем, выбрать верное дизайнерское решение и повысить эффективность/ У. Лидвелл, К. Холден, Дж. Батлер; пер. с англ. А. Мороза. М.: Колибри, Азбука-Аттикус, 2019. 272 с.: ил.
6. Смирнов, А. И. Современные информационные технологии в международных отношениях: монография / А. И. Смирнов. – М.: МГИМО-Университет, 2017. – 334 с.
7. Стулова Е. В. Четыре всадника информационного апокалипсиса. Краткое пособие по управлению репутацией политика в условиях новой информационной реальности / Е. В. Стулова; под ред. Е. Сучкова. – Е.: Лазурь, 2020. – 112 с.
8. URL: <https://www.vesti.ru/article/1840746> (дата обращения 15.04.2021)

SOCIAL RISKS OF THE DIGITAL ECONOMY

Key words: cyber space, fake news, cyber crime

УДК 336

Ершова Мария Александровна

Студент

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия
89278193467

masha-ershova15@yandex.ru

научный руководитель: Вишнякова Ангелина Борисовна

к.э.н., доцент, доцент кафедры прикладного менеджмента

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

В статье анализируются исследования, посвященные изучению становления технологии бесконтактных платежей, а также их преимущества и внедрение биометрических технологий, как перспектива дальнейшего развития.

Ключевые слова: бесконтактные платежи, платежная система, биометрические технологии

Одним из проявлений цифровизации в банковской сфере стало появление и развитие мобильных платежных систем. С помощью них и специальных приложений можно осуществить бесконтактные платежи с мобильного устройства, который поддерживает технологию NFC. И данный вид оплаты набирает все большую популярность. Однако технологии не стоят на месте, и теперь уже можно совершать платежи не только с использованием смартфонов и «умных часов» SmartWatch, но и с помощью специальных платежных колец и браслетов. Прямо на наших глазах происходит технологическая революция, которая в ближайшее время полностью изменит наше представление о банковской индустрии.

Согласно исследованию международной консалтинговой компании BCG, Россия является одним из самых продвинутых мобильных платежных рынков в Европе. В 2020 году наша страна стала лидером по совершению бесконтактных платежей при помощи смартфона [1]. В России для совершения платежей активно используются такие разработанные технологическими компаниями мобильные приложения, как Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay. Они появились на рынке в 2015–2016 годах. В июле 2020 года «Сбербанк» выпустил собственный платежный сервис SberPay. Для него не требуется дополнительная установка, так как он уже встроен в мобильное приложение «Сбербанк Онлайн». Все эти приложения действуют по одному принципу: нужно ввести и подтвердить данные банковской карты, затем установить блокировку и после этого можно совершать оплату с использованием устройства [2].

Стоит отметить, что в России в 2020 году применение электронных носимых устройств при безналичных расчетах выросло в 3 раза, по сравнению с пластиковыми банковскими картами. Вместе с этим было замечено снижение оборота наличных денег.

Среди преимуществ использования безналичных платежей можно выделить такие, как простота, удобство и безопасность. Благодаря технологии NFC происходит шифрование данных карт, которые хранятся в виде токена – это защищенная цифровая копия. Во время проведения платежа информация также зашифровывается и благодаря этому считать данные о карточной транзакции становится практически невозможно. Также при уплате значительных сумм бесконтактным путем не требуется введение пин-кода, что тоже увеличивает безопасность этого способа.

Еще одним преимуществом является то, что к одному гаджету можно привязать несколько карт, причем не только дебетовых и кредитовых, но и карт лояльности. Это говорит о том, что теперь уже необязательно иметь при себе множество различных карточек.

По прогнозам экспертов наблюдается тенденция к полной замене пластиковых карт на смартфоны и прочие электронные девайсы, а также к полному исчезновению наличных денежных средств в будущем.

Вместе с тем, следует заметить, что сейчас за рубежом и в России происходит тестирование и внедрение новых безналичных способов расчета, а именно способы с применением биометрических технологий. Под ними понимаются системы, в основе которых лежит идентификация индивидуальных черт человеческого организма, таких как лицо, голос, отпечатки пальцев, радужной оболочки глаз [3].

Еще в 2016 году в России сеть магазинов «Азбука вкуса» запустила способ оплаты с использованием отпечатков пальца. Для этого клиенту нужно привязать отпечаток к банковской карточке в приложении, а затем оплачивать покупку, прикоснувшись к специальному терминалу со встроенным биометрическим сканером.

Также несколько лет назад «Сбербанк» представил систему оплаты посредством сканирования ладони человека. Такая система внедрена в нескольких десятках российских школ. Благодаря ей школьники могут оплачивать питание в школах, поднеся свою руку к экрану терминала. Специальные датчики распознают уникальный рисунок кровеносных сосудов, и после этого происходит автоматическое списывание средств со счета родителей.

С 1 января 2021 года Госдумой РФ был принят законопроект, разрешающий использовать биометрическую информацию для оплаты в торговых точках и не только [4]. Известно, что сеть магазинов «Лента» и сеть кафе «Coffee Bean» готовы к введению способа оплаты путем биометрической идентификации человека по лицу и голосу.

Таким образом, биометрическая идентификация как новый метод совершения бесконтактных платежей уже активно входит в повседневную жизнь. По словам экспертов, это является наиболее перспективной для развития технологией. Думаю, что в ближайшем будущем в России на кассах, в общественном транспорте, и много, где ещё, будут использоваться отпечатки пальцев и технологии распознавания лиц при осуществлении платежей.

Библиографический список

1. Россию признали мировым лидером по числу бесконтактных платежей через смартфон. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/6957904> (дата обращения 29.04.2021)
2. Как новые платежные сервисы изменяют опыт потребителей. [Электронный ресурс]. URL: https://trends.rbc.ru/trends/industry/5f0ebbb59a79477b4f26ff83?utm_source=amp_trends_full-link (дата обращения 30.04.2021)
3. Биометрия: что это и как она меняет мир финансов. [Электронный ресурс]. URL: <https://fincult.info/article/biometriya-chto-eto-i-kak-ona-menyaet-mir-finansov/> (дата обращения 1.05.2021)
4. Путин подписал закон о биометрии для получения банковских услуг. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/12/30/putin-podpisal-zakon-o-biometrii-dlia-polucheniia-bankovskih-uslug.html> (дата обращения 1.05.2021)

UDC 336

Ershova Maria Alexandrovna

student

Samara State University of Economics, Samara, Russia

89278193467

masha-ershova15@yandex.ru

supervisor: Vishnyakova Angelina Borisovna

PhD, assistant professor, Associate Professor of the Department of Applied Management

Samara State University of Economics, Samara, Russia

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF CONTACTLESS PAYMENTS

The article analyzes the research devoted to the study of the formation of contactless payment technology, as well as their advantages and the introduction of biometric technologies as a prospect for further development.

Keywords: contactless payments, payment system, biometric technologies

УДК 316.4(574)

Жансаутова Кенжегуль Сапаргалиевна

Магистр социологии, старший преподаватель кафедры социологии

Досанова Гулим Мендыгалиевна

PhD, доцент кафедры социологии

Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

8-702-905-91-01, uks81@mail.ru

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ МОЛОДЕЖИ В КАЗАХСТАНЕ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье авторами проводится обзор и анализ основных векторов развития государственных программ и проектов в рамках молодежной политики, реализуемой в Республике Казахстан

Ключевые слова: молодежь, ресурс, государство, программа, проект

В Казахстане молодежная политика представляет одно из приоритетных направлений работы Правительства Республики. За последний период в рамках молодежной политики РК активно ведется реализация государственных программ и проектов, направленных на развитие, поддержку и раскрытие потенциала и перспектив современной молодежи. Особая роль в молодежной политике уделяется социально-экономическому вектору и вектору образования, что является не бесосновательным, поскольку именно данные аспекты составляют основу модернизации, прогресса и стабильности государства. Как известно, молодежь всегда являлась стратегическим ресурсом и движущей силой прогресса и модернизации любого государства.

В соответствии с законодательством Республики Казахстан к молодежи относятся граждане в возрасте 14-29 лет [1].

В Послании Первого Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 5 октября 2018 года «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» отмечается, что комплексная поддержка молодежи и института семьи должна стать приоритетом государственной политики. В Послании поручено создать широкую платформу социальных лифтов, которая будет включать полный комплекс мер поддержки всех категорий молодежи [2].

Таким образом, одним из целевых и широкомасштабных шагов государственной поддержки молодежи в ноябре 2018 года Постановлением Правительства Республики Казахстан была утверждена Государственная программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Енбек» [3]. В основу программы легло послание Первого Президента Республики Казахстан Н. А. Назарбаева народу Казахстана от 14 декабря 2012 года «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» в качестве, приоритетов которого определилась модернизация политики обеспечения занятости и оплаты труда, повышение качества человеческого капитала, всесторонняя поддержка

предпринимательства и обеспечение адресности социальной поддержки [4] и также Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года, утвержденный Указом Президента Республики Казахстан [5].

В рамках вышеуказанной программы на сегодняшний день успешно реализуется проект «Жас маман». Целью проекта «Жас маман» является модернизация 180 колледжей и 20 вузов по 100 наиболее востребованным профессиям и внедрение международного опыта подготовки квалифицированных специалистов. В рамках Постановления Правительства РК Оператором проекта «Жас маман» является НАО «Холдинг «Кәсіпқор» [6]. Привлечение зарубежных партнеров для модернизации образовательного процесса, обучения и содействия в составлении программы обучения по международным стандартам является одной из приоритетных задач данного проекта. В результате реализации проекта выбранные учебные заведения будут оснащены современным оборудованием, необходимым для подготовки специалистов, востребованных как на республиканском, так и международном уровне.

Вышеуказанный проект лишь один из осуществляемых по программе «Еңбек». Также в рамках программы активно реализуются проекты «Мәңгілік ел жастары - индустрияға!» («Серпін»), национальный проект «Жастар-Ел Тірегі», включающего проекты «Жас кәсіпкер», «Жасыл Ел». Также реализуются и другие проекты, ориентированные на развитие образования, семьи, бизнеса и предпринимательства, волонтерства и других аспектов жизнедеятельности молодежи.

Особого внимания заслуживает государственная программа «С дипломом в Село», созданная по инициативе Первого Президента РК на основе принятого закона от 24 декабря 2008г [7]. Данная программа ориентирована на привлечение дипломированных выпускников учебных заведений и усиление кадрового потенциала сельских территорий необходимыми трудовыми ресурсами в агропромышленном комплексе. В рамках программы предусмотрена социальная поддержка в виде выплат единовременного подъемного пособия, бюджетный кредит для приобретения и строительства жилья сроком на 15 лет и повышение не менее чем на 25 % должностных окладов специалистам учреждений социальной сферы, расположенных в сельских населенных пунктах [8].

Необходимо отметить, что в Казахстане реализуется уникальная программа по поддержке и развитию талантливой молодежи, к числу которых, безусловно, можно отнести программу «Болашак».

Международная стипендия «Болашак» создана в 1993 году по инициативе Первого Президента Казахстана Нурсултана Назарбаева. Цель программы - подготовка кадров и специалистов для приоритетных секторов экономики. Программа «Болашак» покрывает стипендиату все расходы на обучение, питание, проживание и транспортные расходы, включая как прохождение академического обучения (магистратура, докторантура), так и научных стажировок в ведущих компаниях и университетах мира.

Выпускники программы «Болашак» трудятся как в реальном секторе экономики, так и в сфере образования и науки, медицины и здравоохранения, также занимая руководящие позиции в крупных компаниях и государственных организациях. За 28 лет реализации, международная стипендия «Болашак» присуждена более 12,5 тысячам граждан Казахстана для обучения в лучших вузах мира. Так, за данный период было подготовлено 9645 специалистов: 2855 бакалавров, 4721 магистров, 135 аспирантов и интернов, 121 докторов, 1813 стажеров. Из общего числа выпускников 52,6 % завершили обучение по гуманитарным специальностям, 38,2 % – инженерно-техническим, 7,4% – медицинским и 1,8 % – творческим специальностям. Наибольшее число стипендиатов обучается в вузах Великобритании и Ирландии – 55%, США и Канады – 31,6 %, странах континентальной Европы – 6 %, Российской Федерации – 4 %, Азии и Океании – 3,4 % [9].

Оператором данной программы является компания АО «Центр международных программ». Присуждение международной стипендии «Болашак» входит в прерогативу республиканской комиссии по подготовке кадров за рубежом, который является консультативно-совещательным органом при Президенте Республики Казахстан. Состав республиканской комиссии утверждается Президентом Республики Казахстан. Возглавляет республиканскую комиссию Государственный секретарь Республики Казахстан. Заместителем председателя Республиканской комиссии является Министр образования и науки Республики Казахстан, секретарем - вице-министр образования и науки Республики Казахстан. Рабочим органом Республиканской комиссии является Министерство образования и науки Республики Казахстан.

С 2014 года в Казахстане действует проект по содействию трудовой занятости молодежи и равномерному распределению образовательных и трудовых ресурсов «Серпін - 2050». Основная цель проекта – обеспечить продвижение молодых людей из южных регионов занятости в другие регионы, для развития программы занятости молодежи, обеспечения равного доступа к образованию и трудовым ресурсам в стране.

Основным направлением «Серпін - 2050» является размещение и трудоустройство молодых людей в высших и профессиональных учебных заведениях в северных регионах Казахстана, где имеет место низкая плотность населения, а рынок труда испытывает кадровый дефицит специалистов. Ежегодно в Казахстане в рамках данной программы около 15 тысяч молодых людей получают бесплатное образование. Необходимо отметить, что образовательные гранты по данной программе выделяются только по определенным направлениям обучения и наиболее востребованным специальностям в сфере медицины, по техническим и по сельскохозяйственным наукам.

В рамках проекта «Серпін-2050» происходит учебная миграция из южных трудоизбыточных регионов страны, так называемых доноров, в северные, восточные и западные области Казахстана, испытывающие дефицит рабочих кадров. На данный момент донорами проекта являются 5 областей –

Алматинская, Жамбылская, Кызылординская, Мангистауская, Туркестанская, а принимающей стороной выступают 9 областей – Акмолинская, Актюбинская, Атырауская, Восточно-Казахстанская, Западно-Казахстанская, Карагандинская, Костанайская, Павлодарская и Северо-Казахстанская область [10].

Оператором программы является Центр Болонского процесса при Министерстве образования и науки Республики Казахстан.

Таким образом, за годы реализации проект «Серпін-2050» стал эффективным государственным инструментом. Благодаря проекту развивается внутренняя миграция, повышается экономическая активность, снижается внутренняя социальная нагрузка на организации образования.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что на сегодня в Казахстане реализуется ряд государственных программ, направленных на поддержку и обеспечение занятости населения, и в частности молодежи. При этом программы, концепции и законы направлены на создание условий для развития молодежи, проявления с их стороны социальной активности; вовлечение молодых людей в деятельность молодежных организаций в органы молодежного самоуправления; воспитания в молодых людях патриотического сознания; повышения уровня образованности среди молодежи и укрепления их здоровья; повышения международной конкурентоспособности молодых людей Казахстана.

Список использованных источников

1. <https://online.zakon.kz/document/>
2. <https://www.akorda.kz/>
3. <https://adilet.zan.kz/>
4. <https://www.akorda.kz/>
5. <https://www.akorda.kz/>
6. <https://kasipkor.kz/>
7. <https://online.zakon.kz/>
8. <https://www.enbek.kz/>
9. <https://bolashak.gov.kz/>
10. <https://strategy2050.kz/>

UDC 316.4(574)

Zhansautova Kenzhegul Sapargalievna

Master of Sociology, Senior Lecturer of the Department of Sociology

Dosanova Gulim Mendygalievna

PhD, Associate Professor of the Department of Sociology

L. N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

8-702-905-91-01, uks81@mail.ru

STATE PROGRAMS OF YOUTH IN KAZAKHSTAN: FEATURES AND PERSPECTIVES

In the article, the authors review and analyze the main vectors of development of state programs and projects within the framework of youth policy implemented in the Republic of Kazakhstan

Keywords: youth, resource, state, program, project

УДК 336.63

Жикина Ольга Витальевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

ovzhikina@gmail.com

МОШЕННИЧЕСТВО В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ФЕЙКОВЫЕ САЙТЫ

В статье рассматривается один из видов цифрового мошенничества – создание и распространение фейковых сайтов. Приводятся примеры из разных сфер экономики и количественные данные. Даются рекомендации по распознаванию фейковых сайтов.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, цифровое мошенничество, фейковый сайт.

Под цифровой экономикой понимается экономика, в которой данные в цифровом виде являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности. Официальным источником такого определения является Распоряжение Минкомсвязи России от 28 июля 2017 года № 1632-р, которым утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Для управления программой определены пять базовых направлений развития цифровой экономики в России на период до 2024 года: нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технических заделов, информационная инфраструктура и информационная безопасность [1].

С развитием цифровой экономики в нашу жизнь пришли цифровые технологии, обмен цифровыми данными, устройства для обмена данными, программное обеспечение. Появились электронный бизнес (онлайн-бизнес), электронные документы, электронные платежи и переводы, электронные цифровые подписи, электронный нотариат, государственные цифровые порталы, электронное правительство.

Если десять-пятнадцать лет назад можно было говорить о повышении конкурентоспособности организаций с помощью интернет-сайтов, то сегодня этот фактор становится одним из базовых (долженствующих просто быть) наравне с ценой, качеством и сервисом.

В период пандемии коронавируса большое количество организаций было вынуждено и успешно перешло в онлайн-формат. На этой волне появились новые организации, например, Самокат (ООО «Умный ритейл») позиционирует себя как технологическую компанию и в настоящее время является одним из самых быстрорастущих проектов в России.

Цифровые технологии позволяют коммерческим организациям выжить, остаться на рынке, получить новый рост. Но речь не только о бизнесе. С появлением интернета и развитием цифровых технологий практически весь мир

ринулся в виртуальную реальность: сегодня все государственные органы, коммерческие организации, благотворительные фонды, международные организации, многие физические лица имеют свою страницу-сайт-портал с соответствующим контентом и даже возможностью оплаты.

Предполагается, что цифровые технологии – это комфорт и удобство для пользователя. Однако вопросы безопасности и защищенности будут оставаться открытыми еще долгое время.

Проникновение цифровых технологий в жизнь (не только экономическую) общества неотвратимо и объективно сопровождается появлением и ростом цифрового мошенничества. В качестве примера киберпреступлений и их масштабности можно привести расследуемое Международным комитетом безопасности цифровой экономики дело о незаконных переводах пенсионных накоплений граждан с помощью подделки паспортных данных. В результате сумма ущерба пока составляет 11 миллиардов рублей и территориально охватывает всю Россию [2].

К широко распространенному сегодня виду цифрового мошенничества относится создание фейковых сайтов.

Фейковые сайты (фишинговые сайты, сайт-подделка, фишинг) – это сайты, которые мимикрируют (маскируются) под известные компании, т. е. используют очень похожий адрес, дизайн сайта, логотип.

Основными целями создателей фейковых сайтов являются:

- прямая кража денежных средств;
- кража денег путем оплаты несуществующих товаров в поддельных интернет-магазинах;
- сбор данных банковских карт;
- кража персональных данных, аккаунтов в социальных сетях.

Появляются фишинговые сайты в самых разных отраслях.

Полные копии сайтов банков представляют фейковые страницы входа в личный кабинет, вынуждая владельца прислать логин, пароль и код из СМС-сообщения.

В октябре 2020 года – начале сезонной распродажи – эксперты по кибербезопасности компании Infosecurity зафиксировали активность в зоне .ru, связанную с регистрацией доменов, которые включают названия популярных брендов самых разных категорий: мебельных компаний, ювелирных салонов, модных брендов, в сотовом ритейле. Наблюдалось появление доменных имен с окончанием -off: familiya-off.ru, detskiy-mir-off.ru, tele2-off.ru, rosneft-off.ru, citilink-off.ru – всего 192 адреса [3].

Компании – продавцы авиа- и железнодорожных билетов стараются вовремя блокировать появляющиеся поддельные сайты, но проблема заключается в том, что в большинстве своём они являются сайтами-однодневками, поэтому оценить настоящую сумму ущерба от таких аферистов сложно [4].

По данным компании Infosecurity a Softline Company, в марте 2021 года в российском сегменте интернета «работало» свыше 700 фейковых сайтов по продаже авиабилетов, их количество в марте почти удвоилось по сравнению с февралём [5].

Поддельные сайты театров позволяют приобрести билеты на спектакли. Так, официальный сайт Санкт-Петербургского Государственного Молодежного театра на Фонтанке имеет адрес <https://mtfontanka.ru>, некоторое время назад в интернете предлагал к продаже билеты мошеннический сайт <https://mtfontanka.com>. В данный момент сайт-подделка уже закрыт.

Появился в интернете фейковый сайт Tik Tok на русском языке, который мошенники продвигают под видом бизнес-версии сервиса с возможностью монетизации в то время, как в официальном сервисе встроенная монетизация отключена. Подобные сайты используются для кражи популярных аккаунтов [6].

Мошенники для получения данных для входа в аккаунт в социальных сетях рассылают фейковые сообщения о попытке взлома учетной записи и просят пользователя ввести логин и пароль по указанной ссылке.

После кражи аккаунта мошенники быстро монетизируют свои действия, чаще всего, путем размещения постов с рекламными роликами других мошеннических сайтов, например, с розыгрышем или опросом. Ведущий эксперт направления «Информационная безопасность» ИТ-компании «Крок» Александр Черных подтвердил, что фейковые аналоги есть для всех социальных сетей. Он назвал их основной целью «агрегацию персональных данных потенциальных пользователей». По словам А. Черныхова, появление аналога TikTok может быть первым признаком «новой волны более таргетированного фишинга» [6].

Мошенники рассылают фишинговые сообщения по электронной почте и в мессенджерах, размещают ссылки на фишинговые сайты в социальных сетях. Такие сообщения и посты обычно содержат предложения принять участие в акциях, воспользоваться большими скидками или получить какие-либо ещё привилегии. Подобные рассылки особенно опасны потому, что пользователи нередко сами пересылают друг другу этот контент. Кроме того, ссылки на фишинговые сайты иногда могут появляться в рекламе на странице поисковой выдачи.

Также возникают поддельные сайты агрегаторов по доставке еды и проверке недвижимости.

Подобное мошенничество наносит как экономический урон покупателям товаров и пользователям сервисов, так и репутационный (имиджевый) урон компаниям, поскольку паразитирование на бренде со стороны мошенников снижает привлекательность самого бренда в глазах потребителя.

Деятельность по выявлению действий мошенников также набирает обороты. По данным Роскачества, в 2020 году было заблокировано 7,6 тыс. мошеннических сайтов, из них более 6,8 тыс. приходилось на ресурсы, продававшие фейковые билеты на поезда и самолёты.

Организации вынуждены искать способы противостоять мошенникам.

Одни компании самостоятельно выявляют поддельные сайты и предупреждают своих клиентов (пользователей). Так, Честный ЗНАК на главной странице своего официального сайта дает адреса фишинговых сайтов <https://честный-знак-рф.рф>, <https://система-маркировка.ru>, указывает многочисленные одностраничные сайты, предлагающие помощь в подключении к системе за определенную плату, и отмечает, что регистрация в системе является бесплатной, единственным официальным сайтом системы является www.честныйзнак.рф.

Другие организации (например, «Утконос») вынуждены искать подрядчика для обеспечения защиты своего бренда от действий мошенников в интернете – ежемесячного мониторинга на наличие фишинговых и ложных сайтов и использование символики магазина, принятия мер по блокировке выявленных сайтов и хостов.

Многие уважающие себя и своего клиента компании владеют большим количеством доменов с возможными опечатками адреса (например, tu-tu.ru), каждый из которых перенаправляет с них на основной tutu.ru.

Для частных лиц специалисты по цифровому мошенничеству дают следующие рекомендации:

- проверять адрес сайта прямо по буквам: если он отличается от оригинального даже на один символ, это повод задуматься и не вводить на нем никакие данные. В некоторых ситуациях название сайта указывается правильно, при этом к нему прибавляется слово, которого быть не должно;

- обращать особое внимание на тот факт, что большая часть кнопок (ссылок, функций) на сайте не работает; пользователя могут внезапно направить на форму для ввода платёжных данных; есть опечатки, орфографические и синтаксические ошибки;

- использовать двухфакторную авторизацию и не вводить логин и пароль от аккаунта на непроверенных сайтах;

- внимательно просматривать главную страницу сайта, на которой можно увидеть обращение компании к клиентам с предупреждением о возможности мошенничества;

- проверить достоверность сайта, например, через сервис Whois;

- учитывать сезонный рост спроса на товары и услуги (например, туризм с мая по октябрь) и быть предельно внимательными с покупкой билетов, туров, экскурсий, бронированием отелей через сайты агрегаторов или известных отелей, приобретением купальников и другой летней одежды, обуви и аксессуаров известных брендов;

- использовать цифровые технологии, например, Лаборатория Касперского рекомендует для онлайн-покупок завести отдельную виртуальную карту, держать на ней небольшие суммы и установить суточные лимиты на снятие средств; установить защитное решение (приложение), которое заблокирует попытку перейти на фишинговый сайт или вредоносные рекламные баннеры;

– проявлять бдительность и осторожность, понимать, что очень выгодные предложения – это подозрительно; выявить мошенников можно по слишком низким ценам, большим скидкам, отсутствию информации о компании и запроса на обработку персональных данных. Все это должно настораживать и вызывать сомнение в честности предложения и соответствующего сайта. Всегда надо помнить про «бесплатный сыр».

Финансовая грамотность современного человека представляет собой достаточный уровень знаний и навыков в области экономики, финансов и конкретного рынка, но также проявление бдительности и осторожности в вопросах, связанных с денежными средствами. Нужно помнить, что всегда есть желающие – и очень виртуозные – запустить руку в чужой карман. Необходимо заставлять себя потратить время на сбор и анализ дополнительной информации по интересующему предложению, для того чтобы не потерять свои деньги.

Список использованных источников

1. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: <http://government.ru/docs/28653/> (дата обращения 19.04.2021).
2. «Цифровое мошенничество» - актуальность проблемы и методы борьбы. URL: <https://notariat.ru/ru-ru/news/cifrovoe-moshennichestvo-aktualnost-problemy-i-metody-borby> (дата обращения 22.04.2021).
3. Мошенники готовятся к сезону распродаж и регистрируют фейковые сайты. URL: <https://adindex.ru/news/digital/2020/10/26/286311.phtml> (дата обращения 23.04.2021).
4. Ногаева К. Сезон мошенников: число фейковых билетных сайтов увеличилось вдвое. URL: https://www.dp.ru/a/2021/04/23/Sezon_moshennikov_chislo_f (дата обращения 23.04.2021).
5. Российский интернет заполнили фейковые сайты по продаже авиабилетов. URL: <https://secretmag.ru/news/rossiiskii-internet-zapolonili-feikovye-saity-po-prodazhe-aviabiletov.htm> (дата обращения 21.04.2021).
6. Фейковый сайт TikTok на русском языке появился в сети. URL: <https://www.forbes.ru/newsroom/tehnologii/424589-feykovyy-sayt-tiktok-na-russkom-yazyke-poyavilsya-v-seti> (дата обращения 22.04.2021).

UDC 336.63

Zhikina Olga Vitalievna

Candidate of economic sciences, assistant professor, Associate Professor, Department of Management

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design,

St. Petersburg, Russia

FRAUD IN THE DIGITAL ECONOMY: FAKE SITES

The article discusses one of the types of digital fraud - the creation and distribution of fake sites. Examples from different spheres of the economy and quantitative data are given. Recommendations for recognizing fake sites are given.

Keywords: digital economy, digital technology, digital fraud, fake website.

УДК 316.7

Жукова Алина Алексеевна

3-ГДА-1

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

89605297412, grandifil@mail.ru,

Марианна Витальевна Смирнова, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита

РИСКИ МОШЕННИЧЕСТВА В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

В статье анализируется удобство использования системы электронных платежей, в сравнении с использованием бумажной валюты, а также рассматривается увеличение числа мошеннических действий при её использовании. Сформулирован ряд рекомендаций, которым необходимо следовать для предупреждения и сокращения преступных деяний, сопряженных с использованием электронных денежных средств.

Ключевые слова: система электронных платежей, мошенничество, онлайн-валюта, предупреждение.

В 2021 году сложно представить человека, который бы не то что не слышал, а не был вынужден пользоваться интернетом и всеми его сервисами, включая социальные, для реализации своих прав и льгот.

Система электронных платежей позволяет физическим и юридическим лицам, при использовании современных специальных технологий, покупать и продавать товары, совершать денежные переводы другим лицам, выводить средства на банковские счета, конвертировать валюту, а также оплачивать различные услуги и, соответственно, использовать их, как в интернете, так и получая результат от них в реальной жизни.

Так называемая онлайн-валюта имеет ряд преимуществ, которые серьёзно упрощают жизнь людей, использующих её. На ряду с этим, государству также выгодно, когда граждане пользуются системой электронных платежей, так как не надо тратить государственный бюджет на печать бумажных денег и легче вести за ними контроль.

Такое развитие цифровых технологий, как уже отмечалось выше, позволяет существенно упростить жизнь интернет-пользователям, но одновременно с этим растёт и количество финансовых потерь и мошенничеств.

Рассматривая настоящую проблематику, необходимо обратиться к следующим статистическим данным, согласно отчётам, основанным на данных автоматизированной информационно-справочной системы Центрального Банка РФ: на 1 апреля 2020 года количество банковских карт в РФ составляет более чем 285 млн единиц, что на данный момент является максимальным значением за всю историю; общий объём операций с использованием пластиковых карт в I квартале 2021 года составил 23 трлн рублей.

В открытых статистических данных МВД России зафиксировано, что в январе 2021 года совершено преступлений, при использовании банковских карт, 12 592, что на 31,5% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Необходимо обратить внимание, что на этот показатель активно оказывало влияние введение длительного карантина из-за новой коронавирусной инфекции COVID-19. Люди были буквально вынуждены использовать электронные платежные системы для покупки и оплаты необходимых товаров и услуг.

Рассматриваемые преступления имеют высокую степень латентности, что, наряду с фактом нежелания большого количества граждан РФ обращаться в правоохранительные органы и низкой правовой грамотности, позволяет сделать вывод, согласно которому реальное число пострадавших от рук интернет-мошенников намного больше. Важно дополнить, что основную массу потерпевших составляют именно физические лица, иначе говоря – рядовые граждане. Это объясняется тем, что сделки между юридическими лицами, проводимые с помощью системы электронных платежей, контролируются и отслеживаются системами безопасности банков-операторов, в то время как мониторинг операций по банковским картам граждан осуществляется ими самостоятельно [1].

На момент написания настоящей статьи, существует множество способов мошенничества с банковскими картами. Наиболее распространенные из них связаны с завладением мошенниками данных карты или электронного кошелька, это может быть пароль CVV, код карты или иные идентификаторы гражданина, позволяющие получить доступ к необходимым данным для совершения электронного платежа. Частым способом обмана является рассылка спам-писем с украденных интернет аккаунтов или замаскированных под аккаунты популярных магазинов, банков, интернет площадок или даже государственных органов, содержащих вредоносную ссылку, перейдя по которой, человек даёт мошеннику возможность скачать свои личные данные, установить шпионскую программу с удаленным доступом и, тем самым, получить доступ к банковскому или иному интернет-счету. Наряду с поддельной электронной почтой, злоумышленники могут создать целый сайт, который может быть похож на какой-либо популярный интернет-магазин, всё также с целью получения данных пользователя такого сайта, который, например, заинтересовался заманчивым предложением и не увидел факт подделки, введя свои данные и проведя оплату.

Несмотря на то, что действующее законодательство РФ, а именно уголовный кодекс РФ в ст.ст. 159, 159.3, 187, содержит ряд санкций за преступления, связанные с электронными платежами физических и юридических лиц, не всегда они могут быть приведены в действие из-за сложности расследования таких категорий дел [2].

В этой связи необходимо выделить ряд общих рекомендаций, которые должны доводиться до граждан, а в особенности для несовершеннолетних детей и людей пред и пенсионного возраста, которые больше всего подвержены опасности стать жертвой мошенников. Важно уделить внимание в повышении осведомленности граждан, использующих систему электронных платежей, это

можно сделать через наглядные пособия, которые бы содержали упомянутые выше рекомендации, памятки, дополнительные занятия в школе и университете, которые бы повышали общую интернет-грамотность учащихся, полезные интернет и телевизионные программы, различные бесплатные тренинги и курсы для разных возрастных категорий людей.

Нельзя не учитывать тот факт, что с каждым днём мошеннические действия становятся всё более изощрёнными и труднонаходимыми, в то время как всё большее число социальных и иных сервисов переходит в плоскость интернета, поэтому даже самым опытным интернет-пользователям нельзя быть уверенным в своей финансовой безопасности постоянно. При взаимодействии с такой серьёзной угрозой, как мошенничество с использованием системы электронных платежей, необходим комплексный подход, постоянное повышение умения использования системы электронных платежей, которое поможет предотвратить большую часть мошеннических действий в будущем.

Список использованных источников

1. Шавалеев Б.Э. Особенности мошенничества с использованием электронных средств платежа в структуре современной российской преступности // Ученые записки Казанского юридического института МВД России. 2020. Т. 5. № 1(9). С. 36 – 39;
2. «Уголовный кодекс Российской Федерации» от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 05.04.2021 // СЗ РФ №25 от 17.06.1996 г., ст. 2954.

UDC 316.7

Zhukova Alina Alekseevna

Marianna V. Smirnova

Ph. D., Associate Professor of Accounting and Audit Department

Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

RISKS OF FRAUD IN THE ELECTRONIC PAYMENT SYSTEM

The article analyzes the convenience of using the electronic payment system, in comparison with the use of paper currency, and also considers the increase in the number of fraudulent actions when using it. A number of recommendations are formulated that should be followed to prevent and reduce criminal acts involving the use of electronic money.

Keywords: electronic payment system, fraud, online currency, warning.

УДК 336.767.017.2

Жукова Дарья Владимировна

студент 4 курса

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

+7 (937) 177-82-72, dar.hol.fan@gmail.com

Научный руководитель: Милова Лариса Николаевна

к.э.н., доцент кафедры финансы и кредит

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ СЧЕТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье обосновывается эффективность индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС) для размещения временно свободных средств населения в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: ИИС, налоговые льготы, цифровизация, инвестиции.

Банковские вклады традиционно считаются достаточно надежным инструментом размещения временно свободных средств населения, однако меньший риск обеспечивает меньший доход. Кроме того, последовательное снижение с 2019 года ключевой ставки ЦБ РФ только усугубило ситуацию. Альтернативой депозитам стали индивидуальные инвестиционные счета (ИИС), являющиеся разновидностью брокерского счета. Их сравнительная характеристика приведена в таблице 1.

Исходя из представленных данных, видим, что преимущество ИИС – налоговые льготы, однако крайне важным является соответствие данного инструмента условиям цифровой экономики. На февраль 2021 года лидерами по количеству зарегистрированных ИИС являются ПАО «Сбербанк» - 1 843 150 счетов, АО «Тинькофф Банк» - 685 664 счета, а также «Банк ВТБ» (ПАО) – 557 814 счетов [1]. Все участники предлагают открытие счетов, совершение операций и получение документов, в частности отчета брокера, через приложения, в которых есть готовые идеи для инвестирования, что делает данный инструмент доступным для широкого круга лиц и освобождает от посещения банка. В 2020 году было зарегистрировано 3 453 тыс. счетов, к февралю 2021 года этот показатель вырос до 3 694 тыс. счетов, однако доля активных из них составила лишь 20% и 12% соответственно [1]. Сложившаяся динамика является результатом взрывного спроса на ИИС со стороны населения, часть из которого реально была не готова к совершению операций [2]. Многие граждане закрывают счета при получении убытка. Проблема в данном случае заключается в ориентации населения на быстрый доход, что исключает возможность долгосрочного инвестирования. Во многом данную проблему может решить предоставление более подробной и доступной информации о возможностях ИИС и механизме инвестирования в целом.

Таблица 1 – Сравнение брокерского счета и ИИС.

Параметр	Брокерский счет	ИИС
Налоговые льготы	Биржевая прибыль освобождается от налога, если средства вложены в акции и держатся на счете минимум 3 года (1 год для бумаг из сектора РИИ Московской биржи). Освобождение от НДФЛ купонов облигаций и валютной переоценки еврооблигаций Минфина.	Возможность получения возврата НДФЛ до 52 тыс. руб. в год при наличии у клиента официального заработка (ИИС-А). В случае отсутствия такого заработка биржевая прибыль освобождается от НДФЛ (ИИС-Б). Освобождение от НДФЛ купонов облигаций и валютной переоценки еврооблигаций Минфина.
Срок действия и вывод средств	По усмотрению клиента, возможность вывода средств ограничивается только их величиной на брокерском счете.	Открывается минимум на 3 года, вывод средств раньше данного срока приводит к трансформации ИИС в брокерский счет и возврату налоговых льгот.
Ограничения на пополнение счета	Ограничений нет.	Не более 1 млн. рублей в год.
Источники пополнения счета	Можно пополнять различными активами.	Можно пополнять рублями РФ.
Количество счетов	Не ограничивается, возможно сальдирование полученных результатов.	Возможно открыть только один ИИС.
Активы для инвестирования	Применяется для инвестирования и торговли на РЦБ, валютном рынке и др.	Применяется для инвестирования в ценные бумаги, котирующиеся на российских биржах.

Список использованных источников

1. Московская биржа : [сайт]. - 2021. - URL: <https://www.moex.com/> (дата обращения: 02.04.2021). - Текст: электронный.
2. Третьяк, А. Россияне сделали вид, что принесли деньги на фондовый рынок / А. Третьяк. - Текст: электронный // Ведомости: [сайт]. - 2020. - 18 фев. - URL: https://www.vedomosti.ru/personal_finance/articles/2020/02/17/823264-grazhdane-sdelali (дата обращения: 03.04.2021).

ADVANTAGES OF INDIVIDUAL INVESTMENT ACCOUNTS IN THE DIGITAL ECONOMY

The article substantiates the effectiveness of IIS for placing temporarily free funds of the population in the digital economy.

Key words: ИА, tax incentives, digitalization, investments.

УДК 330.322

Зайцев Александр Валерьевич

Студент

Научный руководитель:

Раева Татьяна Дмитриевна

К.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново,
Россия

РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В НЕДВИЖИМОСТЬ

В данной статье рассматриваются вопросы инвестирования в недвижимость, проводится анализ инвестиционных рисков в недвижимость.

Ключевые слова: недвижимость, риск, инвестиции.

Инвестиции в недвижимость – привлекательный вариант вложения денег. Как и в любых других видах инвестирования, у инвестиций в недвижимость здесь есть свои плюсы и минусы, своя специфика.

В отличие от других способов инвестирования, для инвестиций в недвижимость характерен довольно высокий порог входа в виде первоначального капитала. Однако и при наличии небольшого капитала, но сильном желании осуществлять инвестиции в недвижимость, можно найти соинвесторов или взять ипотеку. Для получения ипотеки необходим постоянный источник дохода и чистая кредитная история. Есть и другой вариант вложения в недвижимость - вклад на этапе строительства здания (долевое строительство). Готовый объект обойдется значительно дороже внесения средств на этапе застройки объекта. Кроме ипотеки есть и другие способы приобретения недвижимости в рассрочку. Это долгосрочные кредиты, с их условиями можно ознакомиться в коммерческих банках. Инвестировать можно не только в квартиры и дома, но и в строительство и продажу гаражей. Перед инвестированием важно учесть специфику региона, спрос и предложение.

Рассмотрим непосредственно риски вложений в недвижимость, их можно разделить на три группы:

- систематические, не поддающиеся изменениям;
- управляемые;
- случайные – возникают вследствие неправильного управления недвижимостью.

Также можно классифицировать риски по сфере проявления. Их делят на частичные, допустимые и на катастрофические. В общем, риски при инвестировании в недвижимость аналогичны рискам при вложении денег в любой другой бизнес.

Рассмотрим часто возникающие вопросы при инвестировании в недвижимость.

Можно ли инвестировать в жилье при девальвации рубля? Выгодно вкладываться в дома и квартиры, так как они не подешевеют, а только могут подорожать на 15-20% от текущей стоимости [1].

Возможно ли падение рынка недвижимости? Никто не может утверждать, что рынок недвижимости рухнет, но цены растут только на первичном рынке, и то очень медленно. Это связано с покупательской способностью и низким доходом населения страны. Однако, можно сказать, что сейчас рынок находится на «дне» и цены будут только расти.

Увеличится ли налог на недвижимость? Скорее всего государство будет и дальше планомерно увеличивать налоговую нагрузку на граждан. Поэтому и сумма налога на недвижимость будет расти. Она уже выросла за последние годы, так как теперь налог взимается от кадастровой стоимости объекта недвижимости, а она была существенно повышена.

Еще один важный момент при вложении в недвижимость - это риск снижения арендной платы [2]. Этот риск есть всегда наравне с риском снижения качества квартиры при сдаче ее в аренду. Но тем не менее сдача недвижимости в аренду является оптимальным вариантом для получения может и небольшого, но стабильного дохода. Арендовать жилье желающие найдутся всегда. Сейчас многие предпочитают жить в съемных квартирах, а накопленные деньги тратить на путешествия, а не на покупку собственной недвижимости.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что инвестиции в недвижимость – популярный способ обеспечить стабильный доход и сохранить первоначальный капитал. Однако необходимо учитывать, что инвестиции в недвижимость требуют больших капиталовложений, имеют довольно длительный период окупаемости, рентабельность таких вложений низкая. Это становится существенным недостатком такого способа инвестирования в условиях цифровой экономики.

Библиографический список

1. Плюсы и минусы инвестирования в недвижимость – URL: [https:// www.restate.ru/material/guide-kak-investirovat-v-nedvizhimost-plyusy-i-minusy-riski-sovety-172448.html](https://www.restate.ru/material/guide-kak-investirovat-v-nedvizhimost-plyusy-i-minusy-riski-sovety-172448.html)
2. Риски инвестирования в недвижимость – URL: <https://richpro.ru/finansy/investicii-v-nedvizhimost-pljusy-i-minusy-investirovanija-18-sposobov.html>

UDC 330.322

Zaytsev Alexander Valerievich

Student of Information Technology Department

Scientific director: Raeva Tatyana Dmitrievna

PhD, assistant professor, Department of Management and Marketing

Ivanovo State Power Engineering University, Ivanovo, Russia

RISKS OF INVESTING IN REAL ESTATE

This article analyzes the investment risks in real estate.

Keywords: realty, risk, investment.

УДК 336.717

Заркуа Георгий Тамазович

Студент

Научный руководитель:

Раева Татьяна Дмитриевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново, РФ

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВ И РИСКОВ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ

В статье рассматриваются вопросы развития бесконтактных платежей, дается описание различных видов бесконтактных платежей, анализируются их преимущества и риски.

Ключевые слова: бесконтактные платежи, преимущества и риски платежных сервисов, тенденции развития платежных сервисов.

Бесконтактные платежи – это один из способов быстрой оплаты на небольшом расстоянии. Данные платежи могут осуществляться не только при оплате через терминал магазина или пункта продаж, но и через покупку товара в интернет магазине.

В настоящее время возрастает использование следующих платежных сервисов: Android Pay, Apple Pay, Samsung Pay и «Яндекс.Деньги». С развитием технологий люди могут использовать эти сервисы в своих смартфонах.

Рассмотрим преимущества данных платежных сервисов. Главный фактор, влияющий на широкое распространение таких платежных сервисов, является простота их использования, в частности сервисы Apple Pay и Samsung Pay охватили практически все страны. Также к платежным системам можно добавлять несколько своих карт, это несомненно влияет на удобство пользования и нахождения банковских либо дисконтных карт. С развитием смартфонов оплата через платежные сервисы стала в разы проще, к примеру, в современных смартфонах имеется технология Touch ID, в котором пользователь может по нажатию кнопки активировать карту для оплаты. Технология Face ID позволяет без касания телефона активировать карту, сканируя лицо пользователя и идентифицируя его таким образом [1].

Наряду с удобством и доступностью платежных систем на их растущую популярность влияет еще такой фактор как безопасность. Безопасность проверяется на трех уровнях. На первом уровне проводится идентификация пользователя с помощью пароля, либо Touch ID или Face ID. На втором уровне используется токенизация – данная технология позволяет никому не узнать реквизиты банковской карты после оплаты. Третий уровень реализуется за счет KNOX – специальной области хранения информации в смартфоне, доступ к которой нельзя получить извне, а значит невозможно взломать платежный сервис [2].

Далее обозначим риски мобильные платежей. Теоретически опасность для пользователя платежными сервисами существует, она может исходить от хакеров, которые могут высылать ссылки с вирусными кодами, взламывать социальные сети и под видом друга либо же родственника могут манипулировать пользователем для передачи информации о карте. Защититься от этого просто, нельзя никому не сообщать информацию о карте, а особенно CVC-код. Еще одним факторов риска является то, что через системы быстрых платежей злоумышленники могут воспользоваться информацией о номере телефона и некоторым персональным данным жертвы и под видом службы безопасности могут войти в доверие человека и украсть средства со счета [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что все платежные сервисы являются безопасными, удобными и простыми в использовании. Основным фактором риска является человеческий фактор. Но этот фактор является субъективным и зависит от конкретного индивида, с развитием цифровой культуры общества влияние этого фактора уменьшается. Все выше перечисленное и стремительное развитие технологий однозначно способствуют дальнейшему росту использования бесконтактных платежей

Список использованных источников

1. Apple, Samsung и Android Pay: особенности бесконтактных мобильных платежных систем и перспективы их внедрения в России – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/apple-samsung-i-android-pay-osobennosti-beskontaktnyh-mobilnyh-platyozhnyh-sistem-i-perspektivy-ih-vnedreniya-v-rossii>
2. Перспективы развития технологии бесконтактных платежей в современных платежных системах – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-tehnologiy-beskontaktnyh-platezhey-v-sovremennyh-platezhnyh-sistemah>
3. Риски в системе быстрых платежей – URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2019/02/28/795390-kakoi-risk-v-sisteme-bistrih-platezhei>

UDC 336.717

Zarkya Georgii Tamazovich

Student of group 2-48, Department of Information Technology, Faculty of IVTF

Teacher: Raeva Tatyana Dmitrievna

Ph. D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor in the Department of Management and Marketing»

Ivanovo State Power Engineering University named after V.I. Lenin, Ivanovo, Russia

DEVELOPMENT OF PAYMENT SERVICES ANDROID PAY, APPLE PAY AND SAMSUNG PAY, YANDEX.MONEY: ADVANTAGES, RISKS

The article discusses the development of contactless payments, various types of contactless payments, the benefits and risks of contactless payments

Keywords: contactless payments, advantages and risks of contactless payments, development of contactless payments.

УДК 687.03

Захарова Ксения Анатольевна, 3-СДП-31

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г.
Санкт-Петербург, Россия

ВИДЫ И АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ ИНДУСТРИИ МОДЫ

В эту цифровую эпоху социальные сети сыграли большую роль в индустрии моды, позволив потребителям и всем, кто интересуется модой, больше взаимодействовать с модельерами и высокочлассными фирмами одежды, обуви и аксессуаров.

Ключевые слова: мода, социальные сети, бренд, цифровая платформа

Социальные сети как новая среда коммуникаций и цифровые инструменты осуществления различных видов деятельности не могла не затронуть такую сферу как индустрия моды.

Наша зависимость от социальных сетей значительно выросла и стала более интегрированной в нашу жизнь. С помощью социальных медиа-платформ, таких как Facebook, Instagram, Twitter и блогов компании могут транслировать сообщения охватывая миллионы пользователей.

В то время как традиционные рекламные платформы, такие как рекламные щиты, журнальные объявления и телевизионные рекламные ролики, не получают немедленного отклика, цифровые платформы с их интерактивными функциями могут предоставить потребителям и зрителям возможность отметить сообщение, прокомментировать его, поделиться с другими участниками или повторно опубликовать в ответ на сообщение.

Социальные сети можно классифицировать в соответствии с основным функционалом на следующие группы: социальные сети для общения (*Relationship networks*), социальные сети для обмена медиа-контентом (*Media sharing networks*), социальные сети для отзывов и обзоров (*Online reviews*), Социальные сети для коллективных обсуждений (*Discussion forums*), Социальные сети для авторских записей (*Social publishing platforms*), Сервисы социальных закладок (*Bookmarking sites*), Социальные сети по интересам (*Interest-based networks*).

Социальные сети - это уникальный канал коммуникации, благодаря которому компания может в кратчайшие сроки получить данные об отношении потребителя к бренду, оценить систему его предпочтений, а потребитель без особых временных затрат находит полную информацию об объективных характеристиках бренда. Брендированное сообщество в существующей социальной сети создается быстрее и проще, чем сообщество на своей площадке с нуля. Большинство людей, к которым собирается обратиться компания, уже присутствуют в социальных сетях. Также привлекательным является сектор мобильных сервисов, в частности, платформенные приложения, они позволяют

собирают информацию о пользователе и обеспечивают долгосрочность коммуникаций [1].

В 2017 в социальной сети Facebook Эндрю Хатчинсоном было проведено исследование об онлайн - моде, целью которого было определение влияния онлайн - платформ и социальных платформ на модные покупки. В частности, исследовалось влияние Facebook на моду. По данным опроса более 6000 пользователей Facebook в шести странах, установлено, что 50 % пользователей Instagram 40 % Facebook говорят, что нашли вдохновение для моды на этой платформе. 3/5 ответили, что обе сети вызывают намерение купить, влияют на модные представления, консультируют потенциальных модных покупателей в Instagram и других социальных сетях. Роль Facebook огромна. [2]

По результатам исследования было установлено, что Instagram - это платформа номер один для моды, для представления модного продукта. Выбор респондентами как Instagram, так и Pinterest показывает, что это две социальные сети и медиа-сайты разного вида, которые более популярны среди аудитории интересующихся модой, в то время как Facebook, модные журналы и Snapchat оцениваются потребителями относительно ниже этих двух социальных сетей. Другие социальные сети не имеют сопоставимого авторитета в сфере моды, который транслируют Instagram и Pinterest. Facebook установил, что социальные сети и медиаканалы значительно чаще дают модное вдохновение людям возрастной группы 18-34 года.

Исследование 2019 года проведенное Mr. Rituraj Taye, Ahammed Junaid NP, результаты которого опубликованы в Global Media Journal (Arabian Edition) в июне 2019 [3], сфокусировалось на исследовании влияния на принятие решения потребителем модного продукта разных видов социальных сетей. Были охвачены такие медиаплатформы как модные блоги, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram и Tumblr.

В качестве объектов исследования были выбраны четыре товарные категории одежды и влияющие на принятие решения об их приобретении социальные сети. По результатам исследования были установлены наиболее эффективные медиаплатформы для продвижения и реализации исследованных товарных категорий. Так для таких категорий как «повседневная одежда», «одежда для особых случаев» и «одежда для фитнеса» более эффективными оказались модные блоги, затем по степени убывания эффективности Facebook, Pinterest, Instagram, Tumblr и Twitter. В категории «деловая одежда» список возглавила сеть Tumblr [2].

Социальные сети привели к росту влияния моды. Это подтверждается трендом популярности показа мод в прямой трансляции в Instagram, Facebook и YouTube, где потребители могут увидеть коллекции различных дизайнеров.

Анализ дискурса, проведенный в модном блоге и прямой трансляции показа мод, выявил следующие положительные аспекты, касающиеся использования социальных сетей.

Во-первых, поскольку контент публикуется самими брендами, нет места для манипуляций со стороны третьей стороны, которая помогает потенциальным

потребителям получить все детали продукта и непосредственно ознакомиться с брендом. Зрители, потребители и представители отрасли имеют мгновенный доступ к публикуемому контенту и просмотру в соответствии с их выбором.

Во - вторых, чтобы представить новые наряды в социальных сетях используют опорную базу модных блогеров, которые освещают их в индивидуальном ключе. Это также сочетается с новой маркетинговой стратегией из опционов, когда на покупку продуктов, представляемых в своем контенте блогерами предусмотрены скидки. Также средством продвижения новинок моды, а также средством мониторинга эффективности продвижения могут служить хэштеги прикрепленные к контенту.

Современная индустрия моды органично интегрировалась в социальные сети, транслируя модные тренды, демонстрируя коллекции, получая обратную связь от потребителей, а также находя новые источники вдохновения. Продвижение услуг индустрии моды невозможно реализовать без медиаплатформ социальных сетей, что требует от модных компаний и модных брендов разработки и совершенствования стратегии маркетинга под формат социальных сетей и использование мультимедийных средств продвижения бренда.

Список использованных источников

1. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

2. A. Hutchinson. Facebook Releases New Data on Trends Among Fashion Buyers / SocialMediaToday, дата публикации 22.11.2017 – электронный ресурс: режим доступа: <https://www.socialmediatoday.com/news/facebook-releases-new-data-on-trends-among-fashion-buyers/511482/> - дата обращения 10.04.2021.

3. Jr. Rituraj, Ahhamed. Junaid NP. A study on new trends in the social media promotion of the Fashion Industry // Conference: Current Practices and Future Trends in Media Communication (CPFTM) – 2019 – Dubai, 2019 - электронный ресурс: режим доступа:

https://www.researchgate.net/publication/333995740_A_study_on_new_trends_in_the_social_media_promotion_of_the_Fashion_Industry - дата обращения 09.04.2021.

UDC 687.03

Ksenia Zakharova, 3-SDP-31

Supervisor: Associate Professor of the Department of Management, Candidate of Economics

Lyubimenko Anna Igorevna

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

TYPES AND ANALYSIS OF SOCIAL NETWORKS IN THE PROMOTION OF FASHION INDUSTRY SERVICES

In this digital era, social media has played a big role in the fashion industry, allowing consumers and anyone interested in fashion to interact more with fashion designers and high-end clothing, footwear and accessories firms.

Keywords: fashion, social networks, brand, digital platform

УДК 338.22

Захарян Армине Григорьевна

кандидат экономических наук, научный сотрудник Института экономики имени М. Котаняна Национальной академии наук Республики Армения, преподаватель кафедры управления Международного научно-образовательного центра Национальной академии наук Республики Армения, преподаватель кафедры управления Ереванского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова
г. Ереван, Республика Армения
e-mail: azakharian@inbox.ru

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

Аннотация: Статья посвящена изучению методов и механизмов стимулирования инновационной деятельности посредством повышения эффективности банковского финансирования в Республике Армения, а также факторов, обуславливающих эффективное применение данных методов и механизмов. В статье представлены определенные механизмы повышения эффективности банковского финансирования инновационной деятельности.

Ключевые слова: экономика, инновационная деятельность, банковское финансирование, управление, развитие, эффективность.

В современных экономических условиях в Республике Армения ключевым направлением стратегии экономического развития должно стать прогрессирующее развитие высокотехнологичного сектора, что предполагает содействие инновационной деятельности, внедрение современных механизмов управления, повышение инвестиционной привлекательности, организацию экспортно-ориентированных производств и т.д. Для этого в Армении имеются широкие возможности, которые были созданы еще в годы централизованного управления. Армения занимала передовые позиции в области космических исследований, вычислительной техники, радиоэлектроники, навигационного оборудования, полупроводников и других высокотехнологичных производств. Следовательно, стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности, активизация деятельности акционерных обществ, повышение качества корпоративного управления, расширение высокотехнологичной деятельности и внедрение ее продуктов в различные сектора экономики, безусловно, будут стимулировать позитивные изменения в экономической системе Республики Армения [1, с. 54–69].

На сегодняшний день в Армении создано систематизированное и комплексное правовое поле, имеется достаточно высококвалифицированных кадров, действуют свободные экономические зоны (Альянс, Меридиан, Мегри и Экос), созданы благоприятные условия для экспорта инновационной продукции. Однако, следует отметить, что в Армении еще имеются резервы для совершенствования инвестиционной среды, необходимо продолжить работы по

формированию эффективной инновационной инфраструктуры, увеличить объем государственного заказа на инновационную продукцию, продолжить и ускорить процесс создания инновационных кластеров, по возможности более расширить деловые связи с внешними рынками – в первую очередь в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС), а также умножить усилия по созданию наиболее доступных источников финансирования инновационной деятельности.

Ниже представим данные о годовом приросте ИТ-сектора в Республике Армения (Рис. 1).

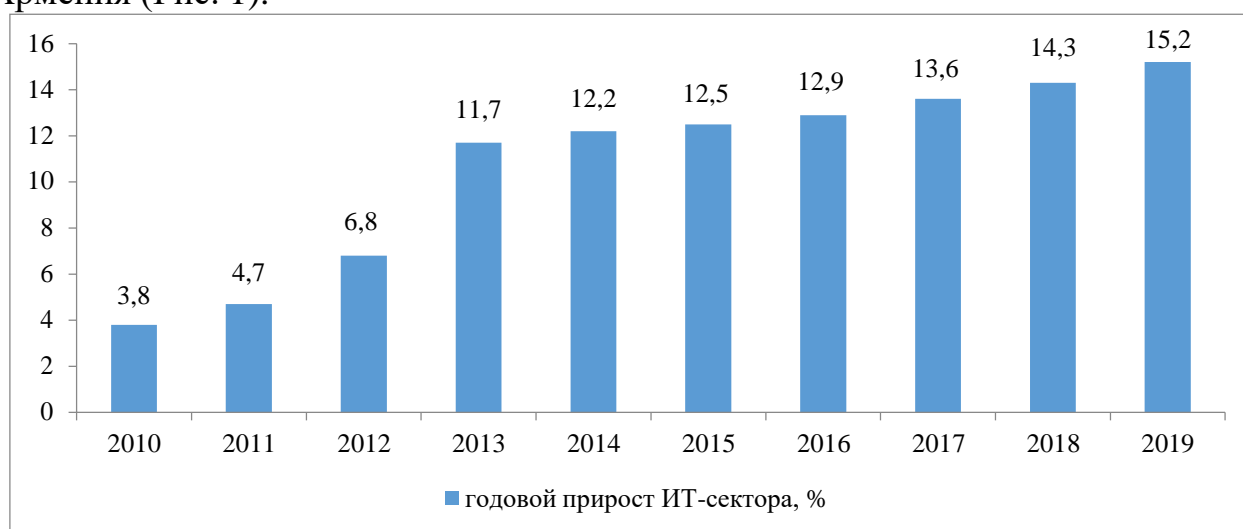


Рисунок 1. Годовой прирост ИТ-сектора в Республике Армения (2010–2019 гг.)[4]

Согласно официальным данным в 2019 г. по сравнению с 2010 г. годовой прирост ИТ-сектора составил 11.4 процентных пункта, что свидетельствует об эффективности государственной политики в данной сфере.

Как известно, переход на инновационный путь развития и обеспечение экономической безопасности страны невозможен без расширения банковского финансирования и преобразования реального сектора экономики [2, с. 11-17]. На современном этапе развития экономики повышение эффективности банковского финансирования инновационных проектов приобретает особую актуальность, что продиктовано требованиями улучшения качества жизни населения и стимулирования деятельности компаний. Одним из важнейших факторов инновационного развития экономики страны является грамотная политика государства, направленная на обеспечение должного уровня банковского финансирования инновационной активности [3, с. 157–162]. Следовательно, представим также состав кредитов коммерческих банков Республики Армения в 2010-2019 гг. (Табл. 1.).

**Таблица 1 Состав кредитных вложений коммерческих банков
Республики Армения в 2011-2020гг. (млн. армянских драмов*) [5]**

Название	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Кредиты, всего	1277302	1 590 866	1 776 571	2 150 326	2 088 168	2 412 506	2 677 091	3 078 548	3 631 158	4 150 715
Кредитные вложения	1250404	1 527 886	1 658 727	1 994 525	1 939 739	2 280 711	2 545 674	2 959 829	3 488 448	3 891 067
<i>Кредиты в валюте</i>	768069	984 807	1 030 898	1 328 414	1 273 082	1 456 533	1 586 726	1 662 575	1 790 970	1 959 317
краткосрочные	151451	187 809	163 872	223 968	153 295	280 740	291 838	277 354	236 570	179 067
долгосрочные	616618	796 998	867 026	1 104 446	1 119 787	1 175 793	1 294 887	1 385 221	1 554 400	1 780 250
<i>Кредиты в армянских драмах</i>	482335	543 079	627 829	666 111	666 657	824 178	958 948	1 297 254	1 697 478	1 931 750
краткосрочные	134598	168 083	170 286	118 423	113 568	156 625	149 100	194 406	197 347	239 157
долгосрочные	347737	374 996	457 543	547 688	553 089	667 553	809 848	1 102 848	1 500 131	1 692 593
Продленные кредиты банков	21092	54 354	96 524	123 270	110 566	99 841	99 635	88 009	111 755	226 075
краткосрочные	13480	47 068	64 145	53 110	21 898	30 019	70 742	60 871	89 196	133 232
долгосрочные	7612	7 286	32 379	70 160	88 668	69 821	28 894	27 138	22 559	92 842
Просроченные кредиты банков	5806	8 626	21 320	32 531	37 863	31 954	31 782	30 710	30 954	33 573
краткосрочные	5790	8 449	20 231	20 367	21 321	16 215	10 309	14 648	16 688	20 709
долгосрочные	16	177	1 089	12 164	16 542	15 739	21 472	16 062	14 266	12 864

*1 российский рубль равен 7.43 армянским драмам.

Данные Таблицы 1 свидетельствуют, что в 2020 году по сравнению с 2011 годом в Республике Армения общий объем кредитования коммерческих банков увеличился на 2873413 млн. драмов. В то же время, кредитные вложения увеличились на 2640663 млн. драмов, продленные кредиты банков - на 204983 млн. драмов, а просроченные кредиты банков - на 27767 млн. драмов. Как видим, в 2014-2018 гг. наблюдалась тенденция сокращения объемов продленных кредитов банков, что, с одной стороны, связано с некоторым улучшением финансового состояния компаний, с другой - усилением финансовой бдительности среди компаний. В 2016-2018 гг. сократился также объем просроченных кредитов банков, что было обусловлено повышением качества финансового управления компаний-заемщиков и коммерческих банков. Вместе с тем, в 2020 году по сравнению с 2018 годом в Республике Армения наблюдалась тенденция некоторого повышения объемов продленных кредитов банков - на 138066 млн. драмов, и просроченных кредитов - на 2863 млн. драмов. Последнее связано с отрицательным влиянием пандемии и других факторов на общее состояние экономики страны.

Как известно, для обеспечения развития кредитных операций необходимо внедрять новые продукты с более гибкими условиями кредитования. Обеспечивая основу для развития долгосрочного кредитования, необходимо концентрировать усилия на создании целевой структуры ресурсной базы и формировании рынка долгосрочных вкладов. Ориентируясь на комплексное удовлетворение потребностей клиентов, банки могут увеличить объем эмиссии

банковских карт, внедрить ряд связанных и инновационных продуктов - овердрафтные карты, систему дистанционного банковского обслуживания, расширить функции банкоматов по перечислению средств и пополнению счетов, создать основы для расширения каналов продаж в будущем.

В целях совершенствования обслуживания юридических лиц в коммерческих банках необходимо заложить основы системы персональных менеджеров, создать системную базу для работы с VIP-клиентами, внедрить современные технологии дистанционного обслуживания, для многофилиальных организаций - услуги по управлению счетами филиалов, расположенных в различных регионах Республики Армения. Средства юридических лиц остаются одним из важнейших источников ресурсной базы коммерческих банков. Необходимо развивать кредитование корпоративных клиентов путем расширения продуктового ряда и углубления его специализации, диверсифицировать отраслевую структуру ссудного портфеля. Повышенное внимание должно уделяться развитию проектного финансирования и инвестиционного кредитования, должно осуществляться не только кредитование проектов, но и комплексное финансирование деятельности клиента.

Комплексное предложение банковских продуктов, развитие услуг и применение клиентоориентированного подхода позволит нарастить долю комиссионных доходов в чистом операционном доходе.

Учитывая современные экономические реалии Республики Армения – для стимулирования инновационной деятельности, активизации экономики и повышения эффективности банковского финансирования предлагается:

1. Совершенствование системы страхования вкладов;
2. Обоснованный подход к процессу трансформации краткосрочных денежных ресурсов в долгосрочные вложения;
3. Использование комплексные схем финансирования;
4. Применение эффективных схем оценки кредитоспособности;
5. Внедрение клиентоориентированной модели работы коммерческих банков, предполагающей структурную перестройку бизнес - процессов, организационной структуры и взаимоотношений между подразделениями, качественно новый уровень управления и оптимизации издержек;
6. Оптимизация филиальной сети и развитие альтернативных каналов обслуживания клиентов;
7. Проведение модернизации управленческих и технологических процессов в соответствии с требованиями бизнеса.

Таким образом, повышение эффективности банковского финансирования инновационной деятельности в Республике Армения имеет важное стратегическое значение, поскольку в дальнейшем может способствовать созданию новых рабочих мест, повышению уровня жизни населения, улучшению делового климата страны и стабильному развитию экономики.

Список использованной литературы

1. Вардомский Л. Б. Независимая Армения в поисках модели экономического развития // Российский экономический журнал. – 2013. – №2. – С. 54–69.
2. Гаврильченко Г. С. Актуальность банковского финансирования инноваций, управление инновациями: теория, методология, практика, 2016, N15, с. 11-17, <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnost-bankovskogo-finansirovaniya-innovatsiy>
3. Захарян А. Г. Инновационный лизинг как фактор развития экономики Республики Армения / Передовые инновационные разработки. Перспективы и опыт использования, проблемы внедрения в производство. Сборник научных статей девятой международной научной конференции (31 октября 2019 г.) Часть 2. – Казань: ПАО «ГАЗПРОМ», ООО «ГАЗПРОМ ТРАНСГАЗ КАЗАНЬ», ООО «Конверт», 2019.
4. Сектор ИКТ в Армении, 2010–2018 гг. (данные за 2019 г. – предварительные), Исследование сектора информационных и коммуникационных технологий в Армении, Фонд инкубатора предприятий. <http://www.eif.am/eng/researches/report-on-the-state-of-the-industry/>
5. Социально-экономическое положение Республики Армения в 2011–2020 гг., Статистический комитет Республики Армения, <http://www.armstat.am>, <https://www.armstat.am/ru/?nid=82&year=2020>

UDC 338.22

Zakharyan A.G.

PhD (Economics), Research Fellow at the Institute of Economics named after

M. Kotanyan of the National Academy of Sciences of the Republic of Armenia, Lecturer of the Department of Management of the International Scientific and Educational Center of the National Academy of Sciences of the Republic of Armenia, Lecturer of the Department of Management of the Yerevan Branch of the G.V. Plekhanov Russian University of Economics

Yerevan, Republic of Armenia

e-mail: azakharian@inbox.ru

PROBLEMS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF BANK FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

Abstract: The article is devoted to the study of methods and mechanisms for stimulating innovative activity by increasing the efficiency of bank financing in the Republic of Armenia, as well as factors, that determine the effective use of these methods and mechanisms. The article presents certain mechanisms for increasing the efficiency of bank financing of innovative activities.

Keywords: economy, innovation activity, bank financing, management, development, efficiency.

УДК 364.012. 23.

Зотиков Николай Зотикович

к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов, кредита и экономической безопасности
Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова, г. Чебоксары, Россия тел. 8-906-384-2157 E-mail: Zotikovcontrol@yandex.ru

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИИ

Аннотация: Каждый гражданин страны после прекращения своей трудовой деятельности рассчитывает на сохранение своих доходов (заместить) путем получения пенсии. В статье автором рассмотрены проблемы, которые испытывает пенсионная система в настоящее время.

Ключевые слова: страховая пенсия, прожиточный минимум, коэффициент замещения, теневая экономика, самозанятые

В соответствии с действующим пенсионным законодательством бюджет Пенсионного фонда РФ (ПФРФ) формируется за счет страховых взносов, средств федерального бюджета, доходов от размещения (инвестирования) временно свободных средств, добровольных взносов физических лиц и организаций, средств резерва для осуществления выплат накопительной пенсии.

Пенсионная система РФ предусматривает выплату:

- страховой пенсии (по старости, инвалидности, случаю потери кормильца) – получателями являются 43 млн. чел.;
- пенсии по государственному пенсионному обеспечению (3,2 млн. чел.), получателями являются граждане, не претендующие на страховую пенсию (социальная пенсия);
- добровольной пенсия (6 млн. чел.) – на договорной основе в рамках негосударственного пенсионного обеспечения;
- накопительной (лица 1967 года рождения и моложе, с 2014 г. заморожена).

Размер пенсии зависит от количества накопленных пенсионных баллов (коэффициентов), стоимости пенсионного коэффициента (на 2020 год – 93 руб.), фиксированной выплаты, гарантированной государством (с 1.01.2020 г. – 5686,25 руб.).

По данным Банка России, на конец 2019 г. 1518,4 тыс. чел. являются участниками негосударственного пенсионного обеспечения. На конец 1 квартала 2020 г. на рынке осуществляли деятельность 47 негосударственных пенсионных фондов.

Далее рассмотрим показатели, характеризующие состояние пенсионной системы России (таблица 1).

Таблица 1 Показатели пенсионной системы России за 2014-2020 гг [9].

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2020 г. к 2014 г., %
Численность пенсионеров, тыс. чел.	43327	43797	45182	45709	46070	46480	46198	106,6
Средний размер пенсии, руб.	10786	11986	12391	12887	13360	14163	14924	138,4
ПМ пенсионера, руб.	6617	7965	8081	8315	8483	9002	9311	140,7
соотношение среднего размера пенсий, %:								
С ПМ пенсионера с зарплатой	163	150,5	153,3	155	157,5	157,3	160,3	98,3
Численность пенсионеров на 1000 чел. населения	301,6	304,2	308,3	311,4	313,7	316,7	314,8	104,4
численность занятых на 1-го пенсионера, чел.	1,68	1,65	1,6	1,59	1,57	1,55	1,53	91,1

Как следует из данных таблицы 1, в 2020 г. по сравнению с 2014 г.:

- численность пенсионеров увеличилась на 6,6%;
- прожиточный минимум пенсионера - на 40,7%, средний размер пенсии – на 38,4%;
- средний размер пенсий меньше прожиточного минимума пенсионера на 1,7%;
- соотношение среднего размера пенсий с заработной платой работников составило 91,3%;
- численность пенсионеров на 1000 человек населения увеличилась на 4,4%, численность занятых на 1-го пенсионера уменьшилась на 8,9%.

«В России на 128 работающих приходится 100 пенсионеров, и дисбаланс будет только увеличиваться. По прогнозам, к 2030 г. соотношение работающих и пенсионеров упадет примерно до соотношения 1:1. Низкий уровень рождаемости обуславливает разницу между трудоспособным населением и гражданами пенсионного возраста, что приводит к старению населения, увеличению нагрузки на пенсионную систему и впоследствии – к дефициту Пенсионного фонда» [1].

Для большинства населения достижение пенсионного возраста сопряжено с непременным падением уровня доходов (коэффициент замещения – отношение

размера пенсии к уровню доходов в период до выхода на пенсию). Согласно Конвенции МОТ «О минимальных нормах социального обеспечения» (1952 год) нормальным является коэффициент 0,4 (в России -0,3).

Недостаточность средств ПФР вызвана также существованием теневой экономики -это нелегальная или «скрытая» экономическая деятельность, доходы от которой не облагаются налогами и не контролируются соответствующими органами («черная» или «конвертная» зарплата, неучтенная продукция и т.п.). «Одной из весомых проблем, негативно влияющих на развитие рынка труда в РФ, является высокий объем теневой экономики. По данным Федеральной службы по финансовому мониторингу на 2018 год данный показатель превысил 20 трлн. руб.» [2]. По данным МВФ, в общем рейтинге среди других стран Россия занимает 49 место (38,42%), 1-е место – Грузия (64,87%).

Государство принимает меры по сокращению теневого сектора экономики, в частности, путем введения налога на профессиональный доход для самозанятых, которые, по данным Росстата, составляют 16-17 млн. чел или до четверти всех работающих граждан, для 9-10 млн. чел из которых самозанятость является единственным источником дохода. «Государство с помощью вновь введенного налогового режима, с одной стороны, обеспечило возможность гражданам самостоятельно вести деятельность и официально получать доход, с другой стороны – взимать с них налоги, чтобы увеличить бюджет РФ налоговыми поступлениями и не расходовать средства на растущее число безработных» [3].

В России в качестве самозанятых, по данным МЭР России, зарегистрировано 1,8 млн. чел. Общая выручка от оказанных ими услуг в 2020 г. составила около 200 млрд. руб., а сумма уплаченных налогов – 10 млрд. руб.

«...актуальным остается вопрос контроля добросовестности лиц, самостоятельно обеспечивающих себя работой. Государство не всегда может реализовать конституционные гарантии создания условий, обеспечивающих достойную жизнь при выплате страховых пенсий лицам, самостоятельно обеспечивающим себя работой, которые уклонялись от уплаты страховых взносов» [4].

Таблица 2 Источники формирования средств ПФР (млн. руб.) [10,11,12,13,14]

	2016	2017	2018	2019	2020	2020 г. к 2016 г., %
Поступления	7625247, 0	8260075, 9	8269641, 4	8780997, 0	10303000 ,0	135,1
из них:						
СВ	4144455, 6	4495251, 8	4963093, 1	5409516, 8	5459000, 0	131,7
то же, %	54,4	54,4	60,0	61,6	53,0	-
безвозмездные поступления	3366835, 7	3684946, 1	3237995, 8	3317331, 5	4788878, 0	142,2
то же, %	44,1	44,6	39,1	37,8	46,5	-
Расходование	7829671, 7	8319454, 7	8428691, 8	8627131, 7	9727000, 0	124,2
Дефицит (-)	-204424,7	-59378,8	-218429,2	+153865, 3	+576000, 0	-
то же, % от доходов	2,68	0,7	2,64	1,75	5,6	-

Данные таблицы 2 показывают рост поступлений в ПФР в 2020 г. по сравнению с 2016 г. на 35,1%, в том числе страховых взносов – на 31,7%, опережающий рост безвозмездных поступлений на 42,2%; доля страховых взносов в общей сумме поступлений за указанный период уменьшилась с 54,4% до 53,0%, доля безвозмездных поступлений, наоборот, увеличилась с 44,1% до 46,5%. В период 2024-2026 гг., по данным ПФР, поддержание пенсий на текущем уровне с возможностью ее пересчета хотя бы в пределах инфляции потребует увеличение трансферта из федерального бюджета не менее 5 трлн. руб. Приведенными данными подтверждается вывод о том, что «в отличие от многих развитых стран, где пенсионные системы представлены как компромисс между работниками и работодателями, в РФ по-прежнему за все отвечает государство. Складывается устойчивая тенденция к финансовой зависимости Пенсионного фонда РФ от федерального бюджета, то есть объем государственных пенсионных обязательств не совпадает с объемом получаемых страховых взносов» [5].

В Германии и других странах в формировании пенсионных накоплений участвуют как работодатели, так и сами работники (пополам), при этом взносы, перечисляемые физическим лицом, уменьшают налоговую базу по подоходному налогу [6].

Заморозка накопительной пенсии, отказ от индексации пенсии работающим пенсионерам, увеличение пенсионного возраста на 5 лет до 65 лет для мужчин и 63 года для женщин (по этапам (в 2021 г. мужчины 62 года и 6 месяцев, женщины – 57 лет и 6 месяцев) не решили проблему дефицита ПФР. При этом следует иметь в виду, что по средней продолжительности жизни (70,5 лет) Россия уступает другим странам (Франция – 82,4 года, Германия – 81,0 и

др.). «Высокий пенсионный возраст в странах Европы обусловлен высокой продолжительностью жизни, в чем мы сильно отстаем» [7].

В числе главных проблем российских пенсионеров автор выделяет [8]:

- повышение цен на продукты питания;
- массово распространяемые платные медицинские услуги;
- бесконтрольно систематически увеличивающиеся коммунальные услуги

и т. п.

Выводы

Проведенное исследование показало уязвимость российской налоговой системы, в большей степени зависящую от межбюджетных трансфертов из федерального бюджета.

Проблемы в пенсионном обеспечении в основном связаны с такими факторами, как:

- «старение нации» - опережающий рост пенсионеров по сравнению с ростом работающих, превышение в последнее время масштабов смертности по сравнению с рождаемостью;

- низкий уровень заработной платы, являющейся базой для исчисления страховых взносов, вследствие этого низкий уровень пенсий.

Государство принимает меры по привлечению работающих к формированию своих будущих пенсий (например, софинансирование, добровольное перечисление средств на лицевой счет в ПФР, и эти суммы исключаются из налогооблагаемой базы по НДФЛ и др.). Без увеличения доли софинансирования, увеличения заработной платы работающих проблемы в пенсионном обеспечении сохранятся и в дальнейшем.

Список использованной литературы

1. Шестакова Н.Н., Шестакова М.В. Проблемы современной пенсионной системы России. В сборнике: Экономика и управление в современных условиях. Материалы международной (заочной) научно-практической конференции. Сост. Е.В. Чеботарева. 2017. С. 290-293.

2. Щетинина А.Р. Новый налоговый режим для самозанятых граждан в России/ Гуманитарный научный журнал. 2019. №1. С.216-221

3. Улезько О.В., Шипилова К.В. Налог на профессиональный доход: теория и практика применения /Финансовый вестник. 2020. №2 (49). С.49-5

4. Вафин Э.Я. О некоторых проблемах реализации конституционного права граждан на пенсионное и социальное обеспечение //Актуальные проблемы теории и практики конституционного судопроизводства - 2018. - №13. С. 78-79

5. Мучкина Л.в. О некоторых проблемах реализации права на страховую пенсию гражданами Российской Федерации //В сборнике: Современная юриспруденция: актуальные вопросы, достижения и инновации. Сборник статей XXI Международной научно-практической конференции. 2019. С. 169-171

6. Зотиков Н.З. Особенности налогообложения физических лиц в Германии // Вестник Евразийской науки, 2020 №4, <https://esj.today/PDF/61ECVN420.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

7. Шалбузова З. Н. Проблемы обеспечения финансовой устойчивости бюджета Пенсионного фонда РФ //В сборнике: Транспорт. Экономика. Социальная сфера (Актуальные

проблемы и их решения). сборник статей VI Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 201-203

8. Лыгина Ю. В. Как живут российские пенсионеры //Сборник: Молодежь и наука: шаг к успеху. Сборник научных статей V Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 4-х томах. Курск, 2021. С.120-122

9. Пенсии в России по данным Росстата за период с 2014 по 2020 год.
<https://rosinfostat.ru/pensii/>

10. ФЗ от 16.10.2017 № 288-ФЗ «Об исполнении бюджета ПФР за 2016 год»

11. ФЗ от 11.10.2018 № 356-ФЗ «Об исполнении бюджета ПФР за 2017 год»

12. ФЗ от 16.10.2019 № 333-ФЗ «Об исполнении бюджета ПФР за 2018 год»

13. ФЗ от 15.10.2020 № 316-ФЗ «Об исполнении бюджета ПФР за 2019 год»

14. Оперативный доклад за 2020 год: Счетная палата РФ (24.02.2021)
<https://ach.gov.ru/audit/oper-2020>

UDC 364.012. 23

Zotikov Nikolay Zotikovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Economic Security Chuvash State University named after IN Ulyanova, Cheboksary, Russia

tel. 8-906-384-2157 E-mail: Zotikovcontrol@yandex.ru

ACTUAL PROBLEMS OF PENSION PROVISION IN RUSSIA

Annotation

Every citizen of the country, after the termination of his labor activity, expects to preserve his income (replace) by receiving a pension. In the article, the author examines the problems that the pension system is experiencing at the present time.

Keywords

insurance pension, living wage, replacement rate, shadow economy, self-employed

УДК 336.221-057.1 (470)

Зотиков Николай Зотикович

к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов, кредита и экономической безопасности
Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова, г. Чебоксары, Россия
тел. 8-906-384-2157 E-mail: Zotikovcontrol@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В 2021 ГОДУ

Аннотация. В статье анализируются особенности налогообложения предпринимателей, применяющих упрощенную и патентную систему налогообложения, в соответствии с внесенными в них изменениями и в связи с отменой с 2021 года специального налогового режима в виде единого налога на вмененный доход для определенных видов деятельности

Ключевые слова: упрощенка, патент, потенциальный доход, страховые взносы, налоговая нагрузка

Плательщиками налогов являются организации и физические лица. В чем же отличия ИП от физического лица:

- ИП ведет предпринимательскую деятельность, у физического лица имеется в собственности имущество, признаваемое объектом налогообложения (земля, транспорт, жилье);

- ИП самостоятельно определяет налоговую базу, представляет декларации по налогам, физическим лицам рассчитывает налоговый орган и вручает налоговое уведомление;

- обязанность по уплате налога у ИП возникает в сроки, установленные НК РФ, у физического лица - не ранее даты получения налогового уведомления;

- ИП уплачивает налоги периодически, физическое лицо – в разовом порядке (до 1 декабря); - налоги, уплачиваемые ИП, перелagаются на покупателя продукции, товара, источником возмещения уплачиваемых физическими лицами налогов являются собственные средства.

ИП по обязательствам несут ответственность своим имуществом (ст. 24 ГК РФ), то есть ответственность ИП по долгам распространяется на его личное имущество (за исключением предметов первой необходимости – единственное жилье и земля, на которой оно находится, а также предметов обихода, включая одежду, обувь и продукты (ст. 446 ГПК РФ). «Ответственность индивидуального предпринимателя – то, что удерживает многих желающих нырнуть в пучину бизнеса с головой, от необдуманных поступков. Зарегистрировать ИП – самое простое: сегодня это дело пары дней. Работать на свой страх и риск, разбираясь во всех нюансах налогообложения, соблюдая трудовое законодательство, помня об административных штрафах и чтя Уголовный кодекс – вот «серые будни» современного предпринимателя» [1].

По данным на 10.11.2018 в Едином реестре числятся 5 704 802 субъектов МСП, в том числе 3 340 619 ИП, на 10.04.2021 – соответственно 5 780 615 и 3 378 058 ед., следовательно, из общего количества субъектов МСП ИП составляют более 58%.

В настоящее время ИП на добровольных началах могут применять общую систему налогообложения (ОСНО), специальные налоговые режимы: упрощенную систему налогообложения (УСН), патентную систему налогообложения (ПСН). ЕНВД отмененный с 2021 г., был самым популярным специальным налоговым режимом среди предпринимателей, причиной тому – налог при постоянном значении физического показателя оставался стабильным, фиксированным, низкая налоговая нагрузка. Так, по данным ФНС России за 2018 год, «вмененщики», составляя 36,1% всех спецрежимников, обеспечили бюджету лишь 12,8% суммы налога, уплачиваемого спецрежимниками, «упрощенцы» - соответственно 56,6% и 84,2%.

С отменой с 2021 г. ЕНВД, ссылаясь на данные ФНС России, Мазеин отмечает, что «из числа определившихся на конец 2020 года предпринимателей 57,5% выбрали УСН, 40% - патент, 2,5% - налог на профессиональный доход» [2]

Таблица 1 Основные налоги, уплачиваемые ИП при различных системах налогообложения

Режим	Кто может применять	Основные налоги	Налоговая база	Ставки налога
ОСНО	ИП с любым числом работников	НДФЛ	доходы в денежной, натуральной формах и в виде материальной выгоды	от 13 до 35%
		налог на имущество физлиц	кадастровая стоимость имущества	устанавливается местными органами власти
		НДС	операции по реализации товаров (работ, услуг) на территории РФ	0%, 10%, 20%
		СВ	выплаты в пользу физлиц и за себя в фиксированном размере	30%, за себя в 2021 г. 32448 руб. (в ПФР) и 8426 руб. (ФОМС)
		транспортный налог	мощность двигателя в л.с.	определяются законами субъектов РФ
УСН	ИП с доходами не более 150 млн. руб. в год и числом работников не более 100 чел.	единый налог	объект «доходы»	6%
			объект «доходы, уменьшенные на расходы»	15%
		транспортный налог	мощность двигателя в л.с.	определяются законами субъектов РФ
		страховые взносы	выплаты в пользу физлиц и за себя в фиксированном размере	30%, за себя в 2021 г. 32448 руб. (в ПФР) и 8426 руб. (ФОМС)
ПСН	ИП с доходами не более 60 млн. руб.	патент	потенциально возможный к	6%

Режим	Кто может применять	Основные налоги	Налоговая база	Ставки налога
	в год и числом работников не более 15 чел.		получению годовой доход	
НПД	физлица с доходами до 2,4 млн. руб. в год	выручка от реализации	доход, полученный от физического лица	4%
			доход, полученный от организации	6%

Таблица составлена автором

Далее подробно рассмотрим УСН и ПСН.

Специальные налоговые режимы введены с целью оптимизировать налоговую нагрузку на ИП. Их применение означает уплату единого налога взамен трех: налог на имущество физических лиц (за имущество, используемое в предпринимательской деятельности), НДФЛ, НДС (за исключением ДС, уплачиваемого при ввозе товаров через таможенную). Остальные налоги уплачиваются в общеустановленном порядке при наличии объекта налогообложения. Также при их применении сохраняются действующие порядок ведения кассовых операций, представления отчетности, обязанность исполнения обязанностей налоговых агентов.

Не вправе применять УСН ИП при превышении численности работников 100 чел., а также занимающиеся производством подакцизных товаров. Налоговым периодом по УСН является календарный год, поэтому упрощенцы не вправе до окончания календарного года перейти на иной режим налогообложения, кроме случаев нарушения условий перехода и ее применения. Можно применять объекты «доходы» и «доходы, уменьшенные на расходы», которые можно менять ежегодно, но не в течение календарного года. Практика показывает, что если расходы превышают 50% величины доходов, то выгоден объект «доходы, уменьшенные на расходы».

Как видим, ограничений по выручке для применения ИП УСН Кодексом не установлено. В связи с этим вызывают вопросы положения абзацев 1 и 2 п.4 ст. 346.13, пп 1.1 и 2.1 ст. 346.20 НК РФ, введенные с 1 января 2021 года ФЗ от 31.07.2020 №266-ФЗ, согласно которым утрачивается право на применение налогоплательщиками при превышении дохода 200 млн. руб. и численности работников 130 чел. При одновременном применении УСН и ПСН учитываются доходы по обоим спецрежимам (на организации ПСН не распространяется, следовательно, норма может касаться только ИП). В части доходов, превышающих 150 млн. руб. (но не более 200 млн. руб.) и (или) при превышении численности работников до 130 чел. сохраняется право на применение УСН, однако в части превышения дохода 150 млн. руб. применяется повышенная ставка: при объекте «доходы» - 8% (вместо 6%), при объекте «доходы, уменьшенные на расходы» - 20% (вместо 15). По нашему мнению, указанные нормы нельзя считать конкретными, они вызовут налоговые споры.

К преимуществам УСН (по сравнению с ОСНО) можно отнести:

- доходы и расходы признаются кассовым методом, то есть доходы – фактически получены, расходы – после их фактического осуществления;
- уменьшенная ставка единого налога;
- сокращается перечень уплачиваемых налогов;
- уменьшение суммы единого налога на сумму страховых взносов в полном объеме ИП, не имеющими наемных работников;
- возможность уплачивать страховые взносы на заработную плату в пониженном на 50% размере в части заработной платы, превышающей величину МРОТ(СВ уплачиваются вместо 30% в размере 15%, в том числе в ПФР 10%, ФОМС – 5%);
- ниже налоговая нагрузка.

Недостатки УСН:

- закрытый перечень расходов (ст. 346.16 НК РФ);
- «к минусам применения УСН можно отнести невозможность продажи товаров с НДС» [3].

Это ведет к тому, что с ними не работают крупные предприятия в связи с отсутствием у них возможности вычета НДС, что останавливает развитие малого бизнеса; ИП, применяющий ОСНО, имеет право на имущественный вычет при приобретении жилья, при УСН в связи с отсутствием доходов, облагаемых по ставке 13%, это право отсутствует.

ПСН. «После отмены ЕНВД патентная система останется единственной, где при расчете налога не учитывается реальный доход. Поэтому ПСН по-прежнему будет привлекательна для мелких торговцев и тех, кто занят в бытовых услугах населению» [4].

В отличие от ОСНО и УСН ПСН имеет преимущества:

- стоимость патента является величиной фиксированной, ее стоимость не зависит от величины фактически полученного дохода;
- виды деятельности, при осуществлении которых применяется ПСН, устанавливается субъектом РФ и не ограничивается перечнем ст. 346.43 НК РФ;
- отсутствие обязанности представлять декларацию.

Самым важным изменением, способствующим дальнейшему развитию ПСН, является введение с 2021 года возможности уменьшать стоимости патента на уплаченные страховые взносы.

Плательщикам УСН и ПСН могут быть предоставлены налоговые каникулы, то есть они могут применять нулевую ставку в течение 2-х лет, если соблюдаются одновременно 2 условия:

- ИП впервые зарегистрирован после принятия соответствующего регионального закона;
- деятельность осуществляется в производственной, социальной или научной сферах.

Недостатки ПСН:

- имеют право применять только ИП с численностью работников до 15 чел.;
- патент действует только на территории региона, в котором он получен;

- при осуществлении нескольких видов деятельности надо приобретать отдельный патент на каждый из них;

- при превышении дохода по всем видам деятельности 60 млн. руб. право на применение ПСН утрачивается;

- «авансовая» система уплаты налога в бюджет (размер налога не зависит от прибыли, иной раз может быть и больше прибыли).

Самым главным недостатком, на наш взгляд, является предоставление права субъектам РФ самостоятельно устанавливать величину потенциально возможного к получению годового дохода, что ведет к большой дифференциации величины налога в разных территориях по одному и тому же виду деятельности. Покажем это на примере.

Таблица 2 Расчет стоимости патента по отдельным видам деятельности

Вид деятельности	г. Санкт – Петербург		г. Чебоксары	
	Потенциальный доход	стоимость патента	Потенциальный доход	стоимость патента
парикмахерские услуги, тыс. руб. в год	800	48	228	13,68
химчистка, тыс. руб. в год	800	48	216	12,96

Источник: [5,6]

Как показывают расчеты, в г. С.-Петербург стоимость патента превышает стоимость патента в г. Чебоксары по парикмахерским услугам и услугам химчистки более 3 раз.

Проведенное исследование вывило как положительные, так и отрицательные стороны применяемых малым бизнесом специальных налоговых режимов (СНР). СНР обеспечивают малому бизнесу оптимальную налоговую нагрузку. Введенные с 2021 г. положения НК РФ в части увеличения ставок единого налога по УСН для ИП в случае превышения выручки (150 млн. руб.) и численности работников (100 чел.) некорректны.

С целью укрупнения малого бизнеса необходимо аналогично ЕСХН ввести для упрощенцев обязанность по уплате НДС.

Величины потенциально возможного к получению годового дохода в целях применения ПСН необходимо установить на федеральном уровне, регионам предоставить право применять корректирующие коэффициенты в определенных пределах (как было при ЕНВД).

К малым предприятиям относятся предприятия с численностью работников до 100 чел. и доходом до 800 млн. руб. (на 1 чел. – 8 млн. руб.), УСН могут применять предприятия с численностью работников до 130 чел. и доходом до 200 млн. руб. (на 1 чел. – 1,538 млн. руб.), к микропредприятиям относятся предприятия с численностью работников до 15 чел. и доходом до 120 млн.

руб.(на 1 чел. – 8 млн. руб.), а ПСН могут применять предприятия с той же численностью (15 чел.), но доход в 2 раза меньше (60 млн. руб.). Приведенные данные свидетельствуют об отсутствии какой-либо логики в установлении соответствующих критериев. Во-первых, следует увеличить лимит выручки, позволяющей применять УСН и ПСН.

Список использованной литературы

1. Бец Т. А. Специфика правового статуса индивидуального предпринимателя // Вестник магистратуры. - 2020. - № 2-3 (101). - С. 84-87.

2. Мазеин Ю. Налоги-2021: что изменилось и чего можно ожидать /Налоги и бухгалтерский учет

3. Мустафаева С. Р., Абдулбакиева С. И. Особенности применения ИП специальных налоговых режимов в РФ // Вектор экономики. - 2019. - № 6 (36). - С. 58.

4. Сычева А. А. Особенности и перспективы налогообложения отечественных индивидуальных предпринимателей // Вестник Национального Института Бизнеса. - 2020. - № 40. - С. 42-48.

5. Закон Санкт – Петербурга «О внесении изменений в закон Санкт-Петербурга «О введении на территории Санкт-Петербурга патентной системы налогообложения» от 26.06.2020 - № 311-71

6. Закон Чувашской Республики от 23 июля 2001 г. № 38 «О вопросах налогового регулирования в Чувашской Республике, отнесенных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах к ведению субъектов Российской Федерации»

UDC 336.221-057.1 (470)

Zotikov Nikolay Zotikovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Economic Security

Chuvash State University named after IN Ulyanova, Cheboksary, Russia

tel. 8-906-384-2157 E-mail: Zotikovcontrol@yandex.ru

FEATURES OF TAXATION OF ENTREPRENEURS IN 2021

Annotation. The article analyzes the peculiarities of taxation of entrepreneurs who apply the simplified and patent taxation system, in accordance with the amendments made to them and in connection with the abolition of the special tax regime from 2021 in the form of a single tax on imputed income for certain types of activities.

Keywords: simplification, patent, potential income, insurance premiums, tax burden

УДК 368.86

Зырянова Марина Петровна

Ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит»

Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа, Россия.

Каримова Карина Надировна

финансовый менеджер, магистр

ООО «РН-Юганскнефтегаз», Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

НЕКОТОРЫЕ АЗЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В СФЕРЕ СТРАХОВАНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

В статье освещены отдельные элементы знаний об особенностях страхования ответственности, необходимых для среднестатистического страхователя.

Ключевые слова: виды ответственности, возмещение ущерба, потерпевшая сторона.

Страхование есть такая область человеческих отношений, в которой надо очень вдумчиво подходить к применяемой терминологии. С этого должно начинаться, на наш взгляд, обучение и освоение финансово-страховой грамотности. Многие понятия, термины, словосочетания и речевые обороты страховой коммуникации имеют отличный от буквального понимания смысл. Прежде всего это относится к основным, базовым понятиям, таким, как «страхование», «объект страхования», «страховая защита» и ряд других [1; 2].

Когда страхователь пытается выразить на уровне своего восприятия понятие страхования, то в большинстве случаев он ограничивается банальной констатацией того, что в случае наступления страхового события он получит страховую выплату, а в случае ненаступления – уплаченные им деньги (взносы) пропадут, «сгорят». Введение в теорию страхования понятия имущественного (и тем более – страхового) интереса большей ясности не вносит даже для продвинутого страхователя [3]. Примером может служить исторически зафиксированный факт того, что при принятии Закона об ОСАГО даже многие депутаты Госдумы плохо могли объяснить себе и другим, что представляет собой страхование ответственности по существу. Первые страхователи автогражданской ответственности зачастую, после допущенной ими аварии, приходили в страховую компанию, требовали компенсацию за ущерб и с удивлением обнаруживали, что страховую выплату за помятое в этой аварии крыло полагается получать по страхованию КАСКО. Приходилось популярно объяснять, что ОСАГО есть страхование их ответственности в произошедшей аварии и страховщик вместо страхователя выплачивает страховую выплату потерпевшей стороне.

Понятие «ответственность» в широком смысле трактуется как обязанность отвечать за свои поступки и действия, а также их последствия. Существуют различные виды ответственности (таблица 1).

Как видно из анализа таблицы 1, цель уголовной ответственности, в частности, заключается в наказании лица, совершившего сознательно уголовное преступление или правонарушение, а цель гражданской — в возмещении

непреднамеренно (несознательно) причиненного ущерба. Гражданскую ответственность может нести как физическое, так и юридическое лицо (например, автопредприятие как владелец автотранспорта или предприятие, эксплуатирующее опасные производственные объекты, представляющие угрозу для жизни и здоровью людей и окружающей среды). Уголовная и административная ответственности носят конкретный личностный характер.

Таблица 1. Характеристики видов ответственности

Виды ответственности	Условия применения	Наказание (меры воздействия)	Кодекс, которым регулируется
Дисциплинарная	Нарушение правил трудовой дисциплины, техники безопасности и т.д.	Замечание, выговор, перевод на низшую должность, увольнение с работы и т.д.	ТК РФ
Материальная	Причинение вреда предприятию в процессе выполнения служебных обязанностей	Возмещение предприятию прямого имущественного ущерба (без упущенной выгоды) в размере, предусмотренном законом	ТК РФ
Административная	Административное правонарушение или проступок	Штраф, конфискация предмета, административный арест, исправительные работы и т.д.	КоАП РФ
Уголовная	Совершение преступления или правонарушения	Государственное принуждение, в виде уголовного наказания, определяемого судом (лишение свободы и т.д.)	УК РФ
Гражданско-правовая	Нарушение субъективных частных прав другого лица, например, при причинении вреда	Применение санкций имущественного характера, направленных на восстановление имущественного положения потерпевшего	ГК РФ

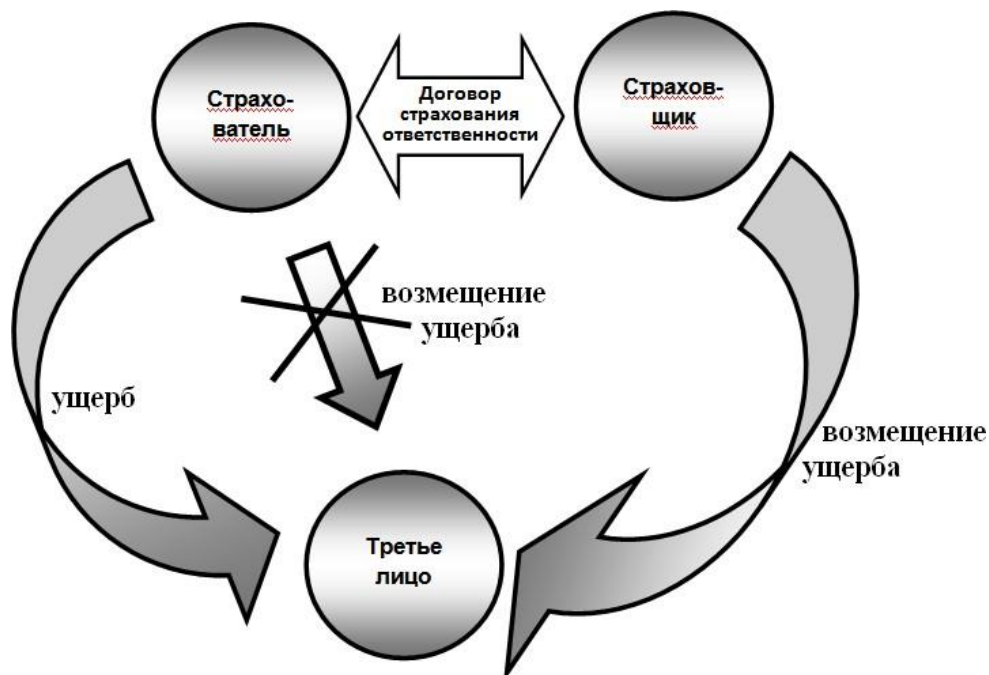
Страхуется не любая ответственность, а только гражданско-правовая.

Схематично кинематику страхования гражданско-правовой ответственности можно представить следующим образом (рисунок 1). Данным видом страхования защищаются экономические интересы страхователя и третьего лица, интересы которого нарушены вследствие неосторожного непреднамеренного действия или бездействия страхователя. С экономической точки зрения носитель опасных действий имеет возможность за определенную плату (страховую премию) снять с себя возможные расходы (затраты), связанные с нанесением им материального ущерба некоему определенному субъекту, если речь идет о договорной ответственности, или неизвестному лицу – при наличии т.н. деликтных обязательств [4].

Страхование гражданско-правовой ответственности имеет следующие особенности:

— страховые отношения возникают между двумя или тремя субъектами права. Три субъекта фигурируют в том случае, если осуществляется страхование

ответственности при наличии договорных отношений между страхователем и неким лицом (физическим или юридическим), например, между гражданином и риэлтором. В последнем случае страховая защита осуществляется в пользу конкретного гражданина, которому может быть нанесен ущерб в результате опасных действий риэлтора. В случае, когда третье лицо, который может получить убыток от страхователя, заранее неизвестно, страховые отношения оформляются между страховщиком и страхователем (ОСАГО, ОПОП – ответственность по эксплуатации опасного производственного объекта и т.д.).



Рисунок

1. Принципиальная схема страхования ответственности

— страхование ответственности становится возможным в том случае, если лицо, являющееся источником опасности для других лиц в рамках гражданского права, готово по договору переложить денежное обязательство по покрытию возможного убытка на страховую компанию [5]. Необходимо наличие законодательной базы о страховании ответственности, которое, следует заметить, в России крайней степени несовершенно. Так, в г.Уфа в 1990 г. произошла техногенная катастрофа: опаснейший яд фенол попал в городской водопровод. Практически все население города оказалось отравленным, был нанесен огромный вред здоровью людей. Но полное отсутствие страхового законодательства в части ответственности владельцев опасных производственных объектов (в данном случае химическое предприятие «Химпром») привело к тому, что виновник не был наказан ни экономически (в виде компенсационных выплат пострадавшим), ни юридически;

— в российском законодательстве отсутствует ответственность за моральный вред;

— в существующем законодательстве об обязательном страховании ответственности ОПОП предельно низкие лимиты и страховые выплаты. Так, по Закону об обязательном страховании ответственности владельцев опасных

объектов лимит ответственности составляет максимум 6 миллиардов 500 миллионов рублей (по упомянутой фенольной катастрофе каждый уфимец получил бы чуть более 6000 рублей);

— целью страхования ответственности является восстановление имущественного положения потерпевшего, но при существующих лимитах и выплатах такое представляется невозможным;

— возможно осуществление добровольного страхования ОПОП, но на практике таковых случаев не обнаружено;

— требуется значительная теоретическая работа по приращению знаний о страховании ответственности [6; 7].

Таким образом, виды и формы страхования ответственности еще предстоит развивать до приемлемого цивилизованного уровня. В рамках страховой грамотности потенциальному клиенту следует изучать основы страхования и страхового права, освоить культуру отношений с финансовыми консультантами, страховыми брокерами и агентами.

Библиографический список

1. Ефимов О. Н. Страховое дело. Учебно-методический комплекс / Уфа, 2008.
2. Архипов А.П., Гомелля В. Б., Туленты Д. С. Страхование. Современный курс: учебник для студентов, обучающихся по специальностям : "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика" / под ред. Е. В. Коломина. М: 2006. 414 с.
3. Ефимов О.Н. О базовых понятиях страхования. В сборнике: Взаимодействие государства и страховых организаций: проблемы и перспективы развития. Материалы международного страхового форума. Гл. редактор И.Ю. Макарихин; отв. редактор М.Ю. Молчанова. 2011. С. 32-39.
4. Котловский И.Б. Трансформация страховой отрасли в условиях цифровизации // Экономические отношения в условиях цифровой трансформации: материалы Ежегодной научной конференции «Ломоносовские чтения-2019/ МГУ. М., 2019. С. 318–322.
5. Юлдашев Р.Т., Логвинова И.Л. Страховой рынок Российской Федерации: идентификация проблем развития. Страховое дело. 2015. № 4 (265). с. 3-7.
6. Ефимов О.Н. Функции явления как научная проблема. Дискуссия. 2014. № 11 (52). С. 47-50.
7. Ефимов О.Н. Социальное страхование в России: учебное пособие. Уфа, 2014.

UDC 368.86

Zyryanova Marina Petrovna

Art. Lecturer of the Department of Finance and Credit

Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russia.

Karimova Karina Nadirovna

financial manager, master

LLC RN-Yuganskneftegaz, Tyumen State University, Tyumen, Russia

SOME BASICS OF FINANCIAL LITERACY IN THE FIELD OF LIABILITY INSURANCE

The article highlights certain elements of knowledge about the features of liability insurance required for the average policyholder.

Keywords: types of liability, compensation for damage, injured party.

УДК 339.138

Иванов Виталий Дмитриевич

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г.
Санкт-Петербург, Россия

ЭВОЛЮЦИЯ БРЕНДОВ ИТ-КОМПАНИЙ

В последнее время динамичное развитие и взаимопроникновение бизнеса и технологий влечет за собой значительные качественные изменения роли и функций ИТ и соответствующих служб на современном предприятии. Это характерно и для России, и для мира в целом. По мере роста уровня зрелости организаций меняется отношение их руководителей к ИТ-службам.

Ключевые слова: бренд, ИТ-компания, информационные технологии

Стремительное развитие информационных технологий, начавшееся в XX веке, нарастает в веке XXI. Интенсификация обмена данными и рост скорости их обработки являются следствием внедрения фундаментальных научных и прикладных разработок в экономику [1].

Бренды ИТ-компаний эволюционируют одновременно с изменением роли ИТ-подразделений в организации. От ИТ-подразделений теперь ожидают не столько внедрения самых передовых (и дорогостоящих) технологий, сколько дополнительной пользы или ценности для основной деятельности предприятия. В таком контексте главными задачами, стоящими перед ИТ-службами, на сегодня являются: создание реальной ценности для бизнеса для решения актуальных задач, выбор проектов для инвестиций в ИТ в зависимости от их текущей и стратегической бизнес-ценности, количественная оценка и ИТ-проектов.

Сегодня можно выделить четыре уровня организационной зрелости ИТ-службы на предприятии:

Стартовый уровень базируется на управлении элементами. ИТ-службы занимают положение вспомогательного подразделения, функции которого техническая поддержка функционирования ПО и компьютерного.

На втором уровне осуществляется управление операциями. ИТ сохраняет позиции второстепенной технической службы, однако задачи службы расширяются за счет задач комплексного администрирования корпоративной сети и устранение неисправностей и др.

Третий уровень предполагает управление сервисами. ИТ-служба находится на одном уровне иерархии с другими функциональными подразделениями, оказывая им услуги. Задачи нацелены на повышение качества информационных процессов компании, обеспечение информационной безопасности компании и анализ эффективности информационных процессов.

Четвертый уровень эволюции предполагает управление ИТ как бизнесом. ИТ-служба становится одним из стратегических бизнес-подразделений предприятия и воспринимается как средство развития основной деятельности. К «внутреннему» функционалу добавляется взгляд на ИТ как на бизнес-услугу

(через различные модели IT-инсорсинга и аутсорсинга) для внутренних пользователей и клиентов предприятия, проводится анализ экономического эффекта использования IT, моделирование, финансовый анализ, планирование деятельности IT-службы и др. [2].

Учитывая, что темпы цифрового развития продолжают набирать обороты, компаниям, которые стремятся к успеху, необходимы быстрые действия с участием меньшего количества работников, использованием облачных технологий и API. Инвестиции в технологии и искусственный интеллект помогают расширить свои возможности, найти ресурсы для выхода на новые рынки и увеличить возможности для пользователей [3].

API или программный интерфейс приложения выступает также составляющей имиджа бренда IT-компания. Также внедрение технологий искусственного интеллекта в деятельность IT-компания формирует имидж инновационного разработчика. Расширения функционала приложений за счет внедрения новых сервисов укрепляет позиции IT-бренда на рынке.

Список использованных источников

1. Любименко А. И. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ - ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ // СОВРЕМЕННАЯ МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И БИОТЕХНОЛОГИИ: Сборник научных статей по итогам работы седьмого международного круглого стола. 2019 – М.: Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "КОНВЕРТ", 2019 – с.146-147

2. Развитие рынка и эволюция роли ИТ на предприятиях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.crn.ru/numbers/reg-numbers/detail.php?ID=11157> (дата обращения: 16.05.2021).

3. Цифровая эволюция: как должны развиваться современные IT-компании. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://bloomchain.ru/detailed/tsifrovaya-evolyutsiya-kak-dolzhny-razvivatsya-sovremennye-it-kompanii> (дата обращения: 16.05.2021)

UDC 339.138

Ivanov Vitaly Dmitrievich

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna
St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

EVOLUTION OF IT COMPANIES BRANDS

Recently, the dynamic development and interpenetration of business and technology entails significant qualitative changes in the role and functions of IT and related services in a modern enterprise. This is typical for Russia and for the world as a whole. As the level of maturity of organizations increases, the attitude of their leaders towards IT services changes.

Keywords: brand, IT company, information technology

УДК 332.1

Игнатьева Татьяна Александровна

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург,
Россия

+79816883643

nyr72@yandex.ru

ЗНАЧЕНИЕ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Данная статья посвящена рассмотрению вопросов приграничного сотрудничества с точки зрения развития туризма, в статье описана связь туристкой отрасли и инновационного развития экономики РФ.

Ключевые слова: туризм, приграничное сотрудничество, приграничные территории, инновации.

В последние несколько десятилетий экономика России подвержена множественным изменениям. Благодаря заявленной модернизации, озвученной правительством РФ, многие отрасли получили импульс для дальнейшего развития [1], в том числе и для развития приграничного сотрудничества. Некоторые результаты приграничного сотрудничества можно наблюдать уже сейчас [2], другие только сейчас находятся в стадии реализации, третьи же только в стадии планирования. Одно можно полагать, все реализованные инновации приведут к взаимному влиянию на экономику, социум, политику приграничных территорий. Эти изменения также будут способствовать обострению соперничества в рыночных отношениях различных стран, что, в свою очередь, отражается на развитии интеллектуальных ресурсов.

Уровень развития экономики РФ в последние десятилетия имеет неоднозначные и противоречивые показатели [3], а процесс российской интеграции в мировую экономику осложняется тем, что структура экспорта готового продукта имеет однозначный перевес с топливно-сырьевой стороны. В таких условиях развитие туризма в РФ может создать новый импульс для развития экономики РФ и усиления позиций на международной арене.

После экономических реформ в девяностых годах прошлого столетия туризм в России получил мощный толчок для дальнейшего развития. Либеральные тенденции повлекли за собой развитие международных отношений, в частности на приграничных территориях. Инновационные процессы привели конкуренцию на новый уровень межнациональных отношений.

Международное инновационное сотрудничество в приграничных территориях основано на совместной культурной, экономической и социальной деятельности и направлено на повышение качества предлагаемых туристских услуг, выявление новых потенциалов взаимодействия, экономическое развитие как отдельных объектов туристской значимости, так и всего региона в целом.

Интеллектуальные ресурсы проводят модернизацию туристской отрасли в приграничных территориях благодаря активному участию граничащих государств, которые обеспечивают финансовую помощь инновационным проектам. Если инновации в экономике базируются на применении новых изобретений и ресурсов, то и инновации в туристской отрасли опираются на новые изобретения, стараясь привлечь новые сегменты рынка и усовершенствовать имеющийся объекты или создать новые объекты, услуги.

Опираясь на опыт развития СССР, можно сказать, что ограниченное развитие отрасли туризма в пределах одной страны без использования международного опыта и участия в межнациональном обмене знаний не приносит значимого эффекта развития. Сейчас же можно говорить об усилении роли инфокоммуникационных технологий во всех областях деятельности, в том числе и в туризме, кроме того, на данный момент прослеживается тенденция как к увеличению количества реализованных международных проектов, так и к развитию приграничных территорий в рамках международного сотрудничества.

Для развития приграничного сотрудничества необходимо сосредоточить силы и средства в процесс внедрения инноваций в экономику. Участниками инновационной стратегии для реализации инновационных изменений в туристском кластере на приграничных территориях являются:

- государство;
- бизнес;
- международное сотрудничество;
- объекты туристского значения.

Следует учесть, что коммерческий успех в данной области связан с огромным финансовым риском и напрямую связан с политической и экономической обстановкой в мире. Однако благодаря совместным международным проектам и совместному развитию интеллектуальных ресурсов отношения стран во многом зависят друг от друга и негативные изменения в той или иной области могут повлечь за собой значимые потери.

Итак, понятие «территория» постепенно выходит за рамки одного государства. Благодаря развитию приграничного сотрудничества государственные границы размываются, открывая новые возможности для дальнейшего применения инноваций. Профессиональное развитие специалистов в сфере туризма в условиях инновационной трансформации экономики РФ имеет глобальный характер, что проявляется в различных формах международного сотрудничества. К формам такого сотрудничества можно отнести:

- подготовку высококвалифицированных кадров для инновационной деятельности;
- открытие новых организаций, которые смогут обеспечить развитие международного сотрудничества;
- создание инновационно-венчурных фондов;
- разработку инновационных программ и проектов на международном уровне и т.п.

Список использованной литературы

1. Инновационное развитие — основа модернизации экономики России / Ред. Совет: В.П. Евтушенков, С.В. Кириенко, А.Б. Чубайс. М.: ИМЭМО РАН, ГУ-ВШЭ, 2008. — 168 с.
2. В Петербурге подвели итоги программы приграничного сотрудничества России и Финляндии. [Электронный ресурс]. URL: https://spbvedomosti.ru/news/country_and_world/v-peterburge-podveli-itogi-programmy-prigranichnogo-sotrudnichestva-rossii-i-finlyandii/ (дата обращения 08.05.2021)
3. Сидорович А.В. Системные противоречия российской экономики и условия перехода к новой модели развития // Научные труды Вольного экономического общества России. 2019. №1. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnye-protivorechiya-rossiyskoj-ekonomiki-i-usloviya-perehoda-k-novoy-modeli-razvitiya> (дата обращения: 09.05.2021).

THE IMPORTANCE OF CROSS-BORDER COOPERATION IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Keywords: tourism, cross-border cooperation, border territories, innovations.

УДК 316.33

Игумнова Екатерина Юрьевна

Студент СПбГУПТД, кафедра Графического дизайна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

89817375082, Katerishna2000@mail.ru

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна, к.э.н., доцент кафедры
бухгалтерского учета и аудита, доцент кафедры экономической теории

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ: ЯНДЕКС.ДЕНЬГИ, WEBMONEY, PAYPAL, QIWI : РИСКИ И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ

В статье рассматриваются особенности электронных денег и электронных платежных систем, их преимущества и недостатки по сравнению с использованием традиционных банковских карт, а также особенности, характерными для российского рынка

Ключевые слова: электронные деньги, электронные платежные системы

Огромный прогресс человечества в области техники и IT-технологий совершенно особенным образом меняет наш мир – значительно увеличивается темп жизни и ее качество, коммуникативные возможности становятся практически безграничными, а сфера услуг постоянно расширяется, растет и их качество. Существенные изменения затрагивают самые разные аспекты повседневной жизни, в частности, это относится и к специфике финансовых операций. Еще несколько десятилетий назад преобладающими способами оплаты товара были наличный и чековый расчеты, в то время как в наши дни первенство уверенно ведет безналичный расчет. При этом в последнее время все большее внимание привлекают так называемые электронные платежные системы и сервисы, крупнейшими представителями которых являются WebMoney и PayPal, в России наиболее часто используемыми считаются Яндекс.Деньги и QIWI [1].

По своей сути системы электронных платежей – это сервис, предоставляющий возможность проводить денежные операции с использованием электронных носителей информации посредством особых цифровых знаков – электронных денег, безналичных денежных средств в рублях или иностранной валюте, учитываемых кредитными организациями без открытия банковского счета [2].

В целом можно выделить следующие преимущества, которыми обладают электронные платежные сервисы[3]:

- Высокая скорость осуществления переводов
- Отсутствие комиссии за внутренние переводы либо низкий размер комиссии
- Минимальные затраты на эмиссию электронных денег
- Безопасность как для продавца, так и для покупателя

При этом, несмотря на то, что безопасность здесь указывается как преимущество, существуют определенные риски, связанные с использованием электронных денег.

С точки зрения технической стороны, крупнейшие игроки постоянно совершенствуют свою систему безопасности для предотвращения взлома и утечки данных, и здесь риски можно оценить как умеренные, сопоставимые с рисками при использовании любого онлайн-продукта.

Остро строит вопрос возможности финансирования преступных организаций, легализации незаконных доходов или проведение мошеннических операций. Ключевым моментом здесь является идентификация пользователя и предоставление пользователем своих персональных данных в достаточно широком объеме [4, 5].

Также определенные риски связаны с надежностью эмитента, т.е. с нормами регулирования в случае отзыва лицензии или банкротства[5].

Основные недостатки системы электронных платежей и электронных денег в России тесно связаны друг с другом и перетекают один в другой: у значительной доли граждан нет должного доверия к использованию электронных платежных систем в целом. Поэтому они стараются избегать использования электронных денег, соответственно, законодательная база из-за низкого распространения проработана не полностью, в результате чего прозрачность коммерческих операций для государства может быть недостаточной[2-4].

Стоит отдельно отметить, что в странах Европы ситуация в значительной мере иная: если в России, несмотря на постоянное развитие рынка электронных денег, доля операций все же значительно уступает банковским картам, за рубежом при совершении онлайн-транзакций чаще всего пользуются именно электронными деньгами. Поэтому, в случае успешной поддержки со стороны государства, электронные деньги в России могут получить значительно большее распространение[3].

Список литературы

1. Цветков В. А. и др. Развитие электронных платежных систем в целях обеспечения кибербезопасности в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Вестник МИРБИС. 2018. № 3 (15). С. 136-153. DOI: 10.25634/MIRBIS.2018.3.15
2. Н. Б. Балашев, Е. И. Ахмедова Развитие электронных платежных технологий // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №5-4.
3. Н. Б. Балашев, Д. В. Пономарев Динамика развития электронных платежных технологий в РФ // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №11-3.
4. Коваль Александра Александровна, Кузьменков Михаил Юрьевич Электронные деньги: возможности для быстрых платежей и риски их использования в противоправных целях // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. 2018. №5 (101).
5. Вяткин А.А. Финансовые риски в системе обеспечения экономической безопасности электронных платежных систем: автореферат дис. канд. экон. наук: 08.00.05; Йошкар-Ола, 2020

UDC 316.33

Igumnova Ekaterina Yuryevna

Student of SPbGUPTD, Department of Graphic Design

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Marianna V. Smirnova

Associate Professor, Ph. D. in Economics, Lecturer of the Department of Accounting and Audit.

Lecturer of the Department of Economic Theory

DIGITAL CURRENCY: YANDEX.MONEY, WEBMONEY, PAYPAL, QIWI: RISKS AND PROBLEMS OF SAFETY MANAGEMENT

The article considers features of digital currency and e-commerce payment systems, advantages and limitations as compared with payment card, and features for Russian economic reality

Keywords: digital currency, e-commerce payment system

УДК 336.7

Кадолина Мария Александровна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

8 (952) 248 32 80, mkadolina@gmail.com

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента

Чигиринова Марина Владимировна

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

В данной статье рассмотрены примеры использования цифровых технологий в социальной сфере, а также изменения в сфере оказания соцзащиты населению.

Ключевые слова: цифровизация, социальная помощь, цифровая экономика.

Широкое понятие социальной сферы охватывает всю совокупность отраслей, которые обслуживают базовые социальные потребности населения, в частности такие как, образование, здравоохранение, культурный и спортивный досуг. Развитие данной сферы показывает тенденции, происходящие в обществе, в котором за последние несколько лет основным трендом стала цифровизация.

Развитие цифровых технологий в современной экономике напрямую влияет на социальную сферу жизни населения. Социальные услуги становятся более мобильными, более восприимчивыми к изменениям, что увеличивает их качество. При рассмотрении вопроса цифровизации чаще всего рассматривают техническую сторону, проблемы, связанные с внедрением новых технологий, хотя процесс очень сильно влияет на социум в целом, ведь цифровизация является скорее подходом к использованию ресурсов для их преобразования. Это подразумевает новый формат бизнес-процессов в условиях рабочей среды и взаимодействия организаций с другими участниками рынка.

В последнее время цифровизация всех сфер экономики России была трендом, заданным обществом и производственным сектором. Сейчас государство также оказывает сильное влияние. С 2017 года была принята новая государственная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», в которой особое внимание уделялось созданию и продвижению цифровых платформ. Не менее важным аспектом принятия такого решения стало развитие информационных технологий и изменение принципа работы крупных корпораций, которые работают в сфере связи и заинтересованы в расширении рынка оказания услуг. Сейчас, введением многих направлений цифровизации занимается ПАО «Ростелеком» [1].

Помимо этого, стабильно увеличивается роль некоммерческих организаций в оказании социальных услуг социально незащищенным группам населения. Так, в №442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан Российской Федерации» закрепилось понятие - «поставщики социальных услуг» [2].

Остановимся подробнее на цифровизации в системе соцзащиты. В связи с последними карантинными мерами, данный аспект приобрел особую

актуальность, ведь единая система цифровизации позволила оказать своевременную и быструю помощь населению, оформить льготы и обратиться к государству за социальной защитой. Социальная поддержка от государства всегда оказывалась по принципу заявления, после письменного обращения и долгого процесса сбора необходимых документов.

Сейчас в новой цифровой системе, роль получающего социальную поддержку преобразовалась - такие граждане рассматриваются не как просители, а как клиенты. Например, новый проактивный формат подачи заявления в Единой государственной информационной системе социального обеспечения (ЕГИССО) предполагает отражение статуса клиента и автоматический запуск программы соответствующей социальной поддержки, в то время как в аналоговой системе гражданам было необходимо проходить весь путь получения необходимых льгот от заявления до предоставления документов непосредственно в органы обращения [3]. В новой системе процесс сбора документов автоматизирован, а документы всегда хранятся непосредственно в системе. Это упрощает прохождение переосвидетельствования для лиц с инвалидностью.

Помимо перечисленных преимуществ система является единой, а значит, в ней внесены всевозможные меры социальной поддержки на разных уровнях, от федеральной до региональной. Она координирует их между собой, позволяя взаимодействовать с другими цифровыми платформами, такими как ГосУслуги и Федеральная налоговая служба. Это означает, что система сразу получает все внесенные изменения о жизненной ситуации человека, такие как рождение ребенка или получение инвалидности.

Уровень информированность населения с внедрением цифровизации заметно увеличивается. Помимо аналоговых способов обращений, клиент может выбрать наиболее удобный для него способ взаимодействия с государственными органами. Таким образом, можно сделать вывод о том, что процесс цифровизации социальных услуг оказывает большое влияние на социум и даже на изменение статуса обратившихся по разным вопросам граждан. Современная экономика в целом поддерживает нацеленность на клиентоориентированность, а внедрение цифровых площадок позволяет сделать этот процесс удобнее, увеличить информированность населения и упростить процесс входящих в организацию запросов.

Список использованных источников

1. <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/>
2. Федеральный закон "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации" от 28.12.2013 N 442-ФЗ (последняя редакция)
3. <http://egisso.ru/site/client/#/>

UDC 336.7

Kadolina Maria Alexandrovna

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

8 (952) 248 32 80, mkadolina@gmail.com

Scientific advisor: Associate Professor, Department of Management

Chiginova Marina Vladimirovna

DIGITIZING SOCIAL SERVICES

This article discusses examples of the use of digital technologies in the social sphere, as well as changes in the provision of social protection to the population.

Keywords: digitalization, social assistance, digital economy.

УДК 336.7

Каракосов Андрей Дмитриевич,

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия, 89046193475, Evillo153@mail.ru.

К.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, Смирнова Марианна Витальевна.

ПРИНЕСУТ ЛИ QR ПЛАТЕЖИ ПОЛЬЗУ МАЛОМУ БИЗНЕСУ?

В статье рассматривается новый развивающийся способ оплаты с помощью QR-кодов, плюсы и минусы данной системы, а также возможные перспективы его развития.

Ключевые слова: эквайринг, QR, оплата, бизнес, платежи.

В наше время существует огромное множество способов для оплаты товаров и услуг. Кто-то все также использует наличные, кто-то банковские карты, системы Google Pay, Apple Pay и т. д. В последнее время среди этого многообразия часто можно услышать о возможности оплатить товар с помощью QR-кода. И прежде, чем говорить о преимуществах или недостатках данного способа оплаты, стоит понять в чем вообще заключается этот способ оплаты.

QR-платежи позволяют покупателю оплатить товар или услугу, используя QR-код и приложение мобильного банка. Для самих покупателей это будет удобно если, например, он совершает покупку в месте, где нет эквайринга, а сам покупатель не хочет или не может расплатиться наличными.

Но какие же преимущества от этого получает малый бизнес?

Во-первых, это значительно дешевле, чем эквайринг, комиссия которого в разы больше (при оплате с помощью QR-кода комиссия составляет 0,4—0,7% от суммы платежа. Банки берут от 1,6 до 2,8%). [1] Оплата этой самой комиссии за эквайринг оказывается нерентабельной для малого бизнеса, в то время как за оплату по QR комиссия снимается только за покупки (нет абонентской платы).

Во-вторых, средства на счёт продавца зачисляются намного быстрее – в течение нескольких минут, в то время как при использовании эквайринга зачисление происходит обычно на следующий день.

В-третьих, QR-платежи также позволяют экономить на покупке/аренде терминала. [2]

Да, есть и недостатки, связанные с новизной технологии из-за чего еще не все банки поддерживают эту возможность, не все покупатели пользуются мобильными банками в принципе, и не каждый владелец малого бизнеса готов перевести оплату на эту систему. К минусам также можно отнести не до конца продуманную систему работы с QR-кодами и их функциями: отмены транзакции или возврата денег, адаптация рабочего места кассира, чтобы покупатель мог считать с дисплея кассы код, низкий уровень безопасности транзакций. [2]

Какие в итоге можно сделать прогнозы относительно QR-платежей? Безусловно, это новый удобный способ оплаты, набирающий популярность, который можно и нужно применять для малого бизнеса. Но, возможно, на

данный момент более рациональным было бы использовать его в качестве дополнения к привычному для всех эквайрингу. Ведь, ограничив способы оплаты для покупателей сразу, продавец рискует потерять часть покупателей (особенно если говорить о пожилых покупателях, которые крайне редко пользуются даже банковскими картами). Более того, для привлечения покупателей скорее всего потребуется введение систем лояльности, так, Сбербанк обещает начисление бонусов «спасибо» при использовании QR-кодов.

Список используемых источников.

1. Делобанк. Журнал про Дело. URL: <https://delo.ru/news>
2. СБИС -сеть деловых коммуникаций. URL: <https://sbis.ru/>

UDC 336.7

Karakosov Andrey Dmitrievich, St. Petersburg State University of Industrial technologies and design, St. Petersburg, Russia, 89046193475, Evillo153@mail.ru.

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department of accounting, analysis and audit, Smirnova Marianna Vitalevna.

WILL QR PAYMENTS BENEFIT SMALL BUSINESSES?

The article discusses a new developing payment method using QR codes, the pros and cons of this system, as well as possible prospects for its development.

Keywords: acquiring, QR, payment, business, payments.

УДК 336.025

Карпов Дмитрий Максимович

студент 4 курса направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Научный руководитель: Кирсанов Иван Андреевич, ассистент кафедры финансов и кредита Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, г. Ярославль, Россия

ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье анализируется необходимость повышения налоговой культуры граждан, рассматривается информационная кампания и составляющие ее мероприятия как основное направление повышения налоговой культуры.

Ключевые слова: информационная кампания, налоговая культура, налогоплательщики, информационные материалы

Одним из главных факторов обеспечения устойчивого и интенсивного социально-экономического развития страны является обеспеченность бюджетов финансовыми средствами. Она, помимо прочего, зависит от того, на каком уровне в настоящее время находятся налоговая культура и платежная дисциплина налогоплательщиков – граждан и организаций.

Россия не входит в число стран, которые лидируют по этим показателям. Это связано с существованием ряда причин:

- граждане не видят связи между уплатой налогов и производством потребляемых ими общественных благ;
- население не осознает ответственности за совершение налогового правонарушения;
- многие налогоплательщики умышленно стремятся сокрыть из корыстных целей сведения о своих активах;
- налоговый контроль слаб в отдельных сегментах экономики;
- в СССР отсутствовала массовая практика уплаты гражданами налогов за себя и т.д.

Поэтому проблема повышения налоговой культуры актуальна для современной России.

Органы государственной власти и местного самоуправления должны комплексно подходить к решению данной проблемы, поскольку она имеет и экономические, и социально-общественные, и психологические аспекты. Это значит, что необходимо предпринимать множество взаимосвязанных между собой мер одновременно по нескольким направлениям. На данный момент в качестве основного направления можно рассматривать проведение масштабной и многовекторной информационной кампании по уплате гражданами налогов.

Физические лица, на которых возложена обязанность по уплате подоходных и имущественных налогов, зачастую не имеют представления о том, что они должны заплатить налоги, в какой сумме и в какие сроки. В связи с этим

предлагается размещать соответствующие информационные материалы в наиболее посещаемых местах (как offline, так и online) – в подъездах многоквартирных домов, в общественном транспорте, в квитанциях на уплату коммунальных услуг, в печатных изданиях, в телевизионных и радиоканалах, в социальных сетях и иных сайтах в сети «Интернет» [1].

Помимо информации организационного характера (об объектах налогообложения, размере налоговых ставок, сроках уплаты налога и т.д.) в этих сообщениях рекомендуется указывать основные направления расходования средств налогоплательщиков, а именно – на строительство и ремонт социально-значимых объектов. Тем самым, будет подчеркнута важность исполнения налогоплательщиками обязанности по уплате налогов.

Большое влияние в решении данной проблемы может оказать информирование граждан, которые впервые стали собственниками имущества, земельного участка, транспортного средства, о возникновении у них обязанности по уплате соответствующих налогов. В этом мероприятии придется задействовать лица и органы, которые занимаются государственной регистрацией возникновения и перехода прав собственности. У них будет возможность провести беседу с гражданами на тему налогообложения и предоставить им информационные буклеты.

Актуальность данного направления работы осознают и в Федеральной налоговой службе. Она уже активно проводит информационную работу. В частности, организуются встречи с сотрудниками банков, в ходе которых сообщается о необходимости физическим лицам в отдельных случаях заполнить и сдать декларации, а также оставляются памятки и иные раздаточные материалы [2].

Таким образом, одни только меры информационного характера способны произвести большой эффект на массовый уровень налоговой культуры. В данной проблеме органы публичной власти обладают большим потенциалом для значительного повышения этого уровня.

Список использованных источников:

1. Сборник лучших муниципальных практик. Управление муниципальными финансами [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=132049 (дата обращения 19.04.2021).
2. Инспекцией проведена информационная работа по декларационной кампании | ФНС России | 14 Республика Саха (Якутия) [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn14/ifns/imns14_02/events/10670957/ (дата обращения 19.04.2021).

UDC 336.025

Karpov Dmitriy Maximovich

4th year student of the program 38.03.04 "Government and Municipal Management"

Scientific director: Kirsanov Ivan Andreevich, teaching assistant the Department of Finances and Credit

P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia

INFORMATION CAMPAIGN AS A WAY TO INCREASE TAX CULTURE

The article analyzes the need to improve the tax culture of citizens, considers the information campaign and its components as the main direction of improving the tax culture.

Keywords: information campaign, tax culture, taxpayers, information materials

УДК 339

Касаткин Борис Петрович

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия

(812) 310-21-47

bpkasatkin@gmail.com

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РИСКОВ В ПРАКТИКЕ СТРАХОВАНИЯ ДЛЯ ГРАЖДАН

***Аннотация.** Статья посвящена вопросам анализа ситуации с финансовыми рисками для граждан в рамках их взаимоотношений с коммерческими банками в России. Акцент сделан на вопросах анализа и оценки финансовых рисков и процессов страхования, связанных с ними, в данном сегменте российского страхового рынка.*

***Ключевые слова:** страхование, финансовые риски, банковские риски, риски невозврата кредита, договор страхования, страховая премия*

В повседневной жизнедеятельности человек взаимодействует постоянно с различными рисками. В данной статье нас будут интересовать самые распространенные и самые «болезненные» для простого человека риски – финансовые риски и механизмы их страхования в практическом аспекте.

Любая финансовая деятельность неразрывно связана с различного рода рисками. Особенно это касается банковских операций. Безусловно, в первую очередь это выдача кредитов и займов – всегда есть высокий риск не возврата выданных денежных средств.

Часто, когда человек обращается в банк с определенным запросом, работники учреждения параллельно предлагают дополнительные продукты и услуги. Так, приходя для оформления средств в долг под проценты, клиент может столкнуться с таким новым понятием, как страхование кредита. Что это такое и нужно ли страховать кредит – нам предстоит с этим разобраться.

Следовательно, пока существуют банки и банковские операции, всегда будут актуальными и значимыми управление рисками банков и проблемы, связанные с ним.

Многих сегодняшних должников могла бы спасти простая предусмотрительность. Именно для таких случаев в некоторых банках предусмотрено страхование кредитных средств. Россияне слышали про обязательное и добровольное страхование: при выдаче дорогих кредитов банки настаивают на страховании жизни, трудоспособности и прочем. Однако, очень немногие заемщики пользуются таким продуктом, как страхование кредитных средств.

При страховании риска невозврата кредита банк-кредитор является страхователем. Объектом страхования выступает ответственность заемщика (или группы лиц) по возврату полученной от банка суммы кредита, с учетом всех начисленных процентов и прочих причитающихся платежей, ограниченных

временными сроками. Проще говоря, при невыполнении заемщиком (группой заемщиков) своих кредитных обязательств перед кредитором, страховая компания компенсирует банку все понесенные убытки. Величина процента страхового возмещения по неисполненным обязательствам варьируется в пределах пятидесяти – девяноста процентов от суммы всех невыполненных обязательств (в том числе причитающихся по кредиту процентов).

В обязательном порядке процент по страховому возмещению оговаривается в предварительном согласовании договора страхования. Ведь от него будет зависеть величина страхового тарифа (премии), которая в последующем перечисляется банком страховщику. Так же возможно страхование риска невозврата кредита, при котором страховое возмещение покрывает сто процентов кредитных средств, но уже без учета начисленных по кредитному договору причитающихся процентов.

Чаще всего клиент банка плохо представляет, от чего стоит страховать кредит. На момент оформления и получения средств взаймы (особенно если речь идет о нецелевом потребительском кредите), в голову попросту не приходит мысль, что какие-либо обстоятельства могут помешать погашению. Однако, **в жизни нередко встречаются непредвиденные ситуации, от которых было бы неплохо страховать заранее.**

Так, банки предлагают несколько популярных пакетов, среди которых:

1. Страхование здоровья и жизни заемщика;
2. Страхование от потери места работы;
3. Страхование залогового имущества;
4. Страхование от потери права собственности на недвижимость

(применяется при оформлении ипотечного кредита).

Рассмотрим подробнее каждый вид кредитных рисков – это поможет во время подписания договора не оформить ничего лишнего (требующего средств клиента).

Здоровье и жизнь

Кредитные обязательства в случае смерти или тяжелой болезни заемщика по законодательству передаются ближайшим родственникам или поручителям. Чтобы избежать подобных случаев и освободить семью от лишних задолженностей, имеет смысл оформить договор страхования кредита, согласно которому остаток выплачивает страховщик.

Страховыми случаями будет считаться:

- временная или постоянная утрата трудоспособности;
- тяжелая болезнь (требующая госпитализации и длительной реабилитации);
- смерть клиента.

Важно помнить: при наступлении страхового случая необходимо доказать, что таковой не был подстроен специально. Иначе в выплатах могут отказать.

Потеря постоянного места работы

Как известно, большинство кредитов выдается банками при наличии информации о постоянном месте работы и уровне доходов. Гарантированное ежемесячное поступление средств – один из принципиальных моментов при рассмотрении заявки. Но что делать, если на момент заключения договора работа была, а через несколько месяцев компания объявила себя банкротом или ликвидировалась?

В таком случае человек может:

- Уйти на кредитные каникулы;
- Подать заявку на реструктуризацию кредита;
- Воспользоваться услугами страховщика, если был заключен страховочный договор на кредит.

Существенная разница в том, что в первых двух случаях выплаты по задолженности просто откладываются или распределяются на более мелкие суммы. В случае со страховкой – пока человек ищет новое место работы, проценты по кредиту продолжают выплачиваться страховой компанией.

Важно помнить: страховым случаем считается именно банкротство или ликвидация. Увольнение не рассматривается как страховой случай.

Титульное страхование

Титульное страхование – это страхование права собственности на недвижимость. Чаще всего применяется при выдаче банком ипотечной ссуды, если клиент покупает жилье на вторичном рынке. Так, если в титуле собственности (документе, подтверждающем право на владение недвижимостью) была допущена ошибка или клиент стал жертвой мошенничества, этот вид страхования предотвращает риск материальных потерь.

Страхование заложенного имущества

Если клиент оформлял кредит под залог, страховка возместит задолженность перед банком, когда имущество пострадало по ряду причин и восстановлению не подлежит. Грубо говоря: человек заложил авто, и в процессе пользования кредитом машину угнали, - тогда ему не придется погашать задолженность перед банком. Это сделает страховая компания.

Если Вы, как клиент банка не хотите покупать страховку, или страховку вам предлагают с отдельным договором, вы можете попробовать отказаться от страхования в устной форме в момент заключения договора. В таком случае, однако, банк может отказать вам в кредите. Либо же изменить его условия:

- уменьшить кредитную сумму;
- увеличить процентную ставку;
- уменьшить срок, на который выдается кредит.

Не стоит пугаться таких изменений. **Если речь идет о потребительском кредите, увеличенные проценты в любом случае предполагают меньшую переплату, чем оформление страхования, которое в общей сложности может обойтись в 30% от заемной суммы.**

Если же договор о кредите и о страховке предлагается в одном документе, вы можете отказаться от страхования уже после подписания:

- обратившись в банковское отделение;
- оформив расторжение договора страхования по кредиту через суд.

Оба варианта требуют достаточно много сил и времени. Согласно отзывам клиентов, которые можно найти в сети, банки до последнего уклоняются от запросов клиентов на расторжение страхового договора. В суде же все зависит от практики. На защите потребителя – статья 16 закона РФ «О защите прав потребителей». Суд может потребовать от банка возместить убытки, причиненные в результате нарушения права на выбор товаров.

Если же суд выступит на стороне банка (в соответствии с пунктом 8 Информационного письма Президиума ВАС РФ №146), клиенту сообщат, что его потребительских прав никто не нарушал: если человек мог отказаться от страхования, но добровольно не сделал этого – ответственность за свое решение несет сам человек.

Зная, что дает страховка, многие заемщики все равно стараются найти возможность, чтобы отказаться от ее приобретения. Если просто отказаться в процессе оформления кредитного договора от покупки страховки, то банк может отказать в выдаче заемных средств без объяснения причины. Могут быть предложены другие варианты кредитования, которые не так выгодны для заемщика. А также нередко в случае отказа от страхования банки устанавливают на займ высокую процентную ставку.

Если оформить кредит на несколько лет с покупкой полиса на один год, а в следующем году не приобретать его, то обычно банки за такое решение могут повысить процентную ставку на заемные средства. Это условие обязательно должно указываться в кредитном договоре. Нередко процент поднимается настолько высоко, что более выгодным считается страхование.

Одной из причин для отказа от полиса считается ситуация, когда банк уже после выдачи кредитных средств нарушает какие-либо пункты договора. Например, без оповещения клиента повышает процентную ставку. В этом случае отказ от страхования считается обоснованным решением заемщика, которое не должно оспариваться работниками банка. Если в самом кредитном договоре не указываются последствия за отсутствие полиса, то его можно не продлевать, поскольку банк не имеет права в такой ситуации пользоваться какими-либо методами воздействия на клиента.

Кроме того, страхование жизни и здоровья нельзя оформлять некоторым категориям заемщиков, например, имеющим инвалидность или серьезные хронические заболевания. Как правило, полный перечень всех условий, по которым оформление страхования запрещается, указаны в приложениях к основному страховому договору.

И наконец, крайняя ситуация — если вы решили отказаться от страховых выплат, но банк не был согласен с вашим решением и вы подписали страховой договор. Как вернуть деньги в этом случае? В этом случае ваше несогласие может быть урегулировано в суде.

Для этого необходимо собрать пакет документов, один из которых будет представлять собой претензии и просьбу о возвращении денежных средств.

Обращаясь в суд, вы должны понимать, что ФАС и Роспотребнадзор регулярно поднимают проблему превышения своих полномочий банками, когда те навязывают страховки свои клиентам. И суд это обязательно учтет.

Главное, что заемщик должен помнить, обращаясь в банк, что своих гражданских прав, которые ему гарантирует Конституция РФ, он не теряет. Тогда вас никто не заставит взять те услуги, в которых вы не нуждаетесь.

Список используемых источников

1. Балабанов, И. Т. Страхование. Организация. Структура. Практика / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Питер, 2018.

2. <https://vtbins-strahovanie.ru/vozvrat-i-otkaz-ot-strahovki/#i-3> (дата обращения 30.05.2021).

3. Аракелян А.Г. Проблемы понятия и квалификации договора страхования в современном гражданском праве // Вестник Волгоградского государственного университета. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2009, № 11.

4. Калачева, И.В. Управление банковскими рисками методом страхования [Текст] / И.В. Калачева, О.Н. Козлова // Наука и образование в современном обществе: вектор развития: Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 3 апреля 2014 года. В 7 частях. Часть III. - М.: «АР-Консалт», 2014. – С.

5. Калачева, И.В. Кредитный риск и мировой кризис: попытка обзора [Текст] / И.В. Калачева, Н.И. Харитоновна // Социально-экономические преобразования в России: сборник научных трудов. Выпуск 5 / отв. Редактор проф. В.А. Шабашев. – Кемерово: КемГУ, 2010.

6. Кузьмичева, И.А. Система управления банковскими рисками / И.А. Кузьмичева, Э.А. Подколзина // Фундаментальные исследования. – 2015.

Kasatkin Boris Petrovich

Ph.D., Associate Professor, Department of Management

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

(812) 310-21-47

bpkasatkin@gmail.com

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF RISKS IN THE PRACTICE OF INSURANCE FOR CITIZENS

Annotation: The article is devoted to the analysis of the situation with risks for citizens in the process of functioning of motor hull insurance in Russia. The emphasis is on the analysis of the dynamics of the main indicators of the development of voluntary motor vehicle insurance and the practice of using the risk monitoring system in this segment of the Russian insurance market.

Key words: insurance, insurance market, sum insured, auto insurance, insurance premium, insurance payment, CASCO, dynamics of the insurance market

УДК 657.1

Кизиченкова Анна Романовна

бакалавр 4 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 8-953-274-79-91, E-mail: kizichenkova99@bk.ru

Научный руководитель:

Дворецкая Юлия Александровна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены некоторые проблемы внедрения цифровых технологий в учетно-аналитические системы предприятий, дана характеристика этапов внедрения компьютерных программ, а также раскрыта необходимость автоматизации бухгалтерского учета в компаниях. В конце статьи сделан вывод о том, что всем компаниям следует внедрять в свой учет цифровые технологии для упрощения его ведения.

Ключевые слова: цифровые технологии, компьютерные технологии, учетно-аналитические системы, бухгалтерский учет, предприятия, автоматизация, этапы, цифровизация.

На сегодняшний день практически любое предприятие проводит колоссальную работу по внедрению в свой учет цифровых технологий. Это необходимо для организации ведения бизнеса, упрощения бухгалтерского учета, а также улучшения деятельности компании в целом.

Внедрение современных компьютерных технологий в различные сферы жизни и производства называют цифровизацией. Она успешно вводится в нашей стране на протяжении последних лет, ведь улучшить качество жизни может информация, способная, в свою очередь, изменять различные процессы жизни людей и общества в целом [1].

Проблема внедрения компьютерных технологий в учетно-аналитические системы предприятий актуальна в реалиях, поскольку предполагает автоматизацию и модернизацию процессов, отвечающих за бухгалтерский учет в организациях. В результате можно добиться облегчения ведения учета в целом.

Можно выделить некоторые этапы, воздействующие главным образом на цифровизацию в компаниях. Этапы и их краткие характеристики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Этапы, способствующие внедрению цифровых технологий в учетно-аналитические системы предприятий.

№	Название этапа	Краткая характеристика
1	Предварительный этап	На данном этапе протекает процесс изучения текущей ситуации по бухгалтерскому учету в организации-заказчике. Благодаря этому этапу можно улучшить предлагаемые услуги, а также исключить риск незапланированных расходов компании. Предварительный этап является ключевым в данном процессе, поскольку от него непосредственным образом зависит успех компании, внедряемой в свой учет компьютерные технологии.
2	Составление технических заданий – практический этап	Второй этап частично является практическим, так как на нем составляют технические задания. Эти задания включают в себя постановку задач, график выполнения работ, график документооборота и прочие аналогичные критерии.
3	Работы по введению учетно-аналитических программ	Выполнение этого этапа базируется на мероприятиях, описанных на практическом этапе. Помимо этого, происходит установка, настройка и доработка компьютерных программ.
4	Проведение мероприятий по проверке работоспособности данных программ и введение этих программ в эксплуатацию	На данном этапе, в первую очередь, осуществляется устранение недочетов, выявленных после проверки бухгалтерских программ. Также стоит отметить, что персонал не сможет работать с этими программами, если не получит повышение квалификации. Если все параметры в норме, то в последнюю очередь на финальном этапе составление и передача предприятию-заказчику руководства пользователя программой.

Таким образом, исходя из таблицы 1, можно сделать вывод о том, что эти четыре этапа являются основными по внедрению цифровых технологий в учетно-аналитические системы предприятий. Последовательность выполнения этапов тоже важна.

Для любого бухгалтера важно внедрение цифровых технологий в учетно-аналитические системы предприятий, поскольку это значительно упрощает его работу. У бухгалтера, как у главного лица, несущего ответственность за бухгалтерский учет компании, должны быть соответствующие знания в области айти-технологий. Ведь если бухгалтер не обладает достаточным уровнем знаний, то он не сможет полностью воспользоваться этими новшествами из-за неполного

понимания их важности. Конечно же, повышение квалификации должен пройти не только главным бухгалтер организации, но и все работники компании [3].

Внедрение компьютерных технологий – сложный процесс, требующий особого внимания для его правильной организации. Чтобы его внедрить, следует:

- разработать рабочий план счетов;
- организовать достоверность информации, которая способствует правильности заполнения документов;
- осуществить анализ правильности документооборота;
- ввести все бухгалтерские проводки;
- сформировать отчетные формы документов и регистров, которые можно будет редактировать [4].

Стоит отметить, что внедрение цифровых технологий в учетно-аналитические системы предприятий требует немалых затрат. Это служит одной из главных проблем медленного перехода на цифровизацию.

Помимо финансового аспекта, реализация данного проекта может затянуться из-за боязни людей перехода на новые компьютерные технологии. У них сформирован стереотип работы, который мешает двигаться дальше, развиваться. Возможно, люди переживают из-за того, что цифровизация может заменить реальных сотрудников, что чревато, по их мнению, потерей работы в компании [2].

Также важной проблемой, мешающей предприятиям перейти на новый уровень, является постоянно меняющееся законодательство. Для устранения этой проблемы разработчику нужно подводить свои программные продукты под действующие изменения.

Так, можно отметить, что все названные проблемы являются немаловажной причиной увеличения затрат по внедрению автоматизированных бухгалтерских программ, а также снижения их эффективности.

Автоматизация – сложный процесс, для успешной реализации которого требуется устранение вышеназванных причин, способных помешать каким-либо образом внедрению компьютерных технологий в бухгалтерский учет предприятий.

Переход предприятий на цифровые технологии и внедрение их в свои учетно-аналитические системы – значительный шаг, действующий в рамках цифровизации, который, безусловно, следует осуществить всем предприятиям.

Список литературы:

1. Губко О.В., Мельгуй А.Э. Проблемы учетно-контрольных и аналитических процессов в России, связанные с развитием цифровой экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 175-180.
2. Дворецкая Ю.А., Чубченко М.М. Цифровая экономика как фактор экономического роста. В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных

инновационных преобразований. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов. Под редакцией М.М. Шабановой. 2019. С. 45-47.

3. Криницына А.Е., Дедова О.В. Направления и проблемы развития бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики. В сборнике: Основные тенденции развития экономики и управления в современной России. Материалы VIII всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых. Ответственный редактор Текеева Л.Д., 2019. С. 41-43.

4. Кузнецова О.Н., Павленок А.В. Актуальные проблемы управления в условиях цифровой экономики. В сборнике: Информационные технологии в экономике и управлении. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 321-324.

THE INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES In THE INTRODUCTION-ANALYTIC SYSTEM OF THE WORLD

In the article, we consider some problems of introducing digital technologies into the accounting and analytical systems of enterprises, gave a characteristic of the stages of implementation of computer programs, as well as revealed the need to automate accounting in companies. At the end of the article, it is concluded that all companies should introduce digital technologies into their account to make it easier to maintain.

Keywords: digital technologies, computer technologies, accounting and analytical systems, accounting, enterprises, automation, stages, digitalization.

УДК 316.77

Коробова Ярославна Петровна

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия

МОДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Мода как общественно-социальное явление вслед за участниками рынка устремилась в сеть интернет, расширив аудиторию за счет мультимедийных интернет-каналов коммуникаций. За счет скорости оборота информации модные тренды преодолевают географические и временные границы.

Ключевые слова: мода, интернет, продвижение

Мода является крупнейшим четко структурированным видом бизнеса, исторически представленная системой товарных сегментов и категорий. Показательна и сильная поляризация участников бизнес-процессов. За последнее десятилетие 20 процентов игроков в моде получили 100 процентов экономической прибыли, тогда как нижние 20 процентов компаний покинули рынок. Поляризация продолжает оставаться в моде абсолютной реальностью: полностью 97 процентов экономической прибыли для всей отрасли получают только 20 компаний, большинство из которых в сегменте предметов роскоши. Примечательно, что топ-20 групп компаний оставались стабильными с течением времени. Долгосрочные лидеры включают, среди прочего, Inditex, LVMH и Nike, которые более чем удвоили свою экономическую прибыль за последние десять лет [1].

Мода резко выросла с тех пор, как появился Интернет. Это изменило способ модельеров создавать свои проекты и распространять их.

С тех пор как появился Интернет, он действительно оказал влияние на просмотр товаров в Интернете и на то, как они покупаются. Продажи в Интернете действительно меняют моду и ее розничный ландшафт. Брендам приходится постоянно придумывать новые идеи, поскольку их товары и аксессуары продаются так быстро, что они хотят заинтересовать своих потребителей. Интернет ускорил индустрию моды до совершенно высокой скорости. Технология прогрессировала, позволяя производить больше товаров одновременно. Это позволило получить большую прибыль, потому что многие бренды теперь могут больше запастись и продать большое количество продукта. С помощью Интернета дизайнеры также получают возможность использовать социальные сети, что позволяет им поддерживать связь со своими потребителями и создавать более личный опыт покупок.

Мода впервые появилась в Интернете около 1994 года благодаря тому, что Мария Контрерас предложила придерживаться такой фразы в журнале «Vogue» España "адаптируйся или умри". Десять лет спустя стало ясно, что Интернет

используется для сбора информации, общения и развлечений. Вместо того чтобы стать целым миром, паутина превратилась в важнейший инструмент жизни.

Теоретически, если не в культурном плане, мода хорошо подходит для новых медиа. Как фотограф и основатель компании showStudio.com Ник Найт отмечает, что "скорость изменений" - это неотъемлемая природа моды и новых медиа. Оба продвигают имидж в эпоху, когда восприятие (брендинг) так же важно, если не больше, чем объект моды.

Сеть не угрожает печатным СМИ. Даже основатели интернет-журнала, Itfashion.com, утверждают, что "существование бумажных журналов необходимо". Однако сайты тщеславия стали неотъемлемой частью пиара и стратегии создания бренда. Основная цель сайта тщеславия - донести информацию о бренде. В отличие от телевидения или рекламы, веб-сайт предлагает "двунаправленную коммуникацию" (Дебора Кания) и предлагает диалог между брендом и потребителем. Почти все сайты имеют встроенную в свою архитектуру функцию "Свяжитесь с нами" или электронной почты. Некоторые сайты интегрируют функцию обратной связи в свой контент/идентичность. Таким образом, на emiliorusci.com пользователям предлагается "войти" в раздел гостевой книги, где их спрашивают: "У вас есть собственная история Rusci?" и предлагается поделиться ею, что максимизирует эмоциональную связь, которая уникальна для бренда. На johngalliano.com, пользователи могут "Шептать сладкие слова Джону Гальяно или довериться мисс Гальяно" через раздел "Любовные письма".

Сайт vanity предоставляет бренду средство для создания мультисенсорного опыта, который создает связь между брендом и пользователем, что приводит к "прилипчивости"-желанию вернуться и поощряет лояльность потребителей и, возможно, прибыльность.

Мода - это жесткая продажа в Интернете, но не невозможная. До сих пор мы узнали, что электронная коммерция легче адаптируется к определенным секторам, чем к другим. Покупки в Gap или Banana Republic online, например, по сути то же самое, что заказ по каталогу, и эти сетевые магазины уже имеют внутренние операции для поддержки крупномасштабных предприятий электронной коммерции. Винтажная одежда также хорошо продается в Интернете, потому что она обеспечивает уникальный доступ к единственным в своем роде предметам (например, ebay) [2].

Постепенно покупки в Интернете становятся желанной формой развлечения, не говоря уже об удобстве. Колетт.фр сообщает, что один из их первых заказов поступил от клиента, который жил всего в пяти минутах ходьбы от магазина. Интернет показывает, что демография выше среднего и образование-предполагают, что эта область будет продолжать развиваться.

Самое захватывающее и потенциально революционное влияние Интернета на моду - это присущая ему демократичность. В то время как высокая мода строится на эксклюзивности, Интернет предлагает полный доступ, двадцать четыре часа в сутки, семь дней в неделю: и бабушка, и Гуччи имеют равный доступ к виртуальному миру. В 1960-е годы появился

легендарный Vogue редактор Диана Вриланд праздновала "youthquake", якобы конец диктатуры моды. Проникновение паутины за бархатные канаты в театр моды-обычно пристанище международной прессы и знаменитостей-имеет большое значение. Это наводит на мысль, что сеть может быть инструментом, который провоцирует встряску двадцать первого века. В виртуальном мире верблюд может, по сути, пройти сквозь игольное ушко [3].

В интернете сейчас можно найти очень много сайтов связанные с модой. Можно рассмотреть некоторые из них.

Погрузить голову в *fashion*-индустрию помогут интернет-ресурсы о моде, красоте и стиле. Fashion-информацию предоставляют ведущие электронные издания о моде. Они популярны, имеют печатные аналоги. Позволяют следить за новостями в мире моды и быть источником вдохновения [4].

1. vogue.ru – настоящая библия для тех, кто готов погрузиться с головой в мир моды. Всё самое интересное и свежее.

2. bazaar.ru – журнал о моде, стиле и красоте. Информация о новостях моды, шопинге, коллекциях, украшениях, трендах, здоровье, путешествиях, дизайне, культуре, гороскопах. Статьи, видео, звёздные советы – привлекают разные формы подачи материала.

3. elle.ru – женский онлайн-журнал, позиционирующий себя как официальный сайт журнала №1 о моде. Актуальные новости мира моды, красоты, шопинга, шоу-бизнеса и отношений. Новые тенденции и актуальные модные тренды текущего года.

4. officiel-online.com – ресурс о красоте, моде и искусстве. Редакция проекта полагает, что издание создано для женщин, которые любят себя, ухаживают за своей внешностью, следят за модными тенденциями и разбираются в искусстве, нравятся мужчинам и являются лидерами мнений в своём окружении.

5. cosmo.ru – это российский электронный журнал о моде и красоте, с советами об отношениях с мужчинами, семейной жизни, карьере. В рубрике «Мода» - новости моды, тенденции, стиль звёзд и практические советы, как сочетать вещи и создавать образы. Они позволяют узнать, где купить самые последние новинки модного сезона, здесь же - интервью с экспертами индустрии моды и блогерами.

6. marieclaire.ru освещает новости мира моды и звёзд, представляет мнения экспертов о продуктах и услугах в области красоты. Имеется Fashion-гид, раздел астропрогнозов, кулинарные рецепты с картинками и афиша мероприятий.

7. style.rbc.ru (РБК Стиль) освещает новости и события в мире красоты, моды, кино и шоу-бизнеса. Интервью с известными деятелями культуры и бизнеса. Ссылка на телеканал, возможность смотреть трансляции онлайн. Здесь же справочник бутиков Москвы и календарь предстоящих мероприятий.

8. glamour.ru – это публикации о красоте, моде и стиле жизни: новости, обзоры, советы. Ко всему этому - рецепты, тенденции, тренды, а также афиша культурных мероприятий.

Список использованных источников

1. Титова М. Н. КРЕАТИВНОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ // МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ: сборник материалов II Международной научно-практической конференции 9-10.04.2020. Под общей редакцией Н.Н. Гордиенко. – СПб.: Издательство: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (Санкт-Петербург), 2020. – с. 5-9
2. Мода и интернет [Электронный ресурс] - режим доступа: URL: <https://fashion-history.lovetoknow.com/>
3. Боррелли, Лэрд. Net Mode: Web Fashion Now. London: Thames and Hudson, Inc., 2002
4. Сайты мира моды [Электронный ресурс] - режим доступа: URL: <https://vc.ru/media/>

UDC 316.77

Korobova Yaroslavna Petrovna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

FASHION ON THE INTERNET

Fashion as a social and social phenomenon, following the market participants, rushed to the Internet, expanding the audience through multimedia Internet communication channels. Due to the speed of information circulation, fashion trends overcome geographical and temporal boundaries.

Keywords: fashion, internet, promotion

УДК 338.48

Крылов Николай Дмитриевич

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г.
Санкт-Петербург, Россия

ПРОДВИЖЕНИЕ QR-ТЕХНОЛОГИИ

Задача упрощения кодирования данных приобрела особую актуальность в условиях возросшей конкуренции на рынке и развития новых технических средств. Необходимость продвижения технологии QR-кодирования связана с наличием альтернативных конкурирующих решений.

Ключевые слова: продвижение, QR-технологии, код

Информационные технологии не тождественны компьютерным технологиям, которые в обязательном порядке предусматривают использование компьютера как устройства размещения программного обеспечения для внесения, сбора, обработки и анализа данных и как пользовательского инструмента. Информационные технологии появились ранее компьютерных на базе аналоговых (механических и электронных) инструментов. Переход к компьютерной обработке данных ознаменовал качественный скачок в эволюции информационных технологий [1].

На базе информационных технологий формируется новое пространство коммуникаций и каналов продвижения. Объединяющим офлайн и онлайн каналы средством идентификации и классификации выступают сегодня цифровые технологии кодирования, в том числе QR-код.

По сути QR-код представляет собой двухмерный матричный код. Выглядит он как квадрат с элементами белого и черного цвета, в которых зашифрована определенная информация.

Наибольшее признание он получил среди пользователей мобильной связи - установив программу-распознаватель, абонент может моментально заносить в свой телефон текстовую информацию, добавлять контакты в адресную книгу, переходить по web-ссылкам, отправлять SMS-сообщения и т. д. [2]

Применение QR-технологий возможно на базе современных мобильных устройств, функция считывания кода встроена во все операционные среды по умолчанию.

С помощью QR-код можно зашифровать информацию любого типа: текст, изображение, видео, адрес, сообщение, интернет-адрес, звуковую дорожку, персональные данные.

Достоинством QR-технологий является полная интегрируемость с традиционными средствами компании и адаптация использования в любых средах: офлайн и онлайн).

Активно используются QR-коды в каналах коммуникаций, таких как наружная реклама (баннеры, билборды), фирменная печатная продукция (бланки, промо-материалы, визитки), а также товарная упаковка.

Применение QR-технологий позволяет не только расширить аудиторию адресатов внесенной в код информации, но и определить эффективность по количеству переходов на рекламируемые ресурсы и числу просмотренных кодов.

Однако, как и любые информационные технологии QR-технологии несут определенный риск пользователям, так как могут использоваться для внедрения на пользовательское устройство вредоносного ПО. Особенно это актуально в странах, где QR-коды используются также в финансовой сфере и сфере платежей.

В связи с этими угрозами при продвижении QR-технологий необходимо совершенствовать защиту QR-кодов с персональной информацией от повреждения, а также в целом повысить уровень кибербезопасности.

Широкий функционал QR-кодов делает их использование привлекательным и относительно дешевым как для создателей контента, так и для его потребителей. Доступность технологии также расширяет возможности ее продвижения во всем мире.

Список использованных источников

1. Любименко А. И. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ - ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ // СОВРЕМЕННАЯ МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И BIOTECHNOLOGIES: Сборник научных статей по итогам работы седьмого международного круглого стола. 2019 – М.: Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "КОНВЕРТ", 2019 – с.146-147

2. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

UDC 338.48

Krylov Nikolay Dmitrievich

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

PROMOTION OF QR TECHNOLOGY

The task of simplifying data coding has acquired particular relevance in the context of increased competition in the market and the development of new technical means. The need to promote QR coding technology is associated with the availability of alternative competing solutions.

Keywords: promotion, QR technologies, code

УДК 374.71

Кузнецова Валентина Петровна

д.э.н., доцент, профессор кафедры отраслевой экономики и финансов Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия

Вардомацкая Людмила Петровна

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономической и социальной теории, Ростовский государственный медицинский университет
г. Ростов-на-Дону, Россия

Темнова Наталия Константиновна

д.э.н., профессор, профессор кафедры отраслевой экономики и финансов Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия

ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье анализируются проблемы финансового просвещения населения в цифровой экономике и возможности их решения. Одним из инструментов финансового просвещения рассматривается волонтерское движение. В работе обосновываются принципы волонтерского движения, экзогенные и эндогенные факторы, влияющие на него, раскрывается содержание волонтерской работы с различными группами населения.

Ключевые слова: финансовое просвещение, финансовая грамотность, волонтерство, цифровая экономика.

В современных условиях развития цифровой экономики наблюдается серьезная трансформация в финансовом секторе: появляются новые продукты, услуги, трудно воспринимающиеся многими слоями населения. Актуальность этой проблемы стала очевидна в условиях финансового кризиса 2008-2009 годов, и, особенно, ярко проявилась в условиях пандемии.

По данным аналитического центра НАФИ выявлено, что более 60% населения страны не ведут семейный бюджет, не проводят сравнительный анализ условий предоставления финансовых услуг различными компаниями, а 25% населения подписывают договор об оказании финансовых услуг, не читая его, а 40% населения отмечают наличие большого количества финансовых услуг, в которых трудно разобраться. Кроме того, следует отметить недостаточный уровень финансовой дисциплины россиян и низкий уровень ответственности за пользование различными финансовыми услугами и финансовыми инструментами. Уровень финансовой грамотности в России достаточно низкий. По данным S&P финансовая грамотность составляет 38%, для стран БРИК – 28%, а для стран Евросоюза ~ 68% [1].

Социологические опросы и анализ статистики показал, что низкий уровень финансовой грамотности объясняется недостаточным разнообразием образовательных программ для различных групп населения, что привело, в

конечном счете, к отсутствию навыков и компетенций, необходимых для управления финансовыми инструментами. В связи с этим, разработанная Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы оказалась очень своевременной. В ней определены цели и задачи, разграничение сфер ответственности между государственными органами и другими участниками финансового блока [2].

Одним из направлений реализации Стратегии, развития финансового просвещения является развитие волонтерского движения.

Слово «volonte» латинского происхождения и означает добровольчество.

Волонтерство является уникальным явлением современного общества, которое позволяет участвовать большому кругу лиц в социально-экономической адаптации к жизни в обществе. Оно основывается на принципах законности, добровольности, грамотности, бескорыстности, гласности, уважения, ответственности, саморазвития, гуманности. На его становление и развитие оказывают влияние экзогенные (международное волонтерство, неправительственные организации, благотворительные организации, общая культура, интернет, господдержка, бизнес, СМИ) и эндогенные (саморазвитие, возможность помогать людям, получение опыта, общение с единомышленниками, занятия в свободное время, альтруизм, возможность трудоустройства) факторы. Одним из направлений волонтерского движения является волонтерское движение по финансовой грамотности.

Волонтеры по финансовому просвещению - это люди, занимающиеся благотворительностью по финансовому просвещению на безвозмездной основе, целью которых является не только обучение всех групп населения умению владеть финансовыми инструментами и механизмами их реализации, не только передавать наработанный опыт, но и распространять его. Среди них следует отметить людей самых разных возрастов и профессий.

Волонтеры проводят занятия по разным направлениям финансового просвещения: по финансовому планированию, поиску информации по рациональному использованию финансовых продуктов, выявлению мошенников, оцениванию рисков, контролю налогов, нахождению инструментов поддержки малого и среднего предпринимательства.

Пристальное внимание финансовые волонтеры уделяют детям сиротам, учащимся школ, образовательных учреждений, непрофильным вузам.

Волонтеры реализуют свои программы среди работающего населения, не владеющего основами финансовой грамотности; сотрудников компаний; предпринимателей, создающих рабочие места. Все это требует от волонтеров серьезной подготовки и больших компетенций.

Ассоциацией Развития Финансовой Грамотности (АРФГ), созданной в мае 2019 года при Банке России, было объявлено начало волонтерского движения финансового просвещения в форме «Цифрового марафона» [3].

Выбраны около 15 регионов страны в качестве пилотных площадок для распространения опыта организации волонтерского движения.

В процессе волонтерского движения выявлены и поддержаны лучшие практики и новые возможности проектов в сфере финансовой грамотности. Так, например, в Якутии запустили онлайн-уроки для обучения жителей финансовой грамотности. Для общения и консультаций через портал можно вступить в группу в WhatsApp.

Финансовые волонтеры занимаются и с лицами с ограниченными возможностями здоровья, работа которых была рассмотрена на научно-методическом семинаре 19 ноября 2020 года серии семинаров «Методики успешных практик по финансовой грамотности» [4]

Волонтерное движение набирает обороты, растет число волонтеров, занимающихся финансовым просвещением. За несколько лет количество волонтеров достигло около 10 тыс. человек. Планируется создание так называемого «ядра» волонтеров - драйверов (400 человек) волонтерского движения в рамках Ассоциации. Так, 4 февраля 2021 года под руководством АРФГ состоялся онлайн - семинар цикла «Методики успешных практик по финансовой грамотности» [5]. АРФГ предусмотрена программа повышение уровня финансовой культуры через поддержку частных инициатив и проектов по финансовой грамотности, посредством развития и координации волонтерского движения.

Финансовое просвещение, волонтерское движение являются неотделимой частью государственной политики. Государство является главным координатором волонтерского движения по финансовому просвещению и оно несет ответственность за реализацию программ. Это доказывает, что государственный институт должен проводить информационную политику, а также упрощать предоставляемые материалы для увеличения доступности информации всем слоям общества. Развитие страны в условиях цифровой экономики зависит не только от разработки и внедрения новых финансовых продуктов, финансовых услуг и механизмов их использования, но и от готовности населения воспринимать и использовать современные финансовые инструменты. А это зависит от эффективности финансового просвещения, от его форм и методов.

Литература

1. Financial Literacy Around the World/ URL: <https://howmuch.net/articles/financial-literacy-around-the-world> (дата обращения 04.05.2021).
2. Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017–2023 годы URL: <http://static.government.ru/media/files/uQZdLRrkPLAdEVdaBsQrk505szCcL4PA.pdf> (дата обращения 04.05.2021).
3. Э. Набиулина Цифровой марафон волонтеров финансового просвещения - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jEt7pLKhF5s> (дата обращения 04.05.2021).
4. Проекты и практики повышения финансовой грамотности для лиц с ограниченными возможностями здоровья URL: <https://fincubator.ru/info/news/news/proekty-i->

praktiki-povysheniya-finansovoy-gramotnosti-dlya-lits-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-zdo/ (дата обращения 04.05.2021). Семинар на тему "Методика финансового просвещения через олимпиады, конкурсы, викторины" URL: <https://fincubator.ru/info/news/meropriyatiya/seminar-na-temu-metodika-finansovogo-prosveshcheniya-cherez-olimpiady-konkursy-viktoriny/> (дата обращения 04.05.2021).

UDC 374.71

Kuznetsova Valentina Petrovna

doctor of Economics, associate Professor, Professor Department of industrial Economics and Finance, Russian State Pedagogical University. A. I. Herzen, Saint Petersburg, Russia, (812) 314-60-42, ypr1000@yandex.ru

Lyudmila P. Vardomatskaya

Ph. D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic and Social Theory,

Rostov State Medical University,

Rostov-on-Don, Russia, (863) 201-44-15, vardomatskaya@yandex.ru

Nataliia Konstantinovna Temnova

doctor of Economics, Professor, Department of industrial Economics and Finance, Russian State Pedagogical University. A. I. Herzen,

Saint Petersburg, Russia, (812) 314-60-42, nktemnova@yandex.ru

VOLUNTEERISM AS A TOOL FOR FINANCIAL EDUCATION OF THE POPULATION IN THE DIGITAL ECONOMY

Annotation. The article analyzes the problems of financial education of the population in the digital economy and the possibilities of their solution. The volunteer movement is considered one of the tools of financial education. The paper substantiates the principles of the volunteer movement, exogenous and endogenous factors affecting it, and reveals the content of volunteer work with various population groups.

Keywords: financial education, volunteerism, financial literacy, digital economy.

УДК 336.22

Кузнецова Маргарита Евгеньевна

Студент

Научный руководитель: доц. Чигиринова Марина Владимировна

ФГБОУ ВО, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

Т. 89111402169, milrrr@mail.ru

ПРОБЛЕМА ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ О НАЛОГАХ, НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТАХ

В статье рассматривается роль налогов в экономической жизни населения Российской Федерации и информированность людей о налоговой системе страны.

Ключевые слова: Налоговая система, вычеты, льготы, подоходный налог, доход

Налоги всегда играли важную роль для формирования государственного образования. Чтобы Россия стала социально-ориентированной страной, ее население должно быть хорошо осведомлено о существующем налоговом законодательстве. Целью исследования является определение налоговой информированности общества Российской Федерации, что желательно для устранения пробелов в знаниях налогового законодательства, а также для повышения уровня финансовой грамотности среди разных возрастных групп.

Многие граждане России думают, что единственный налог, который они платят государству в ежемесячном режиме, это подоходные налоговые вычеты с зарплаты в размере 13%. Однако, на самом деле это не совсем так. Более половины доходов россиян в том или ином виде приходится на государственные сборы с граждан. И сегодня я разберу эту тему подробнее, а также сравню налоговые системы нашей страны и США.

Многие россияне знают только про 13% налога на доход физических лиц (НДФЛ). Есть определенная сумма в договоре, а с нее платится 13%. К этому налогу все уже привыкли и не задаются вопросами «куда он идет?» «На какие цели?» и «зачем?». А на самом деле это единственный налог работника, который остается в регионе. 85% с него идут в центр региона, поэтому областные города всегда приятнее, чем не областные города. А 15% от тех 13% распределяются между всеми городами и сёлами области, то есть конкретно до небольшого города может дойти только половина процента. Из этих денег и происходит благоустройство города. Однако еще меньше людей знают, что помимо НДФЛ они платят еще 30% налогов со своей зарплаты. Например, в договоре указана заработная плата 20 тысяч рублей, 22% с этой суммы идет в пенсионный фонд, 5,1% идет на медицинскую страховку и еще 2,9% в фонд социального страхования. Таким образом, вместо известных 13%, ежемесячно люди платят еще 30%.

Обратимся к налоговой системе Соединенных Штатов.

В обществе существует два противоположных мифа. Одни люди считают, что в США очень высокие налоги и на них уходит вся зарплата американцев. Другие люди, наоборот, считают, что в США налогов почти нет.

Представим среднестатистического Боба из штата Кентукки. Он работает офис-менеджером, и его годовая заработная плата это 41 000\$. И теперь Боб, как и все люди, должен оплатить налоги. Сначала государственный уровень для всех - Federal Tax, и это 10%. Налог в США является прогрессивным, и чем выше заработная плата у человека, тем выше его налог. После оплаты федерального налога, следующий шаг - налог штата, в каждом штате свои значения. Но средний показатель примерно 5%. Также Боб должен заплатить местный налог в 1%. Затем он обязан оплатить пенсию (6%) и медицинскую страховку (1,5%). Получается, что при зарплате 41 000\$ в год, они же 3500\$ в месяц, Боб должен в казну около 1000\$. Но в США существует функция STANDART DEDUCTION. Это сумма, на которую каждый может уменьшить налогооблагаемый доход. То есть, когда рассчитывается федеральный налог, считается, что человек заработал не 41 000\$, а 30 000\$.

Вернемся к России. Для примера возьмем среднюю по численности населения область – Брянскую. Представим офис-менеджера, его зарплату в 17 000 рублей с сайта HeadHunter, и вспомним все налоги. Получаем 43%.

Проанализировав налоговую систему России, может показаться, что россияне не платят налоги на государственный уровень. Но почему тогда в Москве уровень зарплат и цен отличается от регионов? Существует налог, который люди оплачивают почти ежедневно, он же НДС. Общество настолько привыкло к данному налогу, что его уже никто не замечает. Но им облагаются все товары и все услуги, включая транспорт, кафе, коммунальные услуги и т.д. И более того, на самом деле люди платят не 20%, а гораздо больше. НДС применяется на каждом этапе производства. Например, завод дерева заплатил НДС и сделал бруски, другой завод купил эти бруски, также заплатил НДС и сделал каркас для дивана. Третий завод купил каркас и тоже заплатил НДС, и так очень большое количество раз, пока производство не дойдет до конечной точки. То есть, на каждом этапе платится НДС, который в итоге оплатит покупатель. Если допустить, что каждый участник производства добавляет 15% прибыли, то спустя, например, 4 этапа НДС в конечной цене будет более 50%. НДС в свою очередь направляется только в Москву.

Вспомним налоговую систему США. Разве там нет НДС? Есть, но его максимальный размер это 7%, он не во всех штатах, также этот налог появляется только при продаже конечному потребителю.

На данный момент налоговая система России построена таким образом, что сначала налоги собираются в центре, в Москве, а потом правительство распределяет, куда и сколько денег отправить. Область определяет сколько отправить НДФЛ городским округам, а Москва сколько отправить областям.

В Российской Федерации существует возможность получить налоговые вычеты. Это сумма, на которую при наличии соответствующих оснований

уменьшается налогооблагаемая база. Право на оформление вычетов имеют только те граждане России, которые платят подоходный налог по ставке 13%.

Налоговые вычеты распространяются на образование, медицинские услуги и фармацевтику. Также есть вычет на ребенка. Налоговые вычеты распространяются на граждан, которые купили квартиру, потратили деньги на образование, образование детей или лечение. Например, получая официальную зарплату 60 000 рублей, человек ежемесячно платит НДФЛ в размере 7 800 рублей. Это 93 600 рублей в год. После покупки квартиры эту сумму можно и нужно вернуть. Сумма налога, которая может быть возвращена, определяется используемыми функциями: стоимостью покупки дома и уплаченным подоходным налогом.

Максимальный размер вычета:

На собственное образование — 120 000 рублей в год;

Образование брата или сестры — 120 000 рублей в год;

Образование детей — не больше 50 000 рублей в год на одного ребенка.

В РФ действуют налоговые льготы. Предоставление налоговых льгот - освобождение от уплаты налогов; уменьшение налоговой базы; предоставление налогового кредита. Согласно ст. 407 НК РФ право на налоговую льготу имеют следующие категории налогоплательщиков: Герои Советского Союза, инвалиды I и II групп, инвалиды детства, дети-инвалиды, участники Гражданской, Великой Отечественной войны и других боевых действий по защите СССР, лица, пострадавшие в результате аварии на Чернобыльской АЭС, семьи военнослужащие, потерявшие кормильца.

Таким образом, можно прийти к выводу, что каждой стране существует своя налоговая система. Для кого-то плата налогов и вовсе не заметна, а для кого-то, это существенный удар по бюджету, но не стоит забывать, что всегда есть возможность оформить льготы, получить вычет или патент, решить сложную ситуацию. Налоговая система не может быть идеальной и может иметь проблемы, но я считаю, что люди должны вместе их решать и находить способы корректировки системы.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) // Собрание законодательства РФ
2. Средняя зарплата в России по регионам в 2020 году // fincan. URL: http://fincan.ru/articles/71_srednyaja-zarplata-v-rossii-po-regionam-v-2020-godu/ [Электронный ресурс]
3. <https://www.fool.com/retirement/2018/05/06/social-security-tax-in-2018> [Электронный ресурс]
4. <https://www.usatoday.com/story/money/taxes> [Электронный ресурс]
5. <https://brokbridge.com/tax-in-usa>. [Электронный ресурс]
6. <https://www.taxadmin.org/assets/docs> [Электронный ресурс]
7. https://en.wikipedia.org/wiki/Property_tax_in_the_United_States [Электронный ресурс]
8. <https://raszp.ru/nalogi/ndfl-nalog-federalnyiy.html> [Электронный ресурс]
9. Малинина Т. Оценка налоговых льгот и освобождений: зарубежный опыт и российская практика.

UDC 336.22

Kuznetsova Margarita Evgenievna

Student, FSBEI of HE St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

t. 89111402169, milrrr@mail.ru

THE PROBLEM OF PUBLIC INFORMATION AND TAXES, TAX *BENEFITS*

The article examines the role of taxes in the economic life of the population of the Russian Federation and people's awareness of the country's tax system.

Key words: Tax system, tax deductions, privileges, income tax, income

УДК 338

Куликова Галина Анатольевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и экономической безопасности
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, Брянский филиал, Брянск, Россия

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: ПРИЧИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье анализируются, как положительные, так и отрицательные результаты практической реализации национального проекта цифровизации российской экономики, их причины и возможные перспективы с учетом объемов ожидаемого финансирования.

Ключевые слова: цифровая экономика, сквозные технологии, бюджет, национальные проекты

Цифровизация экономики Российской Федерации была вызвана объективными причинами еще до утверждения национальных проектов и программ в 2018 году. В связи с изменением геополитической обстановки и последовавшим санкционным давлением на Россию со стороны США и стран ЕС были выработаны подходы по адаптации экономики к новым условиям, разработаны программы импортозамещения. Вместе с тем стало очевидно, что без технологической перестройки всех отраслей хозяйствования в масштабах столь огромной территории, на которой расположена Россия, будет не просто создать условия для устойчивого экономического роста и безболезненного реагирования на новые внешние вызовы. Планомерный переход экономики Российской Федерации на повсеместное применение цифровых технологий предполагал ее перевод на новый уровень взаимодействия отраслей, при котором не только снижается зависимость от экспортно-импортных операций, но и создаются условия для роста ВВП, развития науки и техники, передовых технологий, снижения зависимости от добычи и реализации углеводородного сырья.

Национальный проект, утвержденный еще в 2018 году, начал развиваться по таким направлениям, как: цифровизация государственного и муниципального управления и развитие цифровых технологий, подготовка квалифицированных кадров для цифровой экономики и нормативное регулирование цифровой среды, развитие информационной инфраструктуры, искусственного интеллекта и обеспечение информационной безопасности [2]. Финансирование проекта на начальном этапе предполагало использование средств двух видов источников: бюджетных и внебюджетных (рис. 1).



Рисунок 1 – Структура национального проекта и планируемые объемы бюджетного финансирования к началу его реализации

В 2019 году объемы финансирования проекта за счет средств федерального бюджета РФ были снижены. Значительному сокращению подверглись расходы на осуществление федерального проекта «Цифровые технологии и проекты» - до 451,8 млрд. руб. (сокращение более чем в три раза), а также федерального проекта «Цифровое государственное управление» - до 235,7 млрд. руб. (сокращение более чем в четыре раза). Из сметы федерального проекта «Цифровое государственное управление» были исключены расходы на сумму 865 млн. руб. По всей видимости, это уже включенные в федеральный бюджет расходы на информатизацию органов государственной власти. А расходы на финансирование федерального проекта «Цифровые технологии и проекты» сократились на 1,04 трлн. руб., по всей видимости, за счет внебюджетного финансирования. В сумме расходы по федеральным проектам сократились на 1,87 трлн. руб. [3].

Однако, несмотря на выделение значительных объемов финансирования на реализацию проектов по цифровизации экономики, бюджеты их не осваивались в полной мере уже в 2019 году (рис. 2)



Рисунок 2 – Исполнение бюджетных расходов по национальным проектам (программам) в 2019 году [по материалам открытых источников]

Из рисунка 2 видно, что среди национальных программ «Цифровая экономика» занимает по объему исполнения бюджета последнее место. По итогам первого полугодия 2019 года она также была в этом рейтинге на последнем месте. Средний уровень исполнения расходов по всем национальным

программам в 2019 году в целом составлял 52,1%. Это на 10,8% ниже среднего уровня исполнения расходов федерального бюджета, который достигал 62,9%. При этом следует отметить, что подобный низкий уровень исполнения бюджета цифровизации экономики был обусловлен в 2019 году сложной системой ее управления. Среди причин такого низкого показателя исполнения бюджета, предусмотренного для цифровизации экономики России в 2019 году, эксперты Счётной палаты назвали новую редакцию национальной программы, которая была утверждена через полгода с момента ее реализации в данном году, а также многочисленные изменения, вносимые в эту программу, и происходившие перераспределения расходов между результатами федеральных проектов. Кроме того, на неисполнение бюджетов, и, как следствие, неполную реализацию запланированных по государственным программам цифровизации мероприятий оказали существенное влияние такие факторы, как несвоевременное принятие нормативных правовых актов, длительность и сложность процедур по размещению закупок и, как следствие, позднее заключение заказчиками государственных контрактов [5].

Из-за низкого кассового исполнения расходов федерального бюджета на реализацию национального проекта по цифровизации экономики России Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и подведомственные ему Федеральное агентство связи, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций и Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям потратили лишь 77,1% от выделенных средств. В том же 2019 году очевидным стало отставание в процессе реализации государственной программы «Информационное общество». Так, на практическое осуществление указанного проекта Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации в 2019 году было выделено 240 млрд. рублей, из которых было израсходовано 218,4 млрд. рублей (91%). При этом из 74 целевых показателей программы не были достигнуты 12. Также отмечался в 2019 году значительный рост дебиторской задолженности по расходам, осуществляемым Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и Федеральным агентством связи. При этом только у министерства она выросла за год более чем в 3,6 раза и составила 13,5 миллиарда рублей по причине значительного роста авансирования по государственным контрактам, а также увеличения остатков субсидий, которые ведомство предоставило в 2019 году бюджетным учреждениям и иным юридическим лицам [4].

Помимо перечисленных выше, причинами отклонений в исполнении бюджетов, а также сроках достижения целевых показателей национального проекта по цифровизации экономики и входящих в него государственных программ стала низкая готовность к масштабной трансформации бизнес-процессов в деятельности хозяйствующих субъектов большинства отраслей экономики, нехватка квалифицированных кадров, а в частном секторе – малом и среднем бизнесе еще и недостаточность средств, необходимых на реализацию инвестиционных проектов.

Однако достигнутые в процессе реализации национального проекта по цифровизации экономики результаты, несмотря на невыполнение отдельных целевых показателей, позволили избежать более серьезных потрясений в период введения ограничительных мероприятий в 2020 году, обусловленных необходимостью недопущения распространения коронавирусной инфекции COVID-19 в период объявленной Всемирной организацией здравоохранения пандемии. Так, создание информационной инфраструктуры позволило обеспечить больше населенных пунктов страны доступом к высокоскоростному интернету, что обусловило не только возможность перехода на работу в дистанционном формате их населения, начиная с весны 2020 года, но и продолжения образовательной деятельности. Создание сайтов и мобильных приложений позволило организациям, функционирующим в сфере общественного питания и бытовых услуг, особенно ощутившим ограничения в период пандемии, собирать заказы, осуществлять их доставку и таким образом, пусть и минимально, но сохранить деловую активность в период локдауна. Это, в свою очередь, повысило спрос на разработки отечественного программного обеспечения для мобильных устройств [1].

Доступ к различного рода государственным услугам на портале Gosuslugi.ru, число которых существенно возросло в период пандемии коронавируса в 2020 году позволил российским семьям благодаря реализации национальной программы «Цифровое государственное управление» получить в удаленном (дистанционном) формате различного рода социальные выплаты, распорядиться средствами материнского (семейного) капитала, записать ребенка в школу, детский сад. Государственная информационная система ЖКХ способствовала дистанционной передаче показаний приборов учета потребления энергоресурсов и бесконтактной оплате коммунальных услуг. Реализация государственной программы «Умный город» в рамках национального проекта по цифровизации экономики способствовала снижению социальной напряженности и уровня городской преступности, а также аварийности на дорогах в результате создания комплексных систем видеонаблюдения в местах массового скопления людей и на крупных магистралях большинства регионов [2]. Таким образом, несмотря на снижение финансирования и неполное кассовое исполнение бюджета национального проекта по цифровизации, недостаточность собственных средств субъектов малого и среднего бизнеса на масштабную цифровую трансформацию бизнеса, современные технологии продолжают менять экономику России, все ее системы хозяйствования. Стабильно функционирует национальная платежная система «МИР» и разрабатывается цифровая национальная валюта, сквозные технологии в банковской сфере увеличили объем дистанционно предоставляемых населению и бизнесу услуг в формате 24/7. Искусственный интеллект способствует повышению сложности, а вместе с тем и качества медицинских услуг, роботизация производства позволяет в короткие сроки решать сложные технические и технологические задачи, а в совокупности с развитием сенсорики создавать и тестировать беспилотные транспортные средства.

Очевидно, что практическая реализация национального проекта по цифровизации отечественной экономики наряду с проблемой высвобождения персонала и снижения занятости вследствие технологического перевооружения отраслей хозяйствования (производство, строительство, транспорт, связь, сельское хозяйство и т.д.) позволит решить глобальные задачи оптимизации бизнес-процессов и экономии затрат на их осуществление, создания безопасной и комфортной окружающей среды, повышения доступности высокотехнологичной медицинской помощи, снижения зависимости государственного бюджета России от сырьевых доходов. Поэтому темпы реализации национального проекта будут расти.

Ожидается, что при этом финансирование национального проекта «Цифровая экономика РФ» за счет средств федерального бюджета в 2021-2023 годах составит около 552 млрд. рублей, о чем свидетельствует Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2021 год и плановый период 2022-2023 годов» (рис. 3 и 4) [5].

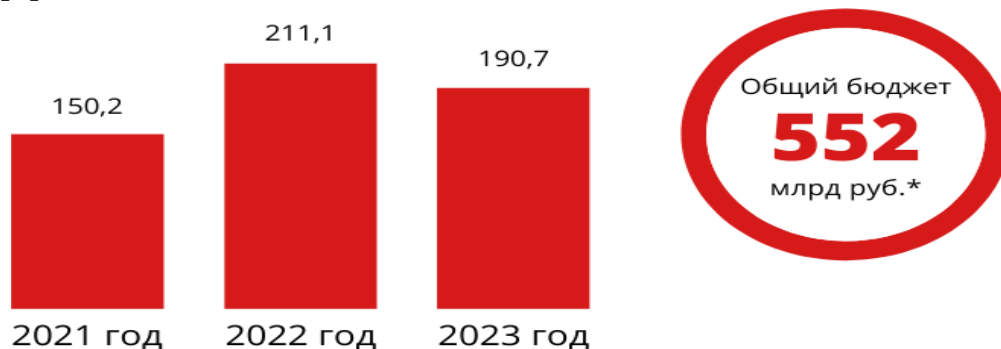


Рисунок 3 – Ожидаемые расходы на финансирование национального проекта «Цифровая экономика РФ» в 2021-2023 гг., млрд. руб.

Из рисунка 3 видно, что в 2021 году на финансирование процесса цифровизации российской экономики в бюджете заложено 150,2 млрд. рублей, в 2022 году - 211,1 млрд. рублей, а в 2023 году - 190,7 млрд. рублей. При этом бюджет данного национального проекта сократится на 117 млрд. рублей (17,5%) в сравнении с ранее утвержденным финансированием.



Рисунок 4 – Бюджеты федеральных программ национального проекта «Цифровая экономика РФ» в 2021-2023 гг., млрд. руб. [5]

Самой затратной, как видно из рисунка 4, в 2021-2023 годах станет программа «Цифровое государственное управление», на финансирование которой будет выделено 268,7 млрд. рублей. На развитие цифровых технологий

отечественной экономики планируется израсходовать 80,6 млрд. рублей, на искусственный интеллект – всего 16,6 млрд. рублей [5].

Столько высокие государственные расходы представляются, на наш взгляд, вполне оправданными, так как уже сейчас очевидны перспективы роста основных макроэкономических показателей в результате технологического перевооружения всех систем хозяйствования посредством экономии всех видов ресурсов, снижения отрицательной нагрузки на окружающую среду, роста производительности труда и расширения возможностей российских компаний по выходу на мировые рынки, на которые не смогут распространяться санкции ввиду уникальности предоставляемых товаров и услуг.

Список источников

1. Куликова Г.А. Создание конкурентного рынка программного обеспечения в Российской Федерации в условиях цифровизации экономики // Современная антимонопольная политика России: правоприменительная практика в Брянской области. Сборник научных работ Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 90-93.

2. Куликова Г.А. Развитие цифровизации российской экономики // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. 2019. С. 136-141.

3. Официальный сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://digital.gov.ru>

4. Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://ach.gov.ru>

5. Портал выбора технологий Tadviser [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.tadviser.ru>

UDC 338

Kulikova Galina Anatolievna

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department of Economics and Economic Security

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Bryansk Branch, Bryansk, Russia

PRELIMINARY RESULTS OF DIGITALIZATION OF THE RUSSIAN ECONOMY: CAUSES AND PROSPECTS

The article analyzes both positive and negative results of the practical implementation of the national project of digitalization of the Russian economy, their causes and possible prospects, taking into account the volume of expected funding.

Keywords: digital economy, end-to-end technologies, budget, national projects

УДК 369.54

Куроедов Егор Евгеньевич

Студент

Научный руководитель:

Раева Татьяна Дмитриевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново,
Россия

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕНСИОННЫМИ НАКОПЛЕНИЯМИ

В статье рассматриваются вопросы управления пенсионными накоплениями, различные виды пенсий, выбор организации для получения пенсии.

Ключевые слова: пенсия, пенсионные накопления, пенсионное обеспечение.

Пенсия – это один из основных инструментов материальной поддержки особых категорий населения. Проблема сохранения объёма её денежных единиц является актуальной и настоящее время. Вопрос управления пенсионными накоплениями относится не только к гражданам, но и к государству, так как общий объём пенсионных накоплений в стране достаточно большой, поэтому данную проблему следует рассмотреть с нескольких сторон. В России существует четыре основных вида пенсии: страховая, по государственному пенсионному обеспечению, накопительная, добровольная [1].

Для управления всеми видами пенсионных накоплений граждане могут обратиться в региональные отделения ПФР в своём городе, также там они смогут получить необходимую помощь и консультацию.

С развитием технологий и, в частности, интернета, у граждан появилась возможность управлять своей пенсией через онлайн-сервисы (сайты). К таким можно отнести сайт Госуслуги [2], где обеспечивается доступ к большому множеству услуг. Также официальный сайт ПФР [3] предлагает справочную информацию и личный кабинет с электронными версиями различных документов.

Наряду с государственной системой обязательного пенсионного страхования в России существует негосударственное добровольное пенсионное страхование, в рамках которого у россиян есть возможность формировать ещё одну пенсию. Чтобы получать такую пенсию, будущему пенсионеру надо заключить договор с негосударственным пенсионным фондом (НПФ) и в течение определённого времени делать личные взносы. Кроме самого гражданина в его негосударственном пенсионном обеспечении может принимать участие и его работодатель. Если работодатель делает отчисления на добровольную пенсию своих работников, такая пенсия называется корпоративной.

Для управления объёмом пенсионных накоплений существуют Пенсионный фонд России (ПФР) и Негосударственные пенсионные фонды (НПФ). В соответствии с Федеральным законом НПФ – это особая

некоммерческая организация социального обеспечения, специально созданная для пенсионного обеспечения населения [4]. В каком фонде хранить свои пенсионные накопления каждый человек решает самостоятельно.

ПФР все пенсионные отчисления вкладывает во ВнешЭкономБанк – тоже государственное учреждение. НПФ до своего возможного расформирования, хранит все средства у себя. Также существуют Управляющие компании (УК) – это финансовые организации, с которыми фонд заключил договор о доверительном управлении. На основании договора УК управляют накоплениями, которые передает им фонд, инвестирует их, в зависимости от стратегии, в различные финансовые инструменты.

Если гражданин будет бездействовать в отношении своих накоплений, то они автоматически остаются в ПФР. В случае если гражданин пожелает получать дополнительный доход, то следует обратиться в НПФ. Возможным плюсом НПФ является то, что в отличие от ПФР они направляют средства не в одну УК, а в несколько. Однако необходимо помнить, что с 2014 г. накопительная часть пенсии заморожена.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 15.12.2001 № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» (ред. от 24.02.2021).
2. Официальный сайт Пенсионного фонда России – URL: <https://pfr.gov.ru/>
3. Портал государственных услуг – URL: <https://www.gosuslugi.ru/>
4. Управляющие компании и НПФ – URL: <https://pensiya.vsb.ru/kak-uvlichit-budushhuju-pensiju/upravljajushhie-kompanii-i-npf-v-chem-raznica-chast-1> ([дата обращения 22.04.2021](#))

UDC 364.35

Kuroedov Egor Evgenevich

Student of Information Technology Department

Scientific director: Raeva Tatyana Dmitrievna

PhD, assistant professor, Department of Management and Marketing

Ivanovo State Power Engineering University, Ivanovo, Russia

THE PROBLEM OF MANAGING PENSION SAVINGS

The article raises the issues of pension savings management, various types of pensions, and the choice of an organization to receive a pension.

Keywords: pension, pension savings, pension provision.

УДК 336

Кшуманёва Валерия Сергеевна

Студент

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия
89270042733

Lerkshumaneva@gmail.com

научный руководитель: Вишнякова Ангелина Борисовна

к.э.н., доцент, доцент кафедры прикладного менеджмента

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия.

АТТЕСТАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ И РАБОТОСПОСОБНОСТИ ТРУДЯЩИХСЯ

В статье рассмотрена проблема повышения уровня качества рабочих мест трудящихся на производстве с целью сохранения здоровья и повышения работоспособности по средствам проведения аттестации.

Ключевые слова: труд, рабочее место, аттестация

Рабочий персонал является главным ресурсом каждого предприятия, от того как организовано рабочее место у персонала в большинстве случаев зависит его эффективность и качество труда.

Цель данной статьи проанализировать важность проведения такого мероприятия, как аттестация рабочих мест.

Проблема процесса аттестации рабочих мест была и остаётся актуальной, поскольку количество несчастных случаев, профзаболеваний и травм, полученных на производстве очень велико. Это влияет не столько на саму работу предприятий, сколько отражается на экономических показателях всей страны. Так как потери фонда рабочего времени приводят к снижению объёмов произведённой продукции и ВВП.

Иными словами, чем комфортнее и безопаснее организовано рабочее место у производственного персонала предприятия, тем больше и качественнее продукцию он произведет.

АНАЛИЗ В ПОТРЕБНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ НАПРЕДПРИЯТИИ

Аттестация рабочих мест - один из основных видов управления охраны труда. При аттестации рабочих мест вместе с оценкой технической степени оснащения рабочих мест и их организации проводится исследование их соответствия требованиям охраны труда, как в части условий труда, так и в части проводимых технологических процессов, используемого оборудования и средств защиты. В состав аттестационных комиссий входят лучшие специалисты, а также работники служб охраны труда, а в состав аттестационных комиссий цехов - мастера и бригадиры. [1.]

Для чего нужна аттестация рабочих мест.

Аттестация рабочих мест проводится для распределения всех производственных факторов по уровню негативного воздействия на человеческое здоровье, на классы и подклассы.

Такое распределение имеет огромное значение.

Так работники, занятые в трудовом процессе с плохими условиями труда, могут рассчитывать на снижение трудового стажа для назначения пенсии, получения льгот.

Цели аттестации рабочих мест

Аттестация рабочих мест позволяет дать полную оценку каждому рабочему месту.

Целями аттестации рабочих мест являются:

- оценка степени уровня того, как воздействуют факторы производственной среды на работника;
- выявление тяжести и напряжённости каждого цикла производства на состояние здоровья работника;
- определение уровня травматизма и безопасности рабочего места;
- определение обеспеченности всех наёмных сотрудников спецодеждой, на опасных для жизни участках работы.

Результатом данной оценки является заполнение аттестационной карты, которая берётся в базу разработки мер по понижению травматизма на предприятии, а также увеличение уровня безопасности рабочего.

Аттестационная карта – это итоговый документ, который подтверждает фактическое состояние на каждом аттестуемом рабочем пространстве, действующие льготы и компенсации, нормы выдачи СИЗ, ряд мер по устранению или уменьшению нежелательных результатов работы. [2.]

Контроль и надзор за исполнением

Проведение аттестации отслеживают органы, осуществляющие контроль и надзор за соблюдением законодательства о труде. Работодатель должен предоставлять результаты по мере завершения АРМ в государственную инспекцию по труду расположенную в субъекте РФ. Инспектор по труду осуществляет анализ данных и выносит общее решение о правомерности процесса.

В соответствии со статьей 212 Трудового кодекса РФ во всех организациях, независимо от области экономической деятельности и форм собственности, и у работодателей – индивидуальных предпринимателей должна проводиться аттестация рабочих мест по условиям труда с последующей сертификацией организации работ по охране труда [4].

Условия труда на производстве могут изменяться как в лучшую, так и в худшую сторону. Регулярное проведение аттестации рабочих мест по всем нормам и правилам призвано сохранять здоровье рабочего персонала и повышать его работоспособность.

Этот процесс не несёт в себе негатива, не имеет отрицательных сторон. Его цель – улучшение условий на рабочих местах даже там, где это бывает порой

сложно сделать, но можно. Важно только четко и ясно представлять необходимость процесса и думать, прежде всего, о людях.

Список использованных источников

1. <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=863474#text> © Библиофонд
2. 1certru: <https://1certru/stati/attestatsiya-rabochikh-mest> | 2020 © Единый Стандарт
3. <https://hr-portal.ru/article/problemu-attestacii-rabochih-mest-po-usloviyam-truda> © HR-PORTAL "Кадровик. Трудовое право для кадровика", 2010, N 9.
4. Трудовой кодекс РФ.
5. Ефремова О. С. Аттестация рабочих мест по условиям труда в организациях: рекомендации и нормативные документы. – М.: Альфа а-пресс, 2005.

UDC 336

Kshumaneva Valeria Sergeevna

student

Samara State University of Economics, Samara, Russia

89270042733

Lerkshumaneva@gmail.com

supervisor: Angelina Borisovna Vishnyakova

Ph. D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Applied Management

Samara State University of Economics, Samara, Russia

CERTIFICATION OF WORK PLACES AS A TOOL FOR PRESERVING THE HEALTH AND WORKING CAPACITY OF WORKERS

Certification of workplaces as a tool for preserving the health and working capacity of workers.

Keywords: labor, workplace, certification

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ И ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

В статье проводится оценка эффективности использования заемного капитала организации, с целью обеспечения финансовой устойчивости и кредитоспособности, предлагаются варианты принятия управленческих решений по использованию кредитных ресурсов.

Ключевые слова: *кредиты и займы, управленческие решения, оценка кредитоспособности*

В финансово-хозяйственной деятельности любой организации может возникнуть необходимость привлечения заемных средств. В кредитных отношениях различают долгосрочные и краткосрочные кредиты, банковские кредиты, коммерческие кредиты и займы [1]. Рассмотрим состав кредитных ресурсов условного предприятия ООО «Стройка» (во избежание скрытой рекламы), табл.1.

Таблица 1. Анализ кредитов и займов в ООО «Стройка» за 2020 год

Наименование показателя	Остаток на начало периода		Остаток на конец периода		Темп роста остатка, %	Отклонение остатка, тыс. руб.
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма тыс. руб.	уд. вес, %		
1. Краткосрочные кредиты	1000,0	22,9	1457	16,8	145,7	+457
2. Краткосрочные займы	-	-	-	-	-	-
3. Долгосрочные обязательства	873	20,1	850	9,8	97,4	-23
4. Итого кредитов и займов	1873	43,0	2307	26,6	121,5	+434
5. Прочие обязательства	2481	57,0	6365	73,4	256,5	+3884
ИТОГО	4354	100	8672	100	199,2	+4318

В таблице 2 представлено изменение величины собственного и заемного капитала организации в течение 2020г.

Таблица 2. Изменение величины и структуры собственного и заемного капитала ООО «Стройка» в течение 2020 г. (тыс. руб.)

Показатели	На 01.01.2020		На 01.01.2021		Изменения	
	Сумма	Уд.вес	Сумма	Уд.вес	Суммы	Структуры
Собственный капитал	40078	90,2	41795	82,8	+1717	-7,4
Заемный капитал, в т.ч.:	4354	9,8	8672	17,2	+4318	+7,4
- кредиты и займы в стоимости имущества	1873	4,2	2307	4,5	+434	+0,3
- кредиты и займы в сумме заемного капитала	1873	43,0	2307	26,6	+434	-16,4
Итого	44432	100	50467	100	+6035	x

В системе показателей, характеризующих использование заемных средств, выделяют следующие направления [2]:

1. Динамика и движение.
2. Эффективность использования заемного капитала.
3. Финансовая устойчивость (финансовая структура капитала).

В систему показателей, оценивающих динамику и движение входят:

1. Коэффициент оборачиваемости кредитов и займов ($k_{об}^{киз}$). Он характеризует интенсивность использования кредитов и займов и показывает, сколько оборотов в течение анализируемого периода они совершают:

$$k_{об}^{киз} = \frac{B}{КиЗ} \quad (1)$$

где B – сумма выручки в отчетном году; $КиЗ$ – средняя величина кредитов и займов. В ООО «Стройка» этот показатель составит 16,95 оборотов. Расчет проведен с учетом процентов, начисленных за пользование кредитами (руб.):

$$k_{об(2010)}^{киз} = \frac{35417}{2090} = 16,95 \text{ _ оборотов}$$

2. Средний период использования части заемного капитала – кредитов и займов ($П_о^{киз}$). Показывает продолжительность одного оборота заемного капитала:

$$П_о^{киз} = \frac{КиЗ \times Д}{B} \quad П_о^{киз} = \frac{2090 \times 365}{35417} = 21,54 \text{ дн.} \quad (2)$$

где $Д$ – количество дней в анализируемом периоде. В том числе по краткосрочным кредитам:

$$П_о^{киз} = \frac{1128 \times 365}{35417} = 12,66 \text{ дн.}$$

То есть практически каждые две недели краткосрочные кредиты погашаются или берутся, или совершаются другие операции по ним. И по долгосрочным кредитам:

$$П_о^{киз} = \frac{\text{Средняя величина долгосроч.кредитов} \times 365}{\text{Выручка}} = \text{дней.}$$

Расчеты могут быть неточными, так как предприятие периодически переводит кредиты из краткосрочных в долгосрочные и наоборот. Сокращение оборачиваемости заемных средств может быть вызвано следующими причинами:

1) привлечение заемных средств, превышающее по темпам роста объем продаж. Рекомендуемые управленческие решения: мониторить темпы роста кредитов и темпы роста выручки (темп роста выручки должен быть выше);

2) уменьшение объемов деятельности и появление показателя «убыток», которые ведут к дефициту ресурсов.

Решения, принимаемые управленческим персоналом: проведение мероприятий по финансовому оздоровлению, которые могут включать следующие этапы:

I этап – ликвидировать неплатежеспособность. Но при осуществлении данного этапа надо оценить масштабы кризисных явлений в стране.

II этап – восстановить финансовую устойчивость:

- приостановить нерентабельных производств;
- вывести из состава активов затратных объектов;
- выкуп долговых обязательств с дисконтом;
- оптимизировать численности работников предприятия.

III этап – обеспечение финансовой устойчивости в долговременном периоде. Принимаемые управленческие решения в этом случае заключаются в следующем: финансовый менеджер обязан принять меры для снижения цены капитала по финансовым кредитам: выбор альтернативных банков с более низкими ставками по кредитам, обсуждение с обслуживающим банком более выгодных условий для кредитования, возможностей реструктуризации кредитов и пр. При овердрафтах или коммерческом кредитовании необходимо увеличить период расчетов с поставщиками.

Оценка кредитоспособности заемщика ООО «Стройка» проводилась по Методике, разработанной на основе Приложения к Регламенту предоставления кредитов юридическим лицам Сбербанком России для определения финансового состояния и степени кредитоспособности Заемщика [3]. Для определения кредитоспособности заемщика проводится количественный (оценка финансового состояния) и качественный анализ рисков. Целью проведения анализа рисков является определение возможности, размера и условий предоставления кредита. Оценка финансового состояния заемщика производится с учетом тенденций в изменении финансового состояния и факторов, влияющих на эти изменения. С этой целью необходимо проанализировать динамику оценочных показателей, структуру статей баланса, качество активов, основные направления хозяйственно-финансовой деятельности предприятия. Оценка результатов расчетов шести коэффициентов заключается в присвоении Заемщику категории по каждому из этих показателей на основе сравнения полученных значений с установленными достаточными. В итоге определяется сумма баллов по показателям в соответствии с их весами (табл. 3).

Таким образом, определено, что анализируемое предприятие относится ко второму классу кредитоспособности (общий балл находится в диапазоне от 1,25 до 2,35, а значение коэффициента рентабельности продаж находится на уровне, установленном не ниже, чем для 2-го класса кредитоспособности). Таким образом, риск данного вложения можно оценить, как средний. Далее оценивается возможность формирования оптимального размера активов для установления объема текущего финансирования с целью сокращения потребности в заемных средствах. При отрицательном эффекте необходимо проводить мероприятия по финансовому оздоровлению.

Таблица 3. Оценка класса кредитоспособности предприятия-заемщика ООО «Стройка» по методике Сбербанка РФ с использованием компьютерной программы «ФинЭкАнализ» [4]

Коэффициенты	Баллы		Структура		
	На начало 2020 г	На конец 2020 г	На начало 2020 г	На конец 2020 г	Изменение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,1	0,1	7,692	7,143	-0,549
Промежуточный коэффициент покрытия	0,1	0,2	7,692	14,286	6,594
Общий коэффициент покрытия	0,4	0,4	30,769	28,571	-2,198
Рентабельность продаж	0,3	0,3	23,077	21,429	-1,648
Рентабельность деятельности предприятия	0,2	0,2	15,385	14,286	-1,099
Общий балл	1,3	1,4	100	100	0
Класс кредитоспособности	2	2			

В результате, в отношении ООО «Стройка» можно сформулировать следующие управленческие решения по оптимизации расчетов по кредитам и займам:

1. Поиск альтернативных банков с более низкими ставками по кредитам.
2. Составления сценарий действий, направленных на получение коммерческого кредита на льготных условиях (или использовать дисконтирование). Например, как вариант, увеличить сроки расчетов с кредиторами.
3. Проводить реструктуризацию задолженности с обслуживающим банком о предоставлении льготной ставки, либо перевод краткосрочной задолженности в долгосрочную.
4. Постоянно проводить аналитические расчеты по определению оборачиваемости краткосрочных и долгосрочных кредитов в отдельности и сравнивать результаты со сроками, указанными в договорах на кредитование.

Следует отметить, в статье рассмотрены наиболее типичные ситуации. На практике число ситуаций и возможных управленческих решений значительно больше. В связи с этим, перечень мероприятий, направленных на улучшение состояния расчетов по кредитам и займам, можно расширять по мере необходимости.

Библиографический список

1. Каморджанова Н. А., Карташова И. В., Шабля А. П. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - Учебное пособие. – 2018.- 480 с.
2. Система основных показателей для анализа заемного капитала. URL: <http://mybiblioteka.su>. - – дата обращения 08.05.2021.
3. Оценка кредитоспособности заемщика по методике Сбербанка. Анализ финансового состояния предприятия. - https://afdanalyse.ru/publ/finansovyi_analiz/osenka_kreditosposobnosti/metodika_sb/29-1-0-43. – дата обращения 08.05.2021.
4. Компьютерная программа «ФинЭкАнализ», разработанная Кубанским государственным аграрным университетом. - 2020.

UDC 336.648

Lazareva Natalia Alekseevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Finance and Accounting

Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics, Saint Petersburg, Russia

MAKING MANAGEMENT DECISIONS ON THE USE OF CREDIT RESOURCES AND ASSESSMENT OF THE FIRM'S CREDIT CAPACITY

The article assesses the efficiency of using the company's borrowed capital in order to ensure financial stability and creditworthiness, offers options for making managerial decisions on the use of credit resources.

Key words: loans and borrowings, management decisions, credit assessment

УДК 330.322

Лемешенко Анна Викторовна

бакалавр 3 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89610047440; lemeshenko.anna@yandex.ru

Научный руководитель:

Ермакова Людмила Владимировна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

В данной статье рассмотрены основные направления модернизации бухгалтерского учёта в условиях цифровой экономики и информационного общества. Обоснована необходимость и выделены проблемы внедрения цифровых технологий в деятельность субъектов рыночной экономики. Проанализированы источники инвестиций в цифровой сектор.

Ключевые слова: автоматизация, бухгалтерский учёт, «блок-чейн», ERP система, инвестиции, цифровая экономика, цифровизация.

Цифровая экономика в современном обществе стала фундаментом для создания новых моделей торговли, бизнеса, производства, логистики. Она позволяет менять формат коммуникаций между людьми, модернизирует и переводит в цифровую форму процедуру предоставления услуг в сфере здравоохранения, образования и государственного управления.

Правительством Российской Федерации сформирована национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [1], утвержденная протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. № 7. Её главной целью является обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономической и социальной сферах жизни общества. Программа направлена на создание и развитие цифровой среды, повышение благосостояния и качества жизни граждан, степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности и качества разного рода услуг для граждан, а также на решение проблем конкурентоспособности и национальной безопасности Российской Федерации [3].

Безусловно, такие изменения затрагивают информационное обеспечение экономических процессов, происходящих в обществе, на каждом его этапе. Бухгалтерский учёт в этой системе играет немаловажную роль сбора, систематизации, обработки и обнародования информации о деятельности рыночных субъектов для различных категорий пользователей. Все организации, присутствующие на рынке, нуждаются в автоматизации данного процесса для более точного отражения текущего финансового состояния организации. Использование предприятиями автоматизированных сервисов и программ

упрощает взаимодействие с государственными бюджетными и внебюджетными фондами.

Реализация программы «Цифровая экономика РФ» подразумевает привлечение большого объёма капитальных вложений. Выделяют два основных источника инвестиций: 1) государственные (57%); 2) частные (43%).

В качестве источника финансирования, способного существенно ускорить темпы цифровизации, могут выступать венчурные инвестиции. Для привлечения интереса инвесторов и более широкого распространения информации о цифровых проектах необходимо модернизировать ограничивающие их деятельность административные барьеры и сформировать доступную информационную базу о технологиях и поставщиках [4].

В связи с цифровизацией экономики в системе бухгалтерского учёта могут возникнуть следующие проблемы:

1) формирование потребности в разработке учётной политики в зависимости от типа организации и степени её «виртуализации»;

2) в соответствии с возрастающей значимостью интеллектуального капитала организации при переводе в цифру, актуализируется проблема его идентификации, принятия к учёту и оценки стоимости;

3) необходимость приобретения бухгалтером актуальных знаний и навыков для успешного выполнения своих обязанностей, стремление к постоянному совершенствованию своих компетенций.

Одним из направлений цифровизации бухгалтерского учёта является использование технологии «блок - чейн». Она представляется собой совокупность взаимосвязанных между собой информационных блоков, выстроенных по определённым правилам. Связь одного блока с другим фиксируется электронной цифровой подписью, что исключает возможность фальсификации или уничтожения информации. Такая база данных позволяет проверять и обмениваться информацией в режиме реального времени. Использование блок - чейн технологии для ведения бухгалтерских записей упрощает совершение сделок купли – продажи, так как способствует безопасной регистрации транзакций и обеспечению максимальной прозрачности. Все совершённые операции записываются в объединённый регистр учёта, что позволяет создать систему связанных между собой учётных записей [5].

В преобразовании уже имеющихся аналоговых знаний в цифру помогает такой процесс как оцифровка. Он позволяет предоставлять быстрый доступ к информации в онлайн - режиме. Оцифрованные инструменты бухгалтерского учёта сделают бизнес-индустрию более автоматизированной, а бизнес-процессы более гибкими и изменчивыми. [2]

На сегодняшний день существуют программы для удобного ведения бухгалтерского учёта. Это такие специализированные продукты и онлайн - сервисы, как «1С: Предприятие», «Контур. Эльба», «Контур. Бухгалтерия», «Парус», «Моё дело» и другие. Они позволяют формировать первичные документы, вести журнал хозяйственных операций и формировать различного рода отчётность. При выборе программы необходимо руководствоваться

организационно – правовой формой, применяемой системой налогообложения, количеством сотрудников и в целом масштабом бизнеса. Достоинствами таких систем являются гибкие настройки, позволяющие адаптироваться к особенностям любого предприятия, широкий выбор конфигураций и дополнений. Также пользователям предоставлена возможность формировать и отправлять отчётность в надзорные органы с помощью специальных сервисов.

Для оптимизации управления активами и ресурсами предприятия могут использовать ERP системы. Дословно аббревиатура расшифровывается как Enterprise Resource Planning, что в переводе с английского языка означает «планирование ресурсов предприятия». Данная программа позволяет автоматизировать и значительно ускорить некоторые бизнес-процессы. Программное обеспечение также предназначено для хранения и обработки критически важных для организации сведений.

Бухгалтерский учет является языком бизнеса, включающим в себя предоставление финансовой информации внутренним и внешним пользователям. Структурированная бухгалтерская отчётность выступает в современном мире информационным полем для управления экономическими процессами. Автоматизация ведения бухгалтерского учёта позволит получать необходимую информацию в кратчайшие сроки, принимать эффективные управленческие решения и оперативно реагировать на разного рода изменения в структуре экономики.

Развитие цифровых технологий позволит сохранить, а в перспективе и преумножить, конкурентоспособность российской экономики на внутреннем и внешнем рынках.

Список литературы:

1. Еременко, В.А. Влияние цифровизации на бухгалтерский учёт / В.А. Еременко, А.М. Мамлеева. – г. Ростов-на-Дону, Россия // Электронный научный журнал «Вектор экономики» №4, 2019.
2. Губко О.В., Мельгуй А.Э. Проблемы учетно-контрольных и аналитических процессов в России, связанные с развитием цифровой экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 175-180.
3. Гончаров В.С., Ковалева Н.Н. Совершенствование учётно-контрольных и аналитических процессов в условиях цифровой экономики. В сборнике: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. 2020. С. 100-104.
4. Дворецкая Ю.А., Чубченко М.М. Цифровая экономика как фактор экономического роста. В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных преобразований. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов. Под редакцией М.М. Шабановой. 2019. С. 45-47.
5. Кузнецова О.Н., Павленок А.В. Актуальные проблемы управления в условиях цифровой экономики. В сборнике: Информационные технологии в экономике и управлении. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 321-324.

INVESTMENT SOURCES OF THE DEVELOPMENT OF THE DIGITALIZATION OF ACCOUNTING ABSTRACT

This article explores the main areas of modernization of accounting in the digital economy and information society. The need and the problems of introducing digital technologies into the activities of market economies are justified and highlighted. The sources of investment in the digital sector have been analyzed.

Keywords: automation, accounting, block-chain, ERP system, investment, digital economy, digitalization.

УДК 339.138

Лизовская Вероника Владимировна

К. э. н., доцент кафедры экономической теории

Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

Тел. 89213836601, e-mail: Lizovskaya.vv@mail.ru

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

В статье рассматриваются изменения в банковском секторе, вызванные цифровизацией, анализируется значение программ лояльности в современных условиях цифровой трансформации финансового рынка, их возможности и направления развития с учетом дальнейших изменений.

Ключевые слова: программа лояльности, банковский сектор, омниканальность, экосистема

Изменения в финансовом секторе происходят более активно, чем в прочих сферах. Именно банки лидируют при оценке индекса цифровой трансформации отрасли (Industry Trasformation Score -ITS) [4], а эксперты рынка отмечают коренные изменения ландшафта банковского сектора с связи с цифровизацией [8]. Конкуренция за клиента на финансовом рынке становится все более сильной, чему способствуют различные сервисы, упрощающие сравнение банковских услуг (такие, как банки.ру), развитие системы банковских платежей, позволяющей производить банковские переводы между банками без комиссий, и дополнительные возможности, предоставляемые цифровыми технологиями и дистанционным обслуживанием.

Покупатели потребляют все больше цифровых банковских услуг. А доля пользователей мобильных банковских приложений у ряда банковских структур достигает 99% [5]. В связи с этим, вопрос качества банковского обслуживания стоит перед всеми финансовыми структурами наиболее остро, а задача удержания клиентов становится наиболее актуальной.

Один из способов укрепить связь с аудиторией – это внедрение программы лояльности, ориентированной на решение проблем, с которыми сталкиваются банки и компании, предоставляющие финансовые услуги. Программы лояльности для финансовых услуг - это инструменты удержания клиентов, направленные на повышение интереса к бренду и повышение частоты покупок для банков и страховых компаний. Программы лояльности нацелены на укрепление долгосрочного доверия клиентов, защиту от конкуренции и даже ускорение усилий по цифровизации.

За последние годы вознаграждения клиентам банковских структур выросли существенно [3], стали более прозрачными и повысили привлекательность сотрудничества для клиентов [1]. А снижение числа используемых населением банковских карт в 2020 году на фоне роста заинтересованности и использования различных банковских программ и сервисов клиентами говорит о росте эмоциональной взаимосвязи клиентов с банковскими структурами.

Основные этапы взаимоотношений клиента с банком и другими компаниями в финансовом секторе связаны с выбором и приобретением услуги, в то время, как прочие точки взаимодействия обычно отсутствуют. Создавая новые точки соприкосновения, которые привлекают клиентов за пределами цикла покупки, компании могут показать, что они заботятся о своих клиентах и хотят узнать о них больше. При этом программы лояльности являются наилучшим способом создания этих дополнительных точек контакта. Из-за уникального характера предложения финансовых услуг в зависимости от кредитоспособности и прочих параметров клиента, все программы лояльности в финансовом секторе являются закрытыми.

Омниканальность в банковской сфере является естественной. Клиенты обращаются в офис, используют мобильный банк и ожидают удобного обслуживания по всем каналам. Омниканальные программы лояльности гарантируют, что клиенты могут зарабатывать баллы или получать вознаграждения, выполняя определенные действия. Так, большинство банков стимулируют использование именно онлайн обслуживания путем предложения повышенных процентных ставок по вкладам в сравнении с обслуживанием в офисах.

Система вознаграждений, основанная на опыте взаимоотношений с компанией, является характерной для банковского сектора. Клиентам предлагаются различные стимулы, включая подарки, кэшбэк и прямые денежные вознаграждения, скидки и премиальные программы обслуживания, уменьшение ставок по кредитам и многое другое. При этом, многие банки создают среду, в которой клиент получает выгоду от использования сразу нескольких банковских продуктов. Поскольку в банковском секторе клиенты не покупают продукты в традиционном смысле, программы финансовой лояльности вместо этого побуждают участников тратить деньги с использованием кредитной карты или выделяют пакеты услуг, такие как ссуды или ипотека. А возможности банковской экосистемы расширяют этот подход и включают в предложение большое число небанковских предложений от компаний - партнеров.

Банки стараются сохранить ощущение лояльности свежим и увлекательным, время от времени вводя новые предложения, стимулируя постоянное взаимодействие клиента с банком, знакомство с актуальными предложениями и участие в различных обновляющихся программах. А современные технологии позволяют создавать горячие предложения, включая бонусные баллы за использование выбранных карт или другие действия, кампании двойных баллов за покупки, сделанные в Черную пятницу.

Современное развитие банковского сектора невозможно представить без активного внедрения инноваций и внедрения информационных технологий [7]. Использование цифровых решений позволяет повышать прозрачность бизнеса, достигать положительных финансовых результатов, а также существенно повышать качественный уровень обслуживания клиентов. В банковской сфере это связано в первую очередь с возможностью индивидуализации предложения на основе использования больших данных с применением подходов

динамического ценообразования. Кроме того, большинство современных банков уже не видят своего развития без формирования экосистем, включающий большой спектр сервисов и услуг, которыми могут воспользоваться действующие клиенты банков [2]. Более того, крупные цифровые компании, такие как Яндекс, Mail.ru, Ozon, Wildberries уже сообщили о развитии собственных финансовых сервисов, что принесет дальнейшие изменения на финансовом рынке и повысит конкуренцию в банковском секторе [6]. В связи с этим вопрос повышения клиентского сервиса и рост лояльности клиентов становится еще более актуальным на анализируемом рынке.

Список использованной литературы:

1. Банки стали улучшать условия программ лояльности [Электронный ресурс]: <https://frankrg.com/26555> (Дата обращения: 07.05.2021).
2. Банковская экосистема – модный тренд или стратегическая необходимость? [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2021/05/08/868929-novak-nazval-sroki-dogazifikatsii-naseleennih-punktov-v-rossii> (Дата обращения: 07.05.2021).
3. Бонус против кэшбэка. Банки упрощают программы лояльности и делают их выгоднее [Электронный ресурс]: https://www.dp.ru/a/2020/03/10/Bonus_protiv_kjeshbjeka (Дата обращения: 07.05.2021).
4. В цифровизации лидируют банки [Электронный ресурс]: https://dtg.technology/v_cifrovizacii_lidiruyut_banki (Дата обращения: 05.05.2021).
5. Исследование компании “Делойт”, СНГ, сентябрь 2020 года. Предпочтения розничных клиентов в банковской сфере [Электронный ресурс]: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/consumer-preferences-in-banking-services-russia.pdf> (Дата обращения: 08.05.2021).
6. ИТ-компании идут в финтех [Электронный ресурс]: https://arb.ru/b2b/trends/it_kompanii_idut_v_fintekh-10453842/ (Дата обращения: 08.05.2021).
7. Цифровая трансформация финансового сектора [Электронный ресурс]: <https://mgimo.ru/upload/iblock/2ef/Инновации%20в%20менеджменте.pdf> (Дата обращения: 06.05.2021).
8. Цифровизация принципиально меняет ландшафт банковского сектора [Электронный ресурс]: <https://plus.rbc.ru/news/5e8ebda37a8aa9604204579a> (Дата обращения: 07.05.2021).

UDC 339.138

Lizovskaya Veronika Vladimirovna

PhD, Associate professor, Department of Economic Theory

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

LOYALTY PROGRAMMS IN BANKING

The article examines the changes in the banking sector caused by digitalization, analyzes the importance of loyalty programs in the modern conditions of digital transformation of the financial market, their opportunities and directions of development, taking into account further changes in the market.

Key words: loyalty program, banking sector, omnichannel, ecosystem

УДК 336.74

Любименко Анна Игоревна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

ИСТОРИЯ ДЕНЕГ

Денежное обращение является неотъемлемой частью любой экономической модели. Технологические изменения, приводящие к смене экономической формации затрагивают в том числе и денежную сферу.

Ключевые слова: *деньги, функции, эволюция*

Деньги прошли многоэтапный путь эволюции от использования в качестве всеобщего эквивалента обмена природных материалов (растительного, животного и минерального происхождения), монет (каменных, металлических), бумажных носителей (банкнот, дорожных чеков), пластиковых карт до электронных цифровых денег.

Историю денег целесообразно рассматривать в соответствии с функциями, которые они выполняют в экономике и какие экономические отношения обслуживают.

Изначально деньги служат мерилom стоимости товаров, работ и услуг и соответственно используются в товарообменном процессе.

Также деньги выполняют роль средства обращения и также используются в товарообменном процессе. В данном случае важным показателем выступает такая черта денег как ликвидность, то есть способность быстрого обмена на любые товарно-материальные ценности на любом рынке.

Важная роль денег заключается в использовании их как средства платежа и соответственно сферы применения денег в данном качестве гораздо шире, это коммерческие и финансовые операции, производственная и непроизводственная сферы.

Также исторически деньги выступают в роли средства накопления, меняются при этом формы денег и инструменты инвестирования.

В условиях расширения международных товарообменных операций возрастает роль денег как всеобщего платежного средства. Форма международных денег также трансформируется в соответствии с изменениями парадигмы экономики и экономической модели.

Причинами и следствиями технологических революций являлись изменения элементов экономической системы, в том числе и денежного обращения.

Трансформация технологий не вызвала изменения функций денег. Однако, изменению подверглась форма существования и функционирования денег (рис.1).



Рис. 1. Эволюция денег

Деньги вне зависимости от формы всегда выполняли роль особого или специфического товара, который измеряет стоимость других товаров. Соответственно они также выступают в форме знака стоимости.

Форма ценных бумаг изначально использовалась в дальней торговле и путешествиях, когда расписки банка служили средством перемещения денег и расчетов по сделкам.

Деньги выполняют роль блага или ценностей, что выражается в преобладающей привлекательности финансового вознаграждения над иными формами.

Форма денег в виде банковских записей является в настоящее время базовой для проведения расчетных и иных финансовых операций.

В истории товарообменных и кредитно-денежных операций в качестве аналога денег, а далее в производстве денег использовались разные материалы.

Одними из первых были природные материалы органического и неорганического происхождения, такие как раковины, перья, корни, соль, рыба, а также живой скот в качестве средства бартера. Раковины каури использовались в качестве денег вплоть до конца XX века.

По мере освоения технологий обработки камня и металлов началась чеканка денег в форме предметов, а затем монет. Для изготовления денег использовались железо, медь, бронза, серебро, золото, а также их сплавы.

Следующим материалом для изготовления денег стала бумага. Впервые металлические и бумажные деньги начали использовать в Китае, что стало возможным благодаря развитию технологий обработки металлов, а затем и изобретению бумаги.

В Европе металлические деньги впервые вошли в оборот в 687 году до н. э. Монеты неправильной формы изготавливались из сплава золота и серебра, называемого «электрон». Позднее монеты приобрели форму круга.

Помимо появления технологической возможности необходимость производства бумажных денег возникла как следствие развития и расширения международной торговли требующей перемещения большого количества металлических денег.

Изначально бумажные деньги имели полное покрытие драгоценными металлами. Золото играло роль мировых денег до первой четверти XX века. Действовал золотой обменный стандарт, на смену которому пришел период биметаллизма, когда серебро дополнило золото в качестве обеспечения денег.

Однако, со второй четверти XX века от покрытия бумажных денег драгоценными металлами стали отходить.

Роль мировых денег стал играть доллар США, активно использующийся в международном ценообразовании и расчетах по сделкам. Статус резервной валюты доллар получил в 1944 на конференции в Бреттон-Вудсе (США), дополнив выполняющий данную роль фунт стерлингов [1].

Отказавшись от золотого обеспечения денег перешли к товарному, таким образом денежная масса покрывается золотовалютными резервами страны и производимыми в стране товарами, и услугами для потребления.

Бумага как материал используется не только для изготовления денег, но и других финансовых инструментов: векселей, банковских расписок, ценных бумаг, чеков.

Требуемая безопасность перемещения денег как в торговле, так и в туризме, потребовала создания новых инструментов, таких как дорожные чеки и карточки (картонные и металлические), ставшие прототипом пластиковых.

Первые выпускаемые карты были кредитными и выдавались клиентам магазинов, нефтяных компаний, отелей и т. д. Предназначением карточек была фиксация операций, совершаемых клиентами, то есть совершаемых покупок и движения средств на счете.

Первые дорожные чеки выпустила в 1891 году компания American Express, обслуживающая операции перевозки между компаниями и банками. Позднее в 1914 году Western Union выпустила кредитную карточку, которая отражала сумму кредита клиента.

Постепенно на смену бумажным картам пришли металлические с указанием номера, данных клиента и срока действия. Металлические карточки разного цвета выпускались из стали, меди, сплавов с нанесением данных и подписи клиента.

В 1960 году карта стала пластиковой позднее получив электронную память. Использование карт позволило автоматизировать расчетные операции и ускорить их обработку.

Ассоциации банков запустили платежные системы American Express, Master Card, Visa, предоставляющие клиентам широкие возможности осуществления расчетов в большинстве стран и национальных валют. В 2015 году в Российской Федерации начала работать национальная платежная система Мир.

Широкое распространение расчетов пластиковыми картами явилось базой активизации диффузии пластиковых денег во все сферы экономики.

«Пластиковые деньги» функционируют в виде электронных записей на счетах клиентов и с помощью информационных технологий обеспечивают расчеты и фиксируют движение средств по счетам.

Пластиковые электронные деньги обслуживают большую часть расчетов физических лиц, однако, постепенно пластиковые деньги сменяют цифровые, не имеющие материального носителя.

Системы электронных кошельков и бесконтактных мобильных платежей являются следующим этапом эволюции денежной сферы. Также используются гибридные средства, объединяющие функционал пластиковых и электронных денег.

Четвертая технологическая революция на базе информационных технологий в денежной сфере нашла отражение в использовании технологии блокчейна и шифрования для инвестиций и расчетов виртуальными цифровыми деньгами (криптовалютами).

Распространение в мире получили такие валюты как биткойн (BTC), биткойн-кэш (BCH), эфир (ETH), стеллар (XLM), USD Digital (USD-D), ранее называвшийся USD PAX, и Tether (USDT).

Закон РФ «О цифровых финансовых активах», вступивший в действие 1 января 2021 года определяет цифровую валюту как «совокупность электронных данных (цифрового кода или обозначения), содержащихся в информационной системе, которые предлагаются и (или) могут быть приняты в качестве средства платежа, не являющегося денежной единицей Российской Федерации, денежной единицей иностранного государства и (или) международной денежной или расчетной единицей, и (или) в качестве инвестиций и в отношении которых отсутствует лицо, обязанное перед каждым обладателем таких электронных данных» [2].

Расчеты и смена собственника криптовалюты фиксируются в форме записи в регистре учета соответствующей пиринговой системы. В Российской Федерации расчеты по операциям связанным с приобретением товаров, работ, услуг криптовалютами запрещены.

Цифровые деньги, создаваемые на принципиально иной чем традиционные деньги основе не имеют покрытия ни в резервной ни в товарной форме, что выражается в высокой степени риска инвестирования в подобные финансовые инструменты. Автономные центры эмиссии (майнинга) цифровых денег не подконтрольны центральным банковским структурам большинства стран, что требует совершенствования подходов к регулированию цифровой денежной сферы.

Таким образом, деньги и денежное обращение прошли путь трансформации от бартера (натурального обмена) и использования денег в традиционной металлической и бумажной форме до внедрения электронных и цифровых валют. Каждый этап эволюции сопряжен с проявлением новых факторов риска для денежного обращения, однако, проблемы безопасности платежей и сохранности богатства также решаются при помощи совершенствования технологий.

Список использованных источников

1. Авдокушин Е. Ф. Международные экономические отношения: Учеб. пособие.- 4-е изд., перераб. и доп.- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1999 - 264 с.

2. Федеральный закон "О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 31.07.2020 N 259-ФЗ – электронный ресурс: режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/ - дата обращения 15.05.2021.

UDC 336.74

Lyubimenko Anna Igorevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management

FGBOU VO St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

MONEY HISTORY

Money circulation is an integral part of any economic model. Technological changes leading to a change in the economic formation also affect the monetary sphere.

Keywords: money, functions, evolution

УДК 316.33

Майсурадзе Софья Сергеевна

3-ГДА-2

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

cool.maysuradze@mail.ru

Доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, кандидат экономических наук, Марианна Витальевна
Смирнова

РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В статье рассматриваются инвестиционные риски в предпринимательской деятельности, всевозможные виды рисков и способы страхования инвестиций.

Ключевые слова: инвестиции, предпринимательство, риск, страхование.

В современном мире риски являются важной частью в предпринимательской деятельности. Стоит отметить, что предпринимательство априори является рискованной деятельностью. Недостаточное внимание к рискам в данной сфере может привести к материальным и нематериальным потерям, которые в конечном итоге выражаются в недополученной прибыли или прямых убытках [1].

Предпринимательский риск – это «... возможность наступления (опасность возникновения) неблагоприятного события, в результате которого субъект, принявший решение, направленное на достижение поставленной цели, теряет полностью или частично свои ресурсы, недополучает ожидаемый доход или несет не предусмотренные замыслом дополнительные материальные и финансовые расходы» [2].

Предпринимательские риски классифицируются на внешние и внутренние.

Внешние риски в деятельности предприятия:

- Политические риски связаны с политической обстановкой в стране и деятельностью органов государственной власти (революция, военные действия, национализация частной собственности, конфискация имущества и др.).
- Законодательные предполагают изменение действующих норм с выходом новых законодательных и нормативных актов, например, ухудшающих положение компании (введение новых налогов, отмена налоговых льгот, повышение налоговых ставок и др.).
- Природные связаны с возможными стихийными бедствиями (наводнения, пожары, землетрясения и т. п.) и загрязнением окружающей среды.
- Макроэкономические обусловлены развитием экономических процессов в стране и в мире в целом. В свою очередь, макроэкономические риски включают инфляционные (дефляционные), валютные, процентные и структурные риски.

Внутренние риски в предпринимательской деятельности:

- Производственный риск связан со спецификой технического процесса на конкретной компании, компетенцией сотрудников, организацией сырьевых материалов и осуществления транспорта. А также путем проверки и мониторинга контрагентов (невыплата прибыли, полученной от продажи товаров; отказ в предоставлении кредитов на увеличение производства).

- Коммерческий риск идет на этапе продажи готовой продукции. Бизнес-риск в бизнесе связан с ненадлежащим исследованием рынка, в результате которого компания не может продать все объемы продукции, недооценкой конкурентов на товарном рынке или неправильной ценовой политикой, в дополнение к которой контрагенты не выполнили договорные обязательства.

- Финансовые связаны с покупательной способностью денег, например, с инфляцией или изменением валютных курсов и инвестиционными ошибками (риски заказчика строительных работ; кредитный риск заемщика) [3].

- Человеческий фактор (некомпетентность сотрудника).

Это основные виды предпринимательских рисков. Чтобы их минимизировать, поможет страхование тех или иных рисков.

Страхование предпринимательских рисков

В каком случае происходит страхование? Если полученные доходы не соответствуют прогнозируемым, или потеря ресурсов.

Как правило, предпринимательские риски нельзя застраховать без предварительного страхования недвижимости и оборудования. Получить выплату по такому договору может только сам предприниматель, выгодоприобретателей по нему не бывает.

Ст. 933 ГК РФ

В стандартный пакет для малого бизнеса входит страхование от производственного перерыва: страховая возместит убытки, если предприятие не сможет работать в течение определенного времени. Кроме того, застраховать можно и другие предпринимательские риски. Например, существует страховка от банкротства или нарушения контрагентом договорных обязательств.

Дополнительные опции: личное страхование сотрудников

Базовый страховой пакет можно дополнить услугой личного страхования сотрудников. Это повысит престиж предприятия на рынке труда, поможет привлечь и удержать перспективных работников. А для компаний, которые платят налоги по упрощенной системе «доходы минус расходы», корпоративное страхование работников уменьшит налогооблагаемую базу.

Для бизнеса подойдут следующие виды личного страхования:

- Добровольное медицинское страхование сотрудников. Если сотруднику потребуется медицинская помощь, он получит её за счёт страховой компании.

- Страхование сотрудников от несчастного случая. Если сотрудник получит производственную травму, страховая компания выплатит компенсацию.

- Корпоративное накопительное страхование жизни. Предприятие заводит сотрудникам накопительные счета и регулярно перечисляет на них

определенные суммы. После отработки оговоренного срока работник получает накопленные деньги [4].

Риск того, что тот или иной бизнес обанкротится – есть всегда. Таким образом, начинающий предприниматель должен быть готов к всевозможным рискам в своей деятельности, умея их анализировать и как следствие нейтрализовать.

Список литературы

1. Ковалева И.П. Риски и предпринимательство в России: актуальные тенденции / И.П. Ковалева // Электронный научный журнал «Вектор Экономики». – 2019. - № 4. – С. 2-3
2. Ступаков В.С., Токаренко Г.С. Риск-менеджмент: Учеб. пособие. — М.: «Финансы и статистика», М. 2005
3. Риски в предпринимательской деятельности: примеры и виды [Электронный ресурс]. – URL: <https://globas.credinform.ru/ru-RU/blog/riski-v-predprinimatelskoi-deiatelnosti-primery-i-vidy#:~:text=Кроме%20того%2C%20к%20внутренним%20рискам,виды%20рисков%20в%20предпринимательской%20деятельности%3A>
4. Как и зачем страховать бизнес [Электронный ресурс]. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/vidy-strahovanie-biznesa-i-zachem-eto-nuzhno/

UDC 316.33

Maisuradze Sofia Sergeevna

3-GDA-2

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia
cool.maysuradze@mail.ru

Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing, Candidate of Economic Sciences,
Marianna Vitalievna Smirnova

RISKS OF INVESTING IN BUSINESS ACTIVITIES

The article discusses investment risks in business, all kinds of risks and methods of investment insurance.

Key words: investments, entrepreneurship, risk, insurance.

УДК 368.1

Макаренко Евгений Александрович

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента наукоемких производств

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения,
Санкт-Петербург, Россия

тел: (812) 710-65-10, e-mail: ss300@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАХОВАНИИ

В статье анализируется текущее состояние страховых компаний, относящихся субъектам малого и среднего предпринимательства и перспективы их развития в рамках требований современного законодательства.

Ключевые слова: страхование, риск, предпринимательство, банкротство

В России по состоянию на апрель 2021 в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) входит 20 страховых компаний. При этом к микропредприятиям относится 2 компании, 11 – к малым и 7 - к средним. Большинство данных компаний имеет уставной капитал, удовлетворяющий минимальным требованиям ЦБ РФ по состоянию на 2020 год – 120 млн. руб. (Таблица 1).

Согласно Федеральным законам от 22 декабря 2020 г. № 442-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части введения обеспечительных мер, направленных на сохранение имущества субъекта страхового дела в целях исполнения его обязательств" с 01 января 2022 года страховые компании универсальные страховые компании должны будут увеличить уставной капитал до 180 млн. руб., а страховщики жизни до 310 млн. руб.[1] Из указанного списка 20 компаний можно сказать, что 12 компаний не удовлетворяют требования регулятора. С 1 января 2023 года, уставной капитал универсальной страховой компании должен будет составлять не менее 240 млн. руб., что ставит под вопрос существование еще 4 страховые компании. С 1 января 2024 года начинается последний этап увеличения требований к уставному капиталу страховщиком до 300 млн. руб., что может привести к уходу с рынка еще одного страховщика [6].

Безусловно, постоянно повышение требований регулятора размеру уставного капитала страховщиков – это нормальная практика развития требований к устойчивости страховых компаний. При этом все участники страхового рынка были в курсе проекта данного закона, кроме того, из-за пандемии сроки увеличения уставного капитала были сдвинуты на год. Однако за этот год ни одна из компаний данного списка не привела размер уставного капитала к требованиям регулятора. Можно предположить с большой долей вероятности, что 17 компаний из данного списка покинут страховой рынок в ближайшие два года.

Таблица 1. Уставной капитал страховщиков, относящихся к субъектам МСП

№ п/п	Наименование страховой компании	Категория предприятия	Уставной капитал, тыс. руб.
1	АО «Боровицкое страховое общество»	Малое предприятие	250 368
2	АО «Страховая группа «Престиж-Полис»	Малое предприятие	150 250
3	АО «Страховая группа Авангард-Гарант»	Среднее предприятие	130 000
4	АО «Страховая компания резерв»	Малое предприятие	120 000
5	АО «Страховая компания АСКО-ЦЕНТР»	Малое предприятие	210 870
6	АО Страховая компания «БАСК»	Среднее предприятие	480 000
7	АО Страховая компания «ИНГВАР»	Малое предприятие	150 820
8	Дальневосточное железнодорожное акционерное страховое общество «ДАЛЬЖАСО»	Малое предприятие	180 012
9	ООО «АМТ СТРАХОВАНИЕ»	Малое предприятие	120 000
10	ООО «Британский страховой дом»	Среднее предприятие	510 000
11	ООО «Международная страховая группа»	Малое предприятие	122 568
12	ООО «Международная страховая компания «АЙАЙСИ»	Среднее предприятие	1 000 000
13	ООО «Страховая компания «ГРАНТА»	Малое предприятие	180 000
14	ООО «Страховая компания «ИНЕРТЕК»	Микропредприятие	130 000
15	ООО «Страховая компания «ИНСАЙТ»	Микропредприятие	120 000
16	ООО «Страховая компания Доминанта»	Малое предприятие	200 000
17	ООО «Страховая компания Екатеринбург»	Малое предприятие	120 000
18	ООО «Страховое медицинское общество Спасение»	Среднее предприятие	120 000
19	ООО Страховая компания «АСКОР»	Среднее предприятие	163 000
20	ООО Страховая компания «ДЕЛО ЖИЗНИ»	Среднее предприятие	240 000

Постановлению Правительства РФ от 11 декабря 2014 г. N 1352 "Об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" и Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" государственные заказчики обязаны передавать не менее 15% объема своих закупок МСП. При этом страхование не является исключением. Учитывая, что уровень финансовой грамотности отдела закупок, как правило, не высокий – это приводит к тому, что закупки страховых услуг ставят в один ряд, например, с закупками услуг по мойке окон или уборке помещений [4]. Однако в случае банкротства клининговой компании заказчик, как правило, не несет никаких потерь, т.к. оплата за услуги производится по

факту их выполнения, а в случае банкротства и неисполнения контракта, заказчик просто не оплатит неоказанные (или оказанные с замечаниями услуги), то в случае со страхованием страховая премия оплачивается, как правило, при заключении договора страхования и страховщик еще несет ответственность обычно в течение года. Заказчик, как правило, не отслеживает состояние лицензии и/или финансовое состояние страховщика в течение действия контракта по страхованию. Поэтому потеря лицензии страховщиком является для заказчиков неожиданностью [2]. Однако, если не было страховых событий, то заказчик может просто объявить новую закупку страховых услуг, в этом случае просто необходимо будет выделить средства на новый договор страхования. Если же наступило страховое событие, а исполнитель признан банкротом, то в данном случае все расходы по ликвидации последствий страхового события ложатся на заказчика, исключение из этого составляет только обязательное страхование автогражданской ответственности, обязательное страхование гражданской ответственности перевозчика за причинение вреда жизни, здоровью, имуществу пассажиров и ответственности и обязательное страхование гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте [3]. В этих трех случаях есть фонды, из которых будет осуществляться выплата страхового возмещения, если страховщик будет признан банкротом.

Можно отметить, что обеспечение исполнения контракта для МСП установлено также меньше (2% от начальной максимальной цены контракта), чем для обычных исполнителей – 5%. Соответственно, мы видим, что и гарантий у заказчика не много при заключении договора страхования с МСП.

В Санкт-Петербурге в 2021 году сложилась ситуация с закупками по страхованию имущества в рамках 44 ФЗ, когда дабы следовать в рамках лимитов по закупкам, заказчики более 25% всего количества закупок отдают МСП [7]. При этом конкуренции среди МСП по страхованию имущества нет, поэтому всю данную категории закупок забирает одна компания ООО «Страховая компания Екатеринбург» по начальной максимальной цене контракта, т.е. без торгов. Получается ситуация, когда одна компания, существование которой в 2022 году находится под вопросом, забирает по максимальной цене достаточно существенный объем рисков по страхованию имущества при этом гарантии исполнения обязательств страховщиком перед заказчиками очень низкие, а вероятность убытков существуют, так за январь-март 2021 года в г. Санкт-Петербурге произошло 2213 пожаров [5].

Исходя из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. Текущие требования к передаче МСП 15 % всех закупок в рамках 44 ФЗ приводит к тому, что этими преференциями пользуются компании, надежность которых находится под вопросом.
2. Отсутствует механизм выплаты по многим видам страхования в случае признания исполнителя банкротом, нет специальных фондов (как, например, фонд РСА или НССО).

3. Отсутствует конкуренция среди МСП на рынке страхования, что приводит к неэффективности закупок страхования, т.е. закупки производятся по начальной максимальной цене контракта, без какого-либо снижения.

Для решения указанных проблем необходимо исключить из закупок у МСП страховые услуги, что позволит с одной стороны допустить к торгам крупных надежных страховщиков, с другой - сэкономить бюджетные средства, т.к. в ходе торгов будет снижаться цена закупки.

Список использованных источников

1. Динамика рынка. Страхование сегодня. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.insur-info.ru/statistics/> (дата обращения: 01.05.2021).
2. Макурова Т.С., Макаренко Е.А. Формирование коллективной памяти в виртуальном пространстве // Сборник: Социальная реальность виртуального пространства. материалы II Международной научно-практической конференции. Иркутск, 2020. С. 42-43.
3. Макаренко Е.А. Применение методов геймификации и телематики в страховании автотранспорта в России // Инновационная деятельность. 2019. № 4 (51). С. 93-94.
4. Моськин А.В., Макаренко Е.А. Стратегическое развитие инновационных форм управления рисками // Сборник: Стратегическое развитие социально-экономических систем в регионе: инновационный подход. материалы VI международной научно-практической конференции : сборник статей и тезисов докладов. Владимир, 2020. С. 402-403.
5. Статистические сведения о чрезвычайных ситуациях, пожарах и их последствиях в Санкт-Петербурге. МЧС России. Главное управление по Санкт-Петербургу. [Электронный ресурс]. – URL: <https://78.mchs.gov.ru/deyatelnost/profilakticheskaya-rabota-i-nadzornaya-deyatelnost/statisticheskie-dannye/statisticheskie-svedeniya-o-chrezvychaynyh-situatsiyah-pozharah-i-ih-posledstviyah-v-sankt-peterburge> (дата обращения: 01.05.2021).
6. Страхование. Банк России [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.cbr.ru/statistics/insurance/> (дата обращения: 01.05.2021).
7. Церкаевич Л.В., Макаренко Е.А. развитие страхования от инфекционных заболеваний в России // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. Т. 224. № 4. С. 387-388.

UDC 368.1

Makarenko Evgeny Alexandrovich

PhD, associate Professor, Associate Professor of the Department of Management Of Knowledge-Intensive Production

St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, St. Petersburg, Russia tel: (812) 710-65-10, e-mail: ss300@yandex.ru

PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN INSURANCE

The article analyzes the current state of insurance companies related to small and medium-sized businesses and the prospects for their development within the framework of the requirements of modern legislation.

Keywords: insurance, risk, entrepreneurship, bankruptcy

УДК 318

Макаров Николай Николаевич

студент группы КБ-007

Научный руководитель: к.э.н., доцент Фурсова Елена Алексеевна

Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра, Санкт-Петербург, Россия

ИННОВАЦИОННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ЦИФРОВОМ МИРЕ: ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ И ЛИЗИНГ ПО-НОВОМУ НА ПРИМЕРЕ МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

В статье рассмотрено, каким образом работает очень популярная сегодня схема «лизинга музыки». Автор задается вопросом и приводит аргументацию, можно ли её считать инновационной финансовой и бизнес-моделью. Пора ли проводить уроки финансовой грамотности и мастер–классы по изучению этого экономического явления – покажет спрос на эти знания, анализируемый на диджитал платформах.

Ключевые слова: музыкальная индустрия, бит-лизинг, лизинг инструментала, лицензия, рынок битмейкинга, аренда и эксклюзивная покупка, продюсирование, стриминг-площадка, монетизация.

Достижения личности в узкой сфере часто ошибочно создают впечатление о нем, как о широко эрудированном и всесторонне развитом человеке. Если разговаривать с гроссмейстером, мы сможем услышать много интересных фактов о мире шахмат и тонкостях шахматных многоходовок, но в практических вопросах бизнеса он может оказаться менее грамотным среднестатистического финансиста.

Любое искусство превращается в ремесло, когда ты начинаешь его создавать с целью ремесла. В коммерции тоже у всех с вои цели, свой путь и результаты. Какая-то работа даже выполняется бесплатно, поскольку изначально планируется исключительно как опыт общения с клиентами, понимание психологических уловок торговли и правильное выполнение желаний покупателя.

Не секрет, что звук это одно из самых удивительных явлений. Возможно, многих удивит, что человек среднего достатка может потратить полмиллиона или целый миллион на звуковую аппаратуру, а хорошие провода могут стоить сотни тысяч рублей. Поставив себя на место начинающего музыканта, становится страшно, что деньги, потраченные на музыку, могут вовсе не окупиться, если они вообще вернутся.

Именно поэтому саунд-продюсеры придумали такую систему, как лизинг/аренда инструменталов. Лизинг инструменталов — это когда один и тот же минус продаётся неограниченному количеству людей, но в десятки раз дешевле, и с некоторыми ограничениями по использованию. Юридически — это выглядит как неисключительная лицензия. Неисключительная лицензия значит, что торговец оставляет за собой право выдавать лицензии на музыку (продавать тот же инструментал) другим людям. Важно понимать, что в данном контексте

все эти термины – «бит-лизинг», «безлимит», «эксклюзив» и прочие являются лишь маркетинговыми/сленговыми обозначениями типичных для музыкальной среды лицензионных договоров. Никаких в классическом понимании «лизингов битов» и «аренд инструментала» в авторском праве не существует.

Как тогда работает очень популярная сегодня схема «лизинга музыки»? Можно ли её считать инновационной финансовой и бизнес-моделью? Пора ли проводить уроки финансовой грамотности и мастер классы для начинающих музыкальную карьеру в социальных сетях молодых людей? Будет ли эта информация полезна для «старой школы» музыкантов и исполнителей, работающих с продюсерами или собственной командой?

Разберем рабочую схему. Оформляется эта сделка с помощью лицензионного договора, в котором прописываются ограничения и конкретные способы использования. Всё, что не разрешено неисключительной лицензией, то запрещено. Лицензия на инструментал — это право использовать этот инструментал определенными этой же лицензией способами. Когда ты покупаешь его, ты платишь не за файлы, а за право владения этой аранжировкой в своей деятельности, то есть за лицензию. Как и везде, де юре продавец может на свое усмотрение выбирать типы лицензий, которые он будет продавать, устанавливать ограничения по использованию, а в музыкальной индустрии – ещё и называть их как угодно де факто. Чаще всего делят лицензии не по условиям и способам использования, а по типам файлов.

Экономическая сторона вопроса – монетизация музыкального продукта – результата битмейкинга. Лизинг инструментала в формате mp3 будет стоить меньше, чем тот же самый инструментал в WAV формате. Например, лицензия на аранжировку в mp3 стоит 1200 условных единиц, а по дорожкам (мультитрек/трэкаут) – 3000. Отсюда возникает ложное представление, что ты платишь за конкретные музыкальные файлы. Иногда, с разными комплектами файлов в лицензии, идут сопутствующие ограничения: ограничения по количеству стримов – прослушиваний/просмотров. Например: лицензия разрешает до 10 тысяч прослушиваний. Это значит, что, купив лицензию, записав трек, и набрав n-ное количество тысяч просмотров на *YouTube*, приобретатель исчерпал лимит и нужно приобрести новую лицензию. Дальнейшее использование считается нарушением условий лицензии, и если продолжить использовать музыку, не купив новую лицензию, владелец имеет право изъять трек.

Лицензия может запрещать или разрешать использовать музыку в рекламе/кино/видеоиграх и т.п. Многие прямо прописывают в лицензии, что нельзя загружать трек в BOOM/Content ID. У этого ограничения есть свои причины: для загрузки в BOOM нужно обладать эксклюзивными правами на музыку (такие требования платформы). В стриминговый сервис BOOM нельзя загружать песни на «арендованные» (взятые в лизинг) сведенные звуковые дорожки. BOOM требуют обладать эксклюзивными правами на загружаемый контент: такие условия диджитал площадки. Безотносительно вашей договоренности с автором, требование эксклюзивных прав на контент исходит

от самой площадки. То есть, загружая композицию с лизинговыми инструменталами, вы нарушаете условия самой площадки ВООМ. Отношения с музыкантом, не более чем договорные отношения, но нарушать правила платформы нельзя. Лизинг — это компромисс, придуманный для взаимодействия исполнителей и музыкантов. Вы получаете аранжировку в десятки (и это реальная цифра) раз дешевле, а авторство музыки окупится количеством продаж.

Для тех, кто готов платить за то, чтобы музыка была эксклюзивной, это тоже возможно организовать. Но стоит это дорого: обычно, цена начинается от 20 тыс. условных денежных единиц. Логика ценообразования проста: музыканту выгоднее продать один и тот же инструментал 20 разным людям в лизинг по 1-3 тыс. у.е. за ближайшие N недель/месяцев, и заработать на нём 20-60 тысяч, чем один раз продать эксклюзив, но в несколько раз дешевле. Начинаящие творцы музыкальных хитов часто демпингуют, сбивая цену практически до неоправданно низких значений. Это следствие суммы причин, но с точки зрения маркетинга – это явный признак того, что товар не имеет спроса на рынке битмейкинга (и в музыкальной индустрии в целом).

Один из самых приятных способов заработка для каждого музыканта и исполнителя – роялти. Работает он достаточно просто: исполнитель получает процент от всех покупок его творчества на цифровых площадках. Лейбл (организация, занимающаяся организацией концертов, помощью в разработке творчества, маркетингом и продажами контента того или иного исполнителя) выплачивает процент с продаж исполнителю и фактически, даже когда исполнитель спит, деньги капают на его банковский счет. Именно из-за неоднозначности сферы деятельности (и не производство, и не услуга, а продюсирование или создание бита), смесь роялти и аренды музыки воплотилась в бит-лизинг (лизинг битов, лизинг инструментала), который можно назвать инновационной финансовой и бизнес-моделью, хорошо уже себя зарекомендовавшей в период становления цифровой экономики, в том числе, и в музыкальной индустрии. Как и любая новая модель, она будет совершенствоваться вместе с развитием опционала диджитал платформ и самого рынка битмейкинга.

UDK 318

Nikolay N. Makarov

student, Bachelor Degree of Commerce, group 007,

Scientific supervisor: Elena A. Fursova – Ph.D. in Economics, Associate Professor

Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University,

Saint Petersburg, Russia

**INNOVATIVE FINANCIAL AND BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL
WORLD: NEW LICENSING AND LEASING ON THE EXAMPLE OF THE MUSIC
INDUSTRY**

The article discusses how works the music leasing scheme, which is very popular today. The author asks the question and gives reasoning answer whether it can be considered an innovative financial and business model. Is it time to give some lessons of financial literacy and master classes to study this economic phenomenon – it will show the demand for this knowledge which has been analyzing on digital platforms.

Key words: music industry, beat leasing, instrumental leasing, license, beat making market, rent and exclusive purchase, producing, streaming platform, monetization.

УДК 316.33

Мамедова Шамс Алигулуевна

Студент

Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Новосибирск, Россия

Научный руководитель

Алфёров Владимир Михайлович

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и инвестиций, Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Новосибирск, Россия

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ, ПРЕДЛОЖЕННЫМИ 4 ОНЛАЙН - ШКОЛАМИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЕГЭ

В статье анализируется качество образования, предложенными 4 онлайн - школами по подготовке к Единому Государственному Экзамену и критерии, по которым следует ту или иную онлайн - школу с целью подготовки к экзамену.

Ключевые слова: онлайн - образование, платформа, онлайн - школа, ЕГЭ.

В свете активного распространения коронавирусной инфекции актуальностью на сегодняшний день пользуется вопрос осуществления качественного дистанционного образования.

Целью исследования было изучение динамики развития 4 онлайн - школ в период пандемии, предложенных для анализа, выбранных по определенным критериям.

Задачами исследования были:

1. Проанализировать онлайн - школы с целью выделения критериев разумного выбора в пользу той или иной площадки для образования;
2. Изучить особенности и специфику развития онлайн - образования;
3. Дать рекомендации школьникам и их родителям по выбору площадки для подготовки к ЕГЭ.

Актуальность изучаемой темы обусловлена высоким уровнем распространения коронавирусной инфекции, которая привела к понижению необходимости пользования услугами репетиторов или подготовительных центров, и переходу к онлайн - образованию. Стоит также отметить, что следствием роста потребности в онлайн - школах стало повышение конкуренции в просторах Интернета среди лиц, предоставляющих данный вид услуг и постепенным вымиранием очных образовательных услуг.

В качестве объекта исследования был выделены 4 онлайн - подготовительных центров по подготовке к ЕГЭ/ОГЭ, которые пользуются особой востребованностью среди учащихся общеобразовательных учреждений: Обществознание ЕГЭ 2021 | Хай Скул, УмСкул, История с Элей Смит и PARTA.

Непосредственной частью исследования была выделение ряда критериев, согласно которым были изучены онлайн - школы:

1. Статистические данные (средний балл, полученный на ЕГЭ среди учащихся) и отзывы, которые оставляли абитуриенты после сдачи ЕГЭ. Хотелось бы отметить, что не все онлайн-школы предоставляют такого рода информацию, а именно, Обществознание ЕГЭ 2021 | Хай Скул;

2. Достоверность информации и оформление платформы, на которой предложены услуги. Важно опираться на актуальную и правдивую информацию для подготовки ЕГЭ, в частности, видеть, как предоставляется информация для изучения.

Необходимым компонентом для развития любого бизнеса, особенно, инфобизнеса в онлайн - режиме главным является реклама, которую предлагают онлайн - школы.

В процессе наблюдения за предоставляемой рекламой было отмечено, что такие ведущие школы, как Умскул и История с Элей Смит предлагают для своей целевой аудитории исключительно надежную и проверенную информацию в сфере своей деятельности, в то время, как Обществознание ЕГЭ 2021 | Хай Скул и РАРТА предлагают для абитуриентов поддельные данные о своей работе. Более того, во время анализа отзывов среди учащихся ими было отмечено, что не все условия для обучения были соблюдены и исполнены школами.

По итогу анализа были подведены следующие выводы:

1. На сегодняшний день образование объективно уходит в интернет, но, пандемия не представляет собой угрозу, а наоборот, дала толчок для развития и ускорения внедрения технологий в процесс обучения;

2. Следствием этого стало изменение критериев оценки при выборе необходимого ресурса для дальнейшего получения образования;

3. Особое внимание стоит акцентировать на том, что спрос на региональных учебных заведениях уйдет вниз, в то время как возрастет спрос на онлайн-образовании.

UDC 316.33

Mamedova Shams Aliguluyevna

Student

Siberian Institute of Management - Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Russia

scientific adviser

Alferov Vladimir Mikhailovich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Investments, Siberian Institute of Management - a branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Russia

THE QUALITY OF EDUCATION OFFERED BY 4 ONLINE SCHOOLS FOR PREPARING FOR THE USE

The article analyzes the quality of education offered by 4 online schools in preparation for the Unified State Exam and the criteria by which one or another online school follows in order to prepare for the exam.

Key words: online education, platform, online school, Unified State Exam.

УДК: 330

Маров Андрей Сергеевич

Студент-магистр

Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия.

Контактный телефон: 89319625165

E-mail: marov.as@yandex.ru

Научный руководитель: Янцен Андрей Викторович

Кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления

ЦИФРОВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

В статье проанализировано применение современных информационных систем в проектной деятельности исполнительных органов власти на примере Санкт-Петербурга. Определены основные недостатки и функциональные составляющие таких систем.

Ключевые слова: государственное управление, информационное общество, электронное правительство, проект, проектное управление

В рамках исполнения Указа Президента РФ от 07.05.2018 №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» на территории России активно реализуется федеральный проект «Цифровое государственное управление» [1]. Одной из приоритетных задач данного проекта является достижения показателя - 90% всего документооборота в государственных и муниципальных органах, и бюджетных учреждениях должно быть в электронном виде. Можно утверждать, что данный показатель сопряжен с тематикой внедрения «электронного правительства» [4].

Этимология словосочетания «электронное правительство» объясняется дословным переводом с английского термина «Electronic Government». В работах ряда учёных это понятие обозначает форму организации деятельности исполнительных органов власти, которые успешно имплементировали современные информационные разработки для обеспечения оперативности и удобства получения государственных услуг [6].

Сейчас в России на всех уровнях власти активно внедряется проектное управление, как инновационный эффективный подход к планированию, администрированию трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов проекта, невозможен без применения современных информационно-технологических систем [3].

На данном этапе развитие электронного правительства управление проектами становится всё более цифровизированным, уже не так ценятся персональные качества руководителя проекта, как ценится применение инновационных систем управления, позволяющих оптимизировать процесс проектной деятельности.

Проект зачастую носит комплексный характер и имеет большое количество стейкхолдеров, обременённых выполнением многочисленных бюрократических процедур, и в целях повышения эффективности использования ресурсов, обеспечения прозрачности, обоснованности и современности принятия решений в исполнительных органах власти является актуальным внедрение универсальных информационных систем управления проектами (далее – ИСУП).

В Санкт-Петербурге в 2018 году Правительство выпустило Постановление №528 «О создании государственной информационной системы Санкт-Петербурга «Информационная система управления проектами»» [2]. В 2019 году в соответствии с требованиями, определенными в указанном постановлении, начала своё функционирование ГИС Санкт-Петербурга «Информационная система управления проектами» [7].

На сегодняшний день ИСУП применяется в большинстве исполнительных органов власти, что способствует повышению эффективности реализации проектной деятельности и социальной ответственности государства. [8, с. 275]

Руководителям проектов важно максимально оперативно получать все сведения о текущем состоянии проекта для принятия своевременных управленческих решений проектной деятельности. Без программных средств, которые отвечают современным стандартам, невозможно эффективно организовать информационную поддержку выполнения проекта, возникают трудности, среди которых: недостаточная синхронизация реализации проектов с процедурами закупок, непрогнозируемые риски, затягивание сроков и др. Современные комплексные информационные системы, позволяют сократить затраты и повысить скорость процесса выполнения проектного управления.

В качестве обязательных функциональных составляющих ИСУП стоит выделить:

- 1) работа с данными (сбор, анализ, хранение, сортировка, отправка),
- 2) управление персоналом (распределение по ролям участников проекта, доступ к определённым модулям),
- 3) автоматизированное планирование (план-графики, ресурсы и бюджет, и т. п.),
- 4) управление рисками,
- 5) управление изменениями (обеспечение согласованности между всеми заинтересованными лицами) [5].

Инвестиции в улучшение технологической поддержки информационных систем в органах исполнительной власти позволят в должной степени развитие электронного правительства. Совершенствование и разработка адаптированной универсальной системы управления проектами и других электронных функциональных средств для оптимизации проектной деятельности в дальнейшем позволит добиваться заданных показателей в рамках направления «Цифровое государственное управление».

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ:

1. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года : Указ Президента Российской Федерации от 7.05.2018 года №204. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 01.05.2021)
2. О создании государственной информационной системы Санкт-Петербурга "Информационная система управления проектами" (с изменениями на 25 июня 2020 года): Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 28 июня 2018 года N 528. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/7800201807040019> (дата обращения 01.05.2021).
3. Распоряжение Министерства Экономического развития Российской Федерации «Об утверждении методических рекомендаций по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти» от 14 апреля 2014 г. N 26Р-АУ. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70542100/> (дата обращения 01.05.2021).
4. Паспорт федерального проекта "Цифровое государственное управление". – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328938/ (дата обращения 01.05.2021)
5. Сафонова Анна Александровна, Куксачева Ольга Николаевна Информационные системы управления проектами // Формула менеджмента. 2020. №1 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-sistemy-upravleniya-proektami> (дата обращения: 02.05.2021).
6. Никифорова Славяна Алексеевна Электронное правительство - новая концепция государственного управления // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2020. №2 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-pravitelstvo-novaya-kontseptsiya-gosudarstvennogo-upravleniya> (дата обращения: 02.05.2021).
7. ГИС Санкт-Петербурга «Информационная система управления проектами» (ИСУП). – URL: <https://isup.gov.spb.ru/about/> (дата обращения: 02.05.2021).
8. Янцен, А. В. Социальная ответственность государства в сфере обеспечения социальной защиты населения / А. В. Янцен, П. Н. Доронина // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2020. – № 7(47). – С. 274-277.

UDC: 330

Marov Andrey Sergeevich

Master's degree student

North-West Institute of Management of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation," St. Petersburg, Russia, 89319625165, marov.as@yandex.ru

Janzen Andrey Viktorovich

Ph.D., Associate Professor, Department of State and Municipal Administration

DIGITAL PUBLIC PROJECT MANAGEMENT AS A FACTOR IN E-GOVERNMENT INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT.

The article analyzes the use of modern information systems in the project activities of executive authorities using the example of St. Petersburg. The main disadvantages and functional components of such systems are identified.

Keywords: public administration, information society, electronic government, project, project management

УДК 316.33

Мастерова Альбина Сергеевна

Студентка СПбГУПТД, кафедра Графического дизайна

Санкт-Петербургский университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

albinamasterova97@gma.il.com

+7 981 162 47 27

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна

К.э.н. . Доцент ка.федры бухгалтерского учета. и аудита..

Доцент кафедры экономической теории

ОСОБЕННОСТИ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ

В современном мире внутренняя политика государств сопряжена с решением таких проблем, как изменение климата, эпидемии, экономический кризис, безработица, которые угрожают стабильности государств и требуют сотрудничества для решения этих проблем. За последние время, проблема безработицы стала одной из наиболее значимых, не только в развитых странах, но и развивающихся. Эта проблема приводит к многим проблемам, таких как, снижение заработной платы, нищета, угроза социальной и политической стабильности в целом.

Ключевые слова.: безра.ботица., факторы безра.ботицы, рынок труда., виды безра.ботицы

Безработица — это ситуация, когда некоторая доля рабочей силы (людей, способных и желающих работать) не участвует в процессе производства товаров и оказании услуг. Безработными являются люди трудоспособного возраста, в текущий момент не имеющие работы, однако активно ищущие её. [1] Безработица представляет серьезную проблему не только в России, но и в ряде других государств мира. Каждому государству присущи определенные причины безработицы, ее уровень и последствия. Таким образом, уровень безработицы является показателем экономического развития страны.

Существует несколько видов безработицы: институциональная [3] (появляется в ходе отсутствия у сотрудников и работодателей актуальных данных об имеющихся вакансиях и соискателях), фрикционная (поиск нового рабочего места), структурная (вызывается технологическими изменениями производства, приводящими к структурным изменениям спроса на персонал), сезонная (вызывается сезонными колебаниями объемов производства в некоторых сферах).

Причины безработицы очень обширны, она может возникнуть по ряду политических и экономических причин. Вот несколько причин безработицы :спад производства (застойное состояние в экономике) [2] работодатель снижает потребности во всех ресурсах, в том числе и трудовых, изменение потребительского спроса на товары и услуги, внедрение новых технологий, оборудования в экономике приводят к сокращению излишней рабочей силы, низкая заработная плата, политика правительства и профсоюзов в области оплаты труда: повышение минимального размера оплаты труда увеличивает

издержки производства и тем самым снижает спрос на рабочую силу, так же сезонные изменения в уровне производства и отдельных отраслях экономики (сельское хозяйство, строительство, туризм и т. д.). Все эти причины серьезно влияют на экономическую, политическую и социальную сторону в стране. Все это ведет к серьезному снижению доходов населения, снижается объём продукции, которую может приобретать население, в результате происходит спад экономики. При дальнейшем ухудшении ситуации, если уровень безработицы продолжает расти, ситуация может вылиться в следующие причины, такие как: снижение рождаемости, увеличение числа убийств и самоубийств, политические изменения (митинги, забастовки) [3]. Государство должно своевременно решить проблему безработицы активно и своевременно **преодолеть кризис**, сгладить экономический спад, а в дальнейшем и обеспечить его планомерный рост.

В России понятие безработицы, является относительно новым, в 90-е годы реформирование экономики привело, к тому, что каждый экономически активный гражданин страны, столкнулся с угрозой потери работы.

Одной из главных особенностей безработицы в России является, то что ее уровень оказался очень высоким, а спад производства за последние 5 лет снизился на 42 процентов, а количество активных граждан, занятых в экономике на 1,7 процента. Уровень же безработицы официально оценивается приблизительно в 9 – 10%. Вторая особенность- это то, что в России большие размеры скрытой безработицы и неформальной занятости.

Уровень безработицы в России определяется количеством граждан, которые зарегистрированы в Центре занятости.

Таким образом, в России есть официальная безработица, которая определяется органами статистики, и есть явная безработица.

Явная безработица т.е. неофициальная возникает, когда граждане подрабатывают на теневых условиях или, организуют свое нелегальное дело, ее следует рассматривать как ненормальное явление.

На данный момент безработица в России проявляется как формирование развития рыночных отношений. Безработица в целом очень сильно наносит экономический ущерб, в результате чего, Россия может сильно отставать от других государств в экономическом развитии.

Список литературы

1. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017. 432 с.
2. Бойко Мария Азы экономики. Учебник. М.: Книга по Требованию. 2015. 472 с.
3. Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020. 272 с.
4. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум. М.: Юрайт. 2020. 298 с.

UDC 316.33

Masterova Albina Sergeevna

Student of SPbGUPTD, Department of Graphic Design

St. Petersburg University of Industrial

technology and design, St. Petersburg, Russia

albinamasterova97@gmail.com

+7 981 162 47 27

Scientific adviser: Smirnova Marianna Vitalievna

Associate Professor, Ph.D. Lecturer at the Department of Accounting. and a.audita

Lecturer at the Department of Economic Theory

FEATURES OF UNEMPLOYMENT IN RUSSIA.

In the modern world, the domestic policy of states is associated with the solution of such problems as climate change, epidemics, economic crisis, unemployment, which threaten the stability of states and require cooperation to solve these problems. In recent years, the problem of unemployment has become one of the most significant, not only in developed countries, but also in developing countries. This problem leads to many problems, such as lower wages, poverty, the threat to social and political stability in general.

Key words: unemployment, factors of unemployment, labor market, types of unemployed

УДК 657.1

Моисеенко Анна Васильевна

бакалавр 4 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89103347796, E-mail: anya.moiseenko2015@yandex.ru

Научный руководитель:

Дедова Ольга Васильевна

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В КОНТЕКСТЕ ВЫЗОВОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье определена важность развития бухгалтерского учета в контексте вызовов цифровой экономики. В современных условиях нельзя не отследить тенденцию к автоматизации и модернизации хозяйственной деятельности предприятий. Данное направление не могло не затронуть и бухгалтерский учет. Из всего выше изложенного вытекает необходимость в четком представлении места, роли и функционала бухгалтерского учета в экономической системе.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, цифровая экономика, автоматизация бизнес-процессов, цифровизация, конкурентоспособность.

Технологическая революция позволила автоматизировать многие бизнес-процессы предприятий, что позволило существенно расширить возможности сбора, обработки и хранения информации в процессе ведения бухгалтерского учета.

Бухгалтерский учет – язык бизнеса, включающий в себя предоставление финансовой информации внутренним и внешним пользователям [3].

Автоматизированный бухгалтерский учет позволяет передавать данные, о финансовой деятельности предприятия, используя цифровые методы и инструменты, что делает более гибким учет в ежедневных процессах. С каждым годом технологии автоматизации и модернизации в бухгалтерском учете становятся признанными, популярными и интегрированными. Цифровизация бухгалтерского учета определяется как:

– нововведение, позволяющее выявлять новые и эффективные решения для удобного и быстрого процесса работы;

– подрывное новшество, способное изменить ценности на рынке.

Для цифровизации бухгалтерского бизнеса необходимо существование и обновление различных видов устойчивости, к которым относятся [2]:

– выявление новых экономических стратегий обеспечения финансовой устойчивости на основе цифровых инструментов. Цели работы предприятия должны стремиться к обеспечению экономической устойчивости, что предполагает выявление новых направлений, включающих цифровой клиент для поддержания стабильности дохода.

– социальная устойчивость затрагивает вопрос роли бухгалтера на предприятии, так как многие операции, выполняемые ранее лично специалистом, теперь автоматизированы. Данная ситуация окажет давление на общество и способна изменить роль бухгалтера в целом.

– экологическая устойчивость дает возможность экономить материалы и снижает необходимость в транспортировке документов.

Бухгалтерский учет в цифровом контексте не исключает важность процедур и роль бухгалтера в целом. Учет бухгалтерских операций в контексте вызовов цифровой экономики, напротив позволяет оценить профессиональные качества в направлении бухгалтерского учета.

Рассмотрим преимущества цифрового бухгалтерского учета:

- денежный поток в реальном времени,
- снижение затрат,
- автоматизация и масштабируемость,
- безопасность и ловкость – бухгалтерский консалтинг.

При электронной обработке однотипных операций используют одинаковые команды, что позволяет исключить появление ошибок. Административный штат предприятия имеет возможность осуществлять контроль над деятельностью как всего предприятия в целом, так и отдельных его структур. Проводя сравнение с ручным учетом, стоит отметить постоянно фигурирующий человеческий фактор, исходя из которого, бухгалтером могут быть совершены некоторые ошибки при ручном учете. Применяя автоматизированные формы ведения бухгалтерского учета можно своевременно выявить данные ошибки и устранить их [1].

Цифровой учет позволяет генерировать, передавать и интерпретировать финансовые и бухгалтерские данные в электронном формате. Бухгалтерский учет в цифровом формате позволяет сделать процессы автоматизированными, точными в предоставляемых данных и датах, безопасными в отношении хранения через облачные технологии хранения.

На сегодняшний день на рынке программного обеспечения представлено большое разнообразие цифровых программ для удобного ведения бухгалтерского учета, но большинство предприятий предпочитают использовать аналоговый способ отражения операций. Автоматизированные процессы ведения бухгалтерского учета предполагают концептуальную реконструкцию фактов хозяйственных процессов, различных ситуаций и структур бизнеса, а также цепочек формирования стоимости [4].

Бухгалтерский учет в контексте процессов оцифровывания позволяет бухгалтеру использовать инструменты и каналы связи для автоматизированного цифрового учета, эффективно обмениваться данными о финансовой деятельности предприятия. Скорее всего, цифровизация учета поменяет свой ориентир рынка с поставщика на спрос. Новые участники с минимальными знаниями в области бухгалтерского учета смогут получить выход на рынок.

Список литературы:

1. Дворецкая Ю.А., Чубченко М.М. Цифровая экономика как фактор экономического роста. В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных преобразований. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов. Под редакцией М.М. Шабановой. 2019. С. 45-47.
2. Заракуа А.М., Ермакова Л.В. Развитие электронного бизнеса в условиях цифровизации экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 218-223.
3. Криницына А.Е., Дедова О.В. Направления и проблемы развития бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики. В сборнике: Основные тенденции развития экономики и управления в современной России. Материалы VIII всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых. Ответственный редактор Текеева Л.Д., 2019. С. 41-43.
4. Гончаров В.С., Ковалева Н.Н. Совершенствование учётно-контрольных и аналитических процессов в условиях цифровой экономики. В сборнике: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. 2020. С. 100-104.

ACCOUNTING IN THE CONTEXT OF THE CHALLENGES OF THE DIGITAL ECONOMY

The article defines the importance of developing accounting in the context of the challenges of the digital economy. In today's conditions, it is impossible not to follow the trend towards automation and modernization of business activities. This direction could not but affect the accounting. From all of the above, there is a need for a clear representation of the place, role and functionality of accounting in the economic system.

Keywords: accounting, digital economy, business process automation, digitalization, competitiveness.

УДК 331.5

Морозова Софья Анатольевна

Студент СПбГУПТД, кафедра Графического дизайна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

amsonya@mail.ru

89966069380

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна

Доцент, к.э.н. Преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита. Преподаватель
кафедры экономической теории

КРИЗИС НА РЫНКЕ ТРУДА В ПЕРИОД COVID-19

В статье рассматривается влияние COVID-19 на рынок труда, описываются последствия в виде безработицы, сдвиг многих отраслей на второй план, их невостребованность, а также усиление цифровых технологий.

Ключевые слова: COVID-19, рабочие места, работодатели, удаленная работа, цифровые технологии.

С конца 2019-х и по настоящий день рынок труда претерпевает большие изменения. И главная причина – эпидемия, связанная с болезнью COVID-19.

В совокупности меры по сохранению жизни, направленные на прекращение распространения вируса COVID-19, привели к резкому сокращению экономической активности, заметному снижению капитальных затрат в нескольких отраслях, столкнувшихся со снижением спроса на личные продукты и услуги. Не все компании пострадали в одинаковой степени. У некоторых предприятий есть ресурсы, чтобы выдержать, а у других – нет. К числу тех, кто не справляется, относятся компании, которые обычно не имеют больших денежных резервов, такие как МСП (малые и средние предприятия) или предприятия в таких секторах, как рестораны и гостиничный бизнес. Некоторые виды деловых операций можно возобновить удаленно, но другие, например, в сфере туризма или розничной торговли, которые зависят от личного контакта или поездок, к сожалению, полноценно нельзя. [1]

Страны использовали разные подходы к борьбе с пандемией в рамках установленных мер социальной защиты перемещенных рабочих и временных государственных схем, направленных на сохранение рабочих мест. Это создало различные траектории разрушения и восстановления рынка труда. [1]. Например, в нескольких странах, таких как Германия и Италия, были созданы крупномасштабные схемы временного удержания рабочих мест, включая меры поддержки заработной платы. По последним оценкам, такие схемы за последние месяцы субсидировали заработную плату почти 60 миллионам рабочих. Сохранение ограничений экономической активности, вызванных COVID-19, первоначально носило временный характер, но привело к продлению нескольких схем сохранения рабочих мест до конца 2021 года в целях предотвращения внезапных всплесков безработицы. [2]

Что касается российского рынка труда, то тут обстановка была несколько хуже. Основные издержки по сохранению рабочих мест государство приняло переложить на самих работодателей. Период с конца марта по начало мая был объявлен «нерабочим». Важно отметить, что в трудовом законодательстве понятия «нерабочие дни» не существует [1].¹ На период ограничений работодатели, которые не могут осуществлять деятельность в удаленном режиме, обязаны сохранять среднюю заработную плату для работников. А в ситуации, когда государство перекладывает ответственность на работодателей, те, в свою очередь, отыгрываются на работниках путем нарушения их трудовых прав. [3]

В то время как многие работники оказались без работы в период с середины марта до конца июля, уровень найма также оставался низким, что отражает нежелание бизнеса вкладывать средства в новый персонал. Это означает, что у рабочих, уволенных с рынка труда, меньше возможностей вернуться на работу, поскольку предприятия сокращают их рабочую силу. [3]

В период COVID-19 диджитализация совершила скачок с масштабным переходом к удаленной работе и электронной коммерции, что привело к резкому увеличению числа рабочих мест. А это домашние условия и новая площадка для удаленной работы. Однако это также привело к серьезным проблемам с самочувствием, поскольку работники изо всех сил пытались адаптироваться к новым способам работы в течение короткого периода времени. [1] Удаленные сотрудники сталкиваются с потенциальными проблемами благополучия и психического здоровья из-за значительных изменений в практике работы, а также новых областей исключения, таких как, например, доступ к связи в цифровом формате. Но важно отметить, что технологии все-таки создали «новую» экономику. Например, по данным ВШЭ, в мире каждую минуту совершаются онлайн-покупки на \$1 млн., насчитывается 208 340 участников онлайн-встреч в Zoom (приложение для онлайн-конференций), отправляется 41 670 000 сообщений в мессенджере What's app. Но так как в связи с эпидемией многие отрасли отошли на второй план по востребованности, 375 млн. человек к 2030 году будут вынуждены сменить профессию или приобрести новые навыки из-за автоматизации процессов (по оценке международной консалтинговой компании McKinsey).

По мере роста числа безработных становится все более актуальной необходимость расширения социальной защиты, включая поддержку переподготовки перемещенных работников и работников из групп риска, поскольку они прокладывают путь к новым возможностям на рынке труда и к «рабочим местам завтрашнего дня». Решение текущих проблем, связанных с COVID-19, в сочетании с нарушениями, вызванными технологическими изменениями, требует обновленных инноваций в сфере общественных услуг на благо пострадавших работников во всем мире. [2] Текущий момент

¹ Трудовым кодексом РФ предусмотрены выходные дни и нерабочие праздничные дни (ст. 111 и ст. 112). Нерабочие дни, предусмотренные Указом Президента РФ, не относятся ни к одному из данных видов.

предоставляет возможность лидерам бизнеса, правительства и государственной политики сосредоточить общие усилия на улучшении доступа и предоставлении переподготовки и повышения квалификации, мотивируя перераспределение и повторное трудоустройство.

Для решения серьезных проблем, с которыми сегодня сталкивается рынок труда, правительства должны придерживаться целостного подхода, создавая активные связи и координацию между поставщиками образования, навыками, работниками и работодателями, а также обеспечивая эффективное сотрудничество между агентствами по трудоустройству, региональными правительствами и национальными правительствами.

Список литературы

1. Т. Вахтер, Э. Хейс. Краткосрочные и долгосрочные карьерные последствия выпуска в условиях рецессии. Американский экономический журнал: прикладная экономика. С 3-12.
2. Н. Графурис, В. Стефано, К. Юинг, М. Фридланд. Кризис COVID-19 дает понять, что новая концепция 'рабочего' назрела // Социальная Европа. 9 апреля 2020 года. URL: https://www.socialeurope.eu/covid-19-crisis-makes-clear-a-new-concept-of-worker-is-overdue?fbclid=IwAR3HrY_laSAVDyMtXW-XmCvcYfNNqQ4aSZDJ4JI43fKDjk-0rjQCSyMCJW0 (дата обращения: 08.05.2021)
3. Н. Черных. Трудовое законодательство России vs коронавирус: кто победит? // Актуальные проблемы российского права. — 2020. — № 5. — С. 143-160.

UDC 331.5

Morozova Sofya Anatolevna

Student of SPbGUPTD, Department of Graphic Design

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Smirnova Marianna Vitalevna

Associate Professor, Ph. D. in Economics, Lecturer of the Department of Accounting and Audit. Lecturer of the Department of Economic Theory

LABOR MARKET CRISIS DURING COVID-19

The article examines the impact of COVID-19 on the labor market, describes the consequences in the form of unemployment, the shift of many industries to the background, their lack of demand, as well as the strengthening of digital technologies.

Keywords: COVID-19, workplaces, employers, workplaces, remote work, digital technologies.

УДК 004.34

Новожилова Инесса Алексеевна

Студент

Научный руководитель:

Раева Татьяна Дмитриевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново,
Россия

РИСКИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

В статье рассматриваются вопросы применения электронной подписи, рисков, связанных с использованием электронной подписи, преимущества электронной подписи

Ключевые слова: электронная подпись, подпись, документ, безопасность.

Электронная подпись – подтверждение того, что какой-либо электронный документ был создан и подписан определённым физическим или юридическим лицом. [2]

Преимущества электронной подписи:

- **Надежность.** Обычную подпись просто подделать, а электронная имеет высокий уровень защиты от мошенничества.
- **Экономия времени.** Вы можете подавать документы в государственные органы, заключать договоры с контрагентами, не присутствуя при этом лично.
- **Доступ к электронной торговле.** Наличие электронной подписи является обязательным условием участия в тендерах по государственным закупкам и др. [1]

Разновидности рисков для владельцев сертификатов электронной подписи:

1) **Технические атаки,** которые направлены на взлом алгоритмов хеширования. Этот риск безопаснее в режиме реального времени, так как алгоритмы обновляются, и наиболее опасен для долгосрочных электронных документов. [4]

2) **Риски, связанные с небрежным отношением владельцев сертификатов электронной подписи к своим ключам электронной подписи.** Использование ЭП третьими лицами без ведома заявителя. Федеральный закон № 63 не предполагает возможности передачи права пользования ЭП от его владельца другому лицу. Поэтому ответственность за её применение полностью лежит на лице, которому она была выдана. Даже если ЭП была использована в противозаконных целях без ведома номинального владельца, ответственность за это деяние будет возложена на него. [3]

3) **Риски, связанные с нарушением правил информационной безопасности при подписании электронных документов.** Процесс создания электронной подписи должен проходить в надежной, защищенной от вирусов среде. [4]

4) Риски, связанные со злоупотреблением ЭП сотрудниками компании. Надежность сотрудников организации является одним из ключевых условий обеспечения безопасности компании. Чем более развита технология, тем чаще именно сотрудники являются "слабым звеном" в системе информационной безопасности. Заключайте с сотрудниками договора о материальной ответственности в случае передачи ключа третьему лицу, чтобы минимизировать риски [2]

5) Риски, связанные с несоблюдением условий использования электронной подписи в установленном порядке. Если электронная подпись используется способом, не соответствующим требованиям законодательства или соглашениям между участниками электронного взаимодействия, юридическая действительность подписанных в этом случае документов может быть оспорена. [4]

Список использованных источников

1. Сайт Сбербанка- URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business
2. Сайт банка Тинькофф- URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/e-signature/>
3. Журнал и сервис Бизнес. Ру - URL: <https://www.business.ru/article/2689-kak-polzovatsya-elektronnoy-podpisyyu>
4. Статья «Политика информационной безопасности Удостоверяющего центра ЗАО ТаксНет» - URL: https://taxnet.ru/download/uc/uc_politic.pdf

UDC 004.34

Novozhilova Inessa Alekseevna

Student of Information Technology Department

Scientific director: Raeva Tatyana Dmitrievna

PhD, assistant professor, Department of Management and Marketing

Ivanovo State Power Engineering University, Ivanovo, Russia

Risks of using an entrepreneur's electronic signature

The article deals with the use of an electronic signature, the risks associated with the use of an electronic signature, and the advantages of an electronic signature

Keywords: electronic signature, signature, document, security.

УДК 330

Огай Виктория Валерьевна

Студент СПбГУПТД, кафедра Графического дизайна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

ogaitori@gmail.com

89967865584

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна

К.э.н. Доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита. Доцент кафедры экономической теории

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В НЕДВИЖИМОСТЬ

В статье рассматриваются плюсы и минусы инвестирования в недвижимость, виды инвестиций в недвижимость, а также особенности, характерными для российского рынка

Ключевые слова: инвестирование, недвижимость, инвестиционный портфель.

Инвестиции в недвижимость — простой и понятный инструмент получения пассивного дохода. По разным данным, примерно 40 % квартир в новостройках Москвы и Санкт-Петербурга покупаются с инвестиционными целями. Россияне нередко сдают свои квартиры, дома, офисы, коммерческую недвижимость и получают пассивный доход ежемесячно.

Как и любое вложение, приобретение недвижимости в ваш инвестиционный портфель имеет свои позитивные и негативные стороны. Рассмотрение плюсов и минусов инвестирования в недвижимость позволит принимать более обоснованные решения по мере продвижения вперед в создании и расширении своего портфеля.

Существует множество различных видов инвестиций в недвижимость: инвестиции в коммерческую недвижимость; инвестиции в жилую недвижимость; инвестиции в строительство недвижимости; покупка на нулевом этапе и перепродажа жилья; инвестиции в недвижимость за рубежом.

Можно выделить следующие преимущества инвестирования в недвижимость:

- **Стабильность.** Традиционные инвестиционные инструменты, такие как фондовый рынок, могут испытывать значительную волатильность из-за широкого спектра рыночных и операционных корректировок, но инвестирование в недвижимость и рынок недвижимости обеспечивают более стабильную рентабельность инвестиций. Краткосрочная стабильность обеспечивается условиями аренды, а долгосрочная — выбором хорошо обслуживаемых и растущих рынков жилья.

- **Осязаемость.** Отличительной чертой инвестирования в недвижимость считается прямое владение объектом инвестирования. Квартирой или домом всегда можно воспользоваться по прямому назначению.

- **Пассивный доход.** Сдача объекта в аренду — распространенная схема получения пассивного дохода. По способу получения пассивный доход от

недвижимости один из самых простых и доступных при условии, что вы обладаете достаточными средствами для приобретения этой самой недвижимости. Существует несколько вариантов извлечения пассивного дохода с недвижимости: покупка земельного участка для перепродажи под застройку, жилая недвижимость с получением дохода от сдачи в аренду, покупка недооцененной недвижимости, покупка недвижимости для изменения вида использования и перепродажа.

- **Рост стоимости.** Инвестиции в недвижимость предлагают явное преимущество с точки зрения огромного количества способов реализации оценки и окупаемости инвестиций. Общие рыночные тенденции имеют тенденцию к повышению стоимости жилья. Важно знать общие тенденции рынка недвижимости. Это позволит максимально увеличить стоимость собственности и потенциальный доход от сдачи в аренду. Важно оценить качественные характеристики объекта инвестирования на предмет его дальнейшей продажи. Если речь идет о вложении в новое жилье, то значимым критерием выбора должна быть транспортная доступность, планировка и местоположение квартиры. Все эти составляющие представляют собой индикаторы будущей ликвидности объекта при дальнейшей продаже.

Рассмотрим минусы инвестирования в недвижимость:

- **Инвестиции в недвижимость требуют времени.** Инвестиции в недвижимость - это не то, чем можно заняться в одночасье. Покупка и продажа недвижимости - это длительный процесс. Однако важно иметь долгосрочную инвестиционную стратегию, должным образом проводить комплексную проверку и диверсифицировать свой инвестиционный портфель. Недвижимость - это материальные активы, которые нельзя быстро ликвидировать, в случае нужды в чрезвычайных средствах.

- **Риск.** В зависимости от предмета инвестирования, имеют место различные типы рисков. Если речь касается вложений в первичное жилье, то к основному риску можно отнести сроки строительства, выходящие за рамки запланированных. Учитывая данный риск, необходимо проверять застройщика на предмет успешно реализованных проектов в его портфеле. Также важно понимать финансовое положение застройщика, его способность обеспечивать бесперебойные денежные потоки для строительства, даже при падении покупательной активности.

- **Проблемы с арендаторами.** Получение дохода от аренды может показаться привлекательным для большинства инвесторов, но управлять арендуемой недвижимостью не всегда легко. Иногда арендаторы опаздывают с арендной платой или портят имущество. Управление недвижимостью может быть сложной задачей, особенно если вы новичок в этой игре и у вас мало времени. Один из способов упростить задачу - нанять управляющего недвижимостью, который будет собирать арендную плату с арендаторов.

Нет сомнений в том, что недвижимость может предложить исключительно выгодную инвестиционную возможность, как краткосрочную, так и

долгосрочную. Однако, как и в случае с любыми инвестициями, нужно учитывать риски. Умное приобретение, квалифицированное управление и хорошее понимание цифр - вот элементы, которые делают успешный портфель недвижимости. Самостоятельные инвестиции без знания дела вряд ли принесут доход.

Список литературы

1. Ашихмин, И. М. Аренда недвижимости. Анализ арбитражной практики разрешения споров / И.М. Ашихмин. - М.: Рофэр, 2018. - 418 с.
2. Handbook for Doing Business in Russia: U.S. And Canadian Firms in Russia / Международные инвестиции и предпринимательство в России. Фигуры США и Канады в России. - М.: Дакси Паблшерз, 2017. - 254 с.
3. Стерник Г. М., Стерник С. Г. Анализ рынка недвижимости для профессионалов; Экономика - М., 2016. - 608 с.
4. Пушкина Марина Коммерческая недвижимость как объект инвестирования; Альпина Паблшер - М., 2017. - 248 с.
5. Арапов С. В. Новый справочник риэлтора; Феникс - М., 2017. - 288 с.
6. Бондарева Н. А., Мишланова М. Ю., Сызранцев Г. А., Горкина С. М. Мониторинг рынка недвижимости. Методология, результаты, закономерности; МГСУ - М., 2017. - 248 с.

UDC 330

Ogay Viktoriya Valer'yevna

Student of SPbGUPTD, Department of Graphic Design

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Marianna V. Smirnova

Associate Professor, Ph. D. in Economics, Lecturer of the Department of Accounting and Audit.

Lecturer of the Department of Economic Theory

DIGIT PROS AND CONS OF INVESTING IN REAL ESTATE

The article considers the pros and cons of investing in real estate, types of investments in real estate, as well as features typical for the Russian market.

Key words: investment, real estate, investment portfolio. Keywords: digital currency, e-commerce payment system

УДК 316.33

Орлова Татьяна Степановна

д.ф.н., профессор УрГЭУ

Е-mail: otsdom@mail.ru

Уральский государственный экономический университет

г. Екатеринбург, Российская Федерация

Афанасьев Григорий Валерьевич

Магистрант УрГЭУ

Е-mail: hawk18Grisha@mail.ru

Уральский государственный экономический университет

г. Екатеринбург, Российская Федерация

К ВОПРОСУ О ЗАВИСИМОСТИ ВАЛЮТ НА КРИПТО РЫНКЕ

В статье рассматриваются аспекты развития рынка криптовалют; построена корреляционная модель зависимости на крипторынке от его главной валюты Bitcoin; установлена тесная связь между всеми валютами.

Ключевые слова: рынок криптовалют, Bitcoin, корреляционный анализ, регрессионный анализ.

Впервые само понятие “криптовалюта” появилось в 2009 году, в тот же год, в мир вышла первая электронная валюта – Биткоин (BTC). По сей день неизвестно, кто создал саму валюту и разработал первый в мире протокол под названием “Блокчейн”. Известно лишь то, что группа лиц или один человек назвал(и) себя Сатоси Накамото. Первые два года, данный инструмент никто не замечал, но в 2011 году в Forbes (одном из известных журналов и по сей день) появилась статья Энди Гринберга, в которой рассказывалось о Криптографической валюте [1].

Изначально, рынок не имел огромного количества монет и альткоинов, фанаты так называемых “электронных денег” довольствовались не многим, огромное количество людей и экспертов (и в настоящее время) считает, что данный рынок криптовалют очередная пирамида или пузырь, которая в скором времени лопнет или развалиться, но так ли это?

Первоначально, рассмотрим историю и популярность развития BTC, как монете удалось с капитализации в миллионы долларов, превратиться в актив, сравнимый с золотом и имеющим капитализацию в триллион долларов.

Если посмотреть на график, который был взят с CoinMarketCap (рис. 1) мы можем увидеть, что BTC начал популяризироваться и выходить в массы, только в конце 2017 и в начале 2018 года, тогда рост криптовалюты и торги (см. нижнюю шкалу под графиком) начали выталкивать цену вверх и BTC начал расти.

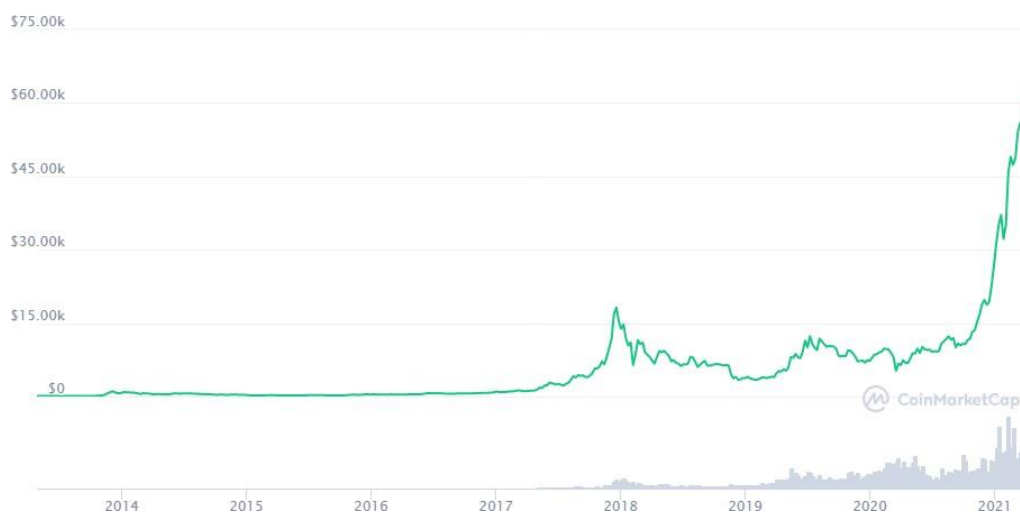


Рис 1 – График цены BTC за весь период

После обвала 2018 года, многие позабыли о BTC и крипторынке в целом и начали говорить, что шар лопнул, наплыв ушел и, что электронные деньги больше никогда не вернуться в массы. Тогда люди ошибались, за 2019 и 2020 год, рынок криптовалют вырос в несколько раз. Общая капитализация на рынке превышает рекордны - 2 трлн. \$ на апрель 2021 года. По данным статистики CoinMarketCap на рынке криптовалют в настоящий момент находятся более 100 бирж, а также более 4500 монет и альткоинов [2].

Многие проекты начали развиваться не только как электронная монета, но и инструмент, который позволит улучшить ситуацию в определенных сферах жизни человека, например: банковская сфера, хранение и транспортировка грузов, хранение информации, ритейл, интернет торговля и др.

Но при этом нас все равно интересует сам рынок криптовалют, а также два главных вопроса, на которые мы постараемся ответить. Первый вопрос, стал ли рынок электронных монет независимым и второй, стоит ли нам опасаться дальнейшего обвала всего рынка, как в 2018 году или ранее.

За основу исследования были взяты данные цен нескольких монет, а именно BTC, как лидер рынка и главная валюта, Polkadot, Tron, BAT, Siacoin, TROY. Почему данные монеты? Все они соответствуют рейтингу монет по капитализации топ 10, топ 50, топ 75, топ 100 и топ 250 соответственно. Еще одним главным критерием была популярность и сильное независимое комьюнити каждой из них.

Механизмы исследования, которые мы будем использовать – это корреляционный и регрессионный анализ, на основе данных по цене. Цель работы показать тесноту связи каждой монеты и создать качественную модель для их расчета.

Прежде всего, с помощью методики построения корреляционных моделей, рассчитаем тесноту связи между каждой монетой и определим причины данной связи (табл.1).

Таблица 1 – Корреляционный анализ

	BTC	Polcadot	Tron	BAT	Siacoin	TROY
BTC	1					
Polcadot	0,832245	1				
Tron	0,780411	0,626932	1			
BAT	0,813375	0,617853	0,75429	1		
Siacoin	0,717299	0,451552	0,777459	0,923492	1	
TROY	0,753208	0,470987	0,728033	0,936378	0,962699	1

Из таблицы 1 видно, что теснота связи имеется между всеми валютами от топ 10 до топ 250 с BTC, но между монетами BAT, Siacoin, Troy теснота связи намного выше, чем с главной монетой.

Полученные результаты говорят о том, что в данные монеты инвестируют одни и те же люди, и что рынок валют разделен между двумя видами инвесторов – общий поток людей, которым интересна инвестиция в электронные деньги, а также представители меньшей части крипторынка, которые рискуют и вкладывают деньги в активы рискованных монет.

Но если рассмотреть отдельно, связь между каждой монетой и BTC, теснота получится чуть менее слабой, например, пара BTC/Siacoin и BTC/Troy имеют тесноту связи 0,72 и 0,75 соответственно.

Какой вывод можно сделать уже сейчас, изучив валюты, которые имеют сильное комьюнити, мы все равно пришли к тому, что рынок полностью зависим от состояния главной валюты BTC, следовательно, при любых негативных манипуляциях со стороны государств в отношении главной криптовалюты, мы можем получить полный обвал рынка.

Проведем регрессионный анализ и создадим модель BTC, Polacadot, Tron и BAT. Исходя из полученных результатов, мы сможем создать уравнение по расчету BTC и наоборот, если модель получится качественной.

Исходя из расчетов, мы получили, Множественный R равный 0,924280283; R-квадрат имеет 0,854294042; Значимость F – 0%.

Изучив полученные данные, можно сделать вывод о том, что модель является реальной. Уравнение регрессионного анализа имеет вид:

$$\text{BTC} = 19069 + 555,8 * \text{Polcadot} + 145389,4 * \text{Tron} + 9283,4 * \text{BAT}$$

Проведя корреляционный и регрессионный анализ, мы доказали, что рынок криптовалют в настоящее время находится в стадии полной зависимости от главной валюты BTC.

Тем самым можно говорить о том, что рынок является «фикцией» и высокая зависимость от Биткойна несет большие угрозы для всех владельцев крипто активов.

Основными мерами для сохранения денежных средств, мы предлагаем:

- Размещать деньги в крупных валютах, которые имеют большую долю капитализации, а именно топ 4 – BTC, Ethereum, BNB, Ripple.
- Размещать деньги в монетах, которые привязаны к курсу доллара, такие как Tether (USDT), Binance USD (BUSD), USD Coin (USDC) и др.

Таким образом, если вы не готовы к большим рисками и не готовы рисковать своими деньгами, то самым надежным решением является вывод собственных денег с рынка криптовалют.

Список использованных источников

1. Forbs – 2011 / Виртуальный золотой стандарт [Электронный ресурс]. // URL: <https://www.forbes.ru/tehnо/internet-i-telekommunikatsii/67492-virtualnyi-zolotoi-standart> (дата обращения 15.04.2021).
2. CoinMarketCap – 2021 / Топ-100 Криптовалюты по рыночной капитализации [Электронный ресурс]. // URL: <https://coinmarketcap.com/ru/> (дата обращения 15.04.2021).

UDC 316.33

Orlova Tatiana Stepanovna
Doctor of Philosophy, Professor, USUE
E-mail: otsdom@mail.ru
Ural State Economic University
Yekaterinburg, Russian Federation
Afanasiev Grigory Valerievich
Master student of USUE
E-mail: hawk18Grisha@mail.ru
Ural State Economic University
Yekaterinburg, Russian Federation

TO THE QUESTION ABOUT DEPENDENCE OF CURRENCIES IN THE CRYPTO MARKET

The article discusses aspects of the development of the cryptocurrency market; a correlation model of dependence on its main currency Bitcoin was built; a close relationship has been established between all currencies.

Keywords: cryptocurrency market, Bitcoin, correlation analysis, regression analysis.

УДК 316.42

Павлова Алиса Ильинична

Студент СПбГУПТД, институт Графического дизайна

Санкт-Петербургский Государственный Университет Промышленных Технологий и Дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

89118134530. alice34567@mail.ru

Научный руководитель: К.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, Смирнова Марианна
Витальевна

ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЕЖИ (18-25 ЛЕТ)

В статье рассматривается вопрос материальной и образовательной поддержки талантливых молодых людей России в создании собственных проектов.

Ключевые слова: программы, стажировка, проекты, поддержка, таланты, молодежь

В феврале 2012 года в республике Чувашия состоялось заседание президиума Госсовета по вопросам поддержки талантливых детей и молодежи, на котором президент России Дмитрий Медведев обсуждал с собравшимися меры государственной помощи данным группам населения, независимо от их материального положения. В результате помощи молодежи обеспечивается развитие страны во многих сферах, в частности экономической, научной и культурной, что в свою очередь повышает конкурентоспособность жителей государства на международной арене [1].

Далее в статье будет описываться ряд проектов, которые способствуют достижению целей, ставившихся в 2012 году. Научная работа познакомит с мероприятиями, проводимыми внутри Санкт-Петербургского Государственного Университета Промышленных Технологий и Дизайна, а также с другими платформами, которые дают возможность выдающимся студентам Российской Федерации заявить о себе.

В Санкт-Петербургском Университете Промышленных Технологий и Дизайна ежегодно проходит международный конкурс молодых дизайнеров Санкт-Петербурга «Адмиралтейская игла», одной из главных задач которого является помощь молодым дизайнерам в становлении их как профессионалов. Имена членов жюри конкурса знакомы каждому модельеру: Вячеслав Зайцев, Татьяна Парфенова, Пако Рабанн и др. Все победители получают материальные призы, а также возможность осуществлять стажировку от крупнейших модных домов Европы и России. Благодаря данному мероприятию начинающие талантливые дизайнеры могут продемонстрировать собственные навыки и получить бесценный опыт и признание со стороны их коллег[2].

Студенческий совет университета, о котором речь шла ранее, организует проекты, способствующие выявлению одаренных молодых людей, такие как образовательный студенческий форум «GO! Глубокое. Образование». Целями форума являются осуществление образовательного процесса при помощи приглашенных спикеров и создание благоприятных

условий для освоения участниками программы по выбранному ими направлению [3]. Кроме вышеописанного мероприятия Студенческий совет занимается проведением образовательного выезда «Projector», на котором студентам предоставляется возможность не только перенять опыт специалистов, приезжающих на выезд для проведения лекций и мастер-классов, но и, объединившись в команды, представить собравшимся свои бизнес-проекты с целью их дальнейшего спонсирования [4].

Стоит отметить некоторые другие успешные проекты. Например, платформа АНО «Россия — страна возможностей» под руководством ее генерального директора А. Г. Комисарова разработала Конкурс-проект «Профстажировки 2.0», задачами которого являются предоставление гражданам возможностей для карьерного роста и создание профессиональных лифтов для талантливой молодежи. К участию допускаются студенты высших учебных заведений. После прохождения регистрации на сайте «Профстажировки 2.0», им предлагается выбрать «кейсы» (задания) одного или нескольких работодателей-партнеров Конкурса и приступить к их решению. В случае успешной работы над «кейсом», участники могут быть приглашены к сотрудничеству с работодателем на базе стажировки. Данный проект позволяет его партнерам найти сотрудников среди талантливой молодежи, а студентам получить опыт работы по специальности [5].

6 лет назад в России появился арт-кластер «Таврида», участвующий в поддержке творческой молодежи и специализирующийся на создании образовательных программ по различным направлениям. Некоторые из них представлены на фестивале «Таврида. Арт», который ежегодно проводится в г. Судак (Республика Крым): музыка, танцы, изобразительное искусство, театр и кино, медиа. По итогу фестиваля участники имеют новые знания по выбранному направлению, единомышленников и возможность для «творческих стартапов», которые необходимы любому молодому человеку [6].

Таким образом, в каждом регионе страны есть талантливые молодые граждане, которые часто в силу неблагоприятного материального положения или затруднения в карьерном росте нуждаются в спонсировании собственных идей и проектов. Однако присутствует и положительная тенденция: в результате мер, проводимых под руководством Правительства РФ, за последние несколько лет возросло число площадок для поддержки талантливой молодежи.

Список использованных источников

1. Официальные сетевые ресурсы Президента России// Заседание президиума Госсовета по вопросам поддержки талантливых детей и молодежи//27 февраля 2012 года. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/14614> (Дата обращения: 03.05.2021)
2. Конкурс «Адмиралтейская игла»//О конкурсе «Адмиралтейская игла». URL: <https://igladesign.ru/ru/o-konkurse.html> (Дата обращения: 04.05.2021)
3. СПбГУПТД. Институт бизнес-коммуникаций// События и объявления//2016// Образовательный студенческий форум «GO! Глубокое. Образование». URL: <https://sutd.ru/ibk/announces/events/10555/> (Дата обращения: 04.05.2021)

4. PROJECTOR. Образовательный выезд СПбГУПТД . URL:
<https://vk.com/projectorsuitd> (Дата обращения: 04.05.2021)
5. Положение о проекте «Профстажировки 2.0». URL:
<https://профстажировки.рф/download.php?file=7,30,1297> (Дата обращения: 04.05.2021)
6. «Таврида» арт-кластер//ФЕСТИВАЛЬ «ТАВРИДА.АРТ». URL:
<https://tavrida.art/festival2021> (Дата обращения: 04.05.2021)

UDC 316.42

Pavlova Alisa Pyinichna

Student of SPbGUPTD, Institute of Graphic Design

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Audit, Marianna V. Smirnova

PROGRAMS TO SUPPORT TALENTED YOUNG PEOPLE (18-25 YEARS OLD)

The article deals with the issue of material and educational support for talented young people in Russia in creating their own projects.

Keywords: programs, internships, projects, support, talents, young people

УДК 374.33

Пак Виктория Васильевна

студент

Неустроева Анастасия Сергеевна

старший преподаватель

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

aneustrueva@gmail.com

СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ГМП ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ВОВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ТВОРЧЕСТВО»

Данная статья посвящена одному из основных направлений государственной молодежной политики «Вовлечение молодежи в инновационную деятельность и научно-техническое творчество». В статье представлены основные понятия, необходимые для раскрытия темы исследования. Рассмотрена возрастная структура молодежи на 1 января 2020 года, а также проанализирована динамика выданных грантов для физических и юридических лиц 2018-2020гг. Отражены итоги грантовых конкурсов, проводимых Федеральным агентством по делам молодежи, которые входят в линейку проектов АНО «Россия – страна возможностей».

Ключевые слова: государственная молодежная политика, Росмолодежь, структура молодежи, образовательные гранты, инновационная деятельность, научно-техническое творчество.

Государственная молодежная политика (ГМП) представляет собой комплекс мероприятий научного, нормативно-правового, организационно-управленческого, кадрового характера, который базируется на взаимодействии с различными институтами гражданского общества, а также гражданами, предоставлении возможностей для результативной самореализации молодежи, и росте уровня потенциала с целью упрочнения лидерских позиций страны на мировой арене [1]. Отметим, что ключевая цель государственной молодежной политики состоит в формировании условий, способствующих эффективной социализации и успешной самореализации молодого поколения [2].

Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) является органом исполнительной власти, деятельность которого направлена на формирование одинаковых условий для самореализации будущего поколения. На сегодняшний день задача Росмолодежи заключается в организации максимального количества возможностей для самореализации, и, соответственно, высокоэффективной реализации инновационного потенциала молодых людей в обществе [3].

По данным Федеральной службы государственной статистики на 01.01.2020 г. население Российской Федерации составляло 146748590 чел., из которых 18,65% приходилось на молодежь в возрасте от 14 до 30 лет [4]. Наибольшая доля среди молодых людей пришлась на молодежь в возрасте 23-27 лет – 7913992 чел. (Рисунок 1).

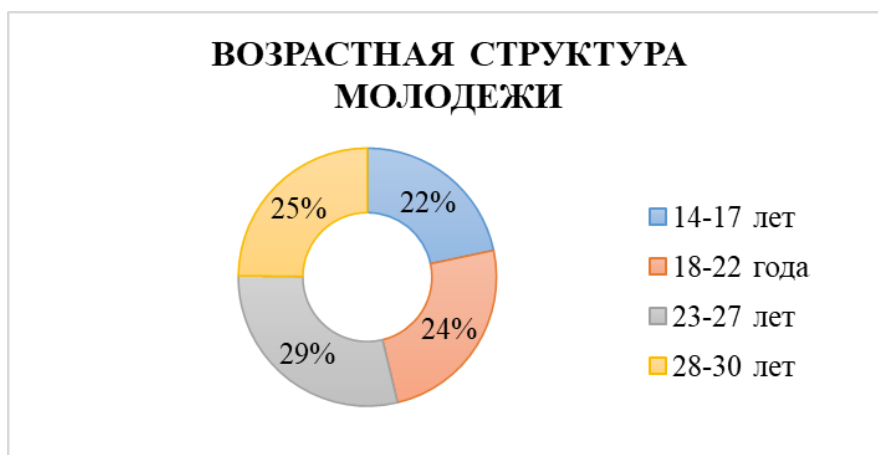


Рисунок 1 – Возрастная структура молодежи на 01.01.2020 г. [3]

Одно из направлений работы Федерального агентства по делам молодежи – грантовая поддержка молодых людей. Под грантом понимаются денежные, а также другие средства, получаемые безвозмездно и безвозвратно органами власти либо же иными грантодателями на реализацию определенных мероприятий. В сфере образования гранты передаются из бюджета или за счет благотворительных организаций.

На рисунке 2 представим объем грантовых средств, выделенных на вовлечение молодежи в инновационную деятельность и научно-техническое творчество по годам.

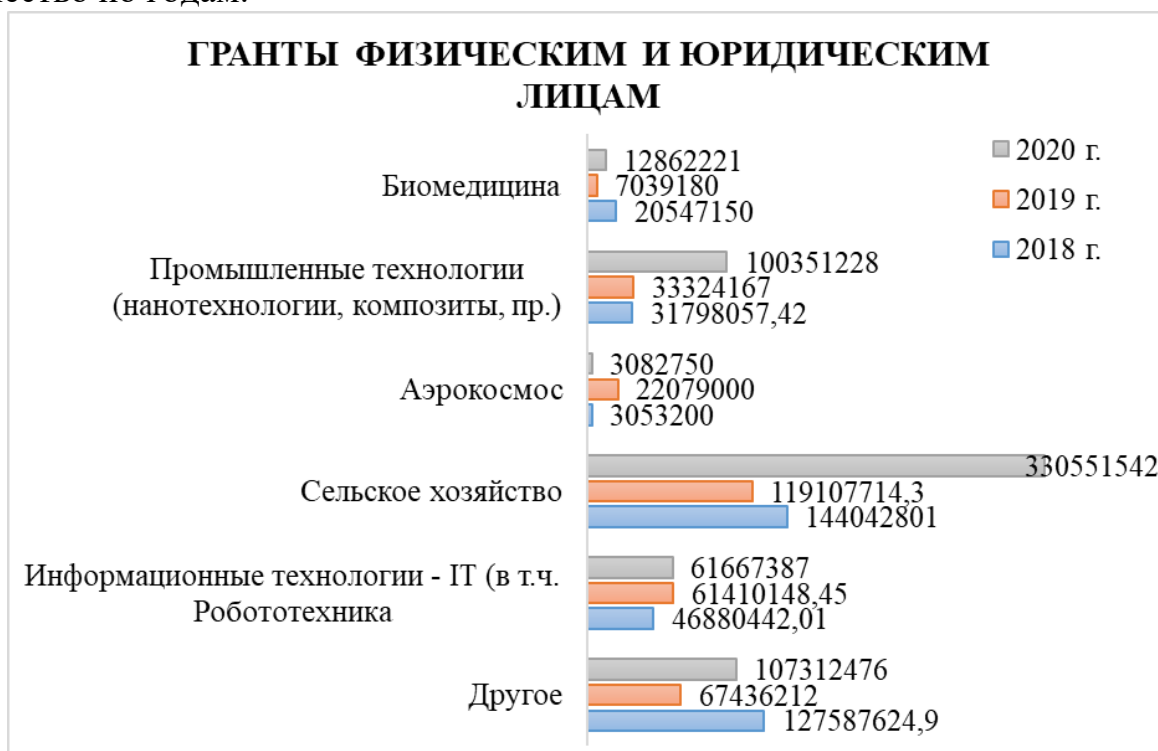


Рисунок 2 – Гранты физическим и юридическим лицам, выделенных на направление «Вовлечение молодежи в инновационную деятельность и научно-техническое творчество», руб. [3]

Основными направлениями в категории «Вовлечение молодежи в инновационную деятельность и научно-техническое творчество» являются: биомедицина, промышленные технологии, аэрокосмос, сельское хозяйство и информационные технологии – ИТ. В 2020 году больше всего грантов было выделено на сельское хозяйство 330551542 руб. Объем денежных средств на данное направление относительно 2018 г. увеличился на 129,48%, 2019 г. – 177,52%. Затем идут промышленные технологии 100351228 руб. и информационные технологии – 61667387 руб.

Ежегодно Федеральным агентством по делам молодежи проводятся грантовые конкурсы молодежных инициатив, входящие в линейку АНО «Россия – страна возможностей»:

- Всероссийский конкурс молодежных проектов;
- Конкурс грантов в виде субсидий из федерального бюджета некоммерческим организациям, а также молодежным и детским общественным объединениям (за исключением казенных учреждений), на организацию мероприятий по сохранению исторической памяти и гражданскому воспитанию;
- Конкурс молодежных проектов Северо-Кавказского федерального округа.

Объем финансирования молодежных инициатив в 2020 г. был равен 2,7 млрд. руб., а в 2021 г. выделено 2,6 млрд. руб. Причем среди 18899 заявок, зарегистрированных в 2020 г., грант получили 2656 проектов.

Во Всероссийском конкурсе молодежных проектов могут участвовать как физические, так и образовательные учреждения. Среди физических лиц принимают участие граждане РФ от 14 до 35 лет, а в конкурсе среди ВУЗов – образовательные организации высшего образования, которые зарегистрированы в установленном законодательстве РФ не позднее, чем за 1 год до проведения конкурса. В 2020 г. на данный конкурс было подано 17902 заявок, что на 5354 заявки меньше 2019 г. Из 17902 проектов победителями стали 2433 проекта, среди которых 377 проектов от 177 вызовов, и 2056 – физические лица.

Грантовый фонд для граждан РФ составил 1,6 млрд. руб., а для ВУЗов – 900 млн. руб.

В конкурсе субсидий в рамках государственной программы «Патриотическое воспитание граждан РФ на 2016-2020 гг.» проекты оцениваются тремя независимыми членами экспертного совета. Из 425 поданных заявок к экспертной оценке были допущены 178 заявок, среди которых 46 проектов были признаны победителями на общую сумму 46 млн. руб.

В конкурсе проектов Северо-Кавказского федерального округа принимают участие граждане РФ от 14 до 35 лет, которые постоянно проживают на территории Северо-Кавказского ФО, а также молодежные и детские общественные объединения и иные НКО. Из представленных 572 проектов, к присуждению гранта было рекомендовано 177 заявок, в том числе 30 победителей среди юридических лиц и 147 среди физических лиц. Общий фонд для физических и юридических лиц составил 85,5 млн. руб. [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что инновационный потенциал молодого поколения на территории Российской Федерации достаточно велик, а механизм вовлечения молодежи в инновационную деятельность и научно-техническое творчество направлен на поддержку молодых ученых, а также инноваторов, представляющих базу для осуществления инновационной политики.

Список литературы:

1. Петрова, Т. Э. Абрис государственной молодежной политики в России / Т. Э. Петрова // Молодежь XXI века: образ будущего : Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 14–16 ноября 2019 года / Ответственные редакторы Н.Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков. – Санкт-Петербург: ООО "Скифия-принт", 2019. – С. 227-232.

2. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 28.09.2018) <О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года> (вместе с «Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/

3. Росмолодежь – Федеральное агентство по делам молодежи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fadm.gov.ru/>

4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

UDC 374.33

Pak Victoria Vasilyevna
student

Neustrueva Anastasia Sergeevna
senior lecturer

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

STATISTICAL OBSERVATION WITHIN THE FRAMEWORK OF IMPLEMENTATION OF THE STATE YOUTH POLICY ON THE DIRECTION "INVOLVING YOUTH IN INNOVATIVE ACTIVITIES AND SCIENTIFIC AND TECHNICAL CREATIVITY"

This article is devoted to one of the main directions of the state youth policy "Involvement of youth in innovation and scientific and technical creativity." The article presents the basic concepts necessary for the disclosure of the research topic. The age structure of youth as of January 1, 2020 was considered, and the dynamics of grants issued for individuals and legal entities in 2018-2020 was analyzed. The results of the grant competitions held by the Federal Agency for Youth Affairs, which are included in the line of projects of the ANO "Russia - the Land of Opportunities", are reflected.

Keywords: state youth policy, Rosmolodezh, youth structure, educational grants, innovation, scientific and technical creativity.

ОСОБЕННОСТИ ВИДЕОРЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

Развитие информационных технологий и распространение влияния сети интернет на все сферы экономики требует поиска новых форм контактов рекламодателей с целевой аудиторией. Возрастает роль видеоконтента задачами которого являются привлечение внимания к сетевым страницам компании, бренда, магазина, группы, товара.

Ключевые слова: реклама, интернет, видеореклама

Рекламодатели стремятся привлечь и задержать внимание потребителей на каком-то продукте или компании. Вовлекая аудиторию в продукт с помощью различных инструментов, компания получает лояльность клиентов, информирование о товаре, мнение о товаре и многое другое. Для того, чтобы достичь максимальных показателей вовлеченности, необходимо понять, с помощью чего удастся добиться цели.

В современном мире Интернет играет огромную роль, так как кардинально изменил наш мир. Онлайн-пространство присутствует постоянно в жизни человека и активно влияет на его ритм жизни, предпочтения, взгляды и т.д. Именно поэтому компании делают акцент на данном канале коммуникации, ведь связь с потребителем сильнее, а коммуникация происходит намного проще и эффективнее. По итогам исследования Ассоциация коммуникационных агентств России определила наиболее быстрорастущим сегментом рекламы в 2020 году видеоконтент. Объем видеорекламы составил 190,1 млрд. рублей. По сравнению с объемами других сегментов: аудиоконтент – 11,9, издательский контент – 23,9, Out of Home – 31,9. Это говорит только о том, что данный формат рекламы является одним из самых популярных и эффективных способов продвижения товара или услуги.

Онлайн-коммерция предполагает коммуникацию с потребителями посредством электронных каналов связи и инфраструктуры сети Интернет. Технические средства и технологии электронных коммуникаций непрерывно развиваются, предоставляя участникам онлайн-коммерции возможности роста и расширения бизнеса, а потребителям доступ к товарам и услугам, недостаточно представленным в традиционных стационарных точках продаж [1].

Дополнительно электронные коммуникации расширяют доступ рекламодателей к потребителям посредством формирования пользовательского рекламного контента.

Трансформация современного восприятия мира человеком заставляет бренд коммуницировать с потребителями и всей окружающей средой посредством создания и передачи целостных визуальных образов, ментальных

конструкций. Современной особенностью процесса коммуникации в моде изменение значимости рекламных средств [2].

Видеореклама – это форма визуальной коммуникативной рекламы, которая ориентируется на массовую аудиторию, демонстрирует зрительные образы; направлена вызвать положительный интерес у потребителя.

Основные преимущества видеорекламы в Интернете:

- гарантию просмотров (Интернет-видеореклама запускается действием самого пользователя, при этом окончание прокрутки рекламного ролика четко зафиксировано (так, если пользователь во время демонстрации рекламного ролика прерывает трансляцию рекламу посредством нажатия кнопки «Пропустить», то и рекламодатель ничего не платит владельцу сайта за показ);

- интерактивность (Возможность отображать не только рекламное видео, но и интерактивные модули, вовлечение пользователя в рекламный процесс);

- таргетинг (В конце показа рекламы можно, например, осуществить вывод сообщения, в котором будет отображаться текст, относящийся только к региону нахождения пользователя, определяемый по его IP-адресу);

- простота (Интернет-рекламой намного проще управлять. Если в процессе рекламной кампании необходимо поменять сообщение или ролик целиком, то это можно сделать в режиме реального времени);

- вирусный маркетинг;

- оценка эффективности (Реклама в сети Интернет формирует статистику, описывающую количественные и качественные параметры проводимой кампании (число просмотров, реальную аудиторию пользователей, осуществленные переходы на сайт рекламодателя и т. п.));

- относительно невысокая стоимость рекламной кампании (В сравнении с телевизионной рекламой стоимость Интернет-кампании значительно ниже).

Основные недостатки видеорекламы в Интернете:

- высокая вероятность, что пользователь выключит видеорекламу и не полностью получит сообщение;

- определенная целевая аудитория (К сожалению, реклама в Интернете имеет ограничения в выборе целевой аудитории по сравнению наружной рекламы или ТВ-рекламы. Интернет-аудитория – это в основном молодые люди и люди среднего возраста (24-45), у них средний или высокий доход, их раздражает назойливая реклама, так как она заполонила Интернет и мешает пользователям потреблять контент. Также видеореклама демонстрируется только на тех площадках, где пользователи смотрят видеоконтент, что предполагает обладание пользователя высокоскоростным соединением с Интернет, а это, в определенной степени, сужает размер аудитории.);

- видеореклама является намного более навязчивой, чем баннеры.

Основные форматы видеорекламы в Интернете:

1. All-roll или In-stream – рекламное сообщение в формате pre-roll (до показа видео), mid-roll (во время показа видео), pause-roll (при нажатии на паузу), post-roll (после просмотра видео), multi-roll (объединяет в себе несколько разных

форматов). Также стоит отличать In-stream и TrueView In-stream. Первый нельзя пропустить, а второй можно;

2. Native Video Seeding – рекламное сообщение размещается отдельным плеером с кнопкой play (без автозапуска) на сайте или в виде постов в социальных сетях;

3. Out-stream – «объявления могут показываться на сайтах и в приложениях» с автозапуском без звука;

4. Fullscreen – рекламное сообщение появляется на весь экран при загрузке сайта;

5. Video Billboard – видеореклама размещает в шапке сайта в виде баннера.

Прежде, чем создавать онлайн-видеорекламу, компании необходимо определиться с площадкой, на которой будет размещаться видео. Причина заключается в том, что каждая площадка имеет свои особенности, целевую аудиторию. Основные платформы в России, на которых размещается видеореклама: YouTube, ВКонтакте, Instagram, Facebook, TikTok, Mail.ru Group, Rutube, Yandex Видеосеть, Одноклассники, сайты, онлайн-кинотеатры. Рассмотрим более подробно самые популярные: YouTube, ВКонтакте, Instagram, Facebook, TikTok.

YouTube – видеохостинг, на котором люди могут просматривать и загружать видео.

Целевая аудитория – мужчины и женщины от 18 до 44 со средним доходом и выше среднего доходом, интересующиеся каким-либо видеоконтентом для саморазвития, самовыражения, получения новых знаний, новостей со всего мира, развлечения.

Instagram – социальная сеть, ориентированная на визуальный контент, то есть люди могут выкладывать фотографии и видео.

Целевая аудитория – женщины (большинство) и мужчины, 20-35 лет (ядро), предпочитают визуальный контент, используют Instagram для вдохновения, шоппинга, развлечения, поиска друзей и общения.

Особенности: необходимо создавать яркие и необычные образы в видео, которые привлекут внимание аудитории, листающая ленту с большой скоростью; создавать такой видеоконтент, который будет выглядеть как потребительский контент, а не коммерческая реклама.

ВКонтакте – «самая популярная и посещаемая русскоязычная социальная сеть».

Целевая аудитория – женщины и мужчины от 18 до 31 лет с доходом от низкого до выше среднего, которые имеют различные интересы.

TikTok – сервис, на котором можно просматривать и выкладывать короткие видеоролики.

Целевая аудитория – мужчины и женщины в основном до 25 лет.

Особенности: важен креатив и нестандартные решения.

Facebook – международная социальная сеть.

Целевая аудитория – женщины и мужчины от 25 до 40 лет с доходом выше среднего и высоким доходом, предпочитают качественные продукты и контент.

Особенности: лучше использовать квадратные видеоролики (1:1), они на 78% популярнее горизонтальных; чаще всего пользователи просматривают рекламу без звука, поэтому необходимо добавлять текст.

Таким образом, видеореклама – это весьма действенный и интересный инструмент для каждого рекламодателя. Учитывая охват аудитории именно в Интернете, эта цифра давно превысила аналогичные показатели на телевидении или радио. И в настоящее время она является безусловным лидером на фоне других видов продвижения товаров и услуг.

Список источников:

1. Любименко А. И. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-КОММЕРЦИИ // Передовые инновационные разработки. Перспективы и опыт использования, проблемы внедрения в производство: сборник научных статей девятой международной научной конференции. 31 октября 2019 г. Часть 2. - Казань: ООО «Конверт», - 2019. – с.198-200

2. Чигирioва М. В. СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИЙ В МОДЕ // МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ: сборник материалов II Международной научно-практической конференции 9-10.04.2020. Под общей редакцией Н.Н. Гордиенко. – СПб.: Издательство: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (Санкт-Петербург), 2020. – с. 150-154

UDC 339.138

Pak Elina Sugirovna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

FEATURES OF VIDEO ADVERTISING ON THE INTERNET

The development of information technologies and the spread of the influence of the Internet on all spheres of the economy requires the search for new forms of contacts between advertisers and the target audience. The role of video content is increasing, the tasks of which are to draw attention to the web pages of a company, brand, store, group, product.

Keywords: advertising, internet, video advertising

УДК 338.2

Панюшкина Елена Владимировна

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономическая теория»

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I,
Санкт-Петербург, Россия

8 (812) 570-76-92, paniushkina@mail.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВАЛЮТ

В статье анализируются инновации в платежных системах национальных экономик. Экосистема формирует новые цифровые активы и модели потребительского поведения, предлагает новые инструменты реализации экономических интересов.

Ключевые слова: цифровая валюта, финансовая стабильность, электронные кошельки.

Рациональное потребление в эпоху цифровизации меняет модели потребительского поведения во всех сферах экономики. В частности, появление модели совместного потребления в условиях создания «зеленой» экономики, позволяет прогнозировать обновление содержания не только товарных потоков или желаний посредством технологии дизайн-мышления, но и денежных потоков. «Зеленая» экономика усиливает конкуренцию в сфере цифровых активов, а мир активно готовится к масштабной цифровизации валют.

Первыми в области разработки официальной цифровой валюты были китайцы. Разработку цифрового юаня Народный банк Китая (НБК) начал еще в середине прошлого десятилетия, благодаря которому планируется замещение наличных денег, а позднее и безналичных. Исчезновение последних нивелирует эмиссионную деятельность коммерческих банков, поэтому в новой банковской системе, скорее всего, они будут упразднены. Это предсказуемый внутренний вызов.

Внешний вызов мировой финансовой системе со стороны цифрового юаня будет нанесен при международных расчетах, в первую очередь, доллару США, так как цифровой юань неуязвим для санкций и не боится совершенно бессмысленной блокировки операций через систему SWIFT (Сообщество всемирных межбанковских финансовых каналов связи) из-за ее ненужности для него. Реагируя на данный вызов, США осознали, что в ближайшей перспективе ролевые приоритеты валют могут измениться и доллар лишится роли основной резервной валюты в мире, поэтому приступили в 2019 году к срочной разработке цифрового доллара. Европа также не отстает: цифровой евро будет готов к использованию через 2-4 года.

Банк России представил Концепцию цифрового рубля, который представляет собой дополнительную форму российской национальной валюты, эмитирующуюся Банком России в цифровом виде. Все формы российского рубля будут абсолютно равноценными: один наличный рубль = один безналичный рубль = один цифровой рубль. Согласно федеральному закону «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», цифровой валютой признается

совокупность электронных данных (цифрового кода или обозначения), содержащихся в информационной системе, которые предлагаются и (или) могут быть приняты в качестве средства платежа, не являющегося денежной единицей Российской Федерации, денежной единицей иностранного государства и (или) международной денежной или расчетной единицей, и (или) в качестве инвестиций и в отношении которых отсутствует лицо, обязанное перед каждым обладателем таких электронных данных, за исключением оператора и (или) узлов информационной системы, обязанных только обеспечивать соответствие порядка выпуска этих электронных данных и осуществления в их отношении действий по внесению (изменению) записей в такую информационную систему ее правилам [1].

Особенности официальных цифровых валют различных национальных экономик совпадают по функциям денег, выполняемых ими, а именно: средство платежа, мера стоимости и средство сбережения. При этом исчезает функция средства накопления или тезаврации.

То есть цифровые активы существенно обновляют институциональную структуру мировых и национальных финансов. Например, цифровые валюты имеют форму цифрового кода и его можно программировать таким образом, чтобы использовать только для оплаты конкретных услуг и товаров. Необходимость в посреднических транзакциях отпадает. Кроме того, для использования цифровой валюты нет требования по обязательному пользованию мобильными приложениями, интернетом и др. Будут созданы «электронные кошельки», аккумулирующие цифровые валюты – уникальные цифровые коды (токены), ускоряющие платежи и делающие их проще и безопаснее.

Платежная экосистема обеспечивает равный доступ к национальной цифровой валюте всех экономических агентов, что однозначно усилит конкуренцию среди финансовых организаций. В частности, уже сейчас Сбербанк выражает озабоченность в части ожидаемого перетока безналичных рублей из банков в цифровую рубль. Прогнозный объем перетока составляет 2-4 трлн безналичных рублей [2]. Чтобы избежать лавинного перетока высоколиквидных пассивов и сохранить свои доходы, коммерческим банкам нужно будет идти на вынужденные меры – повышение ставок по остаткам на счетах или увеличение расходов на привлечение клиентов, а это противоречит их экономическим интересам.

Неоднозначность восприятия бизнесом цифровой валюты не исключает факта появления новых финансовых возможностей у всех экономических агентов. Цифровая экономика формирует новые потребности и активы цифрового мира. Цифровая валюта обеспечит конкурентоспособность себе и финансовую стабильность экономике в целом, если будет защищена и проста в использовании.

Библиографический список:

1. Федеральный закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 № 259-ФЗ – Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/

2. ЦБ определился с форматом ввода цифрового рубля как новой формы денег. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/08/04/2021/606dd6c49a7947c8d84009ed>

UDC 338.2

Panyushkina Elena Vladimirovna

PhD, assistant professor, Associate Professor departments of «Economic Theory»

Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, St. Petersburg, Russia

8 (812) 570-76-92, paniushkina@mail.ru

DIGITALIZATION OF CURRENCIES

The article analyzes innovations in payment systems of national economies. The ecosystem forms new digital assets and consumer behavior models, and offers new tools for implementing economic interests.

Keywords: digital currency, financial stability, electronic wallets.

ИНСТРУМЕНТЫ БРЕНДИГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Проблемы распространения продукции компании в условиях обострения конкуренции и снижения спроса расширением конкуренции в интернет-пространство. Данные процессы требуют пересмотра бренд-технологий и процедур оценки эффективности бренд-менеджмента.

Ключевые слова: бренд, интернет, маркетинг

Характер развития рыночных отношений в России predetermined насыщение рынка и ужесточение конкуренции на нем. Изменение характеристик потребительского выбора и смещение акцентов и предпочтений в пользу брендированных товаров и услуг определяют актуальность исследования особенностей развития отечественных брендов с учетом их отраслевой специфики [1].

Брендинг – процесс, заключающийся в проектировании товарной марки с целью дифференциации компании и продукции компании, создания дополнительных элементов привлекательности для потребителя.

Существуют разные подходы к определению понятия «бренд». С одной стороны, бренд это защищаемое законом обозначение продукта или фирмы. Однако, данная трактовка не отражает роли бренда во взаимодействии с потребителями и конкурентами. С другой стороны, бренд – это товарная марка, завоевавшая доверие и лояльность потребителей, признанная потребителями и обществом [2].

К основным задачам брендинга относятся:

- создание понятного образа предмета;
- популяризация предмета маркетинга;
- узнаваемость;
- формирование осознаемых ценностей потребителя;
- дистанцирование от конкурентов;
- сохранение устойчивого имиджа товара.

В соответствии с концепцией жизненного цикла бренда на разных стадиях применяют соответствующие им инструменты брендинга.

Этапу разработки концепции бренда предшествует проведение маркетинговых исследований, позволяющих определить потенциальную целевую аудиторию бренда, особенности запросов и потребительского поведения.

Брендированное сообщество в существующей социальной сети создается быстрее и проще, чем сообщество на своей площадке с нуля. Большинство

людей, к которым собирается обратиться компания, уже присутствуют в социальных сетях. Также привлекательным является сектор мобильных сервисов, в частности, платформенные приложения, они позволяют собирать информацию о пользователе и обеспечивают долгосрочность коммуникаций [3].

Разработка бренда предполагает формулирование концепции бренда и элементов отражающих его ценности.

Для компаний основной средой и сущностью деятельности выступает интернет необходимо следование трендам визуализации Веб 2.0.

Следующий этап брендинга заключается в его продвижении в сети интернет. Каналы продвижения бренда включают сайт компании, корпоративный блог, онлайн-чат, рубрика «вопрос — ответ», баннерная реклама, работа с социальными сетями и блогами, распространение информации в онлайн-СМИ, вирусный маркетинг, контекстная реклама.

Лояльность потребителей к бренду в сети интернет в основном строится на коммуникациях, возможности которых в данной среде наиболее широки. При этом интернет-технологии позволяют учитывать и прогнозировать обратную связь с потребителями, оперативно распространять информацию о бренде и продуктах бренда, организовать мультиканальные коммуникации (сочетание коммуникаций в интернет-среде, мобильных средах и социальных медиа) и построить адресные коммуникации (таргетинг).

Для оценки эффективности интернет-брендинга используют показатели ROI, CPC (Цена клика), KPI, CTR (Кликабельность объявления), CPA (Стоимость целевого действия) т. д. В сети интернет можно при помощи различных показателей рассчитать необходимую информацию.

Средства брендинга в сети интернет на каждом этапе позволяют ускорить и упростить создание бренда, помогают в нахождении информации, в оценке эффективности, в распространении информации целевой аудитории и т. д.

Список использованных источников:

1. Любименко А. И., Чигиринова М. В. Современные особенности развития брендов // ВЕСТНИК САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ТЕХНОЛОГИИ И ДИЗАЙНА. СЕРИЯ 3: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ГУМАНИТАРНЫЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ – СПб. Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2011, № 4. – с.16-19

2. Любименко А. И. Интеллектуальный капитал бренда – источник конкурентоспособности компании / РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ, СОЦИАЛЬНОЙ И ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЕ ОБЩЕСТВА XXI ВЕКА - Сб. трудов международной научно-практической конференции – СПб., Издательство: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2019 – с.365-368.

3. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

UDC 334.02: 004.77

Parakhina Anastasia Konstantinovna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

INTERNET BRANDIG TOOLS

Problems of distribution of the company's products in the context of heightened competition and reduced demand by expanding competition in the Internet space. These processes require a revision of brand technologies and procedures for assessing the effectiveness of brand management.

Keywords: brand, internet, marketing

УДК 336.7

Перминов Игорь Андреевич

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

Тел.: +7 (911) 180 34 11

Email: igor.perminov.99@mail.ru

Научный руководитель: Старший преподаватель кафедры Менеджмента

Данилова Ольга Сергеевна

ПОЧЕМУ ИНВЕСТИРОВАТЬ ДОЛЖЕН КАЖДЫЙ?

В статье дан ответ на вопрос, почему люди должны грамотнее распоряжаться своим капиталом и инвестировать его.

Ключевые слова: инфляция, инвестирование, диверсификация, риск

Все понимают, что инвестировать необходимо, но много ли людей в России это делают? По статистике только у 4,4% есть брокерский счёт (6,7 млн. россиян) [1]. В то время как в США инвестирует каждый второй (55% населения имеет брокерский счёт).

Почему так? Причин этому много: люди думают, что инвестиции — это сложно, масштабно, дорого; многие сравнивают инвестирование с «пирамидами», что в корне не верно; кто-то просто не умеет откладывать, а тратит все на одежду, рестораны и прочее.

Но в последнее время ситуация начала меняться, и уже в период пандемии было открыто 1,8 млн. брокерских счетов. Люди начали менять своё мнение насчёт инвестиций, сбережений и бережнее относятся к деньгам, которые они заработали. Теперь люди знают, что такое инфляция, и она составила за 2020 год 4,9%, в то время как зарплата не выросла [2]. Инструмент, которым многие раньше пользовались (вклад в банке), потерял актуальность, так как процентная ставка составила примерно 4,8% [3].

Все эти факторы дают нам ответ на вопрос, почему инвестировать должен каждый. В инвестиционной сфере есть инструмент для каждого: в зависимости от риска, доходности, срока и суммы вложений, вы можете подобрать для себя сбалансированный портфель. Или же вы можете просто купить несколько ETF (exchange-traded fund), в русском языке есть аналог - БПИФ (биржевой паевой инвестиционный фонд). ETF — это набор ценных бумаг. Покупая акцию фонда, вы как бы становитесь владельцем небольшой части этого набора. Рисков по этому инструменту намного меньше, чем по акциям, так как фонд хорошо диверсифицирован, а средняя ежегодная доходность составляет 26% [4]. Это намного выше, чем инфляция и банковские вклады.

Кроме того, инвестиции — это наилучший способ обеспечить своё будущее и не зависеть от государства в преклонном возрасте. Средняя пенсия по России в 2020 году составила 15 тысяч рублей [5]. Минимальный прожиточный минимум в 2020 году составил 10000 рублей [6]. Это значит, что на особые покупки, мебель, врачей, путешествия и прочее остаётся всего 5 тысяч рублей. Так быть не должно, и именно

поэтому люди должны сами заботиться о своём будущем и грамотнее распоряжаться своими сбережениями.

Предлагаю посмотреть на цифрах, почему каждый должен инвестировать. Допустим мы вложим 10000 рублей в ETF и с каждым месяцем будем добавлять 5 тысяч рублей, ежегодная доходность составит 26%. В первый год мы вложим 65000 рублей, и, благодаря процентам на нашем счёте будет около 75000 рублей, во второй год на вложенные 125000 рублей, мы уже имеем 167000 рублей, третий год у нас будет 285000 рублей и четвертый 438000 рублей на вложенные 245000. Наш доход составит 193000 рублей, наша задача состоит лишь в том, чтобы постоянно вкладывать, а не тратить. Именно поэтому инвестировать должен каждый.

Список использованных источников

1. <https://journal.tinkoff.ru/short/reasons-to-invest/>
2. <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2021/01/12/853807-inflyatsiya-v-rossii-v-2020-godu-stala-samoi-visokoi-za-poslednie-chetire-goda>
3. <https://www.banki.ru/products/deposits/search/sankt-peterburg/>
4. <https://smart-lab.ru/blog/645362.php>
5. <https://bankiros.ru/wiki/term/srednaa-pensia-v-rossii>
6. <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/trud/socialnye-voprosy/prozhitochnyj-minimum/>

UDC 336.7

Perminov Igor Andreevich

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

Тел.: +7 (911) 180 34 11

Email: igor.perminov.99@mail.ru

Scientific advisor: Senior Lecturer, Department of Management

Danilova Olga Sergeevna

WHY SHOULD EVERYONE INVEST?

The article provides an answer to the question of why people should better manage their capital and invest it.

Key words: inflation, investment, diversification, risk

УДК 338.27

Петракова Диана Игоревна

бакалавр 4 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89532973147, E-mail: petrakova.diana-petrakova@yandex.ru

Научный руководитель:

Мельгуй Андрей Эдуардович

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ЗНАЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

В данной статье рассматриваются такие понятия как: цифровая экономика и инвестиции. Раскрываются особенности развития цифровой экономики в России, а также рассмотрено понятие инвестиций с точки зрения их влияния на цифровую экономику. Рассмотрены источники, современное состояние, перспективы роста инвестиций в цифровой экономике. В статье рассмотрена программа цифровой экономики, которая утверждена в России до 2024 года.

Ключевые слова: государственные инвестиции, инвестиции, источники инвестиций, национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», частные инвестиции, цифровая экономика, цифровые технологии, экономический рост.

В настоящее время идет активное внедрение цифровых технологий во все сферы жизни человека. Цифровые технологии не обошли стороной и экономику нашей страны. Цифровая экономика-это основа современных экономических отношений, так как это экономическая деятельность, которая основана на цифровых технологиях. На данном этапе развития общества цифровая экономика все больше и больше затрагивает различные сферы жизни. Она во многом упрощает жизнь людей и делает более доступным и удобным множество процессов.

Таким образом, можно сказать, цифровая экономика является основой для создания новых моделей бизнеса, производства, торговли, а также она способна изменять структуру таких сфер как: образования, здравоохранения, государственного правления [4].

Необходимость развития цифровой экономики обусловлена постоянным совершенствованием и развитием общества и его процессов. В следствии этого в 2018 году была разработана национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Данная программа была принята в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и была официально утверждена на заседании президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года.

Сроки реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» - 01.10.2018–31.12.2024. За этот период планируется реализовать все задуманные цели и провести преобразования во многих сферах. В следствии этого были разработаны проекты по совершенствованию: цифрового государственного управления, нормативного регулирования цифровой среды, информационной инфраструктуры, информационной безопасности, нормативного регулирования цифровой среды, цифровых технологий [1].

Для того, чтобы реализовать все проекты и планы необходимо вкладывать большое количество денежных средств. В данном случае не обойтись без инвестиций. Развитие цифровой экономики невозможно без привлечения инвестиций, это обусловлено тем, что инвестиции – один из главных источников устойчивого и эффективного развития страны. Средства, направляемые на исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России, необходимо распределять в отрасли экономики с учетом технологической модернизации, трансферта технологий, совершенствования системы управления, информационного пространства, инвестиционной безопасности. Поэтому в данный момент существует такая проблема, как нехватка инвестиций в цифровой экономике и есть необходимость в привлечении новых источников финансирования. То есть необходимы не только бюджетные инвестиции, но также и частные инвестиции [2].

Инвестиции – вложения (денежные средства, ценные бумаги, а также имущество и права), имеющие денежную оценку, которые вкладываются в какую-либо деятельность с целью получения прибыли или же получение какого-либо результата.

Инвестиции, которые вкладываются в цифровую экономику могут быть: государственные и частные инвестиции. Так для реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» совокупно потребуется около 2 трлн. рублей из федерального бюджета и 1,5 трлн. рублей частных инвестиций.

На данный момент в нашей стране состояние частных инвестиций по сравнению с другими странами находится на более низком уровне. Это обусловлено тем, что недостаточно развит инвестиционный климат, а также для привлечения большего количества частных инвестиций присутствует необходимость в упрощении доступа к финансовым инструментам и сокращения доли государственного сектора [3].

Учитывая роль частных инвестиций в развитии цифровой экономики, государство создает программы, которые стимулирует привлечение таких инвестиций. Так Государственной Думой 19 марта 2020 года был принят закон от 1 апреля 2020 г. № 69-ФЗ «О защите и поощрении капиталовложений в Российской Федерации».

Суть данного закона состоит в обеспечение защиты инвесторов от возможных рисков, связанных с инвестированием. Также законом установлены механизмы, которые позволяют инвестором получать господдержку и

установлен перечень мер поддержки на разных уровнях государственного управления. Такой перечень включает: госгарантии, льготы по налогам и таможенным платежам, субсидии, и т.д.

Проанализировав все вышесказанное можно сделать вывод о том, что инвестиции в цифровую экономику напрямую зависят от развития цифровой экономики и наоборот. Государственных инвестиций недостаточно, необходимо привлечение и частных инвестиций. Поэтому необходимо уделить внимание данному аспекту. В перспективе для увеличения объемов частных инвестиций необходимо: улучшения инвестиционного климата; упрощения доступа к финансовым инструментам; сокращения доли государственного сектора.

Список литературы:

1. Гончаров В.С., Ковалева Н.Н. Совершенствование учётно-контрольных и аналитических процессов в условиях цифровой экономики. В сборнике: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. 2020. С. 100-104.

2. Дворецкая Ю.А., Чубченко М.М. Цифровая экономика как фактор экономического роста. В сборнике: Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных преобразований. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов. Под редакцией М.М. Шабановой. 2019. С. 45-47.

3. Заракуа А.М., Ермакова Л.В. Развитие электронного бизнеса в условиях цифровизации экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 218-223.

4. Кузнецова О.Н., Павленок А.В. Актуальные проблемы управления в условиях цифровой экономики. В сборнике: Информационные технологии в экономике и управлении. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 321-324.

THE IMPORTANCE OF INVESTMENT IN THE DIGITAL ECONOMY: CURRENT STATE AND GROWTH PROSPECTS

This article explores the concept of digital economy and investment. The peculiarities of the development of the digital economy in Russia are revealed, as well as the concept of investment in terms of their impact on the digital economy. The sources, the current state and the prospects for growth of investments in the digital economy are considered. The article examines the programs of the digital economy, which is approved in Russia until 2024.

Keywords: public investment, investment, sources of investment, national program «Digital Economy of the Russian Federation», private investment, digital economy, digital technologies, economic growth.

УДК 334.02:004.77

Поздеева Елена Руслановна

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г.
Санкт-Петербург, Россия

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ БРЕНДОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Запрос на брендированные товары сохраняется у потребителей при переходе в среду интернет. Значение брендинга в электронной коммерции повышается по мере роста конкуренции в интернет-каналах.

Ключевые слова: бренд, интернет-маркетинг, продвижение

Характер развития рыночных отношений в России predetermined насыщение рынка и ужесточение конкуренции на нем. Изменение характеристик потребительского выбора и смещение акцентов и предпочтений в пользу брендированных товаров и услуг определяют актуальность исследования особенностей развития отечественных брендов с учетом их отраслевой специфики [1].

Что такое бренд? Какие существуют правила продвижения брендов в сети Интернет? Как можно классифицировать бренды, представленные в сети Интернет?

Термин «бренд» появился задолго до появления Интернета и современных социальных сетей. Слово «бренд» произошло от древнескандинавского «brandr», которое переводится, как «жечь, огонь». Так называлось тавро, которым владельцы скота помечали своих животных.

Термин «бренд» можно рассматривать с двух позиций - правовой и психологической. В правовой позиции бренд - это товарный знак, с помощью которого определяется производитель продукта. Товарный знак подлежит правовой защите. А с психологической позиции бренд - это информация, образ, которые сохраняются в памяти потребителя об этом продукте.

Самое важное понятие в маркетинге - понятие бренда. Если вы не бренд - вы не существуете. Кто же вы тогда? Вы - обычный товар. [2] Бренд позволяет отличать компанию от конкурентов.

Зачастую понятия «бренд» и «товарный знак» или «торговая марка» считают синонимами, но это не так. Так же неверно и то утверждение, что термин «бренд» применим лишь к широко известным товарам - бывают менее известные и более известные товары.

В защиту брендов выступает антимонопольное законодательство и авторское право. Безусловно, есть и интересные особенности тех или иных брендов, стремящихся к монополии на рынке. Например, газированную воду могут продавать разные фирмы, но кока-колу может продавать только «Кока-Кола».

Жизнь не стоит на месте, различные бизнес-науки развиваются и идут в ногу со временем, появляются всё новые и новые термины и правила их применения.

Бизнес расширяет границы и активно завоёвывает Интернет-пространство - работа над брендом в Интернете происходит в рамках Интернет-маркетинга, это и есть Интернет-брендинг. Перед тем, как запустить новый бренд, происходит изучение конкурентов и их сайтов, а также рынка сбыта, выявляются покупательский спрос и потребности в определенных товарах и услугах, а также наличие свободных ниш [3].

Для Интернет-среды может быть разработан новый бренд либо адаптирован для Интернет-аудитории офлайн-бренд.

Интересно и то, что для Интернет-аудитории более узнаваемым и запоминающимся будет бренд, отражающий деятельность компании. Например, слоган компании «Яндекс» - «найдётся всё» говорит о том, что компания «Яндекс» специализируется на поиске информации. Социальная сеть «Twitter» в переводе с английского означает «щебетать», то есть это название отражает основную цель создания компании - для обмена короткими сообщениями.

При продвижении бренда в сети Интернет, можно обнаружить ряд особенностей. Рассмотрим их поподробнее.

1. Онлайн-маркетинг сильно отличается от офлайн-маркетинга широтой и большим количеством представленных товаров. Например, в обычном магазине потребителю легче определиться с конкретным товаром, начать им пользоваться, привыкнуть к нему и всегда его выбирать в будущем, то в Интернет-пространстве существует огромный выбор этих товаров, а также ассоциативных образов. Производителю бренда придется приложить максимум усилий, чтобы создать «сильный» и легко узнаваемый бренд, чтобы добиться успеха в Интернете.

2. Сложность при наполнении Интернет-товара новыми характеристиками, в отличие от офлайн-продаж - большой объём информации о товаре и высокая частота её обновления, удобство и простота в поиске информации о товаре и её изучении, удобная система навигации по сайту, а также потребителю важно ощущать себя в безопасности и неузнаваемости при изучении Интернет-товара.

3. При онлайн-покупках, в отличие от офлайн, содержание товара или продукта важнее его внешнего вида - внешний вид лишь способствует узнаваемости и запоминаемости продукта, выбранного посредством изучения подробной информации о нём.

4. Основное условие конкурентоспособности Интернет-товара в сильной торговой марке. Основные затраты владельцы Интернет-брендов несут при вложении средств в рекламу и маркетинг. Ведь сделать бренд запоминающимся и узнаваемым с возможностью найти его в огромном потоке информации очень сложно.

5. Как правило, пользователи сети Интернет формируют свое представление о бренде в течение первых 15 секунд. Это очень малое и очень

важное время. Если бренд не привлёк пользователя, то он уходит и вернуть его вновь очень сложное и дорогое мероприятие. Задача создателей Интернет-бренда не только привлечь посетителя, но и удержать его, убедить обращаться к этому бренду снова и снова.

6. Потребитель с Интернет-брендом взаимодействует в разы быстрее - достаточно о нём лишь узнать, например, от знакомых или из рекламы, и набрать соответствующий адрес в поисковой или адресной строке браузера. При этом можно сразу изучить информацию о самом товаре, а также отзывы об этом товаре от других пользователей.

7. Примечательно, что Интернет-бренды, в отличие от своих офлайн-собратьев, более динамичные и часто меняющиеся. Например, сайт Rambler ранее представлял просто поисковую систему, а сейчас это сайт, позволяющий прочитать последние новости, почитать свои письма в личной почте, узнать стоимость валюты, пообщаться с другими пользователями и пр.

8. К Интернет-брендам пользователь может обращаться в любое время и из любой точки, не существует ни географических, ни временных ограничений и границ. Например, Интернет-бренды раньше были доступны только пользователям персональных компьютеров, то сейчас их можно посещать при помощи телефона, планшета и других устройств. Создателям Интернет-брендов не надо тратить огромные денежные средства на рекламу, упаковку, размещение логотипа во многих публичных местах и пр. Интернет-бренд более мобилен и глобален, соответственно, доступен более широкому кругу потенциальных потребителей.

9. Чем проще Интернет-сайт, тем проще пользователю им пользоваться и находить информацию, тем успешнее бренд. Если для знакомства с специальное приложение либо выбрать определенную версию браузера, то шансов стать успешным у такого бренда крайне мало.

Какие же инструменты можно использовать для продвижения бренда в сети Интернет? Среди возможных можно отметить следующие:

- размещение нерекламных статей в тематических СМИ;
- рекламные баннеры на сайтах с релевантной тематикой;
- запуск тематического блога;
- размещение публикаций в социальных СМИ;
- создание промосайта;
- публикации на тематических форумах;
- вирусные технологии социальных сетей;
- флеш-игры, заточенные под узкую целевую аудиторию;
- конкурсы на различных тематических ресурсах [4].

Значимым каналом продвижения бренда становятся социальные сети. Сообщества бренда (официальная группа бренда, официальная страница бренда, неофициальная группа бренда) Официальные страницы бренда представляют собой идеальную среду для общения с существующими потребителями, группы в социальных сетях могут дополнять или даже заменять существующие сайты компаний [5]

При продвижении бренда в сети Интернет следует понимать, что продвижение бренда в онлайн-пространстве и в офлайн-пространстве различно. Одни и те же методы здесь будут неуместны. Можно определить требования, которые предъявляются к бренду в сети Интернет

- Интернет-сайт, на котором представлен бренд, должен быть современным и запоминающимся, с удобным интерфейсом, содержащим максимум необходимой информации и имеющим различные варианты для обратной связи;

- использование баннерной рекламы, специальных медиа SMM и публикациями в блогосфере влияют на узнаваемость бренда в сети Интернет;

- высокое качество предоставления услуг позволяет достичь лояльности к бренду;

- удобные сервисы, которые упрощают использование товара/услуги либо организации после продажного обслуживания, а также дополнительные услуги, способствуют позитивному восприятию и приверженности потребителя к бренду;

- самыми эффективными стратегиями продвижения бренда в сети Интернет являются PR-стратегии. Если выпускаемую продукцию рекламируют известные личности, то возникает внутреннее ощущение доверия к бренду и убедительности - это важный критерий для потребителя и значимый для производителя бренда [6].

Говоря об особенностях представления брендов в сети Интернет, можно сделать вывод о том, что Интернет-бренд сильно отличается от традиционного бренда, так как это более сложное и масштабное понятие. Интернет-бренд, несмотря на наличие привычных характеристик, присущих традиционному бренду, имеет целый ряд уникальных качеств, присущих только Интернет-бренду.

Безусловно Интернет-бренды находятся в более выигрышном положении, чем их офлайновые конкуренты, которые периодически испытывают различные затруднения. Интернет всё больше и больше входит в нашу жизнь, всё больше пользователей привлекает и поглощает в свои сети, поэтому именно Интернет будет играть ведущую роль при создании и раскручивании бренда. Различные компании стараются взаимодействовать с потребителями различными способами - представлением брендов в поисковых системах, созданием собственных сайтов и официальных страниц в социальных сетях. Сегодня создатели брендов стараются использовать все возможности сети Интернет, иначе их бренды имеют все шансы стать брендами вчерашнего дня.

Список используемых источников:

1. Любименко А. И., Чигиринова М. В. Современные особенности развития брендов // ВЕСТНИК САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ТЕХНОЛОГИИ И ДИЗАЙНА. СЕРИЯ 3: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ГУМАНИТАРНЫЕ И

ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ – СПб. Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2011, № 4. – с.16-19

2. Philip Kotler: Marketing Essentials, 1984. / Филип Котлер: Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. - М., 1990. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/5091/5099> (дата обращения 28.03.2021).

3. Капустина, Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети: [монография] / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. - 102 с.

4. Кузьмина, О. Г. Использование интернет-технологий в создании и развитии образа бренда // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2014. №1 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-internet-tehnologiy-v-sozdanii-i-razviti-obraza-brenda> (дата обращения 25.03.2021).

5. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

6. Лучинская, О. Ю. Возможности эффективного использования Интернета при продвижении бренда // Экономика и управление. 2011. №7 (69). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-effektivnogo-ispolzovaniya-interneta-pri-prodvizhenii-brenda> (дата обращения 28.03.2021).

UDC 334.02: 004.77

Elena Ruslanovna Pozdeeva

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

FEATURES OF BRAND REPRESENTATION ON THE INTERNET

The demand for branded products remains with consumers when they move to the Internet. The importance of branding in e-commerce is increasing as competition in online channels increases.

Keywords: brand, internet marketing, promotion

УДК 332

Притула Оксана Дмитриевна

к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики и финансов

Новгородский филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Великий Новгород, Россия

Контактный телефон +7(8162) 77-86-00 (рабочий),

e-mail: pritula.ok@gmail.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

В статье дана характеристика практики реализации региональной программы «Развитие цифровой экономики в Новгородской области на 2017-2024 годы», количественных и качественных характеристик мероприятий программы, достигнутых результатов и степени эффективности программы.

Ключевые слова: цифровая экономика, региональная программа, целевые ориентиры, критерии результативности и эффективности программы.

В настоящее время, в России, на этапе рыночных отношений и актуализации необходимости решения насущных социально-экономических задач одним из основных стратегических инструментов осуществления государственной политики в сфере экономики и социальной политики в регионах является - программный подход, посредством активизации проектного менеджмента. Федеральные программы в Российской Федерации можно считать эффективным и отработанным инструментом реализации национальных интересов страны.

Обеспечение национальных интересов в сфере цифровой экономики достигается посредством реализации национального проекта «Цифровая экономика РФ» [1] общей целью которой выступает решение задачи по обеспечению ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере на территории страны. Именно это направление призвано создать условия для высокотехнологичного бизнеса, повысит конкурентоспособность страны на глобальном рынке, укрепить национальную безопасность и повысит качество жизни граждан.

На территории Новгородской области результативность и эффективность управления процессами «цифровизации» в эпоху цифровой трансформации обеспечивается созданием регионального проектного офиса, осуществляющего координацию и управление проектами. Проектный офис был создан в Новгородском государственном университете имени Ярослава Мудрого на базе новгородской Фабрики пилотирования проектов НТИ и функционирует во взаимодействии с Правительством Новгородской области, федеральными институтами развития (РВК, АСИ, ФРИИ, ВЭБ, Сколково, фонд Бортника и др.), ИТ бизнесом и другими заинтересованными сторонами.

Руководящая роль в деятельности проектного офиса, а также контроль за разработкой и решением стратегических и тактических задач,

результативностью мероприятий и эффективностью программы в целом осуществляется со стороны Правительства Новгородской области, а именно подразделениями и служащими Министерства цифрового развития и информационно-коммуникационных технологий Новгородской области.

На территории Новгородской области для создания цифровой среды и развития цифровой экономики определены следующие стратегические цели в соответствии с программы «Развитие цифровой экономики в Новгородской области на 2017-2024 годы»:

- повышение уровня и качества жизни населения региона за счет усиления результативности составных элементов социальной политики;
- обеспечение положительной динамики экономики посредством создания условий для роста производительности труда за счет применения на практике новых высокотехнологических подходов создания прибавочного продукта;
- создание государственной цифровой платформы и как следствие формирование предпосылки для повышения результативности деятельности органов власти.

В совокупности на исполнение мероприятий программы «Развитие цифровой экономики в Новгородской области на 2017-2024 годы» в 2019 году направлено 133,8 млн.руб.

Состав и структура денежных средств направленных на финансирование мероприятий региональной программы представлена на рисунке 1.

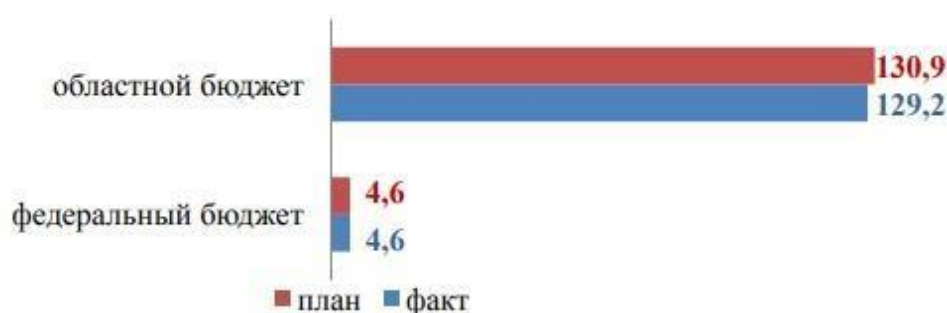


Рис. 1. Структура финансирования государственной программы за 2019 год по источникам, млн. рублей

Данные рисунка демонстрируют тот факт, что все выделенные областным и федеральным бюджетом финансовые ресурсы были освоены в рамках государственной программы.

Полное освоение средств на мероприятия региональной программы позволило достичь следующих характеристик:

- приобретено программное обеспечение, необходимое для выполнения работ по переводу сети телефонной связи Правительства Новгородской области и органов исполнительной власти области на цифровые технологии;
- модернизирована и обновлена система электронного документооборота органов исполнительной власти Новгородской области;

- организована работа по обслуживанию входящих телефонных вызовов и мультимедийных обращений в целях проведения единого дня приема граждан 12 декабря ежегодно;

- модернизированы автоматизированная информационная система «АИС МФЦ» и программа для ЭВМ, посредством которых на территории области предоставляются государственные услуги в электронном виде;

- продолжилась работа по реализации пилотных проектов Национальной технологической инициативы, направленных на решение самых острых проблем в сферах здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства, дорожной безопасности, информационно-телекоммуникационной инфраструктуры;

- создана региональная централизованная информационная система бухгалтерского и кадрового учета, к которой подключены все органы исполнительной власти Новгородской области и подведомственные им учреждения;

- создан геопортал Новгородской области с цифровыми моделями территории Старорусского, Демянского районов и г. Великий Новгород.

Для жителей области появилась возможность получить 12 государственных и муниципальных услуг на Едином портале государственных и муниципальных услуг и. Доля граждан, использующих механизм получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, составляет 70,0%. Говоря об оценке результативности программы «Развитие цифровой экономики в Новгородской области на 2017-2024 годы» в 2019 году следует отметить, что выполнение целевых показателей составил – 94,7%, то есть из 19 показателе достигнуто 18.

Таблица 1. Целевые показатели государственной программы «Развитие цифровой экономики в Новгородской области на 2017-2024 годы»

Наименование целевого показателя, единица измерения	План	Факт	Причины невыполнения целевого показателя
Доля органов исполнительной власти Новгородской области, в которых сеть телефонной связи переведена на цифровые технологии (%)	30	17,5	Перевести телефонную сеть всех органов власти на цифровые технологии не представилось возможным в связи с поступлением денежных средств на приобретение соответствующего программного обеспечения в конце 2018 года. Торги проведены, контракт исполнен. Перевод телефонной сети на цифровые технологии осуществился в 2019 году.

Оценка эффективности государственной программы «Развитие цифровой экономики в Новгородской области на 2017-2024 годы» позволила утверждать о ее высокоэффективности, интегральная оценка в баллах составляет 98,2%. Таким образом, при реализации государственной программы осуществляются меры, направленные на снижение последствий негативного воздействия рисков и

повышение уровня гарантированности достижения предусмотренных в ней конечных результатов.

В заключении следует отметить, что современный мир усложняется под действием таких трендов, как цифровая трансформация, роботизация, демографические диспропорции, формирование экосистемности. Сложившаяся ситуация, связанная с формированием новых экономических знаний и цифровой экономики требует от экономистов-управленцев обладание такими компетенциями, как системное мышление, цифровая и финансовая грамотность, работа с людьми и работа в условиях неопределенности, экологическое мышление.

Список использованных источников

1. Национальные проекты России [Электронный ресурс]. – URL: <https://национальныепроекты.рф/projects> (дата обращения, 20.04.2021)

UDC 332

Pritula Oksana Dmitrievna

Cand. Econ. Shi., associate professor, Head of Economy and Finance department

Novgorod Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Veliky Novgorod, Russia

Contact phone number +7(8162) 77-86-00 (working),

e-mail: pritula.ok@gmail.com

DIGITALIZATION OF THE REGION'S ECONOMY: STRATEGIC GOALS, OBJECTIVES AND PERFORMANCE

The article describes the practice of implementing the regional program "Development of the Digital Economy in the Novgorod region for 2017-2024", the quantitative and qualitative characteristics of the program's activities, the results achieved and the degree of effectiveness of the program.

Keywords: digital economy, regional program, targets, criteria for the effectiveness and efficiency of the program.

УДК 336.4

Прохватиллов Даниил Витальевич

студент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

8(999)-227-93-59 prohvatilov2011@gmail.com

Научный руководитель:

доцент кафедры общественных наук, кандидат философских наук

Печурина Ольга Алексеевна

КРАУДФАНДИНГОВАЯ ПЛАТФОРМА “KIKSTARTER” ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТОВ

В данной статье рассматривается краудфандинговая платформа “Kikstarter”, а именно её устройство, принцип действия и возможности, которые предоставляются авторам проектов.

Ключевые слова: краудфандинг, проект, финансирование, идея.

В наше время огромное количество уже состоявшихся крупных компаний и организаций изначально были образованы небольшой командой, группой единомышленников, которым удалось развить свою идею и воплотить её в жизнь. А сколько талантливых и умных ребят, имеющих действительно интересные и полезные для общества задумки, не смогли реализовать свой проект из-за отсутствия финансирования? Именно из-за этой проблемы был создан краудфандинг - частичная поддержка или же полное финансирование различных стартапов и не только. Если говорить более точно, то краудфандинг — это народное финансирование, а именно денежные взносы на определённые цели. В прошлом это были пожертвования и взносы, например, на строительство храмов и церквей, но сегодня эта идея спродюссировала в нечто большее благодаря интернету и активному развитию IT сферы. Стали появляться целые сайты-площадки, где люди могли выложить свой социально-важный или же просто интересный и необычный проект, а может рассказать о своей трудной жизненной ситуации и получить финансовую поддержку от любого желающего. Создание таким платформ стало большим прорывом во всех сферах жизни человека, ведь теперь каждый мог оказать помощь нуждающемуся или оценить и поддержать перспективную идею всего лишь в пару кликов из любой точки мира. Одной из первых площадок в этой области является американский сайт Kikstarter.com. Созданный предпринимателем и художником Перри Ченом, “Kikstarter” и по сей день остаётся главной платформой для краудфандинга. Именно с неё началось активное развитие и популяризация этого направления. Идея заключается в том, чтобы люди выкладывали свои проекты, будь то бизнес-идея, экологическая акция, разработка компьютерной игры или даже предвыборная компания, презентовали их пользователям и устанавливали ту сумму, которая нужна им для воплощения всего этого в жизнь. Здесь каждый может поделиться своими мыслями и задумками и получить от сообщества

обратную связь и денежные инвестиции. И это действительно работает. Огромное количество, казалось бы, примитивных и мелких проектов, но имеющих огромную важность для общества и затрагивающих насущную проблему человека получают колоссальные деньги, а также возможность сотрудничества с крупными компаниями. Если грамотно описать свой проект и презентовать его людям, то обязательно найдётся хотя бы один неравнодушный пользователь платформы, готовый вложиться и помочь в реализации твоей идеи.

Список использованных источников

1. Лиленко-Карелина Ирина “Краудфандинг. Как найти деньги для вашей идеи”
2. Джейми Стегмайер “A Crowdfunder's Strategy Guide”

UDC 336.4

Prokhvatilov Daniil Vitalievich

student

Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

8 (999) -227-93-59 prohvatilov2011@gmail.com

Scientific adviser:

Associate Professor of the Department of Social Sciences, Candidate of Philosophical Sciences

Pechurina Olga Alekseevna

CROWDFUNDING PLATFORM “KIKSTARTER” FOR FINANCING PROJECTS

This article discusses the “Kikstarter” crowdfunding platform, namely its structure, principle of operation and the possibilities that are provided to the authors of projects.

Key words: crowdfunding, project, financing, idea.

УДК 330.322

Редько Татьяна Александровна

бакалавр 3 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89192929855; tatyanaredko855@gmail.com

Научный руководитель:

Гудкова Ольга Владимировна

к.э.н., доцент кафедры «Таможенное дело и маркетинг»

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье проанализированы инвестиционные источники развития цифровой экономики, отмечается значение развития и введения цифровых технологий в работу современных предприятий различных секторов экономики, рассматриваются основные проблемы сдерживания вкладов инвесторов в цифровой сектор.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, источники инвестирования, цифровая экономика, цифровизация.

К числу приоритетных направлений большей части первенствующих стран мира относится развитие цифровой экономики. В Российской Федерации также закрепилось утверждение о том, что разработка и популяризация цифровых технологий стали необходимы для обеспечения конкурентной среды на внутреннем, а также внешнем рынке. Согласно указу Президента от 7.05.18 г. № 204, обеспечение ускоренного введения в оборот цифровых технологий в экономике и социальной сфере – это одна из государственных целей развития.

Чтобы провести дальнейшее исследование, стоит конкретизировать смысл термина «цифровая экономика», поскольку внутри научного сообщества содержание данного понятия еще не закрепилось. Далее под цифровой экономикой имеется в виду операция по производству, популяризации и применению цифровых технологий, а также программ и услуг, которые имеют отношение к ним. Российская статистика ввела в обиход термин «Сектор информационно-коммуникационных технологий» для удобства при количественной оценке цифровой экономики. ИКТ легко формируется как сумма видов экономической деятельности, которые сопряжены с воспроизводством продуктов, ориентированных на реализацию функции обработки полученной информации и коммуникации с применением цифровых средств, включая распространение и представление данных [1].

Для обеспечения массовой цифровизации экономической сферы необходимо осуществить немало капитальных вложений. Именно поэтому важной задачей становится нахождение инвестиционных источников развития цифровой экономики. Такими источниками выступают государственные и частные, причем доля первых, в соответствии с Программой «Цифровая

экономика», немного преобладает над вторыми и составляет 57%, а на долю вторых приходится 43% [2].

Анализируя уровни цифровизации предпринимательского сектора мирового сообщества, нетрудно заметить, что Россия уступает ведущим странам мира.

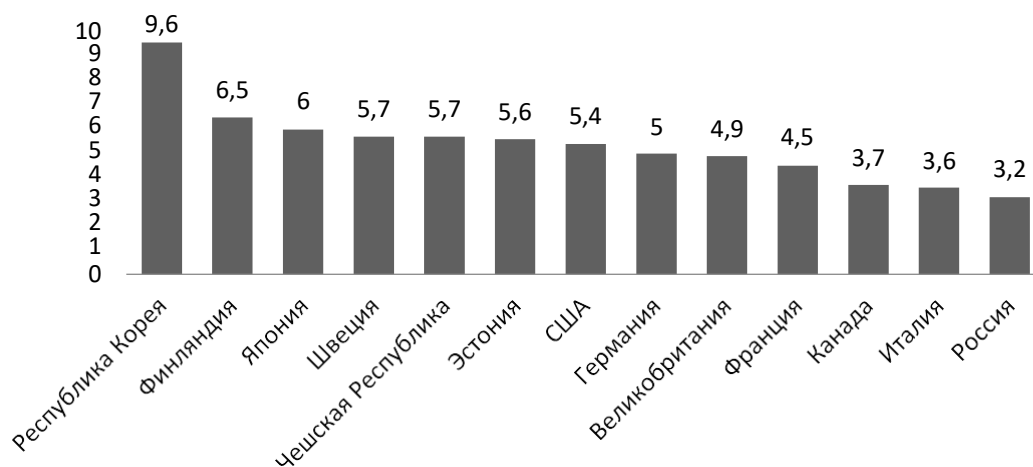


Рис.1 Удельный вес сектора информационно-коммуникационных технологий в валовой добавленной стоимости предпринимательского сектора по странам: 2020 [3]

Цифровизация государственного управления является основной целью программы, а стимулирование развития цифровизации бизнеса – второстепенной.

Анализируя уровень цифровизации экономики на современном этапе, можно заметить, что доля государства занимает весомое положение во всех ведущих отраслях национального цифрового сектора. Доля органов государственной власти в уставном капитале организаций сектора информационно-коммуникационных технологий занимала 35,2%, а в сфере СМИ – 49% [4].

Наблюдается проблема дефицита объемов финансирования цифровизации компаний, занимающихся предпринимательством. Федеральное исследование компании Strategy Partners показало, что 71% предприятий получил до 5% инвестиций на данные цели [5].

Решением возникших проблем становится поиск источников частных вкладов в цифровизацию, а венчурные инвестиции являются одним из вариантов источника субсидирования. Представители венчурного рынка отмечают варианты финансирования, которые способствуют его активному развитию на территории России. Во время проведения круглого стола «Ресурсы прямых и венчурных инвестиций как инструмент финансирования программ цифровой экономики» участники мероприятия выяснили, что венчурное инвестирование позволяет сильно убыстрить развитие цифровой трансформации, если поддержка происходит не только на начальном этапе, но и на поздних стадиях развития. Большое значение имеет задача повышения доверия венчурных инвесторов к новым цифровым проектам. Именно снятие административных

препятствий, которые выступают барьером к привлечению источников инвестирования, позволит решить эту проблему [6].

Однако нехватка финансовых фондов – это не единственная причина низкого количества инвестиций. Нехватка технологических возможностей и дефицит информации о технологиях и инвесторах также являются объяснением сложившейся проблемы.

Исходя из проведенного исследования, можно отметить следующие ключевые моменты:

1. От инвестирования поддержки цифровой экономики напрямую зависит состояние конкурентоспособности национальной экономики внутренней и внешней сферы.

2. Государственному сектору уделяется наибольшее внимание по теме цифровизации экономики.

3. Инструменты венчурного инвестирования являются наиболее перспективным источником финансирования развития цифровых технологий в предпринимательской сфере.

4. Нехватка технологических возможностей у предприятия выступает серьезной проблемой, помимо недостаточного количества частных инвестиций.

Список литературы:

1. Индикаторы цифровой экономики: 2019. Статистический сборник. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». - 237 с. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf>.

2. Акимов С.С. Взаимосвязь развития цифровой экономики и инвестиционной деятельности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. - 2018. - № 12 (118). - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=5252.

3. Цифровая экономика: 2020. Краткий статистический сборник Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». НИУ ВШЭ, 2020. - 94 с. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://issek.hse.ru/digec2020>.

4. Россия: от цифровизации к цифровой экономике // Исследование Института экономики роста им. Столыпина П.А. - 2018. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/09/issledovanie_tsifrovaya-ekonomika-14-09-18-1.pdf.

5. Федеральное исследование «Индекс готовности российских компаний к цифровой трансформации». - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://digitalbusinessmodel.ru/page6489492.html>.

6. Стартапам нужны частные инвестиции на средней стадии развития. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://digital.ac.gov.ru/news/1368/>.

INVESTAL SOURCE DIGITAL ECONOMIC

In the article analyzed the investment sources of the digital economy, notes the importance of the development and introduction of digital technologies in the work of modern enterprises of various sectors of the economy, considers the main problems of restraining investors' deposits in the digital sector.

Keywords: information and communication technologies, sources of investment, digital economy, digitalization.

УДК 347.27

Рыкова Любовь Николаевна

Студентка кафедры информационных технологий

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново, Россия

abul22@mail.ru

8(980)680-82-64

ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с понятием ипотечного кредитования. Описываются особенности и методы ипотечного кредитования.

Ключевые слова: ипотека, кредит, ипотечный кредит, особенности, банк, недвижимость.

Ипотека выступает одной из альтернатив залога недвижимости, при которой предмет залога продолжает эксплуатироваться должником. Кредитор имеет полное право потребовать исполнения должником денежного обязательства за счёт реализации данного имущества, если должник не реализует своё обязательство.

Также существует понятие ипотечного кредитования, оно отличается от понятия ипотеки. Ведь при ипотечном кредитовании кредит будет выдан банком под залог недвижимости. Ипотечный кредит (далее - ИК) — это выдача банком денежных средств, которые клиент будет использовать на приобретение недвижимости. За использование банковских услуг клиент выплачивает банку определённый процент, а в конце каждого месяца возвращает часть заёмных средств.

Таким образом, жильё, которое было приобретено за счёт ИК, будет являться некой гарантией для банка до тех пор, пока кредит не будет полностью погашен. Ипотечное кредитование подчиняется федеральному закону “Об ипотеке” [1].

С каждым годом в нашей стране не уменьшается популярность использования ипотечного кредитования. Ведь большим плюсом этого является возможность приобретения жилья в любой удобный момент времени. Человек может сразу начать жить в нём, а погашать кредит в течение многих лет.

Главным отличием ипотечного кредитования от других видов выступает то, что у такого кредита строго целевая направленность, он предназначен исключительно для покупки недвижимости. Можно заметить, что процентная ставка по займу, который имеет целевую направленность, значительно меньше, нежели по займу, который осуществляется на различные потребности человека.

Любая жилая недвижимость имеет особенность регулярного роста в цене. Это усложняет попытки накопления денег на собственное жильё. В данной ситуации и проявляется преимущество ипотечного кредитования. Ведь если взять ипотечный кредит, стоимость на полученное жильё зафиксирована и не будет расти дальше. Сумма платежей, которые человек будет совершать каждый

месяц, будет известна, что очень поможет в планирование собственного бюджета.

На практике есть две формы ипотечного кредитования: одноуровневая (немецкая модель) и двухуровневая (американская модель).

Одноуровневая схема ИК заключается в том, что банк, выдающий кредит, самостоятельно выпускает ценные бумаги облигационного типа. Деятельность таких банков ограничивается узким перечнем низкорискованных операций.

При двухуровневой системе ИК, когда кредиты выданы на первичном ипотечном рынке, переуступаются специализированным ипотечным агентствам, которые секьюритизируют их путем выпуска ценных бумаг. Так как развитие такой системы весьма динамично, она и используется в РФ.

В настоящее время существует довольно много программ ИК. Например, выгодный процент ипотечного кредитования предлагают такие банки как ВТБ, Сбербанк, Росбанк. Также есть много удобных методов, где человек сможет оформить ипотечное кредитование. Например, это можно сделать онлайн через портал государственных услуг [2].

Можно сделать вывод, что если для человека актуально приобретение жилья, но он не имеет достаточных накоплений для этого, то лучше всего будет оформить ипотечный кредит на большой срок с низкой процентной ставкой. В этом случае заплатить нужно будет только первоначальный взнос. Ипотечное кредитование также исключает финансовые риски, ведь оплата происходит не мгновенно, а в течение длительного срока. С точки зрения инфляций, это довольно выгодно.

Список использованных источников

1. Федеральный закон “Об ипотеке (залоге недвижимости)” от 16.07.1998 № 102-ФЗ.
2. Портал государственных услуг – URL: <https://www.gosuslugi.ru/>.

UDC 347.27

Rykova Lyubov Nikolaevna

Student of the Department of Information Technology

Ivanovo State Power Engineering University, Ivanovo, Russia

abul22@mail.ru

8(980)680-82-64

FEATURES OF MORTGAGE LENDING

The article deals with the issues related to the concept of mortgage lending. It describes the features and methods of mortgage lending.

Keywords: mortgage, loan, mortgage loan, features, bank, real estate.

УДК 316.33

Рябова Екатерина Олеговна

Студент бакалавриата, группа 3-ГДА-2

СПбГУПТД, Санкт-Петербург, Россия.

89219150439, ryabovakatekate2000@mail.ru

Доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, кандидат экономических наук, Марианна Витальевна Смирнова.

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ И СОЗДАНИЯ РАБОЧИХ МЕСТ

В статье рассматривается проблема безработицы в России. Вопросы занятости и безработицы приобретают новые аспекты в условиях глобализации нынешней экономики.

Ключевые слова: проблема безработицы, образование, мотивация, рынок труда.

Проблема безработицы в России показывает, что, несмотря на значительную неоднородность русского опыта безработицы, модель высокой и стойкой безработицы характеризует многие из основных континентальных экономик, в отличие от малого количества безработных в США. В разное время национальные экономики могли управлять рынком труда, устанавливая заработную плату и регулируя определенные условия найма и увольнения, но сегодня эти регуляторы малоэффективны. Экспорт капитала и товара в стране, где рабочая сила недорогая, а социальные издержки низкие, не позволяет использовать распространённые до сих пор механизмы регулирования труда и рабочих отношений. Переподготовка и подвижность, а также владение высшим образованием не всегда являются решением проблемы безработицы в открытой национальной экономике. Споры между собственниками рабочей силы усиливаются и выходят за рамки государства, а национальные законодательные распоряжения не могут регулировать мобильность труда.

До распада СССР в декабре 1991 года население России практически гарантировало себе работу, а официальный уровень безработицы был нулевым. Последовавшие за этим экономические и политические преобразования привели к увеличению числа безработных, а также лиц с неполной занятостью. Периоды безработицы могут иметь долгосрочные последствия для уменьшения занятости по двум основным причинам. Во-первых, потеря ценного опыта работы может затруднить поиск работы. Теория капитала предполагает, что, поскольку значительные инвестиции в личный капитал должны происходить в первые годы работы, безработица для молодежи особенно опасна. Это также относится к пожилым людям, сталкивающимся с изменяющейся экономической системой и пытающимся получить новые, более применимые навыки. Если в периоды безработицы не будет инвестиций в человеческий капитал, то заработок безработных будет ухудшаться. Более того, периоды безработицы могут привести к отсутствию привычки работать, слабой привязанности к рабочей силе

и общему отчуждению от общества. Сам факт отсутствия работы может изменить отношение безработных, если они разочаровываются в своих перспективах получения работы, что влияет на их усилия по поиску работы. Это, вероятно, более применимо в Российской экономике, которая имеет историю высокой занятости лишь рабочей силы. Кроме того, работодатели могут использовать стаж работы как признак потенциальной производительности, предпочитая нанимать работников, которые не были безработными.

Приемлемый уровень безработицы это 2 – 5 % трудоспособного населения при таком уровне безработицы не возникает вполне известных её минусов, но если безработица превысит рубеж 5 %, то начнутся вполне серьезные последствия. Чем больше процент безработных, тем сильнее это влияет на криминализацию в обществе. Высокий процент безработных влияет на экономику страны, что чаще всего приводит к плачевным последствиям. Снижается объем ВВП, уменьшается покупательский спрос, сокращается процент сбережений, ухудшается инвестиционный процесс, снижается предложение, уменьшается производство товаров.

С точки зрения психологии нормальный процент безработицы увеличивает дисциплину труда, так как на общество влияет отрицательный стимул который проявляется виде риска потери работы. Нормальный уровень безработицы вынуждает людей своевременно и в надлежащем виде появляться на своем рабочем месте, исправно трудиться и производить качественную работу, услугу. Нормальный уровень безработицы оказывает положительное влияние на рост предпринимательской деятельности, так как уменьшает пыл наемных работников, которые заявляют слишком высокие требования заработной платы. В длительном периоде времени умеренная безработица в некоторой степени содействует поддержанию общественно политической обстановки в стране. Нормальный уровень безработицы также неразрывно связан с уровнем инфляции. Высокий уровень безработицы часто приводит к социально-политическим разногласиям, социальным катаклизмам, политической неустойчивости общества.

UDC 316.33

Ryabova Ekaterina Olegovna

Undergraduate student, group 3-GDA-2

SPbGUPTD, Saint Petersburg, Russia.

89219150439, ryabovakatekate2000@mail.ru

Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing, Candidate of Economic Sciences, Marianna Vitalievna Smirnova.

THE PROBLEM OF UNEMPLOYMENT AND JOB CREATION

The article deals with the problem of unemployment in Russia. The issues of employment and unemployment acquire new aspects in the problem of globalization of the current economy.

Key words: the problem of unemployment, education, motivation, labor market.

УДК 316.33

Сабирова Анастасия Игоревна

студент

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,

Санкт-Петербург, Россия

8-911-331-37-11, nasty.s.00.00@mail.ru

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории Домбровский Сергей Владимирович

РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В НЕДВИЖИМОСТЬ

В статье анализируется особенность недвижимости как потенциального объекта инвестиций, основных инвестиционных характеристик недвижимости, оценки рисков инвестиций в недвижимость.

Ключевые слова: инвестиции, риск, недвижимость, вложения, рынок, акции.

Исследования между риском и доходностью, занимают важное место в дискуссии об эффективности инвестиций в недвижимость. Обзор имеющихся исследований показывает, что инвестиции в недвижимость менее прибыльны, чем акции, но с точки зрения риска и доходности, как правило, являются лучшим вариантом.

Глобализация экономики, свободные потоки капитала и, что не менее важно, растущие экономические проблемы заставили инвесторов все больше интересоваться новыми инвестиционными возможностями. Это приводит к спросу на информацию об эффективности различных инвестиционных инструментов. Поскольку эффективность инвестиций можно рассматривать как соотношение между риском и доходностью, оба фактора приобретают важное значение. Анализ риска и доходности становится одной из предпосылок при принятии инвестиционных решений. Ранжирование инвестиций по риску обычно распределяет их в следующем порядке: облигации, недвижимость и акции, причем облигации являются самыми безопасными, а акции — самыми рискованными. Однако более тщательный анализ коэффициентов риска и доходности показывает, что недвижимость часто более эффективна в качестве инвестиционного инструмента, чем акции. [3]

Инвестирование в недвижимость — это идеальная стратегия пассивного дохода и способ диверсифицировать свой портфель. Но в каждой инвестиции в недвижимость заложен элемент риска. Риск присутствует в каждом типе инвестиций, и, как правило, чем он выше, тем выше потенциальная прибыль. [1]

Согласно ежегодному исследованию Gallup по экономике и личным финансам, проведенному в начале апреля 2020 года, недвижимость является лучшим выбором для инвестиций для большинства инвесторов (35%). Таким образом, недвижимость опережает акции и паевые инвестиционные фонды (21%), сберегательные счета (17%), золото (16%) и облигации (8%) как наиболее предпочтительные инвестиции. [5]

Вклад в коммерческую недвижимость связан с множеством рисков, которые

следует рассматривать в сочетании с ожидаемой стоимостью инвестиций. Наличие у инвесторов системы отсчета для количественной оценки риска помогает гарантировать, что инвестиции соответствуют их потребностям и целям. Опытные инвесторы используют сложные модели оценок рисков и глубокие знания по приобретению недвижимости, чтобы учесть переменные, участвующих в оценке потенциальной прибыли от новой собственности. [4]

При принятии решений о вложении средств в недвижимость, необходимо учитывать специфические характеристики потенциального объекта для инвестиций. Недвижимость устойчива по отношению к инфляции, что считается эффективной защитой инвестора, но обладают повышенным уровнем риска и большой неопределенностью. [7]

Основное предположение заключается в том, что если купить недвижимость сегодня, то завтра можно продать ее намного дороже. Стоимость недвижимости имеет тенденцию расти со временем, рынок недвижимости непредсказуем, и вложения могут обесцениться. Спрос и предложение, экономика, демография, процентные ставки, политика правительства и непредвиденные события — все это играет роль в тенденциях в сфере недвижимости, включая цены и арендные ставки. [5]

Выбор местоположения всегда в приоритете при покупке инвестиционной недвижимости. Местоположение определяет факторы, определяющие способность получать прибыль: спрос на арендуемую недвижимость, типы недвижимости, пользующиеся наибольшим спросом, арендные ставки и потенциал повышения стоимости. [1]

Скрытые структурные проблемы также являются верным способом потерять деньги на вложениях. Важно недооценивать затраты на ремонт и техническое обслуживание. Например, косметический ремонт или устранение плесени может стоить десятки тысяч долларов. Можно снизить данный риск, если тщательно осмотреть недвижимость перед покупкой, не экономя на найме инспектора собственности, подрядчика, инспектора по плесени и специалиста по борьбе с вредителями. [8]

Недвижимость традиционно считалась надежным вложением средств, и опытные инвесторы могут наслаждаться пассивным доходом, отличной доходностью, налоговыми преимуществами, диверсификацией и возможностью увеличить капитал. Как и с другими видами инвестиций, недвижимость имеет значительный риск. Необходимо отдать предпочтение инвестиционному проекту, который будет технически выполнен, юридически обоснован, экологически безопасен и экономически наиболее эффективен. Важно оценить степень предпринимательского, финансового и прочих рисков и учесть эффективность инвестиционного проекта. [7]

Список литературы

1. *Аньшин В.М.* Инвестиционный анализ: учебно-практическое пособие. – М: Дело, 2018.

2. *Белых Л.П.* Формирование портфеля недвижимости. – М: Финансы и статистика, 2019.
3. *Беренс В., Хавренек П.М.* Руководство по оценке эффективности инвестиций. М.: Инфра-М, 2016.
4. *Гитман Л.Д., Джоник М.Д.* Основы инвестирования. – М.: Дело, 2020.
5. *Зимин А.И.* Инвестиции: вопросы и ответы. – М: ИД «Юриспруденция», 2019.
6. *Зимин А. И.* Анализ проектных рисков. – М.: Экмос, 2018.
7. *Ковалев В.В.* Методы оценки инвестиционных проектов. – М.: Финансы и статистика, 2017.
8. *Слепнева Т.А., Яркин Е.В.* Инвестиции: Учебное пособие. – М: ИНФРА – М, 2015.

UDC 316.33

Sabirova Anastasia Igorevna

student

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

8-911-331-37-11, nasty.s.00.00@mail.ru

Supervisor: Senior Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky S. V.

RISKS OF INVESTING IN REAL ESTATE

The article analyzes the peculiarity of real estate as a potential investment object, the main investment characteristics of real estate, and the assessment of the risks of investing in real estate.

Keywords: investments, risk, real estate, investments, market, shares.

УДК 339.138:004.738.5

Садовникова Лидия Викторовна

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
г. Санкт-Петербург, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Развитие интернет-технологий обогатило инструментарий маркетинговых исследований и облегчило доступ компаний к потребителям разных сегментов рынка. Вклад интернет-исследований в информационное обеспечение маркетинга возрастает с каждым годом.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, исследования, глобальная сеть

Усиление конкуренции на рынке товаров, работ и услуг требуют внедрения концепции маркетинга в менеджмент организаций.

Маркетинг можно определить еще и как способ вскрытия и использования потребностей, совершенствования и повышения качества продукции и услуг в соответствии с этими потребностями и обеспечения на этой основе достижения коммерческих целей предприятия [1].

История глобальной сети Интернет более сорока лет, около двадцати из которых используется в коммерческих целях. За это время на рынке произошло много событий, открылись новые разнообразные компании. Рынок электронной коммерции вырос в несколько раз.

Активное развитие и проникновение информационных компьютерных технологий в экономику является фактором формирования инфраструктуры онлайн-бизнес-моделей и в том числе моделей онлайн-коммерции [2].

Внедрение Интернета в маркетинговую систему многое изменило, и у маркетологов нет другого выхода, кроме как придерживаться новых правил, которые меняются с каждым днем.

Маркетинговые исследования — это мощное маркетинговое направление, которое с каждым годом только растет. Все чаще мы обращаемся к онлайн-инструментам - уже 12% исследований проводится через Интернет, что позволяет нам мгновенно получать ответы. В мире каждое четвертое исследование рынка проводится в сети. Безусловно Интернет не заменит полностью традиционные методы исследований, но их доля будет уменьшаться из года в год [3].

Маркетологи могут использовать Интернет для достижения трех различных целей исследования: изучение Интернета как маркетингового инструмента, использование Интернета как альтернативу традиционному анкетированию и опросам, использование Интернет для изучения поведения онлайн потребителей.

Интернет может сэкономить компаниям драгоценное время и деньги, предоставляя информацию одним нажатием кнопки. Важно иметь представление о типе доступной информации и о том, как получить к ней доступ.

Использование Интернета относится к изучению того, как фирмы используют Интернет в качестве маркетингового инструмента. Веб-сайты используются для достижения целей ряда маркетинговых задач: получение доступа к ранее неизвестным или недоступным покупательским факторам, создать позитивный корпоративный имидж, предоставление информации о продукте, стимулирование и поощрение интереса потребителей к ассортименту бренда, привлечение потенциальных клиентов, обработка жалоб клиентов, их вопросов и предложений, служба в качестве электронного купонного устройства [4].

Маркетинговые интернет-исследования могут быть использованы для изучения эффективности такого использования Интернета. Интернет позволяет организации относительно легко контролировать свою внешнюю среду. Фирмы могут собирать информацию через такие поисковые системы, как Goggle, Yahoo и MSN. RSS-каналы с новостных сайтов позволяют компаниям получать информацию о новостях по мере их появления. Интернет-форумы и блоги (веб-журналы) содержат мнения людей по бесконечному списку тем. В Интернете можно найти исследования таких организаций, как Mintel, которые проводят маркетинговые исследования потребительских тенденций или исследуют и тестируют потребительские товары и услуги.

Онлайн-анкеты — это простая форма первичного онлайн-исследования. Когда пользователь Интернета посещает веб-сайт, содержащий онлайн-анкеты, появляется сообщение с просьбой принять участие в онлайн-опросе. В анкете пользователям задаются вопросы об их мнении о компании, ее продуктах, ее веб-сайтах и рынке, на котором работает компания. Чтобы стимулировать участие пользователей, онлайн-анкеты обычно короткие и простые для заполнения. Данные, собранные из онлайн-анкет, будут проанализированы и использованы для разработки маркетинговой стратегии.

Компании проводят исследования, чтобы выяснить, насколько популярны их веб-сайты и насколько часто люди совершают покупки. Некоторые компании разрабатывают собственное программное обеспечение для сбора информации об использовании Интернета, а другие поручают сторонним компаниям провести для них исследования. Анализ использования показывает, сколько людей посетили веб-сайт, их местоположение, сколько времени они провели на веб-сайте и какие разделы веб-сайтов были ими использованы.

Каждый раз, когда пользователь посещает веб-сайт, в его браузере временно размещаются небольшие текстовые файлы, называемые файлами cookie. Файлы cookie сообщают владельцам веб-сайтов, какие страницы вы посетили и как просматривали веб-сайт. Файлы cookie записывают, какие интернет-страницы посещаются, сколько времени люди проводят на каждой странице и как люди перемещаются по сайту. Информация, собранная с помощью файлов cookie, может помочь компаниям улучшить маркетинг и свои

веб-сайты. Файлы cookie также помогают компаниям настраивать веб-страницы для пользователей, которые зарегистрировались на веб-сайте.

Используется три разных метода сбора данных в Интернете: прямое наблюдение, анкетирование, эксперимент.

Непосредственное наблюдение за содержанием веб-сайта или страницы может осуществляться исследователями или выборкой пользователей. Этот метод может использоваться для сбора объективных данных, таких как количество рекламных объявлений на странице или наличие фреймов или количество ссылок внутри конкретной страницы; или для сбора субъективных данных, таких как удовлетворенность пользователей или их реакция на содержание или дизайн веб-страницы. Для анкетных опросов в Интернете можно использовать четыре вида формата: анкеты веб-сайтов, анкеты распространяемые по электронной почте, текстовые формы, отправленные по электронной почте в виде вложенного файла, загружаемая текстовая форма, размещенная на специально созданном ftp-сервере, который возвращается по почте или факсу.

За исключением технических вопросов, настоящих различий между этими формами вопросников и традиционными вопросниками, отправляемыми по почте или по телефону, нет.

Эксперимент может быть проведен путем создания экспериментального веб-сайта и изучения поведения пользователей по отношению к некоторым измененным изменениям на сайте. Контентом, дизайном и/или потоком навигации можно управлять, чтобы определить их влияние на поведение потребителей [4].

Интернет можно использовать как для вторичных, так и для первичных исследований. По мере развития технологий и сервисов интернета диапазон средств маркетинговых исследований будет расширяться.

Список использованных источников

1. Сиротина, Л. К. Организационно-экономическое проектирование: исторические аспекты и методологические подходы: монография / Л. К. Сиротина – СПб.: ФГБОУВПО «СПГУТД», 2013. – 143 с. - [электронный ресурс]. Режим доступа: URL.:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42700964&selid=42701736> (дата обращения 13.09.2021)

2. Любименко А. И. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-КОММЕРЦИИ // Передовые инновационные разработки. Перспективы и опыт использования, проблемы внедрения в производство: сборник научных статей девятой международной научной конференции. 31 октября 2019 г. Часть 2. - Казань: ООО «Конверт», - 2019. – с.198-200

3. Маркетинговые исследования в интернете: особенности и преимущества: [Электронный ресурс] // Психология и бизнес, URL: <https://psycho.ru/library/21743>. (дата обращения: 9.05.2021)

4. Виды онлайн маркетинговых исследований в интернете: [Электронный ресурс] // Психология и бизнес, URL: <https://www.pirogov.marketing/vidy-onlajn-marketingovyh-issledovaniy-v-internete/>. (дата обращения: 10.05.2021)

UDC 339.138: 004.738.5

Sadovnikova Lidia Viktorovna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

APPLICATION OF THE GLOBAL INTERNET IN MARKETING RESEARCH

The development of Internet technologies has enriched the tools of marketing research and facilitated the access of companies to consumers in different market segments. The contribution of Internet research to marketing information support is increasing every year.

Keywords: internet marketing, research, global network

УДК 364.1

Санфирова Ольга Владиславовна,

к.п.н., доцент кафедры экономической теории

Томского государственного университета

Россия, г. Томск

sanfolgayandex.ru

+7 (913)8276623

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ В ПЕРЕХОДНУЮ ЭПОХУ: «ОТ РЕАЛЬНОСТИ К ЦИФРЕ»

В статье анализируются особенности цифрового экономического знания, особенности поведения субъектов, уровень готовности их к переходу в цифровые реалии.

Ключевые слова: цифровая информация, социально – психологические установки индивида, ценностно – смысловые установки индивида, уровни готовности индивида, культурно-исторические доминанты.

Растущая опасность надвигающейся цифровой реальности, которая в настоящее время стала предметом особого внимания как теоретических, так и прикладных исследований, предельно актуализирует задачи, стоящие перед современным обществом. Вопрос состоит не в том, как ее избежать, но, по возможности, смягчить ее действие, затормозить лавину техногенных и культурогенных последствий, успеть подготовиться к жизни в совершенно ином мире субъектам социума.

Современное экономическое знание претерпевает существенные трансформации непосредственно в самом научном ядре. Идет быстрое сближение всех наук в современном научном мире и производство нового нестандартного цифрового знания, основанного на огромном количестве индексов, ради которых легко меняется культурный социокод.

Экономическое знание все больше переходит в сферу поведенческого спектра, все больше учитываются человеческие факторы и различного рода социокультурные форматы. Цифровая информация становится главным ядром науки, экономически высокостоящим продуктом, да и новым стратегическим ресурсом, самым ликвидным активом. Цифровая информация, хотя и не имеет вещественной оболочки, как у товара, но все больше приобретает его признаки и становится, по словам Б. Латура, скрытой социальной массой, которая дорого стоит и может поменять восприятие мира и формы взаимодействия с ним [1].

В современных условиях формируется новое цифровое общество – «общество знания», формируется «новая цифровая экономика». Огромное значение отводится социуму. В этом случае оно тяготеет к философии, создавая сложнейшие комплексы в которых главная роль принадлежит человеку [2]. При этом на первый план выходит аксиологический и онтологический аспекты. Аксиология, как наука о ценностях задает определенные ценностные стереотипы поведения индивидов в той или иной культурной формации, а онтологическая часть философии, как наука о бытии, как раз и формирует на базе ценностей, тот

или иной бытийный уклад, который и подчиняется уже цифровым экономическим законам. Еще 15 лет назад Г. Константинов в статье об интеллектуальном цифровом предпринимательстве говорил о будущем, как господство стресса, дезориентации и метания.

Суммируя сказанное отметим, что цифровые экономические знания превратились в важный цифровой экономический продукт. Здесь имеется немало скептиков, которые обязательно будут выступать против знания, как самостоятельного цифрового информационного продукта, у которого есть капитализация и ликвидность. Материальный мир никуда не денется, он останется, но будет существенно видоизменен. Это порождает вопрос, каковы конкурентные преимущества могут быть у человека, ведь если вспомнить, что не так давно образованный человек имел огромное преимущество перед необразованными. Останется ли это сейчас в том же виде? Скорее всего нет, как показывает современный опыт. Вокруг цифрового экономического знания идут глобальные споры.

Цифровые экономические знания, как и любое другое классифицируют, типологизируют, выделяют признаки, строят модели. Принято выделять категории экономического знания общего и частного порядка. К категориям общего порядка относятся общие, специфические, функциональные экономические знания.

С точки зрения их практического применения цифровое экономическое знание делят на фундаментальное и прикладное. Что касается вопросов частного порядка то здесь, например, выделяют знание и информацию, а также выделяют формализованное знание и неформализованное.

Отметим, что инновационной компонентой здесь будет наличие ценностно-смыслового аспекта в каждом выделенном блоке. Это показывает присутствие в нем человека, демонстрирует его опыт, как индивидуальный, так и социальный. В отличие от цифровой информации цифровое знание является «одушевленным продуктом», в нем видна роль человека. Кроме того, в знании всегда отражается прогностическая функция. Можно сказать, что оно состоит из 3 ядер: цифровая информация, имеющийся опыт, прогностическая функция. При этом, прогностическая функция носит субъективный характер. Это является конечным пунктом, который определяет стоимостной характер всего знания. Приведем пример: поступает цифровая информация о современном мире, человек перерабатывает эту информацию на основе имеющегося у него опыта, ценностно-смысловых установок, посредством выбранной им технологии, которая на его же взгляд является наиболее удачной. Далее он порождает новое цифровое знание. Последняя функция ориентирована на проектирование будущих действий, а это видение очень влияет на построение действий в настоящем. Если все эти этапы пройдены, то мы получаем новый цифровой знаниевый продукт.

$D - T - D'$ – известная формула прибавочной стоимости где D' является как раз прибавочной стоимостью. Основные параметры схемы современного знания очень близки к общеизвестной схеме круговорота денег в природе

По такому же сценарию функционирует и современное цифровое экономическое знание.

Представим схематически основные компоненты цифрового экономического знания. (рис. 1)

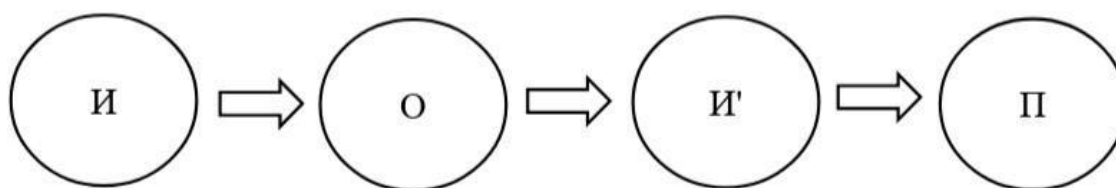


Рисунок 1. Основные компоненты цифрового экономического знания

Где,

И – информация цифровая, полученная в цифровой информационной среде

О - опыт, социально – психологические, ценностно – смысловые установки индивида.

И' - информация, преломленная, видоизмененная предыдущем звеном.

Преобразованная цифровая информация, вновь полученная

П - прогноз – адаптированное знание к современным реалиям, с ориентацией его на развитие, на будущее. Это конечный этап и есть цифровой экономический знаниевый информационный продукт. В этом случае остро встает проблема готовности главного действующего лица цифровой экономики, а именно, сможет ли он адаптироваться в новом, для него, цифровом поле, хватит ли у него опыта, гибки ли у него ценностно-смысловые установки. Активен ли субъект, готов ли он к экономическому взаимодействию в нестандартных для него реалиях-от этого зависит успешность функционирования социума.

Что касается экономического знания, то в этой схеме самым главным пунктом будет второй блок, это буква О. Потому что современная экономика сегодня – это экономика субъективная. Ее часто называют «экономикой опыта», «экономикой историй», «поведенческой экономикой», когда во главу угла ставятся продукт, напрямую связанный с эмоциями, его еще называют эмоциональный продукт. Кроме того, в экономике сегодня принято выделять 2 вида рынка. Это традиционный и эмоциональный рынки. Чтобы функционировать на первом индивиду необходимо традиционные экономические знания. Но, чтобы опережать тенденции, как залог успешного функционирования на рынке, необходимы знания как экономических законов, так и знания смежных наук, таких как психологии, философии, истории и т.д. В этом случае мы имеем дело с цифровыми эмоциональными рынками в основе которых будет лежать реализация цифрового товара-эмоции. Каковы главные функции данного товара, в чем его полезность-сегодня это сложный вопрос как для производителя, так и для потребителя. Каков последний, каковы его ценности, убеждения, установки на этот вопрос сегодня пока затрудняются ответить экономисты.

В исследовании был проведен небольшой опрос, направленный на выяснения уровня готовности субъекта к активному взаимодействию в

рыночных цифровых реалиях. Респондентам предлагались термины, к которым они должны были выстроить ассоциативные ряды для понимания эмоционального настроения к цифровой реальности. Возраст опрашиваемых колебался в диапазоне от 35-45 лет. Все участники опроса были с высшим образованием. Они активно взаимодействовали в цифровой среде. В ходе опроса было выявлено 3 уровня готовности к цифровым реалиям активно действующих сегментов. Порядка 35% респондентов категорически не хотят усиления цифровизации, как следствие этого цифрового образа жизни. Они очень хорошо представляют себе цифровой мир, прекрасно его описывают, видят положительные и отрицательные его особенности. Этот уровень назван- «не готовы и не настроены». Порядка 45% уверены, что в цифровом пространстве гораздо больше плюсов, возможностей и ощутимой пользы. Но, что-то, тем не менее, их тревожит. Этот уровень можно назвать «готовы и настроены, но не уверены до конца». 10% респондентов большую часть времени проводят в цифровых реалиях, покупки, общения, досуг уже давно в цифровом поле. В расширении цифрового пространства видят только плюсы. Это уровень-«готовы и активно настроены к взаимодействию в цифровой среде». Это подтверждает тезис, что главным звеном, в представленной цепочке на рис. 1, будет звено О - опыт, социально – психологические, ценностно – смысловые установки индивида.

В цифровой среде особенно быстро меняется система потребительского поведения. С одной стороны, потребители имеют определенный опыт потребления продуктов – услуг, они становятся все более разборчивыми и требовательными, а с другой - они ждут от производителя новых, более совершенных предложений, которые должны удовлетворять их быстро меняющиеся жизненные приоритеты. Обращение внимания на уровни готовности возможно существенно облегчит вхождению экономики в цифровое пространство.

В целом, экономическое знание цифровой эпохи, порывая со своими культурно-историческими доминантами, должно обеспечить интеграцию различных способов освоения мира и тем самым увеличить творческий потенциал человека для свободных и осмысленных действий, целостного и открытого его восприятия.

Список использованных источников

1. Социология вещей: сб. ст./под ред. В. Вахтайна. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2013 – с. 200.
2. Технонаука и социальная оценка техники (философско-методологический анализ): кол. монография/ под ред. И. В. Черниковой.- Томск: изд-во Том. Ун-та, 2015. – с 200

FEATURES OF ECONOMIC KNOWLEDGE IN THE TRANSITION ERA: "FROM REALITY TO DIGITAL"

Keywords: digital information, socio-psychological attitudes of the individual, value-semantic attitudes of the individual, levels of readiness of the individual, cultural and historical dominants.

УДК 338.47

Сатуева Аминат Аднановна

Студентка группы 3-ГДА-7

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Россия

Тел: +7 (921)8650711

Email: amas4turn@gmail.com

Научный руководитель:

старший преподаватель кафедры экономической теории

Домбровский Сергей Владимирович

ВЛИЯНИЕ ОПЛАТЫ QR-КОДОМ И БУДУЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА

В статье анализируется введение оплаты QR-кодом, обусловленное актуальностью безналичных расчетов. Отношение людей на стремительный переход к безналичным способам оплаты так же рассматривается с точки зрения статистики.

Ключевые слова: электронная оплата, будущее, бизнес, qr-код

Япония, как традиционное общество, основанное на наличных деньгах, примером которого являются новогодние и свадебные подарки “наличными”, находится в середине перехода к безналичному миру. Первоначально разработанный японской компанией, QR-код, наряду с распространением смартфонов, превратился в основной способ оплаты в материковом Китае благодаря простому и быстрому интерфейсу оплаты. В настоящее время этот эффект достигает Японии, которая приветствует большое количество китайских туристов, в результате чего многие конкурентоспособные поставщики услуг выходят на рынок безналичных платежей при поддержке правительства, стремящегося продвигать безналичное общество.

Почему оплата QR-кодом привлекает внимание сейчас? В последнее время все больше внимания уделяется невидимым расходам на оплату наличными, включая безопасность и физическую транспортировку. Между тем, японское правительство намерено удвоить соотношение безналичных платежей с 20% в 2016 году до примерно 40% к 2027 году, а “Безналичное видение” METI призывает к более раннему достижению и установлению цели на 2025 год.

В Японии, где соотношение безналичных платежей невелико по сравнению с международным уровнем и более 80% небольших платежей осуществляются наличными, оплата QR-кодом на основе смартфона рассматривается как одно из решений. Безналичные способы оплаты, такие как кредитные карты и предоплаченные деньги, не смогли распространиться по нескольким причинам, включая связанные с поставщиками проблемы, такие как плата за транзакции и расходы на обслуживание устройств, проблемы клиентов, такие как ограничения на использование в магазине и беспокойство по поводу безопасности и чрезмерного использования, а также ограничения бизнес-модели с низкой платой, в которой участвующие поставщики делят доход с каждого продавца.

С другой стороны, введение оплаты QR-кодом не накладывает значительного бремени на поставщиков в плане первоначальных инвестиций, как это было очевидно в связи с быстрым распространением технологии в Китае. Отношение также меняется, поскольку молодое поколение “цифровых носителей”, в частности, начало рассматривать мобильные платежи как удобные и безопасные.

Оплата QR-кодом все еще находится в зачаточном состоянии в Японии, и ее можно использовать только у ограниченного числа продавцов. Однако в “Опросе об использовании и намерениях QR-кода и мобильных платежей”, опубликованном компанией Делойта Туше Тохмацу LLC в декабре 2017 года, более 90% пользователей (в возрасте от 10 до 39 лет), имеющих опыт оплаты QR-кодом, указали, что они “удовлетворены” этим опытом, в то время как половина респондентов, которые не использовали оплату QR-кодом, заявили, что они “готовы использовать” его. Это говорит о том, что оплата QR-кодом имеет значительный потенциал для популяризации в качестве безналичного способа оплаты. Пользователи действительно указали, что они обеспокоены безопасностью, но по мере того, как принимаются меры по стандартизации QR-кода и другие меры по созданию рамок, мы ожидаем, что популяризация постепенно наберет скорость.

По мнению Делойт Тохмацу, для расширения использования безналичных методов оплаты, таких как оплата QR-кодом, крайне важно, чтобы мы видели инновации как в платежных функциях, так и в пользовательском опыте.

Возможности для бизнеса, выходящие за рамки безналичной оплаты Рыночная капитализация как Alibaba Group Holding, так и Tencent Holdings, “Большой двойки” китайских операторов оплаты QR-кодов, быстро росла, и теперь эти компании уступают только так называемой Большой пятерке (Apple, Google, Amazon, Microsoft и Facebook) по рыночной стоимости.

Движущей силой этого роста являются их гигантские, основанные на приложениях компании, занимающиеся большими данными. Оплата является наиболее важной точкой контакта с клиентами, а данные, собранные с помощью приложений, анализируются и используются для постоянно растущего спектра предприятий, включая финансы и развлечения, непосредственно связанных с образом жизни пользователей.

Можно сказать, что ключ к успешному платежному бизнесу в Японии лежит в бизнесе данных в китайском стиле, который использует платежи в качестве отправной точки, а также в использовании данных для предоставления своим клиентам новой и более удобной эмпирической ценности. В идеале это приведет к увеличению использования и прогрессу в направлении безналичного общества.

UDC 338.47
Satueva Aminat Adnanovna
Group student 3-GDA-7
St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Russia
Tel: +7 (921)8650711
Email: amas4turn@gmail.com
Research Supervisor:
senior Lecturer of the Department of Economic Theory
Dombrovsky Sergey Vladimirovich

THE IMPACT OF QR CODE PAYMENT AND FUTURE BUSINESS OPPORTUNITIES

The article analyzes the introduction of payment with a QR code, due to the relevance of non-cash payments. The attitude of people to the rapid transition to non-cash payment methods is also considered from the point of view of statistics.

Keywords: electronic payment, future, business, qr code

УДК 330.47

Селина Полина Андреевна

студент

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8-919-713-16-11, polia.selina@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ПОВЫШЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ: РИСКИ И ДЕЙСТВИЯ

В статье анализируется электронная безопасность платежных систем, риски, с которыми сталкиваются пользователи интернета, и действия, которые могут предприниматься для достижения сохранности электронных средств.

Ключевые слова: *безопасность, платежные системы, электронные деньги, риск, услуги, денежные переводы*

Самая важная цель в конвергентной технологической среде - максимально снизить риск за счет использования инфраструктуры открытой доступности. Это делает больший упор на выявление, анализ и устранение системных рисков и уязвимостей, а также постоянный мониторинг как рисков, так и безопасности. Похоже, что на сегодняшний день лишь немногие развивающиеся рынки в явной форме рассмотрели эти вопросы. Это поднимает вопрос о том, как повысить безопасность и конфиденциальность, и при этом как сделать больше с меньшими затратами.

Развитие технологий расширило и увеличило возможности платежных систем, но в то же время сделало их более уязвимыми. Безопасность системы зависит от ее самого слабого звена. Принятие законов, регулирующее всех операторов денежных переводов и любых интернет-провайдеров, которые предоставляют услуги сектору финансовых услуг, требуя их безопасности, увеличило бы защиту денежных средств. Единый закон о бизнесе денежных услуг мог бы стать хорошей основой для регулирования провайдеров.

Другой подход может заключаться в использовании процесса запроса предложений (RFP) для генерации прибыльных предложений и согласования предварительных условий для выбора поставщика. Заключение соглашения об уровне обслуживания с соответствующими механизмами возмещения, ответственностью и гарантиями в соответствии с условиями является одним из важных моментов при использовании электронных средств оплаты.

В настоящее время при подключении к Интернету через любого Интернет-провайдера появляется окно с заключением договора о подключении, в котором провайдер диктует все условия. В отрасли такие контракты называются «пользовательскими соглашениями» или «соглашениями о доступе». Контракты размещаются в интернете, и каждый либо принимает изложенные положения, либо не используется данной услугой. Как правило, такие контракты требуют,

чтобы пользователь периодически проверял веб-сайт на предмет изменений в контракте, а дальнейшее использование службы означает принятие условий. Когда-то считавшиеся не имеющими исковой силы, адгезионные контракты становятся нормой для интернет-провайдеров и отраслей, в которых преобладает электронная коммерция, особенно в сфере финансовых услуг.

Еще одно средство защиты - это саморегулирование посредством автоматизированного процесса обмена информацией или, в более широком смысле, посредством конкретных механизмов, определяющих стандарты безопасности в случае оптовых или розничных платежных сетей. Создание правил центра обмена информацией, требующих, чтобы все организации использовали поставщиков, обеспечивающих соответствующий уровень безопасности, и размещали достаточно денег или облигаций для покрытия убытков, создадут стимул для сторон установить надлежащий стандарт электронной безопасности. Такой подход должен занять более видное место в текущей работе оптовых и розничных платежных сетей на розничных рынках.

Таким образом, посредством создания общеорганизационной политики электронной безопасности в отношении надлежащего поведения и соответствующих каналов для сообщения о вторжениях или инцидентах в тесной координации улучшит всемирную сохранность электронных денег.

UDC 330.47

Selina Polina Andreevna

student

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

8-919-713-16-11, polia.selina@gmail.com

Academic Supervisor: Senior Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey Vladimirovich

IMPROVING THE ELECTRONIC SECURITY OF PAYMENT SYSTEMS: RISKS AND ACTIONS

The article analyzes the electronic security of payment systems, the risks faced by Internet users, and the actions that can be taken to achieve the safety of electronic funds.

Keywords: security, payment systems, electronic money, risk, services, money transfers

УДК 316.42:65

Семёнова Александра Андреевна

Обучающейся 3 курса РГПУ и.м. Герцена, Санкт-Петербург,

Форма обучения очная

+79675724188

Alex.sem11@mail.ru

Научный руководитель:

Сметанина Татьяна Владимировна,

доцент кафедры государственного, муниципального и социального управления, к.э.н.

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

г. Санкт-Петербург, Россия

ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЕЖИ

В статье рассматриваются программы поддержки молодежи, стремящейся реализовать свои таланты. Делается вывод о взаимосвязи развития программ поддержки талантливой молодежи с ростом интеллектуального потенциала России.

Ключевые слова: программы, талантливая молодежь, молодежная политика, социализация, потенциал, бизнес-инкубаторы, инновационное развитие, нематериальные активы, творческая единица, грант.

Статья посвящена реализации программы поддержки талантливой молодежи на территории Российской Федерации. Цель исследования заключается в определении проблематики и анализе реализации данной программы.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что наша талантливая молодёжь активно себя проявляет и прославляет страну, представляя свои креативные инициативы и проекты на всероссийских конкурсах. Еще в 2008 году Правительство Российской Федерации начало активно внедрять различные мероприятия, которые способствуют максимальной реализации поддержки талантливой молодежи.

Один из проектов, способствующих реализации, был утвержден распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р (Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. N 1662-р). Целью этого проекта стала поддержка государственной молодежной политики, успешно развить социализацию и создать условия для самореализации молодежи, а также использовать потенциал в интересах инновационно-технического развития страны[1].

Чтобы поставленная цель была реализована, необходимо сформировать целостную систему поддержки талантливой молодежи. Идея поддержки и продвижение молодых талантов, должна стать основой для формирования культурной среды, способствующей развитию и социальной адаптации личности.

Вспомним философа Карла Мангейма, который говорил, чтобы реализовать молодежную политику нужно ответить на два вопроса: «что мы можем им дать?» и «чего мы ожидаем от молодого поколения?». Ответ на второй вопрос формулируется от ответа на первый, но «истина всегда где-то рядом». За молодежью – будущее. Именно она определяет, как мы будем все жить и именно поэтому, так важно поддерживать прогрессивных молодых людей [2].

Российская Федерация активно занимается программой по развитию талантливой молодёжи. Уже сейчас успешно работают механизмы, которые мотивируют и поощряют одарённых ребят развиваться в отраслях, к которым они имеют непосредственное отношение. Благодаря этим инструментам, миллионы молодых людей имеют возможность достигнуть наиболее высоких результатов.

Классическая поддержка для одарённых ребят – стипендия. Стипендия, предоставляется студентам, которые обучаются на очной форме обучения, независимо от выбранного направления. Для стипендии, необходимо сдать сессию на «хорошо» или «отлично». Для призеров и участников конкурсов, олимпиад есть повышенная стипендия. В начале учебного года такая поддержка предоставляется первокурсникам, которые были призерами и победителями школьных олимпиад. Весомую сумму получают те, кто занял место на Всероссийских и международных олимпиадах.

Не только научная деятельность позволяет претендовать на повышенную стипендию. За высокие показатели и достижения в спорте, культурно-творческой и общественной деятельности, также предоставляется приятное денежное вознаграждение. Каждый, кто качественно и регулярно выполняет полезную работу, удостоивается внимания и поощрения со стороны государства и учебных заведений.

Финансовая мотивация не ограничивается только стипендией. Многие молодые люди принимают участие в программах, которые предполагают получение грантов. Гранты позволяют молодым людям не просто заниматься научной деятельностью, а ещё и успешно осуществлять реализацию собственных идей. «Фонд президентских грантов» - активно оказывает поддержку молодёжным проектам. Тематики направления самые разные, от развития научно-технического и художественного творчества детей и молодежи до формирования у школьников и студентов навыков ведения бизнеса и проектной работы. Для того, чтобы претендовать на грант, существует девять открытых тематик в самых разнообразных отраслях.

Талантливые ребята, объединяясь в сообщества, получают шанс воспользоваться помощью государства, и тем самым принести обществу полезные дивиденды от своей научной деятельности.

В последнее десятилетие развитие программ поддержки талантливой молодёжи значительно прогрессировало. Ключевым витком развития стала организация молодёжных форумов. Организация форумов предназначена для вовлечения молодого поколения в процесс самореализации, обмена опытом со своими сверстниками и представителями старшего поколения в области науки,

искусства и спорта. Уже создано ряд традиционных и ежегодных форумов, которые изрядно полюбилились активной молодёжи.

Из недавно появившихся форумов, выделяется поездка молодых талантов в Крым. «Таврида» считается самым творческим форумом России. Его девиз: мир, свобода, искусство, что тонко подчеркивает, в поисках чего едут на форум участники. В формате этого мероприятия, неважно, пишешь ты репортажи или шутки, сочиняешь стихи или музыку, хочешь создавать кино или модные коллекции. Любая творческая единица открывает для себя площадку для самовыражения.

Также у молодых талантов возникла потребность в создании комфортного пространства, где будет проходить плодотворная работа. И именно для решения такого вопроса были созданы коворкинги. Это пространство, где любой желающий может найти для себя постоянное или временное место работы.

Благодаря коворкингам и форумам, молодежь из самых разных уголков страны имеет возможность познакомиться, обзавестись полезными контактами, обменяться опытом и приобрести совершенно новые навыки. Подобные мероприятия объединяют лучшие талантливые умы всей страны и направляют их амбициозные идеи в единое русло.

В бизнес-инкубаторах реализуются стратегические проектные инициативы в области профессиональной подготовки и личностного развития жителей страны. В настоящее время данное направления входит в число наиболее приоритетных задач социально-экономического развития субъектов РФ. Молодые эксперты в сфере бизнеса и коммуникационных технологий представят программы современной профессиональной подготовки и менторства, как для состоявшихся в своей области специалистов, так и для молодежи и начинающих бизнесменов, планирующих выйти на глобальный рынок.

Представим, что вы создали новую вещь, которой нет пока на рынке, а уж тем более у ваших конкурентов. И чтобы ваше новшество осталось «ваше», и не досталась кому-то, нужно получить на нее патент. Молодые таланты предоставляют новые изобретения, сложные объекты, их интеллектуальной собственности. Их патентование — это очень дорогостоящий, длительный процесс, которые имеет множества нюансов. Сложность в получении патента заключается в том: 1) прохождение экспертизы; 2) могут отклонить первую заявку, после чего невозможно отправить заявку повторно, так как произошла потеря новизны. Поэтому большое количество создателей так и расстаются со своими идеями.

Чтобы решить эти проблемы не так давно появился проект «Интеллектуальный потенциал России» (<https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=262f0f9d-50a6-49dd-88cc-18f577a8d828>), который предоставляет поддержку молодым талантам, привлекает к исследовательским работам, а также приглашает ученых и специалистов из разных сфер. Ведь так важно поддерживать одаренных людей в их интеллектуальном продвижении и развитии потенциала.

Обратите внимание на диаграмму прекращения и восстановления правовой охраны на объекты патентного права (см. рисунок 1). На графике мы видим, что количество патентов на изобретение выросло с 2017 года на 2578 заявок. На рисунке 2 мы можем видеть сколько утвердили изобретений, полезных моделей.

Нередко изобретения сталкиваются с нарушением авторских прав. В соответствии с УК РФ статья 146 «Нарушение авторских и смежных прав о незаконном использовании объектов авторского права или смежных прав, а равно приобретение, хранение, перевозка контрафактных экземпляров произведений или фонограмм в целях сбыта, совершенные в крупном размере, - наказываются штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо обязательными работами на срок до четырехсот восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет, либо лишением свободы на тот же срок» [3].

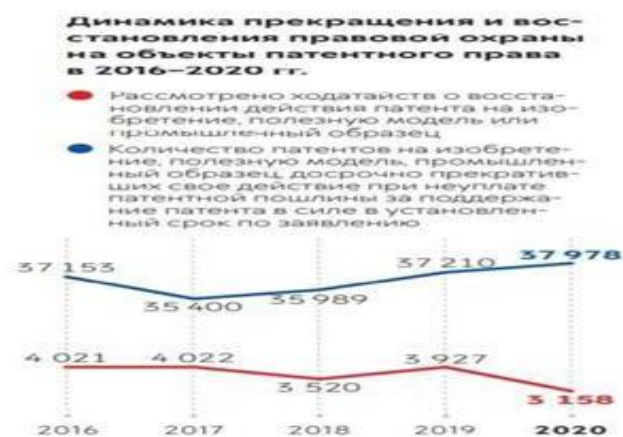


Рисунок 1. Диаграмма прекращения и восстановления правовой охраны на объекты патентного права

	2019			2020		
	Количество ЭЗ	Доля ЭЗ от общего числа заявок, %	Доля заявок через сайт от общего количества ЭЗ, %	Количество ЭЗ	Доля ЭЗ от общего числа заявок, %	Доля заявок через сайт от общего количества ЭЗ, %
Изобретения	17 271	48,64	98,71	20 362	58,20	98,51
Полезные модели	2 938	28,99	92,55	3 808	41,41	93,51
Промышленные образцы	3 485	57,62	97,53	4 663	70,29	98,07
Товарные знаки, НМПТ	55 722	80,98	98,86	68 553	89,08	98,00
ПРЭВМ, БД, ТИМС	4 660	22,38	79,36	8 781	41,31	71,21
Итого:	84 076	59,49	97,47	106 167	71,24	95,43

Рисунок 2. Динамика развития интеллектуального потенциала РФ

По мнению экономиста Э. Брукинга под интеллектуальным капиталом на микроуровне понимаются нематериальные активы, без которых компания не может существовать, усиливая конкурентные преимущества. Основными

элементами такого капитала являются человеческие активы, интеллектуальная собственность, инфраструктурные и рыночные активы [4].

В России интеллектуальный капитал (ИК) набирает обороты. Планируется, что ИК будет лежать в основе новой экономики РФ. Результатом интеллектуального капитала станет активное включение интеллектуальной собственности физического или юридического лица в хозяйственный оборот. Цифровая экономика способствует развитию новой экономики РФ, поддерживаемой ИК.

Это развитие обретает инновационное направление, которое предполагает в производстве модернизацию, внедрение и создание достижений в науке. Основой новой экономики будут умения, знания, творческая и интеллектуальная деятельность, направленная на повышение конкурентоспособности и улучшение качества жизни людей. Программы поддержки талантливой молодёжи составляют основу стратегии достижения новой экономики РФ.

Список библиографических источников

1. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р. – <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/94365/>
2. Карл Мангейм. Идеология и утопия. М.: «АКАЛИС» 2001, 130 с.
3. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 24.02.2021). УК РФ Статья 146. Нарушение авторских и смежных прав. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/b683408102681707f2702cff05f0a3025daab7ab/.
4. Брукинг Э.. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. — СПб:,2001. — 288 с.. 2001

УДК 336.77.067.31

Сенчукова Дарья Александровна

студент

Санкт-петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8-904-510-96-01 , Darya8667@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

РИСКИ ЗАЕМЩИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ 2020-2021 ГОДОВ

Данная статья представляет собой обобщение и анализ основных особенностей образовательного кредитования в условиях пандемии 2020-2021 годов. В результате сделаны выводы о возможности и необходимости получения студентами образовательного кредитования в стране в период пандемии.

Ключевые слова: заемщик, образовательное кредитование, пандемия, рынок труда, процентная ставка, студент.

Ограниченное количество бюджетных мест и высокий конкурс в престижные высшие учебные заведения повышают актуальность получения высшего образования на платной основе. Однако не все семьи имеют возможность оплатить обучение из личных сбережений. В таких случаях возможность получения образовательного кредита повышает доступность высшего образования. Однако нередко студенты, выступающие в качестве заемщика по кредитному договору, объективно не оценивают возможные риски такого вида кредитования. Статистика свидетельствует о том, что к получению образовательного кредита прибегают в большинстве случаев семьи, имеющие средний или ниже среднего доход, в том числе малообеспеченные слои населения, не имеющие крупных накоплений [1].

В связи с этим бремя по возврату кредита и уплате процентов в полной мере ложится на плечи студента, которому не приходится рассчитывать на помощь семьи. Вместе с тем, на него возлагается обязанность оценить все возможные риски, с тем, чтобы не допустить нарушения прав кредитора. Однако экономическая ситуация в мире и, в частности, в России, не способствует повышению платежеспособности населения. Сложившаяся ситуация, связанная с распространением коронавирусной инфекции, внесла значительные изменения в экономику, что повлекло сокращение рабочих мест и в большинстве случаев снижение размера заработной платы по конкретной профессии.

Особенно проблемы трудоустройства затронули молодых специалистов, относящихся к наиболее уязвимой группе на рынке труда. Рынок труда в России в период пандемии потерял максимальное количество молодых специалистов за последние 12 лет [2]. Пандемия повлекла изменения на рынке труда. Все это вынуждает молодых специалистов соглашаться на низкооплачиваемую работу, что снижает возможность надлежащего исполнения обязательств по

образовательному кредиту, а также эффективность самих затрат на обучение. К тому же, согласно статистике, трудоустройство молодежи во время пандемии во многом обусловлено наличием родственных связей, знакомств и т. д [3].

В целях минимизации бремени заемщика по договору образовательного кредитования в период экономической нестабильности Правительством Российской Федерации утверждены Правила предоставления государственной поддержки образовательного кредитования. Данные правила частично облегчают выплаты по кредитам, но лишь на время обучения. Отсрочка по выплате основного долга, безусловно, представляет собой положительный аспект для студента. Вместе с тем, сохранение базы для начисления процентов в период обучения влечет увеличение общей суммы процентов за пользование кредитом.

Перед заключением договора кредитования студент должен быть уверен в востребованности его специальности и гарантиях трудоустройства с высокой заработной платой. Однако в период нестабильности экономической ситуации, оказывающей негативное влияние на рынок труда и ожидаемый зарплатный рост, непредвиденность ситуации по дальнейшему развитию пандемии, основы для таких гарантий не имеется. Данные факторы, а также снижение платежеспособности населения, значительность кредитного бремени по сравнению со средней заработной платой молодого специалиста, отсутствие точных прогнозов на развитие экономики не оказывают положительного влияния на развитие образовательного кредитования в России, которое остается на достаточно низком уровне.

Список использованных источников

1. Халин В.Г., Чернова Г.В. Образовательное кредитование в России: современное состояние / В.Г. Халин // Экономика и бизнес. – 2015. – №16. – С. 47-60.
2. Полякова А.Г., Черемных А.А., Ляшок В.Ю., Гришина Е.Е. Социально-экономическое положение населения в период пандемии весной 2020 г. (по результатам регулярного Мониторинга ИНСАП РАНХиГС) / А.Г. Полякова // Экономическое развитие России. – 2020. – №7 (27). – С. 94-111.
3. Клячко Т.Л., Логинов Д.М., Ломтева Е.В., Семионова Е.А. Трудоустройство и особенности занятости молодежи в период пандемии / Т.Л. Клячко // Рынок труда. – 2020. – №12 (27). – С. 70-73.

UDC 336.77.067.31

Senchukova Darya Alexandrovna

student

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia
8-904-510-96-01, Darya8667@gmail.com

Academic Supervisor: Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey
Vladimirovich

**RISKS OF THE EDUCATIONAL LOAN BORROWER DURING THE PANDEMIC
PERIOD 2020-2021**

This article concerns with the main features of obtaining educational loans in the context of the 2020-2021 pandemic. As a result, author makes a conclusions about the possibility of students receiving educational loans in the country during a pandemic.

Key words: borrower, educational lending, pandemic, labor market, interest rate, student.

УДК 004.087

Сизяков Иван Романович

Студент

Научный руководитель:

Раева Татьяна Дмитриевна

К.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново,

Россия

+79203701860, ivan.siziakov@gmail.com

РИСКИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В статье рассматриваются возможные риски и уязвимости применения электронной подписи в предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: риски, электронная подпись, предприниматель

Электронная подпись (ЭП) - информация в электронной форме, которая присоединена к другой информации в электронной форме (подписываемой информации) или иным образом связана с такой информацией и которая используется для определения лица, подписывающего информацию [1]. Электронный документ, подписанный ЭП, имеет такую же юридическую силу, как документ, заверенный личной подписью и печатью организации. В предпринимательской деятельности используется квалифицированная электронная подпись (КЭП), т.к. неквалифицированная может использоваться только по договоренности сторон и во внутреннем документообороте.

В связи с развитием электронного документооборота (ЭДО) электронные подписи активно применяются в предпринимательской деятельности, их применение, несомненно, имеет ряд преимуществ, среди которых можно отметить: практическая невозможность подделки КЭП [2], экономия времени за счет применения ЭДО, получение доступа к электронным торгам [3]. Но наряду с преимуществами, использование ЭП ведет к возникновению новых рисков.

Закрытый ключ электронной подписи хранится на физическом носителе, который во многих случаях не имеет защиты от копирования. Следствием этого является возможность копирования ключа или его кража, что позволит злоумышленнику завладеть электронной подписью и использовать ее в своих целях. Следует заметить, что для защиты при подписании документа электронной подписью некоторые сервисы требуют дополнительного подтверждения, например, ввода PIN-кода. Однако, в момент ввода он может быть перехвачен вредоносной программой, в случае ее нахождения на устройстве владельца подписи [4]. Для юридических лиц этот риск более характерен, чем для ИП, т.к. у них доступ к ЭП может иметь большее число сотрудников, нежели у ИП.

При наличии уязвимостей в программной реализации подписи, таких как хранение ключа на жестком диске, не удаление ключа из оперативной памяти

после завершения работы программы и так далее, возможно завладение ключом электронной подписи посредством внедрения на компьютер пользователя вредоносного ПО [2].

Кроме владельца электронной подписи, удостоверяющий центр имеет возможность сохранить копию созданного ключа, из-за чего существует вероятность утечки информации со стороны центра. В связи с изменениями внесенными Федеральным законом от 27.12.2019 № 476-ФЗ, с 1 января 2022 г. руководители коммерческих предприятий и ИП будут получать ЭП в ФНС [5]. Предполагается, что данная мера уменьшит вероятность утечки данных ЭП.

Отдельные элементы криптосистемы также могут быть уязвимы. Но при использовании КЭП подбор ключа за разумное время практически невозможен [2]. При этом, личная подпись и печать организации подделывается гораздо легче, и, зачастую, для этого достаточно любого документа либо его копии, заверенного ими.

Получение электронной подписи злоумышленниками позволит им совершать сделки от лица владельца подписи без его согласия [6]. Оспорить сделки, заверенные украденной электронной подписью очень сложно, поэтому владельцу подписи при подозрении на ее кражу следует обратиться в удостоверяющий центр, выдавший ЭП, для приостановки действия сертификата ее ключа.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ (ред. от 24.02.2021) «Об электронной подписи». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112701/ (дата обращения 03.04.2021)
2. Тимошин П.А. Перспективы развития и использования систем электронной цифровой подписи. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-i-ispolzovaniya-sistem-elektronnoy-tsifrovoy-podpisi> (дата обращения 04.04.2021).
3. СберБизнес. URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/cto-takoe-elektronnaya-podpis-kak-poluchit-i-dlya-chego-nuzhna/ (дата обращения 15.04.2021).
4. Бахимова Л.А., Латыпова Л.А., Мифтахова Л.Х.. Методы защиты от фальсификации электронной подписи. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-zaschity-ot-falsifikatsii-elektronnoy-podpisi> (дата обращения 03.04.2021).
5. Федеральная налоговая служба. URL: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/9900677/ (дата обращения 15.04.2021).
6. Бондаренко Ю.А. Особенности расследования мошенничества, совершенного с использованием электронной подписи. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rassledovaniya-moshennichestva-sovershennogo-s-ispolzovaniem-elektronnoy-podpisi> (дата обращения 03.04.2021).

UDC 004.087

Sizyakov Ivan Romanovich

Student

Scientific director:

Raeva Tatyana Dmitrievna

PhD, assistant professor, Department of Management and Marketing

Ivanovo State Power Engineering University, Ivanovo, Russia

RISKS OF USING A DIGITAL SIGNATURE OF AN ENTREPRENEUR

The article analyzes the risks of using a digital signature by entrepreneurs.

Keywords: risks, digital signature, entrepreneurs

УДК 339.13

Симбарская Дарья Анатольевна

Ассистент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8(966)750-91-81, d.simbarskaya@yandex.ru

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ И СПОНТАННЫХ ПОКУПОК

Появление понятия «программа лояльности», его виды, история зарождения и развития, как эффективного инструмента для привлечения потребителей и стимулирования продаж предприятия

Ключевые слова: ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, ПРЕДПРИЯТИЕ, ПОТРЕБИТЕЛЬ, СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ

В условиях жесткой конкуренции бизнесу важно уметь привлекать случайного потребителя превращая его в постоянного, при этом, не забывая про удержание уже существующих. На сегодняшний день с данной задачей уверенно справляется такой инструмент стимулирования продаж и спонтанных покупок как программы лояльности. Благодаря данному инструменту можно создать у потребителей лояльность к определенному бренду, повысить их интерес, что сможет побудить их совершать покупки чаще и больше именно у вашей компании.

В общих чертах лояльность потребителей – это положительное отношение потребителя к деятельности компании: к ее имиджу, фирменному стилю, сервисной, ценовой и ассортиментной политике, которое основано на положительном опыте взаимодействия потребителя с этой компанией.

Соответственно, программа лояльности - это комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на удержание существующих клиентов, привлечение новых и создание более стабильных торговых отношений между компанией и ее покупателями. В современных условиях, когда рынок предлагает большое количество однотипных товаров и услуг с одинаковым качеством и ценой, наличие программы лояльности потребителей может стать главным аргументом в конкуренции. Реализация программы лояльности в компании призвана решить следующие задачи:

1. Рост выручки и побуждение к покупке (за счет увеличения количества покупок и суммы среднего чека).

2. Персонафикация клиентов (позволяет вам управлять покупательским поведением и собирать дополнительную информацию о ваших клиентах, их потребностях, привычках).

3. Формирование постоянной клиентской базы.

4. Регулирование потока клиентов.

5. Получение дополнительных конкурентных преимуществ и повышение лояльности клиентов.

6. Уменьшение расходов на рекламу.

Программы лояльности прошли долгий путь, прежде чем появиться в привычной для нас форме. Согласно историческим справочникам, начало программ лояльности было положено в конце XVIII века, когда некоторые продавцы вручали покупателям медные монеты, которые можно было обменять на товары при будущих покупках. Впоследствии монетки были заменены на марки. Одной из первых этот способ опробовала компания американская компания S&H «Green Stamp». Клиентам данной компании при совершении покупок в магазине и АЗС выдавались марки, которые необходимо было клеивать в специальный альбом. После накопления определенного количества марок, покупатель мог выбрать подарок из каталога. Данная программа была очень успешна и просуществовала с начала 30-х по конец 80-х годов.

В двадцатом веке происходит переход к программам лояльности в нашем современном понимании: с картами, скидками, бонусными баллами. Они появляются во многих компаниях, но одной из самых успешных является программа, запущенная American Airlines в 1981 году. Она имела большой успех и считается первой программой лояльности, рассчитанной на массового потребителя. Эта программа позволила не только поощрить постоянных клиентов, но и получить о них больше информации.

Первые клубные карты были выпущены американской сетью супермаркетов в 90-х годах, которые позволяли получить скидку их держателям. В 2000 годах появилась программа лояльности от компании Coca-Cola. Суть данной программы заключалась в накоплении крышек с кодом, а затем обмен их на ценные призы. Это положило начало новой тенденции, до этого программы лояльности использовались только компаниями, имеющими прямой контакт с потребителем – супермаркеты, банки и т. п.

Следующим этапом развития программ лояльности стал переход от денежной мотивации к мотивации не только материальной, но и эмоциональной (впечатления). К примеру, такой подход используется в авиакомпании S7: участники программы лояльности получают доступ к дополнительным опциям и различным развлечениям на борту.

В качестве недавней тенденции можно выделить переход программ лояльности в онлайн-пространство в виде приложений для смартфонов. Это позволяет экономить бюджет, отслеживать гораздо больше действий покупателя и не перегружать его лишними картами. Такой подход используют все больше и больше компаний, например, сеть кофеин One Price Coffee, сеть ресторанов Евразия.

На данный момент в мире существует широкое разнообразие программ лояльности. Каждый день у маркетологов и руководителей появляются новые идеи, как заинтересовать потребителя и достичь поставленных перед компанией задач более эффективными способами. Поэтому очень важно определиться, какие же виды программ лояльности существуют на сегодняшний день, чтобы понимать, какая программа лояльности может быть выгодна для вас и какие перспективы ожидает этот маркетинговый инструмент в будущем.

Говоря о видах программ лояльности можно выделить несколько основных и наиболее распространенных, которые мы рассмотрим ниже.

Бонусная-программа-лояльности

Бонусная программа

Бонусная программа - это более сложный и продвинутый вариант построения долгосрочных отношений с покупателем. Суть его в том, что в момент покупки покупатель не получает скидки. Однако за каждую покупку ему начисляются бонусные баллы или рубли, которые он может потратить на следующие покупки. Бонус рассчитывается исходя из процента скидки, который может быть, как постоянным, так и изменяться от средств, потраченных в компании. Как правило, 1 бонус = 1 рубль – эта система самая простая и понятная для клиента. При этом часто используется временной лимит, в течение которого клиент может использовать эти бонусы.

Примеры: FixPrice, Ozon, МВидео и др.

Дисконтная программа

Покупателю выдается карта, которая может быть именной или универсальной (на предъявителя), и ему предоставляется скидка в этом магазине. Как правило, для получения карты необходимо совершить минимальную покупку на определенную сумму, только после этого карта выдается. Есть несколько типов дисконтных программ:

Фиксированная скидка - самый простой вариант. Скидка для покупателя является постоянной и не зависит от количества покупок в этом магазине.

Накопительная скидка - это усложненный вариант фиксированной скидки. Покупатель получает именную карту с минимальной скидкой. При увеличении средств, потраченных в компании, увеличивается его скидка, либо клиент получает новую карту с большей скидкой и привилегиями.

Примеры: Рив Гош, Л'Этуаль и др.

В качестве третьего варианта дисконтной программы можно выделить такие варианты как: подарок за покупку ($1+1=3$), счастливые часы или дни (когда скидки предоставляются всем в конкретный промежуток времени) и т.д.

Примеры: Российская розничноторговая компания X5 Retail Group, Kari и др.

В отличие от дисконтной программы, бонусная программа позволяет предпринимателю получать больше прибыли на единицу продукции, т.к. скидка используется клиентом не в момент покупки, а переносится на следующую.

Сертификаты, купоны

Подарочные сертификаты, купоны. Выдаются клиенту при покупке и дают возможность скидки при следующем визите. Могут также иметь вид фишек, которых нужно накопить определенное количество, или карточек, в которых нужно проставить определенное количество штампов. Эти способы также позволяют повысить лояльность клиента только на определенное время, для построения долгосрочных отношений с потребителями требуется больше усилий.

Кобрендинг как программа лояльности

Благодаря кобрендинговой программе лояльности появилась возможность объединить в одной карте две системы платежную и бонусную (дисконтную). Такой тип карты обычно предлагают крупные банки, с его помощью клиент получает на карту скидки и бонусы за потраченные средства. Этот тип карты выгоден как для банка, так и для его компаний-партнеров поскольку позволяет им привлекать постоянных клиентов, а также для клиентов, которые могут сэкономить на покупках в разных магазинах.

Примеры: Сбербанк, ВТБ24, Тинькофф

Партнерская (коалиционная) программа

В приведенных выше примерах речь шла о программах лояльности в отдельных компаниях, или так называемых индивидуальных программах лояльности. Партнерская программа лояльности – это объединение нескольких компаний, что позволяет покупателю получать скидки или бонусы в каждой из них.

Примеры: Megacard, Letyshops и др.

Таким образом, мы рассмотрели тему, которая очень важна в современной бизнес среде. Несмотря на то, что иногда запуск программы лояльности может быть довольно дорогостоящим мероприятием, — это эффективный инструмент привлечения и удержания клиентов, а также увеличения продаж компании.

УДК 37

Скрябина Александра Владимировна

3-ГДА-7

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

+7(981)883-62-45, argentum2103@yandex.ru

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современном мире, чтобы быть конкурентоспособным и востребованным специалистом, недостаточно знаний, получаемых в школах и высших учебных заведениях. Цель статьи – показать эффективность интернет-средств для повышения эффективности учебной деятельности, а также продемонстрировать разнообразие цифровых просветительских сервисов.

Ключевые слова: цифровая образовательная платформа, востребованный специалист, Skyeng, Фоксфорд

В современном информационном мире к каждому члену общества предъявляются высокие требования. Знаний, полученных в школе и высшем учебном заведении зачастую не хватает, для того чтобы стать профессионалом, пользующимся спросом, продвигаться по карьерной лестнице, занимать успешные и высокооплачиваемые должности. И дабы быть востребованным и конкурентоспособным специалистом в своей сфере нужно постоянно повышать квалификацию, быть в курсе меняющихся тенденций, находиться в процессе образования и расширения навыков и возможностей. И на сегодняшний день дополнительное образование легко можно получить, не выходя из дома, с помощью всемирной сети Интернет и цифровых образовательных платформ [1]. Кроме того, для преподавателей это отличный способ повысить интерес учеников к материалу, интегрировать цифровые технологии в учебный процесс и тем самым повысить эффективность академической деятельности.

Одним из самых популярных цифровых образовательных сервисов в России является онлайн-школа английского языка Skyeng. Английский язык – практически необходимый инструмент каждого современного человека, так как работодатели часто ищут сотрудника с уровнем владения языком не ниже Intermediate. И знание английского языка открывает перед обществом множество возможностей, такие как смотреть, читать и слушать образовательный контент на иностранном языке, возможность жить и работать за рубежом. Цифровая образовательная платформа Skyeng предлагает своим студентам индивидуальные занятия, при чем учитель подбирается в зависимости от увлечений и характера ученика [2]. Также ученик в любой момент может поменять преподавателя, если тот ему не подходит. Программа обучения в онлайн-школе также строится на темах, интересных студенту. По данным

статического исследования, на 2021 год в Skyeng обучается сорок пять тысяч студентов.

Также успехом пользуется цифровая образовательная программа Фоксфорд для учеников 1-11 классов, которая предоставляет уроки по общеобразовательным предметам, помогает лучше усвоить, пройденный в школе, материал, подготовиться к ОГЭ и ЕГЭ, олимпиадам. Видеоуроки, задания и тесты легко включить в учебный процесс и сделать его более интересным и интерактивным.

Таким образом, цифровые образовательные платформы – отличное средство для получения дополнительного образования, расширения возможностей и навыков, повышения квалификации. Поэтому школьным учителям следует интегрировать онлайн-сервисы в учебный процесс для повышения эффективности образовательной деятельности, а также для формирования привычки студентов к дополнительному самообразованию.

Список использованных источников

1. Ахметжанова Г.В., Юрьев А.В. Цифровые технологии в образовании // Цифровые технологии. 2018. № 2. С. 29-32.

2. Балкарова А.К., Хлоян Ц.А. Онлайн-школа «Skyeng»: обзор и возможности при изучении английского языка // Использование современных цифровых технологий в образовании. 2019. №7. С. 24-29.

UDC 37

Skryabina Alexandra Vladimirovna

3-GDA-7

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

+7(981)883-62-45, argentum2103@yandex.ru

Academic Supervisor: senior lecturer of the department of economic theory Dombrovsky Sergey Vladimirovich

DIGITAL EDUCATIONAL PLATFORMS AS A WAY OF INCREASING THE EFFICIENCY OF LEARNING ACTIVITIES

Digital educational platforms are the best choice for obtaining additional education, expanding skills and opportunities. The purpose of the article is to show the effectiveness of Internet tools for increasing the effectiveness of educational activities, as well as to demonstrate the variety of digital educational services.

Keywords: digital educational platform, in-demand specialist, Skyeng, Foxford

УДК 336(076)

Сметанина Татьяна Владимировна,

доцент кафедры государственного, муниципального и социального управления, к.э.н.

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

г. Санкт-Петербург, Россия

smetdipdok@mail.ru

+7(921)9644124

РОЛЬ ФАНДРАЙЗИНГА В ЭФФЕКТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ РЕСУРСАМИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается роль фандрайзинга в управлении ресурсами некоммерческих организаций, осуществляющих научно-технические разработки и выполняющих государственные функции. Определены разновидности направлений деятельности фандрайзинга. Выделены объекты фандрайзинга. Даны рекомендации по развитию фандрайзинга в России, основываясь на росте развития цифровой экономики.

Ключевые слова: фандрайзинг, деятельность, научно-техническое развитие, нематериальные ресурсы, нейронные системы, генетические алгоритмы, промышленная революция, краудсорсинг, кобрендинг, эндаумент.

Актуальность фандрайзинга определяет развитие некоммерческого сектора экономики России. Посредством фандрайзинга развивается эффективность государственного управления и инновационная деятельность во всех сферах экономики. За счет фандрайзинга успешно реализуются стратегии развития суверенной территории.

Фандрайзинг это достаточно изученная тема. Он активно используется в финансировании научных разработок. В трудах Артемьевой Т., Берхина В. Б., Клециной А., Мерсияновой И., Тульчинского Г., Шековой Е., Mutz J. и др. активно обсуждались вопросы финансирования научно-технических разработок.

Наиболее распространенным определением фандрайзинга является то, что это инструмент, позволяющий создать условия для бесперебойного финансирования научно-технических разработок в условиях цифровой экономики.

С точки зрения финансирования инновационных проектов, в настоящих условиях этот инструмент просто необходим.

Необходимость обусловлена быстротой происходящих в цифровой экономики процессов, а также разнообразием способов финансирования проектов.

Объектами фандрайзинга являются материальные и нематериальные ресурсы организации. В том числе под объекты попадают финансовые обязательства третьих лиц и права на государственные долги.

Нематериальные ресурсы в себя включают краудсорсинг, PRO-Вопы, компетенции, время, репутацию, информацию, имидж, связи, интеллектуальную собственность [1].

Остановимся на объекте инвестирования PRO-Work и краудсорсинг.

PRO-Work - это организация волонтерской деятельности в отношении инвестирования научно-технических разработок, а также привлечение профессионалов для выполнения определенной работы, требующей высокой квалификации безвозмездно.

Краудсорсинг это привлечение трудовых и финансовых ресурсов, в том числе для реализации научно-технических разработок на специализированных сетевых площадках.

Данные виды инвестирования отвечают требованиям цифровой экономики. Что же касается привлечения трудовых ресурсов, то данная концепция укладывается в основные направления развития четвертой промышленной революции (4P). Четвертая промышленная революция выводит требования к компетенциям персонала на новый уровень. В условиях развития нейронных систем, генетических алгоритмов, робототехники и высокоинтеллектуальных цифровых технологий, трудовые ресурсы будут всё больше заинтересованы в инициативном привлечении в инновационные проекты. Чтобы стать сособственником результата интеллектуальной мысли, на первых порах, можно и даже нужно поучаствовать в этом процессе на добровольных основах. За счет такого участия возрастает стоимость деловой репутации участника процесса, растёт его цена на рынке.

Данное явление сопряжено с явлением возникновения бизнес-ангелов, которые появляются в особенно рискованных инвестиционных проектах. Чтобы что-то получить в отдалённом будущем выше принятой стоимости, надо вложиться в процесс ранее. Заплатить устойчивостью к рискам, которые могут возникнуть в результате осуществления инвестиционной деятельности.

Еще одним обоснованием данного явления является то, что в общественном производстве произошло смещение доли добавленной стоимости, содержащейся в материальных и нематериальных результатах труда. Нематериальные результаты получили преобладающее положение. Если оценивать компетенции персонала, как нематериальные ресурсы, то они практически заменили на старте инвестиционных проектов значительную долю материальных, в том числе денежных ресурсов. Сейчас актуальнее привлечь высокопрофессиональных специалистов, чем денежные средства. Многие материальные ресурсы имеют необоснованно высокие цены, но при этом их роль в создании научно-технологических разработок снижается.

Фандрайзинговая деятельность сконцентрирована на работе с крупными корпоративными благотворителями, организацией сбора частных пожертвований, организацией благотворительных аукционов, кобрендингом, эндаументом.

Эндаумент позволяет некоммерческим организациям получить возможность привлечь денежные средства. Инвестиции привлекаются в доверительное управление специализированной организации, которая является участником финансового рынка. Только результат доверительного управления идет на финансирование научно-технических разработок.

Кобрендинг позволяет привлечь потребителей от коммерческой организации к некоммерческой организации посредством ассоциации. Данный вариант реализации фандрайзинговой деятельности позволяет развить инвестиционную деятельность некоммерческих организаций.

Цель фандрайзинговой деятельности развитие всех направлений деятельности некоммерческой организации. Достижение синергетического эффекта за счет сбалансированного привлечения инвестиций в деятельность организаций. При этом конечно основным направлением является научно-технические разработки, которые позволяют повысить инновационный потенциал организации, а также стоимость её деловой репутации.

Статистика развития профессии фандрайзера в России отражена на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура компетентных преимуществ профессии фандрайзера.

Из этого рисунка видно, что фандрайзинг напрямую связан с цифровизацией общества. Развитие электронного правительства приведёт к тому, что фандрайзинг займет в ближайшем будущем ведущее место в инвестиционной деятельности организаций, реализующих государственные функции. Функции государственных структур в большей степени реализуются некоммерческими организациями.

По этой причине в системе фандрайзинга в России реализуется стратегия развития национальной политики, а также фандрайзинг учитывается и в ФЗ 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». В этих документах прописана необходимость сохранения экономической безопасности. Это касается в первую очередь функционирования некоммерческих организаций, осуществляющих функции государственного и муниципального управления. Активно этот вопрос реализуется в посланиях президента Российской Федерации. Связан он с процессами глобализации экономического развития и возникновением рисков сохранения суверенитета.

На рисунке 2 представлена структура источников средств финансирования деятельности некоммерческих организаций.



Рисунок 2. Структура финансирования некоммерческих организаций в России [4]

Из рисунка 2 видно, что развитие фандрайзинга идет достаточно активно. Вовлекая в процесс новые инструменты и виды фандрайзинговой деятельности можно поднять эффективность управления ресурсами некоммерческих организаций. Однако при этом необходимо подтягивать под это многообразие нормативно-правовое регулирование, которое определяет правила осуществления инвестиционной деятельности в некоммерческих организациях.

Реализация фандрайзинговой деятельности должна осуществляться на основе системного подхода к процессам, происходящим в деятельности субъектов экономических отношений.

Библиографический список источников

1. Сафаргалиев М. Ф. Организация фандрайзингового финансирования инновационной деятельности в техническом университете: монография/ М. Ф. Сафаргалиев. – Москва: РУСАЙНС, 2019. - 88 с.
2. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. Указом Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666).
3. Федеральный закон "О стратегическом планировании в Российской Федерации" от 28.06.2014 N 172-ФЗ.
4. Исследовательская группа: Клещина А.А., Ивановская И.В., Кудakov Е.С., Орлова А.В., Даушев Д.А. Тенденции в современном российском фандрайзинге. – СПб, 2018.

УДК 06.024

Смолякова Ольга Юрьевна

Студентка, 3-ГДА-7

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, 191186, Россия

+79092797055 olya.smoo@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ГРАНТЫ И СТИПЕНДИИ

Аннотация: В статье описываются положительные стороны и проблемы образовательных грантов и стипендий, а также пример решения представленных проблем.

Ключевые слова: проблема, грант, стипендия, студент, обучение, финансирование, выплата.

Грантом является помощь, в виде денежных средств, которую могут получить студенты учебных заведений для оплаты обучения, проживания. Для получения гранта надлежит иметь высокий уровень знаний, а также показать высокие результаты на экзаменах. Помимо этого, необходимо пройти серьезный этап подготовки документов. Есть масса организаций, которые предоставляют финансовую помощь потенциальным студентам. Грант возможно получить не только от государства, но и от различных фондов, зарубежных инвесторов. Такая выплата может покрыть как часть стоимости обучения, так и все расходы. Тем не менее, несмотря на положительные аспекты, существует и обратная сторона. Из-за высокой конкуренции гранты очень тяжело получить. Например, гранты, выдающиеся учебными учреждениями имеют конкурсную основу, сложные требования и тесты.

Стипендия – помощь в виде денежных средств, выдающаяся студентам для поддержания и мотивации изучения образовательных программ. Существует несколько видов стипендий в Российской Федерации: академические, назначаются студентам, которые соответствуют требованиям, социальные стипендии, которые выдаются студентам, являющимися сиротами, детьми без попечительства опекунов и так далее, а также стипендии для ординаторов, аспирантов и другие.

Денежные выплаты дают большую мотивацию для трудолюбивых студентов, возможность получать образование в полной мере, но за меньшие деньги. Но основной проблемой стипендий и грантов является сложность их получения. Сбор документов, рассылка мотивационных писем и резюме, сдача тестов, сильнейшая конкуренция сильно влияют на психику человека. Даже при успехе студент не перестает находиться в стрессе и переживать из-за возможности потери выплат или отчисления. Решением данной проблемы могли бы послужить организации бесплатной помощи студентам в сборе документации, в выборе учебного заведения, психологической помощи. В ином

случае, велика вероятность появления тенденции к отказу от высшего образования.

Список литературы:

1. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях: федеральный закон от 11.08.1995 No 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) // Собр. законодательства РФ. 14.08.1995. No 33. ст. 3340.

2. Фридлянов В.Н. Грантовая политика в области науки // Образование и образованный человек в XX веке. – 2013. – No 1. – С. 17–20.

3. Стрельцова Е.А. Исследовательские гранты в поле современной науки (социологический анализ): дис. канд. соц. наук. – Санкт-Петербург, 2015. – С. 63–64.

UDC 06.024

Smolyakova Olga Uryevna

Student, 3-GDA-7 Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

+79092797055 olya.smoo@gmail.com

Research Supervisor: S. Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey

Educational grants and scholarships

Abstract: The article describes the positive aspects and problems of educational grants and scholarships, as well as an example of solving the problems presented. Key words: problem, grant, scholarship, student, training, financing, payment.

УДК 338.2

Соколова Ксения Алексеевна

студент гр.МКБ-009

+79112158703, sokolovaksenia200222@gmail.com

Панюшкина Елена Владимировна

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономическая теория»

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, Санкт-Петербург, Россия

ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ – ЗАЛОГ УСПЕХА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье сравниваются подходы к системе налогообложения России и Китая в эпоху цифровизации для обеспечения целей развития национальных экономик.

Ключевые слова: налог, объект налогообложения, цифровой налог

Трансформация экономических институтов сегодня вызвана активным воздействием на них цифровых технологий. Трудность заключается в том, что кардинальная смена приоритетов может вызвать долгосрочное нарушение макроэкономического равновесия. В связи с этим изменения и обновления носят последовательный характер – на основе традиционных подходов с обновлением технологий. Изменения затронули и налоговую политику, в эффективности которой заинтересованы все экономические агенты.

Известно, что в зависимости от доли дохода, которую платит налогоплательщик с определенным уровнем дохода, налог может называться прогрессивным, пропорциональным, регрессивным.

Так, в Китае применяется прогрессивная шкала налогообложения, при которой происходит увеличение эффективной ставки налога с ростом налогооблагаемой базы, а в РФ – плоская шкала налогообложения, при которой ставка налога не зависит от величины налоговой базы (рис.1) [1].

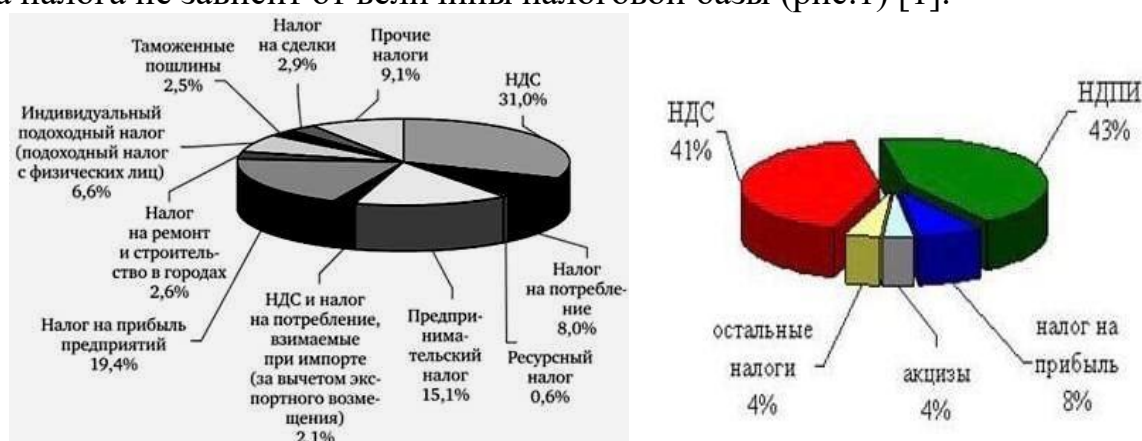


Рис.1 - Доля налогов Китая и России в 2020 году (Китай слева, Россия справа).

Приведенная структура налоговых поступлений приводит к выводу, что налоговое администрирование Китая носит целевой характер и является более успешным, чем налоговое администрирование в РФ.

В России главным документом в области налогообложения выступает Налоговый кодекс РФ. В КНР в качестве основного документа действует «Временное положение о НДС», так как с 2016 года все налогоплательщики КНР перешли с уплаты налога на бизнес на НДС. Реформа охватывала в основном услуги, нематериальные активы и недвижимые объекты.

Сравнивая налоговое законодательство РФ и Китая, мы заметим, что Минфин России обеспечивает проведение единой государственной финансовой политики, в то время как Минфин Китая обеспечивает реализацию макро- и микроэкономической политики. Федеральная налоговая служба России (далее – ФНС) обеспечивает контроль и надзор за соблюдением законодательства, своевременного внесения налогов и сборов, а Всекитайский народный конгресс и его Постоянный комитет в Китае занимаются разработкой налогового законодательства, консультированием Государственного совета по вопросам налоговой политики. Управление ФНС по субъектам РФ разрабатывает унифицированный подход к реализации функций ФНС в регионах, а налоговое бюро провинций Китая разрабатывает дифференцированный подход к реализации налоговой политики на уровне провинций.

С появлением новых объектов налогообложения – цифровых активов – всем экономикам необходимо закрепить их законодательно в качестве новых объектов для налогообложения.

Европейская Комиссия уже начала работу в данном направлении и предложила мировому сообществу на рассмотрение два законодательных предложения, которые создают цифровой налог. Все эти действия должны привести к справедливому налогообложению прибыли онлайн-компаний:

1. Реформирование корпоративных налоговых правил (прибыль компании, получаемая с пользовательского взаимодействия через цифровые каналы, регистрировалась и облагалась налогом).

2. Цифровой налог будет охватывать все основные виды цифровой деятельности, ранее не облагаемые налогом.

Под цифровой налог попадают компании, имеющие ежегодные поступления от цифровых услуг не менее 7 млн. евро, 100 000 пользователей цифровыми услугами компании и более 3000 контрактов, подписанных между цифровой компанией и пользователями [3].

Вместе с тем введение цифрового налога может вызвать двойное налогообложение. Чтобы избежать негативных последствий для бизнеса в России стали внедрять в систему налогообложения технологии бесконтактного администрирования. В частности, технологии онлайн-ККТ или автоматизированная система контроля НДС позволяют автоматически отслеживать цепочки создания добавленной стоимости. В результате, эффективность налоговой политики возрастает, уменьшая налоговый разрыв до 0,6%, в то время как в Европе этот показатель от 10% и выше [2].

Библиографический список:

1. Булычева Т.В., Бушева А.Ю. Сравнительная характеристика налоговой системы России и зарубежных стран // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 11-6. – С. 1149-1153;

URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39710>.

2. Научное электронное издание / Ответств. ред. М.Р. Пинская, А.В. Тихонова – М.: Перо, 2019. – 366 с. – С. 28- 31. – Режим доступа: <http://www.fa.ru/org/dep/npitr/SiteAssets/News/2019>

3. Глущенко, Я. С. Проблемы налогообложения на современном этапе развития РФ / Я. С. Глущенко, М. С. Егорова. — Текст: непосредственный // *Молодой ученый*. – 2015. – № 11.4 (91.4). – С. 72-74.

UDC 338.2

Sokolova Ksenia Alekseyevna

student МКБ-009

+79112158703, sokolovaksenia200222@gmail.com

Panyushkina Elena Vladimirovna

PhD, assistant professor, Associate Professor departments of «Economic Theory»

Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, St. Petersburg, Russia

**THE EFFECTIVENESS OF TAX POLICY IS THE KEY TO THE SUCCESS OF THE
DIGITALIZATION OF THE ECONOMY**

The article compares the approaches to the taxation system of Russia and China in the era of digitalization to ensure the development goals of national economies.

Keywords: tax, object of taxation, digital tax

УДК 336.71

Солодухина Анастасия Романовна

Студент

Научный руководитель:

Раева Татьяна Дмитриевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново, Россия

ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ QR-ПЛАТЕЖЕЙ

В статье рассматриваются вопросы развития QR-платежей, бесконтактной оплаты, проблемы и перспективы данного способа оплаты

Ключевые слова: QR-код, безналичный расчет, система быстрых платежей.

В настоящее время использование QR-платежей приобретает все большую популярность за счет активного развития мобильных технологий. QR-код представляет собой двухмерный штрих-код, который может содержать в себе различную информацию. QR расшифровывается как «Quick Response» («быстрый отклик»), что отражает способность устройств и программного обеспечения быстро распознавать код и преобразовывать содержащиеся в нем данные.

На данный момент QR-платежи имеют ряд преимуществ: простота в чтении и сканировании, наличие бесплатных специализированных приложений для чтения и создания собственных QR-кодов, удобство денежного оборота. Введенный в 2014 г. в России новый национальный стандарт QR-кодирования платежных данных ГОСТ Р 56042-2014 [1] направлен на возможность оплаты налогов, квитанций за жилищно-коммунальные услуги, штрафов ГИБДД и осуществления иных платежей по QR-кодам. Банк России совместно с Ассоциацией развития финансовых технологий разрабатывает систему быстрых платежей, которая включает в себя возможность использования простых определителей (например, номер мобильного телефона), а также QR-кодов для проведения платежей.

Не только в России развиваются способы бесконтактной оплаты. В Китае QR-коды получили свою известность благодаря мессенджеру WeChat и не менее известному сервису Alipay Tour Pass. Используется виртуальная китайская банковская карта, с которой можно платить везде, где поддерживается оплата по QR-кодам. Согласно данным CNN за прошлый год в КНР через QR-коды были проведены транзакции на сумму более 1,5 трлн долларов – это более 10% китайской экономики [2].

Министерство финансов Тайваня оказывает поддержку в развитии решения «Taiwan Pay». Разработчики данной технологии хотят создать конкурентноспособную систему в противовес более популярным системам Apple Pay, Samsung Pay и Android Pay.

Но вместе с развитием QR-платежей появляются серьезные проблемы, главной из которых является безопасность. Из-за того, что QR-коды легко создать, становится сложнее защитить пользователей от поддельных кодов. В современном мире защита данных должна быть первоочередной проблемой. Однако до сих пор во многих странах фиксируются кражи, взломы, использование конфиденциальной информации без разрешения пользователей, а перенаправление на вредоносный сайт для списывания средств при оплате по QR-коду становится все более неуловимым. Например, в Гуанчжоу (Китай) по данным за 2018 г. было украдено порядка 90 млн юаней (14,5 млн долларов), с помощью QR-сканирования кода продуктов [3]. Еще один пример мошенничества с помощью QR-кода – это приложение для аренды велосипедов Mobike в Китае.

Также стоит отметить, что международная платежная система Visa не видит перспектив развития в России QR-платежей, поскольку активно развивается оплата с помощью NFC – технологии беспроводной передачи данных. Однако по статистике во второй половине 2019 г. в России зафиксирован рост числа операций по оплате товаров и услуг с помощью Системы быстрых платежей на 214% [4]. Наиболее популярны QR-коды в Японии (их используют более 50% пользователей мобильной связи), в США (14 млн пользователей) и в Великобритании (4 млн. пользователей) [5].

В связи с таким бурным ростом во многих странах стоит вопрос об улучшении информационной безопасности пользователей, а также предотвращение мошенничества. Планируется усовершенствование и адаптация сервисов, с помощью которых потребители осуществляют оплату по QR-коду.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 56042-2014. Стандарты финансовых операций. Двумерные символы штрихового кода для осуществления платежей физических лиц – Москва: Росстандарт, 2014.
2. Ромашков А. QR-коды настолько популярны в Китае, что через них даже подают милостыню // Новостной портал BFM.RU – URL: <https://www.bfm.ru/news/364414>
3. Обзор международного опыта использования QR-кодов в финансовом секторе – Москва: Банк России, 2018. – URL: https://cbr.ru/content/document/file/36011/rev_qr.pdf
4. Использование QR-кодов в России // Новостной портал RBC finance – URL: <https://www.rbc.ru/finances/27/10/2020/5f96b0359a794731bbb7d4a9>
5. Рынок QR-кодов в России и в мире // Портал COSSA. – URL: <https://www.cossa.ru/152/22525/>

UDC 336.71

Solodukhina Anastasia Romanovna

Student of Information Technology Department

Scientific director: Raeva Tatyana Dmitrievna

PhD, assistant professor, Department of Management and Marketing,

Ivanovo State Power Engineering University, Ivanovo, Russia

PROSPECTS AND RISKS OF QR PAYMENTS

The article discusses QR-payments, prospects and risks of contactless payments.

Keywords: QR-code, cashless payment, fast payment system.

УДК 336.74

Степанова Кира Витальевна

Студент СПбГУПТД, кафедра Автоматизации технологических процессов и производств
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

89992019234, stepanovakira99@gmail.com

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна, к.э.н., доцент кафедры
бухгалтерского учета и аудита, доцент кафедры экономической теории

СРАВНЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПЛАТЁЖНЫХ СИСТЕМ GOOGLE PAY, APPLE PAY И SAMSUNG PAY

В статье рассматриваются особенности различных платежных систем, их преимущества и недостатки по сравнению друг с другом в различных показателях

Ключевые слова: платежные системы, электронные платежные системы, NFC, бесконтактная оплата, Near field communication

В XXI веке мы уже достигли бескрайних технологических возможностей. То, что еще вчера казалось сном – сегодня стало реальностью. Так, например, раньше мы не могли представить свою жизнь без использования наличного расчета и кредитных карт, однако буквально в прошлом году бесконтактной оплатой пользовалось практически треть населения России. А учитывая обстановку всемирной пандемии, на сегодняшний день, более половины населения стали использовать бесконтактную оплату. Хотя по прогнозам аналитиков, использование бесконтактной и платежных систем будет только расти, ведь это невероятно удобно, а главное – безопасно. [1]

Причиной, по которой вообще стала возможной бесконтактная оплата – создание чипа NFC. Система NFC позволяет производить оплату, не касаясь терминала, а просто поднеся любое устройство с чипом – смартфон, электронные часы, карту и т.д. Этот способ выводит покупку товаров на совершенно новый уровень. Однако, как эта технология работает?

Сам термин NFC, расшифровывается, как Near field communication. Перевод – «ближняя связь без контакта». Разберем каждое слово, чтобы лучше понять, как устроена технология. Слово «near» говорит о расстоянии, при котором данная функция работает - это не более четырех сантиметров. «Field communication» переводится как «бесконтактная связь», и смысл этой фразы в том, что считывание данных с устройства производится с помощью индукционного поля и только между двумя устройствами. Само название этой технологии демонстрирует нам ее суть, хоть и не полностью. [2]

Для того, чтобы пользоваться данной функцией, необходимо какое-либо приложение, где будут храниться карты, данные, история покупок и переводов и т.д. Самыми популярными мобильными приложениями на сегодняшний день являются GOOGLE PAY, APPLE PAY И SAMSUNG PAY. И вот тут возникает очередной вопрос: какое приложение будет наиболее удобным и выгодным?

В целом, приложения довольно схожи между собой, ведь все они выполняют одну и ту же функцию. Так, например, все эти три системы безопасны, т.к. работают по защищенному протоколу. Все системы позволяют расплачиваться не только через терминал, но и в интернет-магазинах. Также подтверждение покупки (больше 1000 рублей) возможно только благодаря вводу защитного пин-кода или отпечатка пальца.

Однако поговорим о различиях. Компания Samsung спроектировала технологию MST, которая способна имитировать полосу обычных банковских карт. Благодаря этому, вы можете расплачиваться абсолютно в любых терминалах. Минус этой функции в том, что она работает только на некоторых устройствах, а именно: Samsung Galaxy S7, S7 Edge, A3 (2017), A5 (2016/2017), A7 (2016/2017), Note 5, S6 Edge+, S6 Edge и S6, Samsung Galaxy J и C, а также часы Gear Sport, S2 и S3. Все остальные приложения работают на технологии NFC. Так что количество приборов с возможностью установить приложение для оплаты намного больше у Google pay (все смартфоны с операционной системой Android 5.0 и выше) и Apple pay (все смартфоны системы IOS после iPhone 6).

Также приложения отличаются своей функциональностью. Например, Google pay работает с картами от VISA и MasterCard, а также с картами лояльности. Важно отметить, что количество подключаемых карт – не ограничено. В то время, как Apple pay позволяет подключать лишь 8 карт, а Samsung 10.

Apple pay также позволяет производить переводы другим пользователям, но только тем, у кого также установлено это приложение. Еще стоит сказать, что Apple pay и Google pay имеют множество возможностей оплаты в приложениях различных магазинов, ресторанов и сервисов.

Apple pay работает с наибольшим количеством стран – их 46 (у других приложений их чуть больше 20), однако по популярности это приложение на втором месте. На первом месте Google pay, который охватывает практически 85% от всего рынка, т.к. телефоны с операционной системой Android более популярны.

Подводя итоги, хотелось бы сказать, что каждое приложение по-своему хорошо. И выбирать его нужно в зависимости от вашего телефона, карт и места проживания. Если так сложились обстоятельства, что в городе, где вы живете новейшие терминалы редкость или же часто бывают перебои с интернетом, то технология MST была создана для вас, и таком случае вам необходим Samsung pay. Если же вы пользуетесь большим количеством карт – это однозначно Google pay. А если вы счастливый обладатель iPhone – то единственным решением для вас будет Apple pay.

Список литературы

1. Российская газета URL: <https://rg.ru/2020/12/21/rossiiane-stali-chashche-rasplachivatsia-beskontaktnym-sposobom.html>

2. «Решения по мобильной автоматизации в компании «Клеверенс» URL:
«<https://www.cleverence.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/beskontaktnaya-oplata-cto-eto-takoe-funktsii-tehnologii-kak-rabotaet-sistema-i-kak-ey-polzovatsya/>»
3. «Изменение рынка с помощью платежных систем» URL:
«<https://yookassa.ru/recipes/razvitie-biznesa/contactless-payments/>»
4. Электронная газета РБК URL:
«<https://www.rbc.ru/finances/22/05/2017/5922fcee9a79471159a7af3d>»

UDC 336.74

Stepanova Kira Vitalyevna

Student of SPbGUPTD, Department of Automation of technological processes and industry

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Marianna V. Smirnova

Associate Professor, Ph. D. in Economics, Lecturer of the Department of Accounting and Audit.

Lecturer of the Department of Economic Theory

COMPARISON OF MOBILE PAYMENT SYSTEMS GOOGLE PAY, APPLE PAY И SAMSUNG PAY

What this article deals with is the features of various payment systems, their advantages and disadvantages compared to each other in various indicators.

Keywords: payment systems, electronic payment systems, NFC, contactless payment, Near field communication

УДК 330.3

Столбова Екатерина Дмитриевна

студент

Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия,
+79224775531, k.stolbova.72@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ЯНДЕКСА

В статье анализируется влияние последствий изоляционных мер в развитии цифровых сервисов в сфере социальных услуг и того, какие общественные проблемы это помогло решить, на примере компании «Яндекс» и его сервисов.

Ключевые слова: сервис, цифровые услуги, пандемия, изоляция.

Главной тенденцией в сфере цифровых услуг является объединение различных по назначению служб в единый многофункциональный сервис, которым можно управлять через одно приложение. Ярким примером этого может быть «Яндекс», который объединяет в себе совершенно различные услуги. Еще более востребованными такие сервисы стали во время ограничений во время пандемии COVID-19. Принятые изоляционные меры повысили нагрузку таких сервисов как «Яндекс.Лавка», «Яндекс.Еда», «Яндекс.Го» и т.д., поэтому острая необходимость в качественной работе цифровых систем позитивно повлияла не только на удобство приложений для предоставления услуг, но и на качество их предоставления. Таким образом, маломобильные группы населения получили возможность повысить уровень своей жизни, а также лучше интегрироваться в общество.

Сегмент доставки еды компании («Яндекс.Шеф», «Яндекс.Лавка» и «Яндекс.Еда») вырос во втором квартале 2020 г. на 42%, что помогло не только ограничить контакты между людьми, но и поддержало бизнес в условиях невозможности принимать посетителей.

Также в это же время сервис «Яндекс Го» запустил проект «Помощь рядом», который благодаря округлению суммы с поездок помогает фондам в сборе средств для людей, которым необходима помощь в передвижении - людям с двигательными и ментальными особенностями, тяжелыми заболеваниями, а также помогает в перевозке врачей и доставке продуктов и лекарств.

Помимо этого, на фоне карантина компания Яндекс запустила онлайн-уроки в сервисе «Яндекс Школа», где проводились занятия для младших, средних и старших классов, а также по подготовке к ОГЭ и ЕГЭ. Это упростило процесс образования школьников в условиях удаленного обучения, когда далеко не все образовательные учреждения были готовы к удаленному формату проведения занятий, что несомненно затруднило процесс получения знаний.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что цифровые сервисы социальных услуг стали еще более востребованными в период карантинных ограничений, что дало сильнейший толчок для их развития. Так, многофункциональные сервисы плотно вошли в новые условия жизни, а также решили проблемы из совершенно различных областей. А повышение уровня услуг для полноценной жизни в изоляции позволила упростить жизнь для маломобильных групп граждан.

UDC 330.3

Stolbova Ekaterina Dmitrievna

student

Saint Petersburg State University

industrial technologies and design, St. Petersburg, Russia,

+79224775531, k.stolbova.72@gmail.com

Academic Supervisor: Senior Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey Vladimirovich

INFLUENCE OF THE PANDEMIC ON THE DEVELOPMENT OF DIGITAL SERVICES IN THE SPHERE OF SOCIAL SERVICES ON THE EXAMPLE OF YANDEX

The article analyzes the impact of the consequences of isolation measures in the development of digital services in the field of social services and what social problems this helped to solve, using the example of Yandex and its services.

Keywords: service, digital services, pandemic, isolation.

УДК: 339.726.2

Стулова Арина Сергеевна

студент

Санкт-петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

+79018002307, stulovaars@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

БОРЬБА ЗА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ФОНД СТРАНЫ

Аннотация: В статье анализируется деятельность фондов, описываются условия получения студентом поддержки и поднимается проблема конфликтов внутрисударственных организаций и зарубежных инвесторов.

Ключевые слова: студент, инвестиция, фонд, условия, конфликт.

Развитие страны напрямую зависит от её интеллектуального фонда. В связи с тем, что существует потребность в развитии технологии, возникает необходимость поиска экспертов различных областей. Государство выполняет эту задачу несколькими способами, в том числе и через поиск потенциальных кандидатов на этапе их обучения. Студенты, которые уже в процессе получения образования в университете показывают хороший уровень подготовки, могут претендовать на материальную поддержку со стороны их учебного заведения, а также со стороны Президентских грантов и различных фондов. Мотивация к развитию, полученная благодаря финансовому вкладу, рассчитана на будущие успехи данного кандидата, поэтому многие гранты дополнительно обозначают условие обязательной работы студентом в течение нескольких лет в данной стране. На сегодняшний день инвестиции в профессиональные рабочие кадры поступают как внутри страны, так и из зарубежных стран, поэтому многие студенты рассматривают возможность обучения и работы за пределами своей родины. Каждый грант и стипендия представляет собой перечень требований к кандидатам и предоставляемых возможностей, поэтому каждый студент может подать заявку в различные организации. С одной стороны, это расширяет возможности кандидата обучаться по зарубежным программам, а с другой стороны, это влечёт за собой проблему оттока квалифицированных кадров из страны. Эти две конфликтных стороны одной медали являются серьезной проблемой для государства.

Инвестиция в талантливую молодежь строится на взаимном договоре сторон, где каждый обязуется выполнять свои обязательства. Если студент отказывается выполнять свою часть договора (низкие показатели успеваемости, отказ отчета для гранта, эмиграция), то деньги должны быть возвращены в фонд в полном, а чаще всего и в большем размере. Риски потерять потенциального профессионала вынуждает фонд выстраивать подобные жесткие требования. В остальном, при соблюдении условий договора, студент может получить выгодные для себя условия в виде денежного поощрения и трудоустройства.

Деятельность зарубежных фондов в последние 10 лет только расширяется, однако зачастую страны действуют в рамках своей национальной политики, защищая свою честь, культуру и религию. В России тенденция пресечения работы фондов из США берёт начало в 2014 году, когда обострились политические отношения двух стран. В октябре этого года была закрыта программа обмена школьников России и США «Future Leaders Exchange (FLEX)». Поводом послужило заявление подростка о желании остаться жить в Америке, что стало прецедентом в посольстве. Программа, созданная для достижения взаимопонимания между двух стран, стала причиной судебных разбирательств и обострения отношений между правительствами. Уже на тот момент был обнаружен рост показателей оттока ученых из России, а также усилилось различие заработных плат, условий труда и качества жизни. Отток интеллектуального фонда особенно был невыгоден для России. Всё это побудило внести корректировки в условия деятельности зарубежных фондов в нашей стране. На данный момент большая лояльность предоставляется творческим конкурсам и призовым состязаниям, в рамках которых студент может выиграть денежный приз или возможность реализации своего проекта силами организаторов.

В современном мире всё больше начинают цениться интеллектуальные кадры с высоким уровнем профессиональной подготовки, которые могут решить проблемы общества. Иногда возникает конфликт между государственными и зарубежными программами финансирования проектов студентов, и в большинстве случаев это случается из-за политических конфликтов и национальных интересов. В любом случае, получение поощрения за творческую деятельность мотивирует студента ответственно относиться к обучению и задуматься над применением полученных навыков.

UDC: 339.726.2

Stulova Arina Sergeevna

3-GDA-7

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Dombrovsky Sergey Vladimirovich

THE STRUGGLE FOR THE INTELLECTUAL FUND OF THE COUNTRY

Abstract: The article analyzes the activities of foundations, describes the conditions for obtaining student support, and raises the problem of conflicts between domestic organizations and foreign investors.

Keywords: student, investment, fund, conditions, conflict.

УДК 316.33

Сузи Дарья Александровна

Студентка, 3-ГДА-7

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

+79889458532, darasuzi9980@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ИНСТАГРАМ КАК ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МОЛОДЕЖИ

В статье рассматривается роль социальной сети Инстаграм в образовательном процессе и взаимодействии молодежи. Особое внимание уделено рассмотрению преимуществ данной платформы в формах взаимодействия людей, проведен анализ того, какими способами Инстаграм предоставляет информацию для образования населения.

Ключевые слова: образование, инстаграм, молодежь, цифровая платформа, наука, коммуникации, социальная сеть, информация, технологии.

Социальная сеть Instagram является отличной платформой для изучения сложной научной информации при просмотре контента, который представлен в виде изображений и видео. В Instagram основной упор делается на визуальную составляющую. В России около 14 миллионов жителей используют данную социальную сеть. Возраст основной аудитории варьируется в пределах 18-34 лет. Данный показатель говорит о том, что уровень вовлеченности молодежи и ее интерес к данному цифровому сервису выше, чем у старшего поколения. Инстаграм акцентирует внимание аудитории посредством использования фотографий и небольших видео, которые емко и кратко способны передать большое количество информации. Они притягивают внимание аудитории и помогают легче и быстрее воспринимать образовательный контент. Если использовать социальную сеть Instagram как образовательную платформу, то необходимо выделить только ту информацию, знания, навыки и источники, которые помогут погрузиться в новую тему. Вдумчиво работая с алгоритмами использования социальной сети, пользователь может получить систему непрерывного обучения, которая должна быть построена с упором в новую сферу получаемых знаний и навыков [1]. В новостной ленте будут появляться подборки с упражнениями, обзорами и постами людей, которые обладают нужными материалами и способны интересно и просто преподнести их.

Если рассматривать деятельность преподавателей в социальной сети Инстаграм, то стоит сказать про возможность многогранных моделей образования, структура которых часто зависит от фантазии и креатива научного сотрудника. Существует несколько основных направлений использования социальной сети в при организации образовательного процесса: персональный аккаунт преподавателя с образовательным контентом; аккаунт учебного заведения с ссылками на полезные источники и информацией про актуальные

события; различные аккаунты, посвященные теме образования, содержащие полезные советы и интересные факты; аккаунты, которые построены на коммуникации между образовательной организацией и пользователями [2].

Инструментарий данного приложения может быть использован для привлечения обучающихся к какому-либо образовательному электронному ресурсу, размещенному в системе электронного обучения. Также всегда можно пообщаться с другими пользователями в специальном сервисе Direct. Социальная сеть также позволяет общаться и взаимодействовать с людьми в любой точке мира и в любое время, что облегчает процесс обучения [3].

Подводя итог следует сказать, что социальная сеть Instagram является масштабной площадкой для образования, т.к. визуальная информация, подкрепленная приятным интерфейсом, огромным количеством разнообразной информации, которую можно преподнести разными способами, делают эту социальную сеть идеальным местом для взаимодействия.

Список использованных источников

1. Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг/ Вертайм.К, Фенвик Я.- М.: Альпина Паблишерз, Юрайт, 2010. 384 с
2. Пожарицкая И. М. Особенности рекламы в «Инстаграме», статья в интернете, 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reklamy-v-instagrame/viewer> (дата обращения (25.04.21)
3. Сорочкина А. А., Трифонова Т. Ю., Фролова А. С. Новые инструменты создания и продвижения бренда в Инстаграм, статья в интернете, 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ijournal.ru/article/ij-30-11-2017-34.pdf> (дата обращения 11.10.20).

UDC 316.33

Suzi Darya Alexandrovna

Student, 3-GDA-7 Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

89889458532, darasuzi9980@gmail.com

Research Supervisor: S. Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey

INSTAGRAM AS A DIGITAL PLATFORM FOR YOUTH EDUCATION AND INTERACTION

The role of the social network Instagram in the educational process and interaction of young people is examined in the article. Its importance in the popularization of science and its accessibility for self-realization and obtaining information are demonstrated. Special attention is paid to the advantages of this platform in the forms of interaction between people, the analysis of the ways in which Instagram provides information for the education of the population is carried out. In the end, the conclusion is made about the role of this direction and its relevance in modern society.

Keywords: education, Instagram, youth, digital platform, science, communications, social

УДК 339.1

Тимофеева Ирина Александровна, студентка

бакалавр 4 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89532704397, E-mail: timoha3248@yandex.ru

Научный руководитель:

Ковалева Наталья Николаевна

к.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ЭЛЕКТРОННО-ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация: в данной статье рассмотрено понятие электронно-платежные системы, описаны проблемы, которые существуют при развитии электронных систем, а также охарактеризованы пути совершенствования ЭПС.

Ключевые слова: электронно-платежные системы, глобализация, денежные средства, преимущества, Webmoney, Яндекс.Деньги, QIWI.

В процессе глобализации в связи с активным развитием сети «Интернет» на первое место все больше выходят электронные платежные системы. Люди чаще стали использовать платежные системы, отходя в большей степени от бумажных денежных средств, благодаря ряду преимуществ.

Электронные платежные системы необходимы для расчета между организациями и покупателями товаров и услуг в сети «Интернет». Электронные денежные средства подразумевают под собой форму денег, которая представляет денежные обязательства эмитента в электронном виде, находящиеся в пользовании потребителя на электронном носителе и используемые в качестве средств для платежа [2].

Впервые концепция электронных денег была представлена в конце 1970-х гг. американским специалистом Дэвидом Чоумом. Главная идея его концепции состояла во внедрении «слепой» цифровой подписи, т.е. каждый участник денежного оборота имеет доступ только к необходимой для него части информации, находящейся на электронном носителе [3].

Итак, преимущества и недостатки электронных платежных систем существуют следующие. К преимуществам чаще всего относят:

1) Удобство. При оплате покупки у потребителя нет необходимости пересчитывать денежные купюры, ждать расчета и выдачи сдачи в мелких разменных купюрах, а также электронные деньги имеют высокую портативность, могут быть перемещены в любой сумме и размерности. Электронно-платежные системы позволяют осуществлять ряд операций, не посещая для этого специальные финансовые учреждения, например, оплата коммунальных платежей, перевод денежных средств другому пользователю или совершение покупки и обмен валюты.

2) Защита и надежность. При оплате с помощью электронного платежа, момент оплаты проходит моментальную фиксацию электронной системой. Такие деньги защищены в большей степени, их трудно похитить или подделать.

3) Сокращение затрат на выпуск денежных средств для государства. Введение и использование электронных денежных средств предоставляет возможность сократить объем затрат на изготовление банкнот, чеканку монет, а также на упаковку и перевозку бумажных денежных средств.

Но использование электронных денежных средств имеет не только преимущества, но и недостатки, такие как:

1) Отсутствие законодательства для полного и точного регулирования правового статуса электронно-платежных систем, их выпуска, использования и обмена на бумажные банкноты.

2) Необходимость использования смартфона или ноутбука для пользования и обращения электронными денежными средствами, что для пожилой части населения является по большей мере недоступным.

3) Из-за недостаточного развития системы могут образовываться неполадки и ошибки, которые могут привести к пропаже или зависанию денежных средств, при осуществлении переводов или оплаты, возврат которых может вызвать дополнительные затруднения и проблемы как со стороны покупателя, так и продавца.

Тем самым, становится ясно, что электронные денежные средства несут крупный потенциал, а с другой стороны, имеет определенные проблемы, которые необходимо решать, осуществляя совершенствование данной платежной системы.

Развитие в России платежных систем началось с 1998 года. Именно с этого момента осуществляется запуск компании PayCash, а уже через год создается популярная по настоящее время компания WebMoney. Так как в России действует более 20 электронно-платежных систем, рассмотрим наиболее популярные среди пользователей [0]:

1. Webmoney. Компания создана в 1998 году, а клиентская база включает в себя более 20 млн. пользователей. Данная компания имеет ряд особенностей, таких как:

- Универсальность – оплата и переводы доступны в различных валютах.
- Высокая надежность системы – для регистрации и доступа к полному объему функций необходимо предоставить ксерокопию паспорта.
- Оперативность – платежи происходят мгновенно.
- Комиссия за осуществление транзакций – 0,8%.

2. QIWI. Была создана в 2007 году, используется в 22 странах мира. К особенностям системы можно отнести:

- Быстрота – упрощенная регистрация, для которой необходим только номер телефона.
- Возможность осуществлять операции не только с помощью электронных платежей, но и с использованием банковских карт.

- Универсальность – можно пополнять и снимать средства несколькими способами.

- Возможность заказа пластиковой карты данной платежной системы.

3. ЯНДЕКС.ДЕНЬГИ. Платежная система создана в 2002 году на основе российской поисковой платформы Яндекс. Особенности платежной системы:

- Признана одной из универсальных платежных систем.

- Является коммерческой небанковской организацией, имеющей лицензию Центрального банка.

- Возможность пополнения счета с помощью перевода от физического лица.

По данным исследовательской компании Mediascope [0], которые проводили исследования в 2020 г. на тему, связанную с электронными платежными системами, стало известно, что в интернете товары или услуги один раз в год оплачивают 93,7% респондентов. Чаще всего респонденты с помощью электронных платежей оплачивают мобильную связь – 81,6% опрошенных, доля респондентов, которые осуществляют онлайн заказы в интернет-магазинах составила 81%, а респонденты, оплачивающие коммунальные платежи – 72,3%. При этом значение респондентов, оплачивающих онлайн мобильную связь, по сравнению с 2019 г. сократилась до 85,8%. В 2020 г. значительно увеличился спрос на онлайн оплату доставки еды, что составило 61,1%, на 9,6% больше, чем в 2019 г. Также увеличилась доля респондентов, отправляющих денежные переводы с помощью электронных систем – 58,5%, что на 3,5% выше, чем в 2019 г. Наиболее распространенные средства оплаты в интернете по-прежнему остаются банковские карты (оплату производило 89,9% респондентов) и интернет-банки (89,7% респондентов), а электронные денежные средства использовало 78,3% анкетированных. Использование банковских карт для оплаты опрошенными в возрасте 25-34 г. составляет 93%, а категория 35-44 лет – 93,7%. Электронные деньги для оплаты в интернете используют 81,7% опрошенных 25-34 лет и 82,2% - 35-44 лет.

Анализируя статистику использования электронных платежных систем в Российской Федерации, видно, что спрос на данные системы с каждым годом возрастает, благодаря удобству, мобильности, надежности и комфорту. Но так как данная система оплат является относительно молодой, то в процессе ее развития образуются определенные проблемы. Главное проблемой выступает правовое регулирование электронно-платежных систем. Деятельность данных систем подчиняется только единым положениям законодательства, а также отсутствует четкое определение и содержание большей части понятий, связанных с электронными платежными системами в РФ [4].

Таким образом, перспективами развития электронно-платежных систем в РФ можно определить следующее:

- 1) Выработка общего аспекта решения вопросов, связанных с функционированием платежных систем.

2) Внедрение информации и обучение населения возможностям пользования электронными системами.

3) Повышение уровня безопасности и защищенности граждан, которые осуществляют пользование платежными системами, для увеличения степени доверия населения и спроса к таким системам.

Итак, подводя итог, можно сказать, что развитие электронно-платежных систем имеет стремительное значение, тем самым, выходя на первый план, благодаря удобству, возможностям и оперативности. Электронно-платежные системы – это системы, которые способствуют принести выгоду для каждого участника торговых отношений, т.е. платежная система получает проценты за производство виртуальных денежных средств и осуществление расчетов, организация, которая получает оплату не расходует деньги на соответствующие издержки, а покупатель расходует меньшую сумму, благодаря скидкам или сниженным ценам, из-за сокращения расходов продавца.

Список литературы:

1. Shopolog. Как и за что россияне платят онлайн в 2020 году. <https://www.shopolog.ru/metodichka/payments/kak-i-za-chto-rossiyane-platyat-onlayn-v-2020-godu-issledovanie-mediascope/>

2. Справочник. Электронные деньги: проблемы и перспективы. https://spravochnick.ru/bankovskoe_delo/elektronnye_dengi_problemy_i_perspektivy/

3. Заракуа А.М., Ермакова Л.В. Развитие электронного бизнеса в условиях цифровизации экономики. В сборнике: Учетно-контрольные и аналитические процессы в условиях цифровизации экономики. Москва, 2019. С. 218-223.

4. Резвых Ю.Н. Проблемы развития электронных платежных систем в Российской Федерации / Ю. Н. Резвых. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 21 (207). — С. 296-299. — URL: <https://moluch.ru/archive/207/50808/> (дата обращения: 24.04.2021).

5. Cryptonisation. Обзор популярных электронных платежных систем в 2021 году. <https://cryptonisation.com/obzor-populjarnyh-jelektronnyh-platezhnyh-sistem/>

ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS: PROBLEMS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

Abstract: This article discusses the concept of electronic payment systems, describes the problems that exist in the development of electronic systems, and also describes the ways to improve the EPS.

Key words: electronic payment systems, globalization, funds, benefits, Webmoney, Yandex.Money, QIWI.

УДК: 338

Тищенко Валентина Андреевна

студент

Санкт-петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия +79817692592, valentinetschenko@yandex.ru

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КУРСОВ В РОССИИ

Аннотация: В статье рассматривается социальная проблема платных образовательных платформ и их нефинансовые риски.

Ключевые слова: цифровая экономика, онлайн-курсы, информационное общество, социальные проблемы.

В 2021 году такое понятия как «цифровая экономика» стала распространенным термином в повседневной жизни человека. Начиная с 2017 года, по распоряжению правительства была утверждена стратегия по развитию информационного общества на территории РФ. Примером цифровой экономики служит любая экономическая деятельность, реализуемая через интернет [1].

На сегодняшний день большая часть населения страны использует интернет в основном для получения новой информации, поэтому потребность людей в образовательных платформах постепенно растет. Онлайн-обучение начинает заменять очную форму знаний. Высшие учреждения потихоньку заменяют пары в стенах университета и внедряют онлайн-курсы. Но главный вопрос связан с человеком. Готов ли он к таким изменениям?

По мнению Тагира Яппарова, «человек меняется медленно, а изменения в мире происходят очень быстро. Это – парадокс» [2]. И пока данный вопрос не будет разрешен, такой быстрый рост цифровых образовательных платформ может привести к новой проблеме в обществе.

Несмотря на то, что люди при использовании платных курсов, могут получать информацию в удобное время вне зависимости от места нахождения, отсутствие социального взаимодействия может негативно повлиять на их мотивацию и успеваемость, и даже спровоцировать чувство отчуждения от общества. Поэтому развитие цифровой платформы требует постепенного внедрения в социальную сферу деятельности.

На развитие платформы влияют определенные факторы. Поэтому для большинства разработчиков данных сервисов прибыль может сильно колебаться.

Рост цифровых сервисов вызывает определенные риски, связанные в первую очередь с интернет-угрозами. Несмотря на то, что курс может быть грамотно разработан, существует вероятность того, что образовательный

материал может быть украден и размещен в свободном доступе для других пользователей.

Стремительный рост количества киберпреступлений с утечкой информации приносит значительный убыток, что приводит производителей к необходимости инвестирования в информационную безопасность.

Кроме финансовых рисков существуют и нефинансовые. Нефинансовые риски связаны с репутацией компании. При отсутствии должного имиджа и качества продукта, организация может потерять не только денежные средства, но и свою аудиторию. Например, Skillbox - онлайн-университет востребованных профессий, имеет двойную репутацию: положительную и негативную. Для одних пользователей это эффективное обучение с системным подходом к образованию, для других мошенничество и трата денег. Онлайн платформа, при данной репутации способна потерять большое количество потенциальных клиентов.

Таким образом, на сегодняшний день цифровые платформы не только открывают возможности, но и создают определенные угрозы и социальные проблемы, как для создателей, так и для потребителей.

1.Что такое цифровая экономика? [Электронный ресурс]: / Л. Шпринц. Москва: ИНФРА-М, 2017 <https://mining-cryptocurrency.ru/cifrovaya-ehkonomika/> (дата обращения 15.07.2017)

2.Плюсы и минусы цифровой экономики [Электронный ресурс]: / Е.Гореткина. – Москва: ИНФРА-М, 2017. URL: <https://www.itweek.ru/ecm/article/detail.php?ID=198027> (дата обращения: 26.09.2017)

UDC: 338

Tishchenko Valentina Andreevna

3-GDA-7

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: S. Lecturer, Dombrovsky Sergey Vladimirovich

PROBLEMS OF DIGITAL EDUCATIONAL COURSES IN RUSSIA.

The article deals with the social problem of paid educational platforms and their non-financial risks.

Keywords: digital economy, online courses, information society, social problems.

УДК 371.3

Томасова Дарья Александровна

старший преподаватель кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

контактный телефон: +79811271604

e-mail: tomasova.d.a@suitd.ru

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ В РОССИИ КАК ОТВЕТ НА СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЗАПРОСЫ

В статье рассматриваются цели и задачи цифровых образовательных платформ, их соответствие актуальным запросам и ожиданиям обучающихся и их роль в развитии российского образовательного пространства.

Ключевые слова: образовательная платформа, открытые ресурсы, цифровизация, образовательный запрос, инклюзивность

Современная образовательная система включает в себя как реальные, так и виртуальные пространства, на которых предоставляются возможности индивидуального и коллективного обучения для самого широкого спектра специальностей. Стираются границы между обучением, профессиональной активностью, досугом и социальными взаимоотношениями, а цифровые образовательные платформы становятся интеграторами таких взаимодействий.

Основу функционирования образовательной платформы составляет высококачественный и актуальный контент, а также грамотно выстроенная система обратной связи и инструменты интерактивного взаимодействия между обучающимися и преподавателями [1].

Современные образовательные платформы должны соответствовать ожиданиям прогрессивных пользователей цифровых ресурсов, которые активно выбирают необходимые им навыки, а также обеспечивать индивидуальную логику, позволяющую выбрать и совместить полезный контент на всех образовательных ресурсах [2]. Кроме того, активное развитие цифровых образовательных платформ призвано решать наиболее актуальные образовательные запросы и способствовать реализации интересов широкого круга провайдеров образовательных услуг и разнообразных типов обучающихся.

К таким запросам относятся:

- создание возможностей обучения в различных профессиональных и неформальных контекстах;
- демократизация образования, появление недорогих и бесплатных образовательных возможностей, открытых образовательных ресурсов, социального обучения и микрообучающих платформ [7];
- сбережение ресурсов и рационализация затрат в условиях резкой цифровой трансформации и динамических изменений в социальных отношениях;
- преодоление информационного перенасыщения пользователей за счёт помощи в отборе релевантной информации [6];

- переход от долгосрочных и неизменяемых образовательных моделей к дисциплино-ориентированным краткосрочным и гибким курсам;

- персонализация и возможность встраивать интересы обучающегося в программу обучения [4].

- поддержание социальных взаимосвязей обучающихся как важного образовательного ресурса и развитие социального взаимодействия в обучении;

- открытость и развитие партнерского типа отношений в образовании [5].

Для изучения соответствия существующих запросов и предоставляемых возможностей был проведён обзор ведущих российских образовательных платформ из открытых источников, выявлены и проанализированы заявленные цели и задачи. В выборку попали как узко специализированные онлайн-платформы, так и платформы, аккумулирующие универсальные знания.

Таблица 1. Обзор целей российских цифровых образовательных платформ

Цифровая образовательная платформа	Образовательный продукт	Задачи платформы
Национальная платформа открытого образования	Онлайн-курсы по базовым дисциплинам, изучаемым в российских университетах	Создавать и продвигать открытое образование, обеспечивать возможности дополнительного образования для граждан Российской Федерации, проживающих на удаленных и труднодоступных территориях; для граждан с ограниченными возможностями здоровья.
Просветительский проект Лекториум	Платформа и профильное издательство MOOK, открытый видеоархив лекций	Поддерживать программы по поступлению в вуз и профориентации школьников, специализации студентов и повышению квалификации специалистов.
Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ»	Образовательные программы профессиональной переподготовки, повышения квалификации, стажировки специалистов	Создать удобный способ получения знаний, которые помогут получить новую работу и занять более высокую должность. Способствовать освоению современных методов решения профессиональных задач, развитию деловых качеств.
Открытая образовательная платформа Универсариум	Активная образовательная среда: видеолекции, автоматизированный контроль знаний, интерактивные домашние задания	Предоставить возможность получения качественного образования от лучших российских преподавателей и ведущих университетов. Сохранить национальную идентичность российского образовательного пространства
Платформа онлайн-обучения Uniweb mirapolis	Курсы в сфере бизнес-администрирования, видеолекции, интерактивные тесты, взаимодействие в группе	Предоставить возможность людям самосовершенствоваться на протяжении всей жизни, помочь найти путь развития и реализовать себя через профессию

Цифровая образовательная платформа	Образовательный продукт	Задачи платформы
Арзамас	Курсы, журнал, лекции, спецпроекты по истории культуры, искусству, гуманитарным наукам	Удовлетворить потребности личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, предоставить энциклопедическую подготовку
Stepik — образовательная платформа и конструктор онлайн-курсов.	Проведение олимпиад и программ переподготовки, размещение массовых онлайн-курсов	Сделать образование открытым и удобным. Развивать направление адаптивного обучения, где каждый изучает материал, подобранный под свой уровень знаний.
Постнаука	Курсы, сфокусированные на фундаментальной науке, актуальных идеях, концепциях в современных областях знания.	Указать слушателям, которые интересуются наукой и хотят сделать ее своей профессией, возможные направления для исследований не как отвлеченные дисциплины, а как работу реальных людей.
Hexlet	Онлайн-курсы от основ программирования	Проложить путь от абсолютного новичка до первого трудоустройства.
Система дистанционного бизнес-образования Businesslearning	Профессиональные треки	Предоставить возможность бесплатно, в любое время, в любом месте, где есть доступ в Интернет, повысить квалификацию в сфере предпринимательской деятельности.
Университет без границ	Видеокурсы, видео-беседы, форумы, совместная работа над исследовательскими проектами	Сделать процесс обмена актуальными академическими знаниями более открытым и доступным для русскоязычной аудитории, независимо от места проживания, места работы, социально-экономического статуса.
Онлайн-академия Zillion	Пошаговое обучение с личной поддержкой от сертифицированных менторов; программа акселерации и поддержка проектов	С опережением времени готовить слушателей к изменению рынка труда и глобальной экономики, помогать осваивать новую профессию с нуля Развивать soft skills для построения карьеры и личного развития
Образовательный портал GeekBrains	Онлайн-интенсивы и видеокурсы от ведущих компаний и лидеров рынка; система наставничества; помощь со стажировками и трудоустройством	Позволить слушателям получить новую профессию, востребованную в digital-среде Научить комфортно взаимодействовать и работать в кросс-функциональной команде, в проектах со смежными областями и полным циклом

На основе проведённого обзора укрупненно можно выделить следующие группы решаемых в рамках образовательных платформ задач:

- поддержка профориентации и выбора профессии (первой или новой);
- развитие общекультурных компетенций и повышение уровня культурного и нравственного развития

- обновление и актуализация знаний и навыков в соответствии с динамикой окружающей профессиональной среды

- обеспечение удобства и доступности образования (в том числе территориальной, возрастной, технологической доступности).

Таким образом, цифровые образовательные платформы в России постепенно адаптируют свою деятельность к решению наиболее острых запросов обучающихся и вносят значимый вклад в формирование навыков самообучения, саморазвития в русле индивидуальных образовательных траекторий, предоставление более понятного пути к интегрированию многообразия образовательных возможностей, доступных на определённой территории, укрепление мотивационной составляющей, уточнение своих карьерных целей и траекторий, а также существенное повышение инклюзивности образования с точки зрения привлечения различных возрастных групп, преодоления кроссдисциплинарных барьеров и культурных преград.

Список литературы

1. Brancoveanu R. Humanistic futures of learning: Perspectives from UNESCO Chairs and UNITWIN Networks. Publisher: UNESCO, 2020.
2. Mas X. Future Scenarios for Digital Learners: Sociotechnological and sociocultural trends will transform the current educational ecosystem. Conference: EADTU. Enhancing European Higher Education: Opportunities and impact of new modes of teaching. 2016.
3. Pace P. Education for sustainable development: current fad or renewed commitment to action // Journal of Baltic Science Education, . – 2010. - Vol.9, №4. - P. 315-323.
4. Permyakov O.E., Kitin E.A. Methodology of Strategic Planning for the Development of Educational Ecosystems // Administrative Consulting.– 2021. - №11.
5. Карнетова И.В., Барлиани А.Г., Нефедова Г.А. Современные цифровые образовательные платформы как фактор качественной подготовки специалистов // Актуальные вопросы образования. – 2020. - №3. – С. 56-59.
6. Махновец, С.Н., Попова, О.А. Новая экосистема образования как системообразующий вектор качества жизни // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Педагогика и психология. - №4. – 2017. – С. 141-149.
7. Черепков А.Ю. Цифровые образовательные платформы как средство повышения качества обучения в школе // Вопросы педагогики. – 2020. - №11-1. – С. 287-291

UDC 371.3

Tomasova Daria Aleksandrovna

Senior teacher of the Chair of management

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint-Petersburg, Russia

DIGITAL LEARNING PLATFORMS IN RUSSIA AS A RESPONSE TO ACTUAL EDUCATIONAL DEMANDS

The article considers goals and tasks of digital learning platforms, their role in facing new educational challenges, demands and requirements and contributing to Russian educational system development.

Keywords: learning platform, open resources, digitalization, educational demands, inclusion

УДК 343.721

Торцева Ксения Ивановна

студент

Санкт-петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8-921-358-51-42, k.tortseva.st@mail.ru

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

РИСКИ МОШЕННИЧЕСТВА ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ НА СЕРВИСАХ ЦИФРОВОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР И ПРОГРАММ

Данная статья представляет собой анализ основных ситуаций мошенничества при использовании электронных платежей сервисов цифрового распространения компьютерных игр и программ. В результате сделаны выводы о необходимости внимательно подходить к выбору сервиса, на который пользователь планирует вводить данные счета.

Ключевые слова: мошенничество, цифровые сервисы, видеоигры, электронные платежи, студент.

В нынешнее время информационные технологии стали неотъемлемой частью жизни людей. Их популярность обусловлена большим количеством возможностей. Они облегчают жизнь, позволяя выполнять многие задачи дистанционно.

В XXI веке распространено использование онлайн-сервисов для приобретения товаров и услуг. Пользователи предпочитают приобретать игры и программы на цифровых сервисах, так как электронный ресурс не занимает в помещении место и отсутствует риск потерять или сломать диск. Наиболее часто используемыми площадками являются Steam, Origin, Epic Games, Uplay.

При приобретении продукции на сервисах цифрового распространения компьютерных игр и программ необходимо использование электронных средств для осуществления платежа (банковские карты, электронные кошельки и т.п.). Активное внедрение новых инструментов и средств для осуществления платежа, увеличило скорость обработки и подсчетов платежей и повысило эффективность при контроле за их перемещением. Но их использование имеет и недостаток - это отсутствие должной системы защиты, что несет за собой покушения со стороны мошенников, желающих завладеть финансами пользователя с помощью вредоносного программного обеспечения, способного получать доступ к информационным системам и совершать хищения денег. В большинстве случаев основной целью злоумышленников является завладение данными карты или электронного кошелька и получением пароля или CVV кода карты.

Существует большое количество способов мошенничества при использовании электронных платежей в сфере видеоигр. Во-первых, создаются поддельные интернет-магазины с большими скидками или привлекательными ценами. Пользователь вводит данные карты с целью приобрести товар, но в

результате кода или ссылки на приобретенную игру не приходит. Целью подобных магазинов является сбор денег и данных, а не продажа. Во-вторых, злоумышленники нередко пытаются завладеть аккаунтами Steam, Origin и т.п. Это особенно опасно, если пользователь сохранил данные банковской карты в профиле. Но в данной ситуации чаще всего защита сайта уведомляет владельца аккаунта до его взлома, пресекая подозрительную активность. В-третьих, при скачивании игр и непроверенных сайтов, и сервисов может повлечь за собой скачивание и сторонней программы на устройство, целью которой является сбор данных. Также одним из способов является рассылка поддельных писем на mail, где сообщают о подозрительной активности, «акциях», «подарках» и просят перейти по ссылке на смены пароля или указания данных. Вместе с переходом по ссылке не редко и получение вирусов и сторонних программ.

Многие крупные компании и сервисы уделяют внимание улучшению и эффективности защиты, внедряя многоуровневые системы безопасности, анализирующие действия пользователя и выявляющие подозрительные действия электронного счета, поэтому списание средств без участия человек в этом маловероятно. Чаще всего причиной списания является доверчивость самих людей, которые добровольно предоставляют данные на сервисах или переходят по вирусным ссылкам.

Пользователям следует ознакомиться с возможными ситуациями мошенничества и быть внимательным при выборе сервисов цифрового распространения компьютерных игр и программ, и не вводить данные банковских карт и электронных кошельков на непроверенных сайтах, сервисах. При получении данных счета мошенниками владелец счета рискует остаться без средств, которые в большинстве случаев невозможно вернуть.

UDC 343.721

Tortseva Ksenia Ivanovna

student

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia
8-921-358-51-42, k.tortseva.st@mail.ru

Academic Supervisor: Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey
Vladimirovich

RISKS OF FRAUD WHEN USING ELECTRONIC PAYMENT ON SERVICES OF DIGITAL DISTRIBUTION OF COMPUTER GAMES AND PROGRAMS

This article is an analysis of the main situations of fraud when using electronic payment services of digital distribution of computer games and programs. As a result, conclusions are made about the need to be careful in selecting the service to which the user plans to enter the account data.

Keywords: fraud, digital services, video games, electronic payments, student.

УДК 339.138

Трифорова Диана Сергеевна

Научный руководитель: доцент кафедры менеджмента, к.э.н. Любименко Анна Игоревна
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г.
Санкт-Петербург, Россия

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ИНДУСТРИЮ МОДЫ

Изменение рабочей модели и моделей потребления модных товаров в период пандемии стало причиной проникновения традиционных модных процессов в среду интернет. Компании, затянувшие выход в интернет-среду утратили открывшиеся интернетом возможности.

Ключевые слова: мода, пандемия, интернет-среда

Наступление глобальных изменений во всех сферах жизни всегда связано с неизвестными ранее ситуациями, проблемами, эпидемиями. С возникновением Covid-19 жизнь претерпела кардинальные изменения, что также сильно коснулось и модной индустрии. Стандартное проведение модных показов при обилии приглашенных гостей, презентации новых коллекций от известных дизайнеров, фотосессии: всему пришлось изменить свой привычный вид. Много запланированных важных событий из сферы моды пришлось отменять. Массовая отмена важных мероприятий приводит к сильнейшим неблагоприятным последствиям, которые влекут за собой многомиллиардные убытки. Сегодня почти все компании в мировой индустрии моды борются с низким доверием потребителей, сократившимися доходами и закрытыми магазинами.

Введенные карантинные меры не только привели модную индустрию в упадок, но также с другой стороны открыли новые границы для ее функционирования в интернет-пространстве. Благодаря такому средству стало возможно поддерживать рабочее состояние индустрии моды.

Во время действия пандемии закрылось большое количество точек с магазинами, что привело бренды в почти что тотальный и массовый переход в интернет-торговлю. Некоторые бренды уже имели достаточно функционирующие платформы для продажи своих коллекций в социальных сетях. Другие же поняли, что выход из трудного положения можно найти только благодаря интернет-пространству. Многие концерны сосредоточились на ведении социальных сетей, открытию онлайн-примерочных, проведению показов в прямой трансляции и выходу коллекций в тотальной интернет реальности. Таким образом с закрытием одного и самого основного пути - розничной торговли на точках, индустрия моды стала переходить на новый уровень функционирования: бренды начали видеть перспективы онлайн-торговли, как основного ресурса для демонстрации и продажи своего товара.

Изложенные материалы должны максимально приближать покупателя к привычным магазинным ощущениям - товары должны быть наглядными,

необходимо предоставлять покупателю возможность изучить качественные цветные изображения, посмотреть видеообзоры, увидеть интерактивную трехмерную модель товара [1].

С наступлением достаточно сложной финансовой стабильности у людей появилась возможность оценивать свои траты на нежелательные и спонтанные покупки и из-за нужды, поэтому онлайн-продажи стали выигрышными в глазах концернов по таким критериям, как возможности рекламы в более доступном формате, а главное быстром и качественном, рекламу можно вписать в большинство пространств на различных сайтах, тем самым привлечь внимание и ускорить процесс покупки. В настоящее время, настроения потребителей в мире находятся на достаточно низком уровне, чтобы совершать постоянные покупки и выбираться куда-либо на далекое расстояние от дома, чтобы купить себе предметы определенного производителя, все манипуляции делаются через интернет. Именно поэтому и наблюдаются изменения в поведении самих брендов, касательно их очень активного продвижения в социальных сетях. На таких проблемных ситуациях выигрывают онлайн-ритейлеры, например, крупный ритейлер как «Farfetch», будет иметь хорошие возможности для облегчения ликвидации больших объёмов уценённых товаров [2]. Сегодня зависимость мировой индустрии моды от цифровых каналов усилилась быстрее, чем кто-либо мог ожидать до кризиса. Интернет-примерочные, возможности покупки виртуальной-коллекции, модные показы в прямой трансляции, виртуальные модели на модных показах в интернет-пространстве - все это стало опорной точкой для стабильного функционирования индустрии моды. Брендам стоит принять во внимание возможность стать не просто более опытными в цифровом плане, но и стать лидерами в цифровых технологиях. Так благодаря онлайн-среде можно выгодно преподнести важные события и анонсировать выпуски новых коллекций в массовой передаче, с помощью онлайн-платформ [3].

Из-за жестких карантинных мер много моделей, модельных агентств и фотографов остались без постоянного заработка, заказы оффлайн полностью прекратились. Не имея возможности проводить полноценные фотосессии для своих обложек, большое количество популярных и широко известных глянцевого журналов поместили на них портреты врачей и медсестер, находящихся на передовой борьбы с Covid-19. Вместо дорогих духов и дизайнерской одежды крупнейшие фэшн-лейблы начали массово производить медицинскую униформу и средства для дезинфекции. Произошла замена дорогостоящих шоурумов, на которых традиционно проходят продажи новых коллекций оптовым покупателям и каждый элемент коллекции демонстрируется на живых моделях, теперь все происходит в режиме онлайн [4].

Джорджо Армани, Пьерпаоло Пиччоли, Сильвии Вентурини-Фенди и другие дизайнеры продолжают работать, но используют для презентации своих работ «Skype». Заблаговременно до внезапного наступления эпидемии уже многие востребованные сейчас возможности были доступны дизайнерам и модным домам, нужно было лишь научиться их использовать. Стало известно,

что создание коллекции может проходить не только в офисе, что демонстрировать новые коллекции байерам, покупателям, прессе можно не только с помощью обычного канала как модный показ, что проводить фотосъемку возможно и без профессионального фотоаппарата, а всего лишь при наличии телефона через FaceTime. Стал популярен такой призыв - социальное дистанцирование и очень многие заинтересовались данным процессом.

«В онлайн перешли и другие модные институции: компания «Кашемир и Шелк» (объединяет марки Agnona, Cividini, Ereda, Fabiana Filippi, Les Copains, Peserico и пр.) провела виртуальное шоу в социальных сетях, а бренд «Снежная Королева», выпустивший коллаборацию с селебрити-стилистом Линой Дембиковой, продемонстрировал ее модным редакторам в Zoom» [5]. Стартовало много запусков диджитал-платформ, которые позволяют транслировать презентации и показы, что является очень удобным инструментом.

Переход в онлайн-пространство принес положительный эффект для модной индустрии. Но с переходом в интернет-среду появляется стандартная обособленность от общего поля деятельности разных брендов. Когда происходят модные показы в оффлайн среде, собирается большая масса разносторонних личностей.

Какие бы изменения ни претерпела модная индустрия из-за коронавируса, ей понадобится много времени на то, чтобы адаптироваться к новым реалиям, так как такие серьезные перемены происходят не за один год. Возможно, благодаря возможности испытать режим изоляции многие модные дома с помощью экспериментов при переходе с онлайн-среды на оффлайн-среду воспользуются такой возможностью и будут продолжать развивать свои виртуальные площадки. Шанс демонстрировать свои коллекции через интернет-пространство - преимущество помимо реальных показов. Тоже самое касается аналогичных способов проведения фотосъемок, но эта тенденция может продлиться не так долго, потому что качество фотографий не такое хорошее, как при реальной съемке, поэтому возможности расширения такого направления крайне малы.

Список использованных источников

1. Титова М. Н. Инновационные факторы конкурентоспособности и прогнозирование тенденций развития рынка игрушек [Электронный ресурс]: монография / Титова М. Н., Любименко А. И., Чигиринова М. В., Сиротина Л. К., Николаев Р. Н. — СПб.: СПГУТД, 2015.— 166 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2381, по паролю.

2. Арутюнян К.К. Влияние пандемии Covid-19 на международную индустрию моды. [Электронный ресурс] // Cyberleninka.ru: научная электронная библиотека. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-covid-19-na-mezhdunarodnuyu-industriyu-mody>. (дата обращения: 06.05.2021).

3. Миллиардные убытки и неопределенность: как коронавирус повлиял на модную индустрию спустя два месяца: [Электронный ресурс] // Esquire.ru. URL: <https://esquire.ru/style-and-grooming/161473-milliardnye-ubytki-i-neopredelennost-kak-koronavirus-povliyal-na-modnuyu-industriyu-spustya-dva-mesyaca/#part0>. (дата обращения: 06.05.2021).

4. Коронавирус и мода: пять признаков того, что фэшн-индустрия уже не будет прежней: [Электронный ресурс] // BBC.com. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-52283164>. (дата обращения: 06.05.2021).

5. Лукбуки по FaceTime и показы в Zoom: как меняется мода на карантине: [Электронный ресурс] // Style.rbc.ru. URL: <https://style.rbc.ru/items/5ea990b39a79474eb6c9e1ef>. (дата обращения: 06.05.2021).

UDC 339.138

Trifonova Diana Sergeevna

Scientific adviser: Associate Professor of the Department of Management, Ph.D. Lyubimenko Anna Igorevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

THE IMPACT OF THE PANDEMIC ON THE FASHION INDUSTRY

Changes in the working model and consumption patterns of fashion products during the pandemic have caused the penetration of traditional fashion processes into the Internet environment. Companies that delayed access to the Internet environment have lost the opportunities opened up by the Internet.

Keywords: fashion, pandemic, internet environment

УДК - 316.472.45

Трихина Анастасия Денисовна

студент

Санкт-петербургский государственный институт технологии и дизайна, Санкт-Петербург,
Россия

8-981-877-08-57, ntrikhina@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

РОЛЬ ТАРГЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

В статье рассматривается понятия “таргетинг” и анализируется его роль в формировании успешной современной рекламы. В результате анализа были выявлены основные направления и методы современных тенденций в пиар компаниях. Приведены примеры работы таких систем в рекламе крупного и малого бизнеса. И выявлены лучшие места для продвижения, а также сравнительный анализ платформ «Google», «Яндекс» и «ВКонтакте».

Ключевые слова: инновации, таргетинг, локальный бизнес, интернет- маркетинг, местонахождение целевой аудитории, рекламный инструмент.

Мир сегодняшнего дня быстр и переменчив. В основе этого развития лежит влияние крупных сфер рынка, компаний и услуг. Чтобы продать свой товар, продавцы веками создавали различные техники и уловки. На сегодняшний день, интернет пространства просто кишат покупателями, готовыми приобретать те или иные товары, но из-за слишком большого масштаба сети перед продавцами стал вопрос более эффективного распространения рекламы о своем продукте. Так появляется метод для продвижения своих услуг на интернет пространстве под названием — “таргетинг”. В таргетинге анализируется целевая аудитория с целью более эффективных и составление более ясного экономического плана продаж, в основном направленный на конкретные категории граждан. Их называют целевой аудиторией, которая классифицируется по следующим признакам: пол, социальный статус, возраст, место жительства, платежеспособность, хобби, увлечений и других факторов. Основными плюсами такого продвижения является его легкодоступность, скорость и сравнительно лояльные цены, по сравнению с магазинами в физических точках. При этом нетрадиционные рекламные методы стали носить название инновационных инструментов. Так что же это и какое влияние оно оказывает на формирование финансовой грамотности у проавцов?

Таргетированной рекламой можно назвать каждое объявление, которое несет в себе пропаганду конкретного продукта, очень часто интернет компании используют нестандартные методы продвижения с помощью рекламы. Таргетинг выступает инструментом выделения из массы пользователей определенной целевой аудитории, ограниченной каким-либо фактором, важным для маркетолога. Таргетированный маркетинг (его же еще называют целевым)

заключается в привлечении клиентов для продажи своего товара. Для точного результата и менее трудоемкой работы, нужно в первую очередь, знать всю базовую информацию о своих покупателях, ведь нужно понимать, как привлечь их к своему продукту. Такими данными являются пол, место жительства, возраст. Так же часто маркетологи учитывают платежеспособность клиента, его социальный статус, увлечения и другую информацию, способную настроить рекламу более точно. Все это помогает компаниям сформировать более ясное представление о расходах и будущих затратах.

Таргетированная реклама направлена на достаточно четкие интересы и запросы целевой аудитории. Очень часто, такую рекламу можно встретить на просторах интернета, например, в таких социальных сетях, как: Instagram, Facebook, «ВКонтакте», YouTube, а также сейчас активно набирает популярность новая соцсеть TikTok. Благодаря своему формату, быстрому показу коротких видео, приложения стало идеальной платформой для самопродвижения и продаж. Какой же алгоритм работы используют маркетологи? Для определения целевой аудитории, нужно предположить какой интерес может вызвать ваш продукт и понять какого клиента он может привлечь. Такой сбор данных называется первичным анализом. Это очень важный этап в построение стратегии продажи, ведь именно зная своих покупателей, можно будет понять какими социальными сетями они пользуются, что чаще смотрят и куда приходят. Также важным фактором успеха рекламы является умение заинтересовать клиента, без этой маленькой нотки реклама будет неэффективной. Поэтому создавать рекламные компании очень важный процесс в формирование затрат на продаваемый продукт. Понять, кому именно нужны данный товар или услуга, для решения какой проблемы. После первичного анализа, картина становится более ясной и четкой. В этом могут помочь маркетологи, используя уже готовые базы для своевременного обращения к заинтересованным людям.

Обязательное исследование своей целевой аудитории. Для хорошего и успешного таргетинга, как писалось ранее, нужно хорошо знать своего покупателя. На сегодняшний день, создано огромное количество способов анализа своей аудитории. Это можно проанализировать, начиная с данными Яндекс закрывая использованием Google Analytics, также анализ можно провести в соцсетях, например, в ВКонтакте. Знание своей аудитории поможет лучше сократить траты на рекламу и повысить CTR.

CTR — эффективность рекламы, ее просмотры и показы в процентах. Также существует формула расчета: клики / показы * 100% = CTR

1. Дробите аудиторию на категории. Старайтесь как можно чаще анализировать какие виды категорий есть у ваших покупателей. Даже внутри одного полового сегмента запросы аудитории будут отличаться: то, что интересно в 30 лет, может быть совершенно не интересно в 50 лет.

2. Краткость. Это одно из основных правил в таргетинге. Покупатель игнорирует пустую информацию. Поэтому реклама должна сразу цеплять глаз и захватывать интерес. Используя различные методы визуальных манипуляций

можно сделать хорошее объявление. Такая реклама должна сразу дать всю информацию и вызвать свой спектр эмоций.

3. Система поощрения. Каждый пользователь, желает за свои действия получать небольшую награду. Например, за переход на ваш сайт скидку на следующую покупку. Различными бонусами на товар можно привлечь внимание посетителей. Так, например, распространяются скидки по картам магазина.

4. Ретаргетинг. Это форма показа рекламы, для людей, которые уже что-то покупали в вашем магазине или как-либо еще взаимодействовал с вашим делом. Для этого стоит иметь базу данных таких клиентов. Небольшими сообщениями-напоминалками, можно вновь привлечь клиента к вашим услугам или товарам. Такие клиенты более лояльны, тк они уже имели с вами дело и более склонны доверять и быть уверенными в вашем продукте.

Таким образом можно сделать выводы, что чаще всего для таргетинга выбирают интернет площадки, а конкретно различные соцсети. Они помогают лучше узнать своего покупателя и сделать рекламу более точной. Но слишком быстро меняющиеся разнообразные способы продажи в интернете, заставляет придумывать все больше уловок и способов продаж. Это рождает большую конкуренцию на рынке. Поэтому, таргетинг можно рассматривать одновременно, как один из самых лучших по эффективности инструментов для настройки продвижения рекламной компании. Так как это позволяет маркетологу более точно и быстро определить целевую аудиторию под нужные продажи. А продавцам создавать более качественный под потребности продукт. Такой метод работы находит отклик у 70% пользователей, тк это позволяет уделять виду рекламы больше внимания.

UDC - 316.472.45

Trichina Anastasia Denisovna

Saint Petersburg State Institute of Technology and Design, Saint Petersburg, Russia

THE ROLE OF TARGETING IN THE FORMATION OF FINANCIAL LITERACY

The article examines the concept of "targeting" and analyzes its role in the formation of successful modern advertising. As a result of the analysis, the main directions and methods of modern trends in PR companies were identified. Examples of how such systems work in advertising for large and small businesses are given. And identified the best places to promote, as well as a comparative analysis of the platforms Google, Yandex and Vkontakte.

Keywords: innovation, targeting, local business, Internet marketing, location of the target audience, advertising tool.

УДК 332.143

Тронева Алина Вячеславовна

Студент

СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург, Россия

8-983-275-03-97, al.tron999@yandex.ru

Научный руководитель:

к.с.н., доцент кафедры Государственного и муниципального управления

СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург, Россия

Щербакова Дарья Васильевна

АНАЛИЗ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РЕЙТИНГА ТЕРРИТОРИИ ОБЪЕКТОВ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО

В статье анализируются экологический рейтинг субъектов РФ, на территории которых располагаются объекты всемирного наследия Юнеско и проходят маршруты эколо-туристов.

Ключевые слова: экологический рейтинг, ЮНЕСКО

С 12 января 1989 года Советский Союз стал стороной Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия. Для великой державы присоединение к такому уникальному международному договору открыло возможность показать всему миру свои выдающиеся культурно-исторические памятники и природные заповедники, а также получить дополнительные гарантии их сохранности и доступ к мировому опыту управления ими.

Участниками Конвенции ЮНЕСКО являются 93 государства, а учрежденный ею Список всемирного культурного и природного наследия насчитывает 1121 объект, расположенный в 167 странах. С отметкой «Российская Федерация» числятся 11 природных и 19 культурных объектов[1].

Неудивительно, что Россия стала одним из любимейших мест для эколо-туристов. Существует мнение, что Россия может занять лидирующие позиции в данной сфере, так как обладает огромными нетронутыми природными территориями [2].

Рассмотрим объекты, которые входят в список всемирного наследия ЮНЕСКО и являются популярными местами для эко туризма, и сопоставим их с экологическим рейтингом регионов. Наше внимание будет уделено озеру Байкал (Иркутская область), Вулканам Камчатки (Камчатский край), Алтайским горам (Алтайский край), Куршской Косе (Калининградская область) и Ленским Столбам (Республика Саха - Якутия) (табл. 1).

В работе мы обратимся к экологическому рейтингу регионов РФ «Зеленый патруль» за период «зима 2020-2021» [3]. Рейтинг включает в себя 4 индекса, два из которых - сводный и природоохранный, применим для анализа.

Согласно результатам анализа Иркутская область, на территории которой находится озеро Байкал, расположилась на последнем месте в рейтинге регионов РФ. Иркутская область является самым грязным регионом России с лета 2020 года [4].

Таблица 1. Экологические показатели территорий объектов ЮНЕСКО

Место	Объект ЮНЕСКО	Регион	Природоохранный индекс (место в рейтинге)	Сводный индекс (место в рейтинге)
4	Озеро Байкал	Иркутская область	85	85
2	Вулканы Камчатки	Камчатский край	29	46
1	Золотые Алтайские горы	Алтайский край	3	3
3	Куршская Коса	Калининградская область	73	70
3	Ленские столбы	Республика Саха (Якутия)	63	79

А самым чистым регионом в рейтинге является Алтайский край, где расположились Золотые Алтайские горы. Это свидетельствует о том, что экологическая обстановка в Алтайском крае благоприятна для жизни и здоровья людей, а значит туризм там можно и вправду считать экологическим. Можно предположить, что именно по этой причине Золотые Алтайские горы лидируют по количеству людей, посетивших данный объект за год (около 2 миллионов человек). Являясь сердцем Евразийского континента, Алтайский край по праву назван ЮНЕСКО одним из самых лучших на Земле мест для отдыха и проживания.

Разрыв в экологических показателях между Алтайским краем и остальными объектами природного наследия огромный. Второе место по нашим расчетам занимают вулканы Камчатки, а третье место поделили Ленские столбы и Куршская коса. Для развития эко-туризма в этих регионах необходимо проводить государственную политику улучшения экологического состояния. Необходимо взаимодействие федерального центра, как финансового и управленческого ядра административной системы страны, и властей регионов, как реализаторов и соинвесторов экологических программ оздоровления региона.

Развитие экотуризма привлечет новых инвесторов [5], позволит создать новые рабочие места, обеспечит стабильный доход местному населению, а значит повлияет на процессы внутренней миграции, сохранит человеческие ресурсы на местах.

Список использованной литературы:

1. Комиссия Российской Федерации по делам Юнеско: официальный сайт. - URL: - <http://unesco.ru/> (дата обращения: 20.04.2021)
2. Смирнова, Ю. Экологический туризм в России: Вложи рубль, получи десять, или почему фото волка дороже его шкуры. – Текст: электронный // Комсомольская правда – 2018. – URL: <https://www.kp.ru/daily/26899.4/3944333/> (дата обращения: 01.05.2021)

3. Зеленый патруль: официальный сайт. - URL: <https://www.greenpatrol.ru/ru/stranica-dlya-obshchego-reytinga/ekologicheskiiy-reyting-subektov-rf?tid=418> (дата обращения: 01.05.2021)

4. Ковальски, М. Иркутская область стала самым грязным регионом. - Текст: электронный // Babr24 – 2020. - URL: <https://www.babr24.com/?IDE=205187> (дата обращения: 01.05.2021)

5. Ильинский, И. В., Медведь, А. П., Щербак ова, Д. В. Институциональные факторы инвестирования в человеческий капитал РФ: вопросы внутренней политики и международного сотрудничества // Технология легкой промышленности. – 2015. - № 3. - С.66-70

UDC 332.143

Troneva Alina Vyacheslavovna

Student

The North-West Institute of management branch of RANEPА under coordination of the President of the Russian Federation, Saint-Petersburg, Russia

8-983-275-03-97, al.tron999@yandex.ru

Scientific adviser

PhD, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration

The North-West Institute of management branch of RANEPА under coordination of the President of the Russian Federation, Saint-Petersburg, Russia

Shcherbakova Darya Vasilyevna

ANALYSIS OF THE ECOLOGICAL RATING OF THE TERRITORY OF UNESCO WORLD HERITAGE SITES

The article analyzes the ecological rating of the subjects of the Russian Federation, on the territory of which UNESCO World Heritage Sites are located and eco-tourist routes pass.

Keywords: ecological rating, UNESCO

УДК 336.717

Усанова Екатерина Валерьевна,

магистрант,

Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова, г. Чебоксары, 8-906-387-93-18,
katya-ysanova@bk.ru

Научн.рук. Зотиков Николай Зотикович, доцент, кандидат экономических наук

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ

Аннотация: В статье рассматриваются этапы, принципы формирования инвестиционного портфеля. Также изучается порядок выбора и виды инвестиционных стратегий, используемых в процессе формирования портфеля. Освещаются планируемые показатели эффективности инвестиционного портфеля.

Инвестиционный портфель - это набор ценных бумаг, сгруппированных вместе для снижения рисков и извлечения устойчивого дохода. Цель формирования портфеля выражается в том, чтобы наделить комплект ценных бумаг такими инвестиционными свойствами (доходность и риск), которые невозможно получить от отдельной ценной бумаги и вероятны лишь в ситуации их группировки.

Ключевые слова и словосочетания: ценные бумаги, инвестиции, инвестиционный портфель, формирование инвестиционного портфеля, вкладчик, доходность, риск, эмитент, инвестиционные стратегии.

Механизм формирования инвестиционного портфеля предприятия считается весьма трудоемкой задачей. В крупных компаниях преимущественно организована деятельность особого подразделения, ответственного за инвестиционную деятельность.

Формирование инвестиционного портфеля реализуется поэтапно. Зачастую в процессе формирования портфеля следует выбрать цели инвестирования, вероятный период инвестирования, уровень допустимого риска и сумму вложений. Комплекс таких условий гарантирует эффективное использование активов предприятия в инвестиционной деятельности [6, с. 75].

Можно выделить следующие главные этапы формирования инвестиционного портфеля предприятия [2, с. 57] (таблица 1).

Основной принцип формирования портфеля - диверсификация. Она выражается в приобретении ценных бумаг, которые слабо связаны друг с другом [4, с. 63].

При снижении рисков обязательно снижается общая доходность, но эффективный отбор ценных бумаг способствует тому, чтобы риск снижался быстрее, чем доход.

Таблица 1 - Этапы формирования инвестиционного портфеля предприятия

Наименование стадии	Суть этапа
Макроэкономический анализ	Цель: планирование динамики основных показателей. Производится: аккумулирование сведений об экономической ситуации в регионе либо во всем государстве, изучение рынка на основе сегментации.
Исследование сегментов и отраслей	Цель: определить наиболее привлекательные сегменты рынка для вложений. Производится: сравнительная оценка отраслей и сегментов на базе отдельных показателей инвестиционной привлекательности.
Изучение эмитентов	Цель: исследование финансового состояния и инвестиционной привлекательности конкретного эмитента. Производится: отбор отдельных инструментов, в которые будут производиться вложения и образуется структура портфеля.
Стадия формирования	Формируется портфель предприятия, приобретаются отдельные инструменты.

Диверсифицировать активы можно:

По отраслям. Следует приобрести акции предприятий из различных областей деятельности: нефтяная промышленность, телекоммуникации, транспорт и др.

По типам ценных бумаг. У облигаций доходность ниже, но она стабильна, а у акций колеблется. Для предотвращения высоких потерь при финансовых кризисах вкладчики приобретают оба вида ценных бумаг.

По государствам. Порой в одном государстве наблюдается экономический подъем, а в другом спад. Следует распределять средства в активы, принадлежащие отдельным странам [10, с. 46].

Положение, при котором все акции будут снижаться в стоимости, почти нереально. Убытки от одного предприятия погасит другая, что поможет уберечь свой портфель.

Также значимым элементом формирования инвестиционного портфеля компании выступает определение стратегии. Различают следующие инвестиционные стратегии:

1. Стратегия постоянной стоимости. В данной ситуации при управлении портфелем его общая стоимость должна устанавливаться на одном уровне, что достигается или изъятием извлеченного дохода, или внесением дополнительных средств в ситуации убытков.

2. Стратегия постоянных пропорций. В данной стратегии собственник портфеля сохраняет на протяжении некоторого периода времени равные пропорции между разными компонентами портфеля. Структура портфеля, по

которой утверждаются соотношения, может быть установлена по значительному количеству признаков, к примеру: степень рискованности ценных бумаг, виды ценных бумаг, отраслевая либо региональная принадлежность эмитентов ценных бумаг. Если вследствие изменения рыночных цен на ценные бумаги, включенные в портфель, утвержденные пропорции не соблюдаются, предприятие осуществляет реализацию ценных бумаг, удельный вес которых увеличился, а на полученные финансы приобретает ценные бумаги, удельный вес которых снизился.

3. Стратегия плавающих пропорций. Самая непростая стратегия ценных бумаг, выражающаяся в утверждении различных необходимых соотношений портфеля. К примеру, если при избрании данной стратегии вкладчик, допускающий риск, опирается на позицию, что рынок непостоянен и трансформации соотношений ценных бумаг в портфеле будут наблюдаться в дальнейшем. Если удельный вес акций в портфеле увеличился в результате их активного роста в сопоставлении с облигациями, то вкладчик покупает акции, ориентируясь на их дальнейший активный рост [7, с. 95].

После определения инвестиционной стратегии принимается собственная инвестиционная политика.

Основными показателями эффективности инвестиционного портфеля предприятия выступают его планируемая доходность и риск. Эти показатели определяются, прежде всего, на базе статистических сведений за прошлые периоды времени [8, с. 96].

Планируемая доходность инвестиционного портфеля определяется на базе планируемой доходности включенных в него активов.

Чтобы сформировать безрисковую группу, следует обращаться к высокой доле надежных облигаций - не меньше 70 % от общей суммы активов. Остальные 30 % капитала следует инвестировать в акции. Данная пропорция гарантирует полное покрытие вероятных убытков с помощью дохода, извлекаемого от облигаций [5, с. 152].

Доходность инвестиционного портфеля определяется по следующей формуле [9, с. 127]:

$$\text{Доходность} = (\text{СЦБ1} - \text{СЦБ2}) / \text{СЦБ2}, \quad (1)$$

где СЦБ1 - стоимость ценных бумаг в период расчета;

СЦБ2 - стоимость ценных бумаг в период приобретения.

Вкладчику необходимо четко осознавать, что риск и доходность инвестиционного портфеля - это близкие понятия. Вероятный рост доходности приводит к росту риска, и наоборот.

Всякие инвестиции сопровождаются следующими видами рисков:

Несистематический риск (риск ценной бумаги). Предпосылкой может выступать несостоятельность предприятия-эмитента. В данной ситуации убытки вкладчику, вероятнее всего, компенсированы не будут. Стоимость акций снизится до нуля, в результате чего ценные бумаги будут сняты из оборота.

Систематический риск (риск фондового рынка) [3, с. 68].

Для предотвращения несистематических рисков следует выполнять следующие правила при формировании инвестиционного портфеля предприятия:

- покупать ценные бумаги надежных предприятий с прогнозируемым увеличением в будущем, возможность дефолта по которым низка;
- диверсифицировать портфель посредством покупки активов некоторого количества эмитентов [1, с. 139].

Уменьшить системные риски можно с помощью покупки активов, невозмутимых при изменениях на рынке, к примеру, облигации федерального займа. Доходность данных ценных бумаг прогнозируется в закреплённой величине и не зависит от существующих обстоятельств.

В заключение можно сделать вывод о том, что при формировании инвестиционного портфеля осуществляются следующие действия: идентификация себя как вкладчика (консерватор, умеренный либо агрессивный вкладчик), установление цели вложений (наибольшая доходность, наименьший риск, существенное возрастание вложений, активный возврат вложений либо совмещение данных целей), исследование финансовых рынков в соответствии с целями вложений, отбор активов для вложений и выявление их пропорций для установленного уровня доходности и уменьшения уровня риска, покупка активов и осуществление текущего контроля за сформированным портфелем.

Список литературы

1. Алиев, А. Т. Управление инвестиционным портфелем: учебное пособие / А. Т. Алиев. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2020. - 265 с.
2. Бердникова, Т. Б. Оценка ценных бумаг / Т. Б. Бердникова. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 144 с.
3. Болвачев, А. Контроллинговый механизм управления инвестиционными процессами фондового рынка / А. Болвачев. - М.: КноРус, 2018. - 890 с.
4. Гудков, Ф. А. Инвестиции в ценные бумаги / Ф. А. Гудков. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 160 с.
5. Инвестиционно-финансовый портфель / Под ред. Н. Я. Петраков. - М.: Соминтэк, 2017. - 750 с.
6. Касимова, Ю. Ф. Введение в теорию оптимального портфеля ценных бумаг / Ю. Ф. Касимова. - М.: Анкил, 2017. - 328 с.
7. Никитина, Т. В. Основы портфельного инвестирования: учебник для бакалавриата и магистратуры / Т. В. Никитина, А. В. Репета-Турсунова, М. Фрёммель, А. В. Ядрин. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 195 с.
8. Управление инвестициями. Учебные для бакалавров / Под ред. К. В. Балдина. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2019. - 238 с.
9. Шапкин, А. С. Управление портфелем инвестиций ценных бумаг: учебное пособие / А. С. Шапкин. - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2019. - 502 с.
10. Яновский, Л. П. Выбор портфеля с учетом горизонта инвестирования / Л. П. Яновский, С. Н. Владыкин // Финансы и кредит. – 2020. - № 23. – С. 45-46.

UDC 336.717

Usanova Ekaterina Valeryevna, Master's student,

CHSU named after I. N. Ulyanov, Cheboksary, 8-906-387-93-18, katya-ysanova@bk.ru

Scientific hands. Nikolay Zotikov, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences

FORMATION OF THE INVESTMENT PORTFOLIO

Abstract: The article discusses the stages and principles of forming an investment portfolio. The order of selection and types of investment strategies used in the process of portfolio formation are also studied. The planned performance indicators of the investment portfolio are highlighted.

An investment portfolio is a collection of securities grouped together to reduce risks and generate sustainable returns. The purpose of forming a portfolio is to endow a set of securities with such investment properties (profitability and risk) that cannot be obtained from a single security and are likely only in the situation of their grouping.

Keywords and phrases: securities, investments, investment portfolio, investment portfolio formation, investor, profitability, risk, issuer, investment strategies.

УДК 37.014.4

Устименко Анна Константиновна

Студентка

Санкт-петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8-911-03-50-03 , Ustimenko.anna20@gmail.com

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ТВОРЧЕСКИМ СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ ПОСРЕДСТВОМ КРАТКОСРОЧНЫХ ОНЛАЙН-КУРСОВ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ ВСЕМИРНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В статье анализируется феномен краткосрочных онлайн-курсов, их плюсы и минусы относительно традиционной формы очного высшего образования. На основе данных анализа делается вывод о проблемах формата онлайн-курсов и его перспективах в качестве источника получения основного творческого образования.

Ключевые слова: онлайн-курсы, образование, эффективность, студент, занятие, творческая деятельность.

На данный момент, профессии области культуры и искусства требуют от обучающегося обширных знаний. Комплексный подход в обучении, предоставляемый высшими учебными заведениями, позволяет студентам находить новые решения на основе синтеза познаний из разных сфер человеческой деятельности. Помимо зарегистрированных учебных программ от средних и высших учебных заведений, существуют также и онлайн-курсы от образовательных онлайн-платформ. Значительное влияние на развитие онлайн образования оказала пандемия 2020-2021 годов, и такой формат преподавания стал вынужденной мерой. Это послужило стремительному развитию онлайн курсов от неквалифицированных платформ, которые, в свою очередь, обесценивают университетское образование.

Имеются положительные качества образования посредством онлайн курсов. Краткосрочные онлайн-курсы привлекают обучающихся своей непродолжительностью, т.е. интенсивный онлайн курс выглядит перспективнее многолетнего университетского образования. Студент онлайн курсов имеет возможность пересмотреть запись с занятия, остановить запись и досмотреть ее после перерыва, а также, в случае отсутствия на онлайн занятии, посмотреть запись в любое комфортное для него время. Образование онлайн позволяет студентам заниматься с преподавателями из любой точки мира с помощью интернет технологий.

Но помимо достоинств, у краткосрочных онлайн курсов, в сравнении с высшим образованием, есть ряд недостатков, ставящих такой способ самообразования под сомнение. Краткосрочные онлайн-курсы либо слишком узкопрофильны, что дискредитирует их как источник основного образования, либо дают лишь общие знания о выбранном направлении. Отсутствие

социализации и погружения в среду. Творческая специальность подразумевает под собой активное взаимодействие с публикой или заказчиком. Онлайн-курсы не предполагают погружения в творческую среду, физического посещения выставок и показов, а также общения между, которое происходит в университетских группах. Отсутствие качественной социализации и изоляция, как та, с которой люди столкнулись на карантине, приводит к депрессивным состояниям и негативно влияет на ментальное здоровье. Высокая стоимость обучения относительно получаемых знаний. Необходим самоконтроль и сложность в концентрации внимания некоторых студентов в условиях занятий из дома. Отсутствие структуры образования при прохождении нескольких курсов на одну тему подряд приводит к феномену «вечного студента», когда обучающийся снова и снова проходит один и тот же материал в разных интерпретациях. Низкое качество результатов краткосрочного образования приводит к обесцениванию работ реальных специалистов на общем рынке творческого продукта.

В целом, онлайн-курсы могут быть эффективны в качестве дополнительного образования, повышения квалификации или переобучения на смежную специальность. Творческие специальности требуют всестороннего развития и глубокого анализа множества неочевидных для направления областей человеческой деятельности. Исходя из этого, краткосрочные онлайн курсы не могут быть эффективным источником основного образования, но очень хороши для получения дополнительных компетенций.

UDC 37.014.4

Ustimenko Anna Konstantinovna

Student

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint-Petersburg, Russia
8-911-003-50-03, Ustimenko.anna20@gmail.com

Supervisor: Senior Lecturer of Economic Theory Department Dombrovsky Sergey Vladimirovich

PROBLEMS OF TEACHING CREATIVE SPECIALTIES THROUGH ONLINE COURSES FROM EDUCATIONAL PLATFORMS OF THE WORLD WIDE WEB

This article analyzes the phenomenon of short-term educational online courses. It also examines the pros and cons of the traditional form of full-time higher education. On the basis of this analysis it is concluded about the problems of the format of online courses and its prospects as a source of basic creative education.

Key words: online courses, education, effectiveness, student, class, creative activity.

УДК 336.02

Филатова Арина Андреевна

студент

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I,
Санкт-Петербург, Россия

arina_filatova_0220@mail.ru

Научный руководитель – Панюшкина Елена Владимировна
к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономическая теория»

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК НЕФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ И СПОНТАННЫХ ПОКУПОК В КОФЕЙНЯХ

В статье рассматриваются виды программ лояльности в бизнесе кофеен, их актуальность и влияние на спонтанные покупки.

Ключевые слова: программа лояльности, потребительские предпочтения, нефинансовые инструменты

Жизнь человека невозможно представить без потребления: люди тратят деньги в продуктовых магазинах и магазинах одежды, кофейнях и ресторанах, планируют путешествия и развлечения, оформляют бронирование отелей и др. Однако пандемия, начавшаяся в 2020 году, заставила бизнес искать новые инструменты стимулирования продаж в условиях введения карантинного режима, закрытия границ государств, банкротства предприятий. Домохозяйствам помогают совершать покупки интернет-сервисы и различные программы лояльности, выступающие в качестве нефинансовых мотиваторов спонтанных покупок.

Программа лояльности – это система вознаграждения постоянных клиентов за то, что люди любят заведение и чаще всего приобретают его продукцию, получая бонусы и скидки [1]. Цель таких систем – формирование долгосрочных и взаимовыгодных отношений между потребителем и продавцом, позволяющих повышать бизнесу уровень своей привлекательности и занимать конкурентные позиции на рынке.

Программы лояльности различаются между собой в зависимости от сферы деятельности бизнеса и его задач. Например, системы лояльности нашли широкое распространение в ресторанном бизнесе и в кофейнях.

Если рассматривать программы лояльности в кофейнях, то чаще всего в них принимаются три вида программ лояльности.

Во-первых, бонусная программа или накопительная. Суть данной программы лояльности заключается в получении баллов за приобретение продуктов, которые в дальнейшем можно потратить на товары этого предприятия.

Во-вторых, программа «6-ой кофе бесплатно». Посещая кофейню, покупатель имеет возможность получить напиток даром при шестой покупке указанного напитка. В чем-то эта система лояльности схожа с первой, но есть

существенная разница: в первом случае потребитель может потратить накопленные баллы на весь ассортимент кофейни, частично или полностью оплатив стоимость покупки. Во втором случае он получает заранее обозначенный в программе бесплатный напиток.

В-третьих, дисконтная система. Чаще всего она проявляется в снижении стоимости на определенный напиток. Эта акция называется «кофе дня». Кофейня выбирает на каждый день напиток определенного наименования и устанавливает на него цену в 99 руб., применяя еще один маркетинговый ход – «цена менее 100 руб.».

Таким образом, программы лояльности позволяют располагать клиентов к себе, «привязывают» потребителей территориально, формируют его вкусовые предпочтения. Используя знания по психологии человека, бизнес широко запускает программы нефинансовых инструментов, симулируя домохозяйства на новые, порой импульсивные покупки.

Список литературы

1. Вассерман Р.А., Гайтерова О.А. Digital программа лояльности как инструмент развития бизнеса // Конкуренентоспособность и развитие социально-экономических систем. 2020. 258 с.

UDK 336.02

Filatova Arina Andreevna
student

Emperor Alexander I St.Petersburg State Transport University, St.Petersburg, Russia
arina_filatova_0220@mail.ru

Academic adviser – Panushkina Elena Vladimirovna

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department of Economics

LOYALTY PROGRAMS AS A NON-FINANCIAL INCENTIVE TOOL SALES AND IMPULS PURCHASES IN COFFEE SHOPS

The article discusses the types of loyalty programs in the coffee shops business, their relevance and impact on impuls purchases.

Keywords: loyalty programs, customer preferences, non-financial instruments

УДК 378.14

Филимонова Елена Геннадиевна

к.э.н., доцент, доцент кафедры № 1

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения,
Санкт-Петербург, Россия

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

В статье анализируются различные аспекты цифровизации образования, предпринята попытка выявить положительные и отрицательные стороны данного процесса.

Ключевые слова: образовательный процесс, цифровых технологий, дата инжиниринг

Цифровые технологии вошли во все сферы жизни – бизнес, производство, быт, образование. В свете последних событий преподавателям пришлось с головой окунуться в область цифровых технологий. За последнее время сотрудники сферы образования стали активно использовать инструменты цифровой дистанционной работы, что повлияло не только на характер работы преподавателя, но и расширило возможности аналитики данных в образовании на основе использования инструментов цифровой дистанционной работы в области образования. Представляется важным осуществить попытку анализа результативности происшедших изменений, если не целиком, то хотя бы с нескольких сторон – как осуществляется формирование и оценка «понимания» при применении цифровых инструментов в образовании, насколько IT опосредованное взаимодействие ограничивает воспитательные задачи преподавателя.

Дистанционное обучение использует асинхронный и синхронный методы. Первый предполагает самостоятельное изучение обучающимися предоставленных им учебных материалов, второй – групповую работу с преподавателем, как офлайн, так и онлайн, в виде вебинаров, видеоконференций и видеосеминаров с использованием платформ LMS и MOOC, перечень которых достаточно широк.

LMS (learning management system, рус: система управления обучением) – это программное приложение для администрирования учебных курсов в рамках дистанционного обучения.

- LMS для школ (school) – это системы электронного обучения, используемые в школах. В России пока мало распространены. Наиболее популярные – TalentLMS, Litmos, Docebo, eFront, eCoach, TalentCards, Canvas, Schoology, SkyPrep, Derbyware.

- LMS для академического сообщества (academic) – это системы электронного обучения, используемые в университетах. Наиболее популярные – Blackboard, Canvas, ClanEd, D2L, GoogleClassroom, Moodle, NovoEdiQuizlet, Sakai.

- LMS для коммерческих организаций (corporate extended enterprise). К данным LMS относится широкий спектр бизнес-ориентированных решений: от

обучения клиентов и обучения партнеров до развития навыков сотрудников, соблюдения требований и управления талантами. Наиболее популярные – CornerstoneOnDemand, CrossKnowledge, Degreed, EdCast, eLogicLearning, MediaDefined/NetExam, OnPointDigital, PeopleFluent, Saba, Skilljar и Totara.

- LMS для повышения квалификации (continuing education). Решения в этой категории предназначены для организаций, которые продают контент для профессионального развития, в том числе для ассоциаций, некоммерческих организаций, провайдеров коммерческого обучения, профессиональных школ и экспертов в области предпринимательской деятельности. Наиболее популярные – BenchPrep, BlueSkyeLearn, CommunityBrands, CommPartners, DigitecInteractive, EthosCE, ExtensionEngine, ThoughtIndustries, WBTSystems и WebCourseworks.

Самой популярной LMS платформой в Российской Федерации является Moodle. Она используется в школах, в университетах и коммерческими компаниями.

МООС (Massive open online course, рус: массовый открытый онлайн-курс) – это обучающий электронный курс, предназначенный для занятий со слушателями из сети Интернет. Такие курсы создаются для продажи и получения прибыли, повышения репутации учреждения (рекламы), привлечения новых абитуриентов и т.д.

К наиболее популярным российским МООС-платформам относятся: Открытое образование: <https://openedu.ru/>, Универсариум: <https://universarium.org/> и Лекториум: <https://www.lektorium.tv/>, Степик: <https://stepik.org/catalog>.

Однако разработка МООС-платформ преследует несколько иные цели нежели LMS, и, в первую очередь, она направлена на повышение репутации учреждения и привлечение абитуриентов посредством рекламы. «Массовые открытые онлайн-курсы являются эффективным ресурсом преподавателя вуза в достижении целей качества образования, повышения мотивации обучающихся, экономии личных и корпоративных ресурсов» [1]. Кроме того некоторые МООС позволяют обращаться к расположенным в них курсам из LMS и передавать туда статистику и результаты обучения.

При всех достоинствах цифрового образования, таких как:

- соответствие принципу гуманизма, что дает возможность учиться малообеспеченным, социально уязвимым, студентам;
- доступность всем слоям населения без ограничений, в том числе по состоянию здоровья;
- стоимостные характеристики - дистанционное обучение дешевле традиционного;
- студент выбирает расписание занятий, темп обучения;
- индивидуализация образования;
- доступность студентам из любой точки мира;
- многообещающее обучение, поскольку технологии дистанционного обучения в образовании постоянно совершенствуются;
- дает возможность одновременно учиться и работать, то есть применять знания на практике;

- использование новейших материалов;

оно теряет важнейший источник развития будущих специалистов – контактное взаимодействие с одноклассниками, когда в рамках совместной деятельности рождается коллектив и возникает понимание товарищей по одному лишь взгляду, когда в процессе поиска решения преподаватель демонстрирует увлеченность предметом. При этом важен характер взаимодействия, позиция учителя и ученика в нем, характер контакта [2]. Все это дает много больше для развития личности студента нежели прекрасные технологии и новейшие пособия. В образовании нельзя отделить обучение от воспитания.

Кроме того, переход на сплошную удаленную работу со студентами придал дополнительный импульс к более пристальному рассмотрению вопроса об индивидуализации образования в рамках образовательных стандартов, поскольку цифровые решения, используемые в образовании, оставляют цифровой след любого действия участника образовательного процесса или события. Этот след можно собрать, подвергнуть анализу и сделать некоторые выводы (предложить рекомендации), которые, очевидно, небезразличны для образовательной сферы в той мере, в какой они могут влиять на траекторию развития цифрового образования и образования в целом.

Понятно, что при организации цифрового образования пристальное внимание необходимо уделить самой процедуре сбора и анализа данных, обратить внимание на новый инструментарий, который дает доступ к новым данным, новой статистике образования, точнее, даже не статистике (хотя она лежит в основе), а к новому взгляду на то, что происходит в образовательном процессе с использованием цифровых инструментов. Переход к аналитике третьего поколения [3] на основе Big Data даёт цифровые инструменты, позволяющие осуществлять с обучающимся (с группой обучающихся) обратную связь и, таким образом, делать образование по-настоящему интерактивным, включённым и мотивированным. Цифровые инструменты дают возможность прочитать то, что никогда не было бы прочитано в отсутствии цифрового инструментария [4]. Но надо иметь в виду, что знания – это, безусловно, не просто объем информации. Самым важным атрибутом знания является понимание и способность выявлять (формулировать) и решать проблемы (задачи). Для прикладных наук важным является способность перейти к практическому виду деятельности. Необходимым шагом к пониманию является структурирование, систематизация информации.

Процесс преподавания в аудитории носит непосредственно двухсторонний характер. Общение с различными группами студентов, учет их настроений (психофизиологический профиль студента здесь налицо без всяких предварительных исследований и не учитывать его в аудитории невозможно) направленности мысли, позволяет/вынуждает преподавателя быть гибким в методах, формах проведения занятий «здесь и сейчас», что спонтанно (и быстро) обогащает педагогический опыт по формированию у студентов понимания.

В живом диалоге быстрее происходит смыслообразование так как непосредственный диалог психологически окрашен, студенты (и преподаватели) непосредственно поддерживаются или не поддерживаются аудиторией. Расширяются границы понимания при возникновении спонтанных вопросов и спонтанных ответов, которые слышат все, даже не включенные по формальным параметрам в дискуссию или другие виды активностей (не демонстрирующие активность).

В результате, формирование базовой ценности обучения – понимания – более эффективно протекает при живом аудиторном общении преподавателя со студентами. Таким образом, цифровизация образования как полезная инструментальная ценность является посредником между преподавателем и студентом. Надо хорошо понимать (помнить).

Таким образом, не смотря на все преимущества дистанционного цифрового образования, в настоящий момент проявились его слабые стороны, над которыми требуется усиленно работать, дабы вывести отечественную систему образования на передовые рубежи.

Литература

1. Петрова, Л. Е. Виртуальная академическая мобильность студентов посредством MOOCS: методические решения преподавателя вуза / Л. Е. Петрова, К. В. Кузьмин // Педагогическое образование в России. – 2015. – №12 . – С. 177-182
2. Педагогика: личность в гуманистических теориях и системах воспитания учебное пособие / Под общей редакцией Е.В. Бондаревской. – Москва-Ростов-н / Д: Творческий центр "Учитель", 1999. - 560 с
3. Фрэнкс Б. Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики / Б. Фрэнкс; пер. с англ. И. Евстигнеева. – М: Изд-во ООО «Интеллектуальная литература», 2016 – 360 с
4. Моретти Ф. Дальнее чтение / Ф. Моретти ; пер. с англ. А. Вдовина, О. Собчука, А. Шели. – Москва : Изд-во Института Гайдара, 2016 – 344 с

UDC 378.14

Filimonova Elena Gennadievna

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department № 1

St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, St. Petersburg, Russia

DIGITALIZATION OF EDUCATION

The article analyzes various aspects of digitalization of education, an attempt is made to identify the positive and negative aspects of this process.

Keywords: educational process, digital technologies, data engineering

УДК 338.27

Филиппова Лариса Юрьевна,

ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова», г.Чебоксары, Россия, +7919-972-77-37,

larisayurevnaa@gmail.com.

Научный руководитель: Аркадьева Ольга Геннадьевна, доцент, кандидат экономических наук, ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова», кафедра финансов, кредита и экономической безопасности.

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЕЙШИХ БАНКОВ РОССИИ

Аннотация. С данной статье рассмотрена сущность финансового плана и финансового планирования, определена необходимость разработки финансовых планов в коммерческих банках. На основе отчетности ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» проанализированы основные показатели их деятельности за 2017-2019 гг. На основе проведенного анализа выявлены проблемы в деятельности банков и сделан вывод о необходимости осуществления финансового планирования в каждом российском банке.

Ключевые слова: планирование, финансовый план, финансовое планирование.

В современных тяжелых экономических условиях, когда снижаются доходы населения, сокращаются объемы вложенных средств на депозитные счета в банки как со стороны физических, так и юридических лиц, сокращаются размеры выданных кредитов, коммерческим банкам необходимо срочно предпринимать меры, направленные на решение вопросов повышения доходов и в целом стоимости активов. В этом может помочь финансовое планирование.

Грамотная разработка финансовых планов в банках, учитывая разные сценарии развития банковской сферы, играет большое значение в судьбе кредитных учреждений во время кризисных явлений в экономике страны. Грамотное распределение финансовых ресурсов, с учетом изменений в экономическом развитии России, поможет сохранить или не допустить значительного ухудшения финансового положения банков.

Под финансовым планом следует понимать средство реализации финансовой стратегии коммерческого банка, которую можно считать одной из основной стратегии среди других прочих стратегий, которые направлены на достижение целей банка, предусмотренные стратегией.

Финансовое планирование деятельности банка – это работа банка по расчеты оптимального соотношения планируемой суммы прибыли и убытков банка с целью гарантии его непрерывной работы.

Основная цель финансового планирования в банке заключается в сопоставлении доходов и расходов, а также в выполнении основных нормативных требований, предусмотренных ЦБ РФ и стратегическими целями банка в перспективе. Также целью финансового планирования в банке является обоснование эффективности выбранной политики и выбора правильного направления развития.

На территории Российской Федерации осуществляет деятельность

большое количество банков, имеющих филиалы и представительства в разных точках страны. Самыми крупными банками в России являются ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ».

По нашему мнению, не только крупнейшим банкам, но и любым коммерческим банкам необходимо осуществлять финансовое планирование результатов своей деятельности, поскольку это поможет руководству банков при наступлении негативных тенденций в экономике быстро среагировать на имеющиеся проблемы и снизить финансовые риски или избежать их влияния на деятельность банка. Чтобы доказать необходимость такого планирования, необходимо провести анализ отдельных крупных банков с целью выявления проблем в их работе за 3 последние года.

Три крупнейших кредитных организации - ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» раз в три года разрабатывают стратегии развития, а по итогам отчетного года с учетом экономической ситуации в стране, вносят корректировки в стратегические планы. Оценка основных показателей деятельности коммерческих банков за 2017-2019 г. представлены в табл. 1.

Таблица 1. Оценка основных показателей деятельности ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 2017-2019 г., млрд. руб.

Показатели	ПАО Сбербанк			Банк ВТБ (ПАО)			АО «ГПБ»			Итого ТОП-3		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Стоимость активов банка	23158	26890	27705	9631	13642	13815	5268	6151	6325	38057	46683	47845
Размер чистой ссудной задолженности	17466	20143	19213	6541	10249	10059	3707	4129	3724	27714	34521	32996
Просроченная задолженность	400,8	661,8	749,4	351,7	634,3	454,2	111,2	129,8	138,0	863,7	1425,9	1341,6
Привлеченные средства	17742	20490	20838	7759	11467	11717	4216	5575	5247	29717	37532	37802
Источники собственных средств	3360	3800	4412	1420	1568	1397	517	696	647	5297	6064	6456

Из табл. 1 видно, что ежегодно растет стоимость активов во всех трех банках. Общая их стоимость выросла за 2019 год на 2,5%. Рост стоимости активов был связан с повышением размер средств банков в ЦБ РФ. Поскольку в 2019 году сокращалась чистая ссудная задолженность банков, им пришлось искать пути роста доходов, в связи с чем банки вкладывали деньги на счета в ЦБ РФ под проценты и получали доход.

Как уже отмечалось, размер чистой ссудной задолженности в ПАО Сбербанк за 2019 год снизился на 4,6% из-за сокращения объемов кредитования юридических лиц. В Банке ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» к концу 2019 года также наблюдается ее сокращение. Это связано с экономической ситуацией в стране, а

также с усилением требований к коммерческим банкам со стороны ЦБ РФ.

В целом по трем банкам за 2019 год наблюдается сокращение просроченной задолженности на 5,9%, однако В ПАО Сбербанк она выросла на 13,2%, что объясняется наиболее высокими размерами выданных кредитов, по сравнению с Банк ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ».

За 2019 год размер привлеченных средств трех банков вырос на 1,7%. Рост привлеченных средств также наблюдался в 2017-2019 гг. в Банке ВТБ (ПАО), а в АО «ГПБ» за 2019 год размер привлеченных средств сократился на 5,9%. Несмотря на низкие процентные ставки по депозитам в банке, по сравнению с его конкурентами, вкладчики выбирают именно ПАО Сбербанк, считая его более надежным банком.

Сравнительная характеристика финансовых результатов ПАО Сбербанк и его конкурентов за 2017-2019 гг. представлена в табл. 2. Данные табл. 2 показывают, что к концу 2019 года в трех банках наблюдается сокращение размера чистых процентных доходов, что связано с сокращением объемов кредитования. Спрогнозировав сокращение процентных доходов, банки переключились на поиск решений, направленных на рост комиссионных доходов и, как можно наблюдать комиссионные доходы во всех трех банках к концу 2019 года имеют тенденцию к росту, что в целом оказало положительное влияние на рост прибыли банков.

Таблица 2. Сравнительная характеристика финансовых результатов ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 2017-2019 гг., млн.руб.

Показатели	ПАО Сбербанк			Банк ВТБ (ПАО)			АО «ГПБ»		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Чистые процентные доходы	1301788	1366136	1345478	203842	399339	397879	138391	141409	133629
Комиссионные доходы	422337	514912	639408	32489	137770	160734	24251	28633	44919
Чистые доходы	1560689	1762511	1886051	201537	572701	469971	110399	115217	164802
Прибыль до налогообложения	845886	1002271	1097640	72948	282185	168694	42292	26370	55200
Прибыль за отчетный период	653565	782182	856245	101268	230906	197105	31905	20199	42622

Также немаловажным вопросом в деятельности банков является оценка выполнения нормативных требований ЦБ РФ. Ведь если банк не выполняет данные требования, его лишают лицензии и он прекращает свою деятельность. В табл. 3 представлен расчет и анализ достаточности капитала банка и максимальных размеров риска ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 3 года работы.

Таблица 3. Оценка выполнения нормативов достаточности капитала и максимальных размеров риска ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 2017-2019 гг.

Показатели	Нормативное значение	ПАО Сбербанк			Банк ВТБ (ПАО)			АО «ГПБ»		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Н 1.1	4,5	10,7	11,1	10,5	10,1	9,0	9,0	8,7	8,1	7,8
Н 1.2	6,0	10,7	11,1	10,5	10,3	10,1	9,9	9,0	9,1	10,2
Н 1.4	3,0	0,0	11,2	11,4	0,0	10,0	10,2	0,0	8,3	9,0
Н6	25	16,6	16,3	15,2	21,3	15,9	16,1	22,1	20,9	19,6
Н7	800	115,5	113,4	83,8	341,4	215,0	217,8	376,7	395,6	370,9
Н10.1	3	0,4	0,3	0,5	0,0	0,3	0,3	0,1	0,3	0,2
Н 12	25	13,4	11,5	12,6	16,2	15,5	14,5	22,0	23,3	20,5

Приведенные в табл. 3 данные показывают, что три крупнейшие банка, анализ деятельности которых проводится в данном исследовании, выполняли все требования регулятора по нормативам достаточности капитала и максимальным размерам риска. Банки имели достаточный уровень собственных ресурсов, которые необходимы для того, чтобы в случае негативных влияний на деятельность кредитной организации, покрыть кредитный и рыночный риски. ПАО Сбербанк более эффективно защищен от рисков, чем его конкуренты.

Для наглядного изменения показателей ликвидности банков-конкурентов за 3 года построим табл. 4.

Таблица 4. Оценка выполнения нормативов ликвидности ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 2017-2019 гг.

Показатели	Нормативное значение	ПАО Сбербанк			Банк ВТБ (ПАО)			АО «ГПБ»		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Показатель мгновенной ликвидности банка Н2	15	161,1	185,8	161,9	137,5	107,6	138,9	106,2	157,2	144,6
Показатель текущей ликвидности банка Н3	50	263,8	232,1	229,2	144,9	133,9	157,9	115,5	192,7	164,5
Показатель долгосрочной ликвидности банка Н4	120	57,6	64,0	57,1	63,0	69,9	62,1	59,6	54,6	53,4

Рассматривая табл. 4 можно увидеть, что крупнейшими банками нашей страны выполнялись все нормативы ликвидности, предусмотренные предписаниями Центрального банка РФ. Также можно отметить самые высокие показатели норматива мгновенной ликвидности в ПАО Сбербанк, чем у Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ». Показатель текущей ликвидности банка Н3 в ПАО Сбербанк ниже, чем у Банка ВТБ (ПАО).

Рассчитаем показатели рентабельности деятельности ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 2017-2019 гг. в табл. 5.

Таблица 5. Оценка показателей рентабельности деятельности ПАО Сбербанк, Банка ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ» за 2017-2019 гг.

Показатели	ПАО Сбербанк			Банк ВТБ (ПАО)			АО «ГПБ»		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Рентабельность собственного капитала, %	25,1	26,3	24,8	5,1	17,9	12,0	3,0	3,7	8,5
Рентабельность активов, %	3,6	3,7	3,9	0,7	2,1	1,2	0,7	0,4	0,9
Рентабельность уставного капитала, %	1261,1	1495,5	1637,3	11,1	43,3	25,8	21,6	13,4	28,3

Приведенный расчет показателей рентабельности крупнейших банков в табл. 5 показал, что ввиду того, что стоимость собственного капитала ПАО Сбербанк в 2019 году росла более быстрыми темпами, чем прибыль до налогообложения банка, рентабельность собственного капитала ПАО Сбербанк снизились за 2019 год на 1,5%. В Банке ВТБ (ПАО) рентабельность собственного капитала к концу 2019 года сократилась на 5,9%, а в АО «ГПБ» данный показатель вырос на 4,8% в связи с ростом прибыли до налогообложения и превышения его темпов роста по сравнению с темпами роста собственного капитала. В целом ПАО Сбербанк наиболее эффективно осуществляет свою деятельность, о чем свидетельствуют более высокие показатели рентабельности, чем в банках-конкурентах.

Рентабельность активов ПАО Сбербанк составила в 2018 году 3,7%, увеличившись до 3,9% в 2019 году. Также можно отметить более эффективную деятельность ПАО Сбербанк по сравнению с Банком ВТБ (ПАО) и АО «ГПБ», поскольку все показатели рентабельности выше рентабельности банков-конкурентов.

В целом в деятельности банков России существует немало проблем, поэтому считаем, что финансовое планирование необходимо осуществлять в каждом банке, чтобы своевременно принять управленческие решения в зависимости от ситуации в банковской сфере и экономике страны в целом.

Финансовое планирование в банковской сфере направлено на оценку отдельных групп показателей работы банков с учетом влияния внешних и внутренних угроз, создающих наличие экономических рисков для банков, а также на быструю возможность руководства банков реагирования на возникающие риски и их минимизацию или полное устранение в зависимости от сложившейся ситуации с целью сохранения позиций конкретного банка на банковском рынке и роста эффективности его работы.

Список использованных источников

1. Банковский менеджмент [Текст]: Учебник / Ю. Ю. Русанов, Л. А. Бадалов, В. В. Маганов. – М: Магистр, НИЦ ИНФРА–М, 2019. – 480 с.

2. Батракова, Л.Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка: учебник для вузов [Текст] / Л.Г. Батракова. – М. : Логос, 2018. – 344 с.
3. Жарковская, Е. П. Финансовый анализ деятельности коммерческого банка [Текст]: учебник / Е. П. Жарковская. – М. : Кнорус, 2019. – 1236 с.
4. Официальный сайт АО «ГПБ» [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://www.gazprombank.ru/> (дата обращения: 14.12.2020).
5. Официальный сайт Банк ВТБ (ПАО) [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.vtb.ru/> (дата обращения: 14.12.2020).
6. Официальный сайт ПАО Сбербанк [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://www.sberbank.ru/> (дата обращения: 14.12.2020).
7. Современная банковская система Российской Федерации [Текст] : учебник для вузов / Д. Г. Алексеева [и др.] ; ответственный редактор Д. Г. Алексеева, С. В. Пыхтин. – М. : Издательство Юрайт, 2020. - 290 с.

UDC 338.27

Filippova Larisa Yurievna, FSEI HE «ChGU named by I.N. Ulyanov», Cheboksary, Russia, +7919-972-77-37, larisayurevna@gmail.com.

Arkadieva Olga Gennadievna, docent, Candidate of Economic Sciences, FSEI HE «ChGU named by I.N. Ulyanov», department of Finance, Credit and Economic Security.

FINANCIAL PLANNING OF THE LARGEST BANKS IN RUSSIA

Annotation. In this article, the essence of the financial plan and financial planning is considered, the need for the development of financial plans in commercial banks is determined. Based on the reports of PJSC Sberbank, VTB Bank (PJSC) and JSC Gazprombank, the main indicators of their activities for 2017-2019 were analyzed. Based on the analysis, the problems in the activities of banks are identified and the conclusion is made about the need for financial planning in each Russian bank.

Keywords: planning, financial plan, financial planning.

УДК 657.1

Фирсова Анастасия Анатольевна

бакалавр 3 курса направления «Экономика»

профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, Брянск, Россия.

тел.: 89605532641, E-mail: firsova.ana29@gmail.com

Научный руководитель:

Мельгуй Андрей Эдуардович

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

В статье анализируется национальный проект по отрасли экономика, а также развитие бухгалтерского учёта в целом. Повествуется о новшествах в бухгалтерском учёте за последние годы.

Ключевые слова: Экономика, цифровизация экономики, бухгалтерский учёт, национальный проект, федеральные программы.

Экономика, как самостоятельная наука существует с семнадцатого века. За всё время до наших времен она претерпела большое количество изменений, а также с приходом двадцать первого века вовлекла в себя новую эру, эру цифровизации. Сейчас понятие экономики таково.

Экономика- это общественная наука, изучающая производство, распределение и потребление товаров и услуг. Экономическая действительность является объектом научных экономических теорий, которые подразделяются на теоретические и прикладные.[1] В данный момент, когда наша страна переходит в постиндустриальный тип стран, который основан на взаимодействии рынка товаров и услуг, то экономика тоже приобрела новый виток своего развития в виде цифровой экономики.

Цифровая экономика (веб-, интернет-экономика, электронная экономика) — экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами. Расчёты за услуги и товары цифровой экономики производятся зачастую цифровой валютой (электронными деньгами).[2] Цифровая экономика в данный момент попала под национальный проект подписанный и регламентированный правительством Российской Федерации.

В рамках реализации Указов Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», в том числе с целью решения задачи по обеспечению ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере, Правительством Российской Федерации на базе программы «Цифровая экономика Российской

Федерации» сформирована национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» утвержденная протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. № 7.

Бухгалтерский учёт в современном мире не просто система подсчёта дохода и расхода, а целая система данных, которая содержит всего все движения денежных средств связанных как с конкретным предприятием или индивидуальным предпринимателем, так и с другими предприятиями, которые сотрудничают с нами.

Бухгалтерский учёт в данный момент перешел в автоматизированное ответвление его. Так, программы, например, 1С, Парус, помогают вести большое количество документов в одной программе не заботясь о потере документов или же ошибках в подаче документации. Программа сама находит ошибки и дает право отменить операцию, если она не подвязана ещё к другим операциям в программе.

В данный момент, цифровизация экономики и развитие бухгалтерского учёта не стоит на месте. Рассматриваются федеральные проекты, которые относятся к развитию нормативного регулирования всей среды цифровых технологий в экономике, поиск и создание базы кадров для цифровой экономике, информационной инфраструктуры и цифровых технологий в целом, что позволит развивать экономику в целом. [3]

Бухгалтерский учёт один из самых востребованных методов ведения учёта на предприятии и одно из ключевых звеньев, без чего не может работать экономика. На сегодняшний день и исследуя несколько лет подряд можно сказать, что профессия бухгалтера так и осталась востребованной на рынке труда. Большое количество студентов выбирают профиль бухгалтерский учёт и аудит, что, несомненно, повышает уровень образования в данной отрасли, что является признаком жизни и развития профессии. Также создано большое количество курсов для переподготовке и усовершенствованию качеств бухгалтеров, ведь за последнее время развитие автоматизированных программ не заставляет себя ждать.

В современном мире ввиду цифровизации экономики и развития бухгалтерского учёта можно сказать, что развитие отрасли экономики и в частности бухгалтерского учёта не стоит на месте. Множество программ вводится для ведения бухгалтерского учета на предприятии, создаются федеральные программы для развития сферы экономики и появляются всё новые и новые курсы для подготовки специалистов, которые могут идти в ногу со временем и вести бухгалтерский учёт честно и открыто, что позволит развиваться экономики страны.

Список литературы:

1. Гончаров В.С., Ковалева Н.Н. Совершенствование учётно-контрольных и аналитических процессов в условиях цифровой экономики. В сборнике: Статистический анализ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Сборник

научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. 2020. С. 100-104.

2. Криницына А.Е., Дедова О.В. Направления и проблемы развития бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики. В сборнике: Основные тенденции развития экономики и управления в современной России. Материалы VIII всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых. Ответственный редактор Текеева Л.Д., 2019. С. 41-43.

3. Кузнецова О.Н., Павленок А.В. Актуальные проблемы управления в условиях цифровой экономики. В сборнике: Информационные технологии в экономике и управлении. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 321-324.

DIGITALIZATION OF THE ECONOMY AND THE DEVELOPMENT OF ACCOUNTING

The article analyzes the national project on the industry economy, as well as the development of accounting in general. It tells the story of innovations in accounting in recent years.

Keywords: Economy, digitalization of the economy, accounting, national project, federal programs.

УДК 336.63

Фрадина Татьяна Ильинична,

доктор экономических наук, доцент.

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,

Карпова Татьяна Петровна,

доктор экономических наук, профессор.

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,

О РИСКАХ, ВОЗНИКАЮЩИХ В КРЕДИТНО-ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ, СВЯЗАННЫХ СВЯЗАННЫЕ С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

Аннотация. В статье рассмотрены риски, возникающих в кредитно-финансовой сфере, связанных с пандемией COVID-19, такие как: угрозы в области мошенничества и в области отмывания денег, киберпреступность, изменение финансового поведения, повышенная финансовая волатильность. Представлены факторы, которые необходимо учитывать для снижения рисков и защите свое имущества.

Ключевые слова: финансово-кредитная сфера, риски, пандемия, мошенничество, отмывание денег.

Пандемия COVID-19 привела к беспрецедентному росту числа преступлений в финансовой сфере, таких как мошенничество, киберпреступность, нецелевое и незаконное использование правительственных ресурсов, международной финансовой помощи, что создает новые источники доходов для лиц, занимающихся незаконной деятельностью, а также повышает риски для добросовестных предпринимателей и физических лиц.

В этой ситуации необходимо уделять повышенное внимание отдельным операциям (сделкам)

Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ) [1] – независимая межправительственная организация, разрабатывающая и популяризирующая свои принципы для защиты всемирной финансовой системы от угроз отмывания денег, финансирования терроризма и финансирования распространения оружия массового уничтожения представила ответ, в котором изложила основные риски, связанные с COVID-19.

Меры по сдерживанию COVID-19 влияют на экономическую преступность и меняют преступное поведение таким образом, что преступники, ориентированные на получение прибыли, переходят к новым формам незаконной деятельности.

ФАТФ сформулировал следующие задачи государственных структур, связанные с пандемией COVID-19:

- Необходимость усиления надзорной деятельности со стороны государства;

- Необходимость информирования о подозрительных операциях в рамках международного сотрудничества;

Рассмотрим основные моменты, вызывающие угрозы и уязвимости, реализуемые в новые риски отмывания денег (ОД) и финансирования терроризма (ФТ).

1. Растущие угрозы в области отмывания денег (ОД).

В ответ на пандемию COVID-19 государства принимают различные меры, такие как:

- программы социальной помощи;
- программы налоговых льгот;
- принудительная изоляции, и ограничения на перемещение.

Непреднамеренно эти меры могут открывать преступникам и террористам новые возможности для привлечения средств и отмывания доходов, полученных от незаконной деятельности.

В каждой стране конкретная ситуация и ответные меры варьируются в зависимости от последствий COVID-19, меняющаяся картина рисков, основывается на следующих общих предположениях:

- Переход предприятий и физических лиц на онлайн-системы для обеспечения удаленной работы. Физические лица, находящиеся на карантине (или в отношении которых приняты другие ограничительные меры), также все чаще обращаются к онлайн-платформам для того, чтобы поддерживать социальные связи.

- Прекращение деятельности предприятия.
- Увеличение объемов продаж через Интернет.
- Сокращение банками объема оказываемых услуг и ограничение обслуживания при личном присутствии т.е. непосредственно в банках.

- Рост безработицы принудительная отправка сотрудников в отпуск без сохранения заработной платы,

- Снижение доходов государства

В связи со снижением объемов мировой торговли ограничениями на перемещение организованные преступные группировки, совершенствуют стандартные транснациональные схемы по эксплуатации глобальных сетей поставок, с целью отмывания доходов, полученных преступным путем.

2. Растущие угрозы в области мошенничества

Согласно данным, предоставленным членами ФАТФ [1], преступники пытаются извлечь выгоду из пандемии COVID-19 путем активизации мошеннической деятельности.

- **Преступники выдают себя за должностных лиц:** в данной ситуации преступники связываются с физическими лицами (лично, по электронной почте или телефону) и выдают себя за представителей органов власти с целью получить личную банковскую информацию или наличные денежные средства.

- **Преступники изготавливают контрафактную продукцию, в том числе, изделия медицинского назначения и лекарств:** Учитывая большой

спрос, увеличивается количество случаев Интернет-мошенничества с определенными изделиями медицинского назначения, индивидуальными средствами защиты и фармацевтической продукцией.

- Преступники, представляясь сотрудниками предприятий, благотворительных и международных организаций и предлагают маски, тест-системы и другую продукцию и просят предоставить данные кредитной карты, чтобы провести платеж или заплатить за поставку, но не передают вышеуказанную продукцию. В ряде случаев просят внести аванс в безналичной форме, после чего говорят, где можно будет забрать товары, однако впоследствии выясняется, что никаких подобных договоренностей не было.

- **Сбор средств якобы для благотворительных организаций.** В данных ситуациях преступники выдают себя за представителей международных или благотворительных организаций и рассылают электронные письма с просьбой перевести денежные средства на кампании по борьбе с COVID-19 (проведения исследований, помощи пострадавшим). Получателей таких электронных писем просят предоставить данные кредитной карты или провести платеж через защищенный цифровой кошелек преступника.

- **Мошеннические схемы с инвестициями:** экономический кризис, вызванный COVID-19, привел к увеличению количества мошеннических схем с инвестициями, включая рекламные кампании, в которых обманым образом заявляют о том, что продукция или услуги определенных акционерных компаний открытого типа могут предотвратить, обнаружить или вылечить COVID-19. Согласно данным, предоставленным членами ФАТФ, акции с микро-капитализацией, обычно выпускаемые очень небольшими компаниями, могут быть особенно уязвимы для мошеннических схем с инвестициями, поскольку эти акции очень дешевые, а общедоступной информации о них очень мало.

Киберпреступность. Резко увеличилось количество кибер атак, в особенности фишинговых электронных писем и мобильных сообщений, рассылаемых в качестве спама. В рамках данных атак используются ссылки на мошеннические сайты или вредоносные вложения с целью получить личные платежные данные.

- **Фишинговые атаки путем рассылок писем по электронной почте и через SMS-сообщения.** Согласно предоставленным данным преступники устанавливают вредоносные программы на компьютеры или мобильные устройства. Так, киберпреступники выдавали себя за представителей Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) и отправляли электронные письма и мобильные сообщения для того, чтобы люди нажали на вредоносные ссылки или открыли вложения, в результате чего преступники узнают их логин и пароль [2]. В настоящее время открытые источники информации сообщают о различных видах такого рода фишинговых атак. Другие примеры включают в себя ситуации, когда преступники рассылают SMS-сообщения, выдавая себя за представителей органов власти для того, чтобы люди зашли на поддельные сайты государственных органов власти, тем самым позволив мошенникам

получить информацию об их лицевых счетах и/или сведения личного характера об их логинах и паролях[3].

- **Мошенничество с компрометацией корпоративной электронной почты.** В условиях резкого роста случаев перевода людей на удаленную работу во всем мире киберпреступники также используют слабые стороны в системах безопасности предприятий с целью получить доступ к информации о клиентах и операциях. Данная информация впоследствии используется для направления целевых фишинговых электронных писем, в которых преступники выдают себя за представителей скомпрометированного предприятия и просят произвести оплату за реальные товары и/или услуги, но просят направить данные платежи на принадлежащие им нелегальные счета [4]). Например, направляют поддельные электронные письма, похожие на те, которые обычно направлял деловой партнер, в которых компанию просят перенаправить платежи на банковские счета, находящиеся под контролем мошенников, под предлогом произведения оплаты за большой объем хирургических масок и антибактериального средства для рук.

3. Изменение финансового поведения

Значительно поменялось финансовое поведение и модели в свете пандемии COVID-19. Как известно из-за карантина и прочих мер в сфере здравоохранения многие офисы банков были вынуждены закрыться. Таким образом, клиенты совершают больше операций удаленно. В среднесрочной и долгосрочной перспективе экономический спад может еще больше повлиять на финансовую деятельность и привести к тому, что люди начнут искать источники финансирования за пределами «белой» (официальной) экономики. Можно выделить следующие факторы изменения финансового поведения.

- **Увеличение количества операций, совершаемых на удаленной основе.** Некоторые банки физически закрыли свои офисы, сократили часы работы, ограничили личное обслуживание непосредственно в самих офисах. Возросло количество банковских операций в Интернете, включая деятельность по обслуживанию клиентов и проверке личности. В некоторых случаях, согласно риск-ориентированному подходу, банки могут отложить определенные этапы проверки личности клиентов на время изоляции. Кроме того, не все финансовые учреждения оснащены необходимыми средствами для того, чтобы проводить проверку личности клиентов на удаленной основе.

- **Отсутствие опыта работы с онлайн-платформами.** Отдельные категории населения (например, пожилые люди, группы лиц с низким доходом, а также жители удаленных населенных пунктов) могут не очень хорошо разбираться в банковских платформах в Интернете и, соответственно, являются более уязвимыми перед мошенниками.

- **Нерегулируемые финансовые услуги.** Проводя параллели с опытом предыдущих экономических кризисов, члены ФАТФ отмечают, что в случае затянувшейся экономической рецессии люди, испытывающие финансовые трудности, могут обращаться к нетрадиционным или нелицензированным

заимоателям, в том числе к преступным группировкам. Участники также отмечают, что традиционные «гейткиперы» (контролеры) в финансовой сфере могут быть слишком заняты вопросами обеспечения непрерывности бизнес-процессов, и не могут при этом одновременно эффективно еще заниматься мониторингом подозрительных операций.

- **Использование стимулирующих мер в своих целях:** члены ФАТФ [5] сообщают о том, что существуют потенциальные риски того, что преступники захотят заполучить ту небольшую часть экономической поддержки, которая направляется предприятиям и физическим лицам, что впоследствии может привести к ОД. Так, преступники могут обманным путем заявлять о возможности предоставления доступа к средствам поддержки для того, чтобы получить личную финансовую информацию.

- Члены ФАТФ сообщают о том, что преступники могут использовать юридические лица, чтобы мошенническим образом заявлять о своих притязаниях на стимулирующие ресурсы, выделяемые правительством, выдавая себя за реальные предприятия, которые нуждаются в помощи. [6]. Преступники также могут использовать стимулирующие меры в области программ кредитования с целью дальнейшего отмывания денег.

4. Повышенная финансовая волатильность

В последнее время финансовая и экономическая волатильность отражает неопределенность из-за ситуации с COVID-19. В этой связи прагматичные преступники могут использовать новые уязвимости в своих интересах. Приведем некоторые примеры.

- **Инвестирование средств в недвижимость или имущественный комплекс юридических лиц, находящихся в бедственном положении.** Данная операция может быть использована для того, чтобы получать наличные денежные средства или скрыть доходы, полученные преступным путем. Преступные группировки также могут внедрять доходы, полученные преступным путем, в финансовую систему посредством реструктуризации существующих займов и кредитных линий. Кроме того, в результате процедур признания юридических лиц неплатежеспособными можно выявить незаконные наличные денежные средства, имеющиеся у предприятий, в ходе установления источников их происхождения.

- **Рост числа операций с наличными денежными средствами:** члены ФАТФ сообщают о том, что последние колебания стоимости ценных бумаг приводят к тому, что физические лица вынуждены ликвидировать свои портфели финансовых активов. Члены ФАТФ отмечают, что наблюдается рост количества случаев снятия наличных денежных средств. Члены ФАТФ отмечают, что с помощью более широкого использования банкнот можно маскировать деятельность в области ОД/ФТ следующим образом:

- после стабилизации финансовых рынков под видом повторного депонирования больших сумм денежных средств можно будет отмывать доходы, полученные преступным путем, в том числе и наличные деньги;

- наличные денежные средства могут быть использованы для приобретения активов-убежищ (например, золота), которые гораздо сложнее отследить;

Кроме того, существует повышенный риск роста количества схем по обналичиванию денежных средств, в рамках которых преступники получают доступ к банковскому счету физического лица и снимают с него наличные денежные средства (банкноты) в банкоматах.

Клиенты, вовлеченные в подозрительные операции по снятию банкнот, указывают «COVID-19» в графе «назначение платежа», тем самым маскируя потенциальную незаконную деятельность.

• **Виртуальные активы:** члены ФАТФ обращают внимание на сохраняющуюся актуальность рисков ОД/ФТ, связанных с виртуальными активами. Например, физическое лицо использовало виртуальные активы, чтобы отмыть доходы, полученные от продажи поддельных медикаментов для лечения COVID-19. [7].

В условиях повышенных рисков, возникающих в кредитно-финансовой сфере, связанных с пандемией COVID-19 существенно возрастает роль финансовой грамотности как участников предпринимательской деятельности, так и физических лиц.

Ежедневно, мы как физические лица, действующие от своего имени, или как представители юридических лиц, подвержены рискам столкнуться с мошенниками.

В настоящее время юридическим и физическим лицам при осуществлении операций с денежными средствами при оценке влияния условий COVID-19 на потенциального делового партнера (поставщика, покупателя, кредитора, заемщика и др.) можно порекомендовать учитывать следующие факторы:

- была ли отрасль отнесена к наиболее пострадавшим от COVID-19;
- насколько ситуация на рынках капитала, товарных и валютных рынках влияет на финансовое положение и финансовые результаты компании.
- имело ли место обесценение нефинансовых активов;
- были ли простои в использовании объектов основных средств;
- получала ли компания государственную помощь;
- риски, связанные с финансовыми инструментами, вероятность погашения дебиторской задолженности;
- обязательства по выплате неустоек за несоблюдение условий договоров.

Особое внимание следует обратить на повышенные риски легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, финансирования терроризма и финансирования распространения оружия массового поражения (далее – риски ОД/ФТ/ФРОМУ) в результате снижения эффективности средств контроля соблюдения правил идентификации клиентов, проверки покупателей и поставщиков, уровней согласования договоров и сделок, других процессов выявления и предупреждения рисков ОД/ФТ/ФРОМУ.

Должностным лицам и лицам, отвечающим за обеспечение экономической безопасности в условиях COVID-19, целесообразно обращать внимание на факторы повышающие риски недобросовестных действий, к которым можно отнести:

- неблагоприятные события на рынке, например, снижение потребительского спроса, увеличение количества банкротств организаций, угроза сокращения персонала, возникновение значительных убытков, потребность в дополнительном дорогом финансировании за счет заемных источников;

- Уверенность руководства в необнаружении недобросовестных действий условиях COVID-19;

- Неуверенность сотрудников в сохранении рабочего места.

Характер информации. Для принятия решений о совершении каких-либо значимых юридических действий необходимо собрать соответствующую информацию и оценить ее.

В условиях COVID-19 не всегда возможно личное общение с представителями контрагентов, посещение офиса по заявленному юридическому адресу, затруднен доступ к информации на бумажных носителях.

Информация может быть получена из внутренних источников интересующего нас лица, а также из внешних. Во многих случаях может информация может быть доступна только в электронной форме

При работе с информацией в электронной форме, которую заинтересованное лицо планирует использовать для принятия решений необходимо оценить наличие факторов, вызывающих сомнения в надежности указанной информации.

При наличии сомнений в достоверности полученной информации необходимо осуществить следующие мероприятия:

- проверить соответствие адреса электронной почты отправителя информации данным, размещенным на веб-сайте или представленным на визитной карточке соответствующего лица;

- осуществить телефонный звонок третьей стороне, чтобы подтвердить, что информация, отправленная по электронной почте или переданная аудитору другим способом в электронной форме, была предоставлена данной стороной.

События после отчетной даты. При заключении хозяйственных договоров на значительные суммы, при перечислении денежных средств, предварительно рекомендуется ознакомиться с финансовым положением и финансовыми результатами лица, которому мы собираемся перечислить денежные средства, Эта информация содержится в бухгалтерской финансовой отчетности, которая является открытой и должна быть доступна любому пользователю.

С 2020 года в соответствии с изменениями, внесенными Федеральным законом от 28.11.2018 № 444-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О бухгалтерском учете», на Федеральную налоговую службу России

возложены функции по формированию и ведению государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности.

На этом ресурсе (ГИРБО) обязательный экземпляр отчетности представляется экономическим субъектом **не позднее трех месяцев** после окончания отчетного периода

Но информация в отчетности, характеризует положение дел по состоянию на отчетную дату - 31 декабря отчетного года. После отчетной даты могут произойти неблагоприятные события, которые существенно могут ухудшить финансовое положение организации, будь то банк, поставщик, покупатель и пр.

В условиях COVID-19 выявление событий после отчетной даты, подтверждающих условия, существовавшие на отчетную дату, или свидетельствующих об условиях, возникших после отчетной даты, а также оценка их финансовых последствий требует определенной компетентности в выполнении аналитических процедур.

Это могут быть следующие процедуры:

- определение рынков, на которых анализируемое лицо осуществляет значительные операции или имеет торговые отношения,

- исследование средств массовой информации, Интернет-ресурсов для выявления событий на данных рынках, которые могли бы повлиять на деятельность анализируемого лица (например, введены ограничительные меры, временно прекращена деятельность отдельных организаций, наблюдаются сбои в цепочке поставок товаров, услуг, значительно сокращен спрос на товары, услуги или на товары, неблагоприятные события у его ключевых поставщиков, заказчиков);

- была ли оказана государственная поддержки анализируемого лица и его ключевых поставщиков, заказчиков;

- изучение выплат по кредитам после отчетной даты;

- была ли осуществлена или запланирована продажа активов и акций;

- было ли значительное падение котировок ценных бумаг.

К существенным неблагоприятным событиям после отчетной даты, имевшим место в связи с распространением новой коронавирусной инфекции, можно отнести:

- резкое увеличение задолженности по кредитам и займам по сравнению с предыдущими годами (источник информации- бухгалтерский баланс)

- изменение структуры задолженности;

- появление просроченной задолженности по кредитам и займам;

- пересмотр сроков погашения задолженностей;

- списание кредиторами долгов в рамках реструктуризации задолженности;

- уменьшение уставного капитала в связи с недостаточностью чистых активов;

- увеличение уставного капитала путем дополнительной эмиссии;

- приостановки хозяйственной деятельности в связи со сбоями в цепочке поставок товаров, услуг;
- наблюдается значительное снижение прогнозируемого спроса вследствие которого, могут быть убытки от обесценения активов;
- ожидаются выгоды от мер государственной поддержки;
- имела место или планируется продажа активов;
- имеют место судебные разбирательства (например, в связи с расторжением клиентом договора по причине заявленных обстоятельств непреодолимой силы).

Непрерывность деятельности. Когда мы заключаем какой-либо договор, у нас возникают риски того, что, наш контрагент не сможет непрерывно осуществлять свою деятельность.

Влияние условий COVID-19 на способности компании лица продолжать непрерывно свою деятельность может быть значительным, особенно для лиц, вид экономической деятельности которых отнесен к наиболее пострадавшим в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции.

При заключении какой-либо операции (заключение договора о депозитном вкладе, договора купли-продаже, договора на долевое участие в строительстве, договора о лизинге, приобретении туристической путевки, оплате авиабилетов и пр.) нас интересует, прежде всего, не станет ли компания банкротом и сможет ли она выполнить взятые на себя обязательства.

Для этого нам нужно выявить и оценить риски, а, именно наличие каких-либо событий или условий, в результате которых могут возникнуть значительные сомнения в способности организации продолжать непрерывно свою деятельность.

Целесообразно оценить, имеет ли компания доступ к достаточным ликвидным средствам, может ли она оставаться платежеспособным как в период ограничений, так и по его окончанию.

Оценка информации, раскрытой в бухгалтерской отчетности. Учитывая значимость и потенциально всеобъемлющее влияние распространения новой коронавирусной инфекции и связанных с ней ограничений на компании, особенно осуществляющие свою хозяйственную деятельность в отраслях, отнесенных к наиболее пострадавшим в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции, пользователи бухгалтерской отчетности будут уделять особое внимание информации, раскрытой по данному вопросу в бухгалтерской отчетности.

- Государство принимает меры в целях предотвращения и снижения рисков мошенничества и незаконных операций с денежными средствами путем совершенствования законодательства, внося изменения в Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О противодействии легализации

(отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [8].

Так, например, с 2021 года введены новые операции подлежащие обязательному контролю, такие как:

- выплата физическому лицу выигрыша при наступлении результата азартной игры и от участия в лотерее;
- операция по зачислению или списанию денежных средств на счет по договору финансовой аренды (лизинга) подлежит обязательному контролю, если сумма, на которую она совершается, равна или превышает 600 000 рублей;
- операция почтового перевода денежных средств, если сумма, на которую совершается данная операция, равна или превышает 100 000 рублей;
- операция по возврату неиспользованного остатка денежных средств, внесенных в качестве аванса за услуги связи, если данная операция, равна или превышает 100 000 рублей.

Государство создает механизма, снижающий риски мошенничества и незаконных операций, но оно не может полностью их предотвратить.

Граждане, совершающие операции в ходе предпринимательской деятельности и управления своим имуществом для осуществления частной деятельности самостоятельно оценивают риски и принимают решения. Для этого они должны обладать соответствующей финансовой грамотностью, чтобы не стать жертвой преступников, а также самим не совершить акции, которые будут квалифицироваться как преступные или мошеннические действия.

Список использованных источников

1. Отмывание денег и финансирование терроризма, связанные с пандемией COVID-19 FATF (2020), *COVID-19-related Money Laundering and Terrorist Financing - Risks and Policy Responses*, FATF, Paris, France, www.fatf-gafi.org/publications/methodandtrends/documents/covid-19-ML-TF.html

2. Всемирная организация здравоохранения (2020 год). *Кибербезопасность*, www.who.int/about/communications/cyber-security.

3. Агентство по кибербезопасности и защите инфраструктуры (2020 год). *Ситуацией с COVID-19 пользуются кибермошенники* www.us-cert.gov/ncas/alerts/aa20-099a.

4. Федеральное бюро расследований (2020 год). *ФБР ожидает увеличения количества случаев мошенничества с компрометацией корпоративной электронной почты на фоне пандемии COVID-19* www.fbi.gov/news/pressrel/press-releases/fbi-anticipates-rise-in-business-email-compromise-schemes-related-to-the-covid-19-pandemic

5. Налоговое управление США (2020 год). <https://www.irs.gov/newsroom/irs-issues-warning-about-coronavirus-related-scams-watch-out-for-schemes-tied-to-economic-impact-payments>

6. Кабинет министров, Австралийский департамент социальных служб <https://ministers.dss.gov.au/media-releases/5636>.

7. Министерство юстиции США <https://www.justice.gov/usao-edva/pr/darknet-vendor-arrested-distribution-and-money-laundering-charges>

8. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» в целях совершенствования обязательного контроля».

Федеральный закон от 30.04.2021 N 115-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" с изменениями 30 апреля 2021 года

UDC 336.63

Fradina Tatyana Ilyinichna,

doctor of economic sciences, associate professor

federal state budgetary educational institution of higher education "St. Petersburg state university of industrial technologies and design,

Karpova Tatiana Petrovna, Federal State Budgetary

Doctor of Economic Sciences, professor.

Educational Institution of Higher Education "St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

AUDITOR RISKS WHEN CRUSHING BUSINESS

Annotation. The article discusses the risks arising in the financial sector associated with the COVID-19 pandemic, such as: threats in the field of fraud and money laundering, cybercrime, changes in financial behavior, increased financial volatility. The factors that must be taken into account to reduce risks and protect your property are presented.

Keywords: *financial and credit sphere, risks, pandemic, fraud, money laundering.*

УДК 336.713

Фролова Анна Валерьевна

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

К.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, Смирнова Марианна
Витальевна

ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА QIWI: РИСКИ И ПРЕИМУЩЕСТВА

В статье рассматриваются основные возможности, преимущества и недостатки, распространенность платежной системы QIWI и ее настоящее положение.

Ключевые слова: платежная система, переводы, платежи, риск, информационные технологии.

В современном мире информационные технологии являются неотъемлемой частью многих сфер жизни человека. Широкое распространение компьютеризации и автоматизации вызвано удобством, которое они приносят в нашу жизнь. Финансовая сфера не стала исключением в этом отношении: люди всё больше используют платежные карты вместо наличных, управляют своими средствами через онлайн банки, оформляют кредиты и открывают вклады по интернету.

Последнее время большой популярностью стали пользоваться различные платежные системы, одной из которых является QIWI. Эта система была создана с целью осуществления быстрых и легких платежей при вводе минимума персональных данных пользователя. Особенностью данной платежной системы стала возможность перевода денег с мобильного телефона через SMS. Перевод можно осуществить по номеру мобильного телефона, никнейма владельца QIWI Кошелек, а также по реквизитам карты. Помимо единовременного перечисления средств данная система позволяет создавать шаблоны платежей, то есть планировать регулярные платежи на определенную сумму с некоторой периодичностью. С недавнего времени также появилась возможность прикрепить к своему QIWI Кошельку пластиковую или виртуальную карту [1].

В системе QIWI предусмотрено три статуса идентификации пользователей, которые различаются по количеству персональной информации о владельце кошелька, хранящейся в системе, а также по доступным возможностям системы. Сразу же после регистрации новый пользователь QIWI автоматически получает «Минимальный» статус идентификации. Данный статус позволяет оплачивать основные виды услуг (такие, как сотовая связь, интернет и ЖКУ), а также держать в кошельке до 15 000 рублей и оплачивать кошельком до 40 000 рублей в месяц. Далее пользователь может изменить статус на «Основной» или «Профессиональный», что позволит ему увеличить остаток на балансе и ежемесячную сумму платежей и переводов, а также предоставит некоторые другие дополнительные возможности. Для повышения статуса

необходимо ввести свои паспортные данные и предъявить документы в офисе QIWI или партнеров [2].

Денежные операции можно проводить как через мобильное приложение или компьютер, так и через терминалы самообслуживания, которые можно встретить во всех уголках России, а также на территории таких стран, как Белоруссия, Казахстан, Румыния и Молдавия. На сегодняшний день их насчитывается около 20 тысяч по всему миру (большая часть из них расположена в России) [3]. Помимо перечисленных выше стран QIWI Кошелек также можно зарегистрировать в Великобритании, Азербайджане, Украине, Индии, Турции, Южной Корее и еще в одиннадцати странах. Несмотря на то, что функционал QIWI Кошелька в странах, где данная платежная система появилась недавно, отличается от функционала в России, система постоянно развивается, и, по словам разработчиков, для этих стран в будущем также будут доступны основные платежные опции системы [4].

Для многих людей основным преимуществом QIWI является возможность совершать денежные операции анонимно, не предоставляя сервису никакой информации, кроме номера телефона. Однако эта особенность одновременно является и большим недостатком системы, так как при отсутствии каких-либо данных о пользователе невозможно восстановить доступ к своему кошельку без пароля или при взломе кошелька. Кроме этого многие пользователи жалуются на лимиты и ограничения при работе с «Минимальным» статусом, что по сути вынуждает их предоставлять свои данные для совершения некоторых покупок. Также к минусам этой системы относят высокую комиссию за переводы, однако этот недостаток был нивелирован, когда появилась возможность оформить пластиковую карту в дополнение к своему кошельку и расплачиваться ей в любой торговой точке, оснащенной терминалом безналичной оплаты.

На сегодняшний день ситуация QIWI нестабильна. В конце 2020 года Центральный банк вынес предписание, в котором запретил QIWI-банку переводить платежи иностранным торговым компаниям, а также оштрафовал компанию на 11 млн рублей. Центральный банк не раскрыл причин санкций, однако в QIWI штраф и предписание объяснили «общими тенденциями к усилению кибербезопасности и трансграничных платежей». Сейчас представители QIWI ведут непрерывный диалог с Центральным банком, и они уже получили некоторые результаты: QIWI-банк устранил многие выявленные в ходе проверки нарушения и получил разрешение на возобновление платежей с некоторыми иностранными магазинами [5].

Список использованных источников

1. URL: <https://qiwi.com/>
2. URL: <https://qiwi.com/settings/identification/full-ru#ru>
3. URL: <https://qiwi.com/replenish/terminals>
4. URL: <https://vk.com/qiwirussia>
5. URL: <https://thebell.io/qiwi-poteryala-polmilliarda-vyruchki-za-mesyats-ogranichenij-tsb>

UDC 336.713

Frolova Anna Valerevna

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

PhD, assistant professor, Associate Professor, Department of accounting, analysis and audit,

Smirnova Marianna Vitalevna

QIWI PAYMENT SYSTEM: RISKS AND ADVANTAGES

The article discusses the main features, the advantages, the disadvantages and the prevalence of the QIWI payment system and its current condition.

Keywords: payment system, transfers, payments, risks, information technologies.

УДК 318

Фурсова Елена Алексеевна

к.э.н., доцент

Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра, Санкт-Петербург, Россия,

Лазарева Наталья Алексеевна

к.э.н., доцент

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия

КОРОНАКРИЗИС: ПРОБЛЕМА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИЛИ СТИМУЛ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ?

В статье освещены последствия для экономики, вызванные пандемией COVID-19, дана оценка состояния основных сфер потребления, отражены структурные сдвиги в производстве товаров и оказании услуг, обоснованные снижением спроса и предложения во многих областях и развитием в направлении цифровизации экономической деятельности.

Ключевые слова: экономическое развитие, коронакризис, пандемия COVID-19, цифровая платформа, онлайн спрос, удаленная занятость и образование.

На данном этапе мирового экономического развития общество столкнулось с глобальной катастрофой – кризисом, вызванным пандемией новой коронавирусной инфекции COVID-19.

Россия также, как и весь мир сейчас пытается преодолеть кризисное состояние, которое затронуло или полностью изменило многие сферы жизнедеятельности.

Коронакризис выявил уязвимость отдельных граждан и семей, социальных групп, профессиональных сообществ и экономик целых стран, что требует переосмысления того, как организована финансово-хозяйственная деятельность, сформулирована и реализуется социальная политика на уровне менеджмента организаций и в государственном секторе управления. Он требует решительных ответных мер, основанных на солидарности, сотрудничестве и ответственности.

Вынужденные карантинные меры правительств привели к закрытию целого ряда предприятий в странах с большим числом заболевших. В целом, по различным экспертным оценкам и данным статистики, порядка от 60 до 80 % наемных работников и частных предпринимателей малого, среднего и крупного бизнеса испытали тяжелые негативные последствия пандемии.

Крупнейшие производители автомобилей вынуждены сильно сократить производство или полностью остановить его. Это постигло завод немецких автомобилей *Volkswagen* в Калуге и завод, выпускающий автомобили *Skoda* в Нижнем Новгороде в основном из-за уменьшения количества поставок деталей и автозапчастей из Китая. В городе Всеволожск Ленинградской области выставили на продажу имущественный комплекс индустриально-складской недвижимости «Форд». Завод американской корпорации в Ленобласти по

решению руководства был закрыт в 2019 году вместе с ещё несколькими заводами, производившими автомобили *Ford* в Республике Татарстан.

Из ежегодного доклада бизнес-омбудсмена Бориса Титова, адресованного президенту Российской Федерации Владимиру Путину, можно узнать, что 53,3% компаний малого и среднего бизнеса описывают свое положение как «кризис» и «катастрофа», 62,2% оценивают шанс выживания на рынке труда ниже 50%, так же владельцы компаний отмечают, что спрос сократился более, чем на 50%, что в действительности можно также назвать болезненным ударом и крахом для бизнеса [1].

Пандемия затронула системы начального, среднего и высшего образования во всём мире, что привело к массовому закрытию школ и университетов для посещения обучающимися и переводу из на дистанционное обучение. В 2020 года правительства в 135 странах объявили закрытие школьных учреждений и вузов на карантин.

Повсеместно было ограничено посещение кинотеатров, по всему миру фестивали были отменены или перенесены, кинорелизы ожидаются по окончании карантина, кинопроизводство приостановлено. В 2020 году не состоялся в привычном формате традиционный ежегодный Каннский кинофестиваль во Франции. Некоторые театры и концертные площадки освоили новый формат представлений и показов без зрителей в зале – прямые трансляции на цифровых платформах через Интернет.

Перенесен даже период проведения Олимпиады–2020 в Токио на июль-август 2021 года до ожидаемого срока окончания пандемии. Некоторые значимые спортивные события всё же прошли, но полностью без болельщиков и команд поддержки.

Вместе с тем онлайн вещание стало настолько популярным, что стриминговым видеосервисам и видеохостингам, таким как *Netflix* и *YouTube*, даже пришлось снизить качество потокового видео, чтобы сократить нагрузку на провайдеров. Такое внимание и востребованность привело к росту акций *Netflix* и доходов от рекламы на *YouTube*.

Отмечено значительное увеличение спроса на услуги доставки продуктов и промышленных товаров «до двери» из-за нежелания (в некоторых странах и регионах – запрета) многих граждан выходить из дома. Появилась такая форма взаимодействия, как «бесконтактная» доставка, которая развеяла многие опасения людей за свою жизнь и здоровье. Многие ретейлеры и точки общепита, не осуществляющие и даже не планировавшие доставку на дом, на фоне пандемии для заработка, сохранения коллектива и во избежание банкротства начали вводить данную опцию. Вследствие чего значительно увеличился спрос на профессию курьер. С увеличением запросов на данную услугу, высокой загруженностью, ростом товарооборота увеличилась и средняя зарплата специалистов колл-центров, логистов, комплектовщиков, водителей.

Продолжительный карантин поменял приоритеты потребления и, соответственно, спровоцировал структурные сдвиги в отечественной и

мировой экономике, что отмечают представители бизнеса и научного сообщества [2]. Приведем несколько наглядных примеров этого явления:

– снизился спрос на личные автомобили (что привело к закрытию многих автосалонов, сборочных предприятий и дилерских центров обслуживания), но увеличился спрос на заказ такси, в том числе для доставки товаров (что вызвало ещё большее развитие существующих цифровых платформ и кроссплатформенных логистических услуг);

– переход на удаленную работу и дистанционное обучение, временное закрытие торговых центров сформировало отложенный спрос на приобретение одежды и обуви (что привело к ликвидации многих ритейлеров), но при этом выросли продажи через интернет-магазины;

– вырос спрос на товары для дома, как на облегчающие домашний быт (например, мультиварки), так и на спорт в домашних условиях (велотренажёры), на развлечения дома (онлайн-игры, настольные игры);

– практически обвалился спрос на аренду и приобретение офисных помещений, при этом многократно увеличился спрос на товары для домашнего офиса (ноутбуки, планшеты, производительные смартфоны), имеет место пик популярности приложений для видеоконференций (таких как *Zoom*, *Microsoft Teams* и др.).

Несмотря на имеющиеся различия в подходах поддержки правительствами разных стран граждан и структур бизнеса, прослеживаются общие тенденции в принятии мер и реакциях на них населения. Как правило государственные антикризисные программы периода пандемии предполагают увеличение расходов на здравоохранение (в том числе госзакупки), прямые социальные выплаты незащищенным слоям населения, налоговые и кредитные каникулы для юридических и физических лиц, субсидирование арендных платежей в коммерческом секторе и платежей по ЖКХ для населения. В России вступила в силу ипотека под сниженный процент, существенно оживившая рынок недвижимости, появилась возможность получения кредита на льготных условиях для оплаты труда сотрудников, что дало шанс предпринимателям сохранить рабочие места с минимальными убытками для предприятия.

Одновременно руководство страны активизировало деятельность по цифровизации сектора госуслуг, с целью обеспечения максимальной доступности ресурсов для большинства потребителей. Заработали образовательные онлайн платформы, многочисленные колл-центры для информирования населения, созданные для оптимизации взаимодействия с населением в период необходимого соблюдения карантинных мер (по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции). Эти современные каналы коммуникаций должны создать комфортную среду для взаимодействия власти, бизнеса, населения и стать основой для дальнейшей информатизации и цифровизации экономики. Однако шаги этой активности оцениваются не всегда позитивно, зачастую вызывают вопросы, а иногда даже

сопротивление, как и всё новое, особенно в стрессовой ситуации. Требуется мониторинг мнений и аудит результатов принимаемых решений.



Рис. 1. Результаты мониторинга «Мнение малого и среднего бизнеса о мерах государственной поддержки в период эпидемии коронавируса» [1].

В целом с начала пандемии 2020 года и продолжающейся в 2021 году по всему миру наблюдается существенный рост официальной и скрытой безработицы, падение доходов большей части населения, сокращение масштабов трудовой миграции, перераспределение экономических ресурсов из реальных производственных секторов экономики в сферу информатизации и цифровизации.

Таким образом, следует признать, что в данный момент из-за пандемии COVID-19 все страны переживают экономический кризис, восстановиться от которого будет непросто, потребуется адаптация экономических институтов и бизнес-сообществ к структурным сдвигам на национальных и международных рынках производства и потребления [2].

Список использованных источников:

1. Доклад Уполномоченного при Президенте РФ по защите прав предпринимателей Б. Титова. – [Электронный ресурс] – URL: <http://doklad.ombudsmanbiz.ru/2020/7.pdf>.
2. Кравченко Л.А., Фурсова Е.А. Структурные сдвиги в экономике и реформирование стратегий в период локдауна: глобальные тренды и национальные приоритеты. – Научно-аналитический журнал «Финансовая экономика». – 2021. – № 2. Ч.3. – С. 223-228.

UDK 318

Elena A. Fursova

Ph.D. in Economic sciences, Associate Professor
Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University,
Saint Petersburg, Russia,

Natalia A. Lazareva

Ph.D. in Economic sciences, Associate Professor
St. Petersburg University of Management Technologies and Economics,
Saint Petersburg, Russia

CORONACRISIS: CHALLENGE FOR DEVELOPMENT OR STIMULUS FOR ECONOMY DIGITALIZATION?

In the article there are some consequences for the economy caused by the COVID-19 pandemic, evaluation of the state of the consumption main spheres, reflection of goods production and services structural changes, justified by demand and supply decreasing in many areas and by development towards economic activity digitalization.

Keywords: economic development, Coronacrisis, COVID-19 pandemic, digital platform, online demand, remote employment and education.

УДК 318

Фурсова Елена Алексеевна

к.э.н., доцент,

Макаров Николай Николаевич

студент

Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра, Санкт-Петербург, Россия

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ: ЛИЗИНГ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ КАК КЛАССИКА ЖАНРА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

В статье рассмотрено классическое понятие «лизинг» таким образом, чтобы оно стало максимально понятным для начинающих специалистов в сфере экономики и финансов, желающих повысить собственную финансовую грамотность, разобраться в сущности этой услуги на наглядном примере.

Ключевые слова: лизинг, кредитование, аренда, финансовая услуга, бизнес, транспортное средство.

Лизинг (от англ. *to lease* — сдать в аренду) — вид финансовых услуг, форма кредитования для приобретения основных средств предприятиями и других товаров физическими и юридическими лицами. Именно это самое распространенное определение лизинга, предлагаемое многочисленными доступными достоверными и авторитетными источниками информации. Формально в нем всё верно, но не совсем то, что нужно для обывателя, читающего такие формулировки для повышения собственной финансовой грамотности с целью самообразования и тем более – старта бизнес-идеи.

Разъясним само понятие «лизинг», разберем его сущность, преимущества и проблемы, связанные с этой формой ведения бизнеса. Есть ключевые термины, которые следует привести, знать и понимать в данной теме, поэтому вынесем их для наглядности на рисунок (рис. 1):

Теперь более подробно рассмотрим понятие лизинга. Покупая в кредит, вы будете являться собственником купленного имущества, даже если оно в залоге у кредитора. А вот в лизинге приобретаете не вы, а лизингодатель, и он уже сдает в аренду полученные объекты до полного погашения вами расчета по лизинговому договору. Если ещё проще: вы этим имуществом пользуетесь, но право собственности на него остается у лизингодателя.

Далее можно порадовать тех, кого расстроила предыдущая информация. Право собственности на имущество перейдет к вам по договору лизинга, но лишь после того, как вы выплатите всю сумму и проценты (лизинговые платежи) на приобретение этого имущества. К слову, право собственности – это три пункта: «владеть, пользоваться, распоряжаться». То есть по договору лизинга вы можете имуществом владеть и пользоваться, а вот распоряжаться – нет.

Не будем излишне увлекаться однотипными определениями и перейдем к одному из самых популярных примеров лизинга, а именно – лизингу транспортных средств. Принцип очень простой. Например, компании нужно обновить свой автопарк. Если разом приобрести автомобили, придется ощутимо

опустошить карман (банковский счет фирмы) и подвергнуть себя (свой бизнес) даже риску банкротства. Скажем на языке коммерсанта: потребуется отвлечь неподъемную сумму оборотных (денежных) средств и получить шоковую финансовую нагрузку.



Рисунок 1. Ключевые понятия в сделках лизинга

Взять кредит тоже удастся не всегда, мы можем столкнуться с ситуацией, когда предприятие уже излишне закредитовано. В таком случае от банка оно получит либо отказ, либо слишком непривлекательные условия. Поэтому для бизнес-клиентов лизинг становится идеальным вариантом получения имущества в пользование, а в дальнейшем — разумеется по желанию, и в собственность.

Если разбить решение о лизинге по шагам, то звучать это будет так: компания обращается к лизингодателю, который под её запрос покупает необходимое имущество или уже приобрел ранее, после чего сдает его в аренду лизингополучателю. Используя полученное имущество, клиент может сразу же начать зарабатывать на нем и в спокойном режиме выплачивать лизинговые платежи. По окончании договора лизинга это же имущество можно получить в

собственность, как правило, за оставшиеся уже совсем небольшие деньги (в случае финансового лизинга), вернуть или выкупить по оставшейся рыночной стоимости (в случае оперативного, или операционного, лизинга).

Звучит прекрасно для лизингополучателя, тогда в чем же выгода для лизингодателя? Во-первых, можно сбыть имущество на вторичном рынке или сдать в повторную аренду — это защищает лизинговую компанию от потерь в том случае, если клиент окажется не в состоянии оплачивать лизинговые платежи. Во-вторых, можно не требовать залог и дополнительное обеспечение — в ряде случаев лизинговое имущество остается на балансе лизинговой компании. Ну и в-третьих, что кажется самым важным для средних и крупных предприятий, можно получать имущество на лучших условиях у продавцов — лизинговая компания является оптовым клиентом для поставщиков, поэтому имеет доступ к эксклюзивным предложениям и всеми любимым индивидуальным скидкам.

В лизинг можно взять практически любые непотребляемые вещи (основные средства), в том числе недвижимое имущество предприятия, производственные и складские комплексы, здания, сооружения, а также — движимое имущество — оборудование, транспортные средства. Не могут быть самостоятельным объектом лизинга земельные участки.

Порассуждаем, какие плюсы и минусы сделки могут заставить коммерсанта как захотеть воспользоваться лизингом автотранспорта, так и передумать в нашем примере с обновлением автопарка. Выделим кратко основные преимущества лизинга транспорта: можно выбрать любой тип авто (новое и б/у) и продавца (юридическое лицо или физическое — ИП); необходим минимальный пакет документов и лояльные требования к клиенту по сравнению с автокредитом от банковских организаций; можно выкупить автомобиль или вернуть лизингодателю после окончания срока договора; автотранспортом можно пользоваться сразу после внесения авансового платежа; автомобиль не числится за вами, если вы не хотите афишировать его наличие. Из недостатков отметим следующие: процентная ставка при лизинге нередко выше, чем при кредите; проводить ТО (обязательный технический осмотр транспортного средства) будут специалисты лизинговой компании или компании-партнера; лизингодатель может и будет предъявлять свои требования по обеспечению сохранности и соблюдению условий использования транспортного средства (устанавливать ограничения и штрафные санкции за нарушения договорных обязательств).

Следующим в списке по привлекательности лизинга — лизинг оборудования. Коммерсантам нравится, что не нужен большой объем вложений. По сути, им эта бизнес-схема видится как рассрочка под процент. Лизинговые платежи относятся на себестоимость — по итогу уменьшается налогооблагаемая база и налог на прибыль. Также немалым плюсом любого лизинга является возможность договориться на индивидуальный график платежей, подстроенный под бизнес клиента, чего не предложат банковские организации.

Частый вопрос, который задают, это – существует ли вообще лизинг для физических лиц? В России существовали законодательные ограничения на лизинг имущества – он был доступен только юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, в дальнейшем законодательные ограничения были сняты, появились предложения физическим лицам воспользоваться лизингом при покупке автомобиля. Лизинг транспортных средств – это одна из самых популярных форм начала и ведения бизнеса для создания автобусных и таксопарков официальных перевозчиков, индивидуальных предпринимателей и самозанятых на рынке пассажирских перевозок.

Сегодня в период цифровой трансформации экономики приобретение транспортных средств становится еще более привлекательным и безопасным. Передовые компании, ориентированные на высокий уровень качества предоставляемых услуг, обеспечение безопасности и минимизацию рисков внедряют в бизнес-модели и непосредственно технически модернизируют коммуникации с клиентами с использованием широких возможностей искусственного интеллекта. Миниатюрное высокотехнологичное устройство подключается непосредственно к транспортному средству для мониторинга и контроллинга всех процессов. В онлайн режиме осуществляется автоматизированная аналитика действий водителя (или пользователя другого объекта в лизинге), предотвращается неправомерное использование имущества, имеется возможность передачи информации страховой компании, аварийным службам (ремонтным бригадам). Поведение лизингополучателя в отношении объекта лизинга системно анализируется и может служить основанием для изменения условий договора лизинга (прекращение, пролонгация и заключение новых договоров на более выгодных условиях).

Список использованных источников:

Гражданский Кодекс РФ, § 6. Финансовая аренда (лизинг), ст. 665–670 (в действующей редакции с изм. и доп. на текущую дату).

UDK 318

Elena A. Fursova

Ph.D. in Economic sciences, Associate Professor,

Nikolay N. Makarov

student

Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University,
Saint Petersburg, Russia

**FINANCIAL LITERACY: VEHICLE LEASING AS A CLASSIC OF THE GENRE
OF DOING BUSINESS**

The article discusses the classic concept of «leasing» so that it becomes understandable as it possible for beginning specialists in the field of economics and finance, who want to improve their own financial literacy, to understand the essence of this service with a clear example.

Key words: leasing, crediting, rent, financial service, business, vehicle.

УДК 336.63

Хижняк Юлия Константиновна

Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

тел. +7-927-518-12-23

e-mail: eaz-201_991678@volsu.ru

Научный руководитель:

д.э.н., доцент, заведующий кафедрой теории финансов, кредита и налогообложения

Горшкова Наталья Валерьевна

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ДИВЕСРИФИКАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ

В статье проводится сравнительный анализ портфелей, состоящих из одного вида активов, и диверсифицированного портфеля. Эффективность портфелей сравнивается по таким показателям, как доходность, риск, коэффициент Шарпа.

Ключевые слова: инвестиционный портфель, диверсификация, риск, доходность, коэффициент Шарпа.

Основной задачей рационального инвестора является вложение денежных средств в такие инструменты, которые дадут наиболее высокую доходность при наименьшем риске. Именно такой подход для оценки эффективности инвестиционного портфеля используется в модели Уильяма Шарпа. Одним из способов снижения рисков инвестиционного портфеля является диверсификация – вложение денежных средств не в один инструмент, а сразу в несколько, что позволяет уменьшить риск за счет того, что возможные невысокие доходы по одним ценным бумагам будут компенсироваться высокими доходами по другим ценным бумагам. Минимизация рисков достигается в том числе и за счет включения в портфель различных классов активов: например, долевых ценных бумаг, долговых ценных бумаг, товаров [1, с. 18].

Проверим, насколько эффективен диверсифицированный портфель по сравнению с отдельными активами. Возьмем биржевые паевые инвестиционные фонды Сбербанка на индекс акций Московской биржи, индекс облигаций Московской биржи и на золото. Динамика цен на данные фонды приведена на рисунке 1.



Рис. 1 – Динамика цен на биржевые паевые инвестиционные фонды Сбербанка

На рисунке 1 видно, что на 1 января 2019 года цена пая каждого из инвестиционных фондов равнялась 1000 рублей (округлено для упрощения расчетов: стоимость пая фонда на Золото – 1038,45 рублей, стоимость пая фонда на индекс МосБиржи полной доходности брутто – 1029,27 рублей, стоимость пая на индекс МосБиржи государственных облигаций – 1000 рублей). В течение двух с половиной лет (10 кварталов) стоимость паев вышеуказанных фондов очень сильно менялась: был и планомерный рост, и сильное падение, после которого произошло довольно быстрое восстановление. В качестве расчетного периода будем использовать квартал, а не год, так как биржевые инвестиционные фонды Сбербанка имеют короткую историю и начали функционировать сравнительно недавно.

Смоделируем четыре инвестиционных портфеля:

1. Полностью состоящий из паев фонда Сбербанка на индекс акций МосБиржи;
2. Полностью состоящий из паев фонда Сбербанка на индекс государственных облигаций МосБиржи;
3. Полностью состоящий из паев фонда Сбербанка на золото;
4. Состоящий из вышеуказанных фондов в равных пропорциях, то есть диверсифицированный.

Пусть у инвестора в январе 2019 года было 120000 рублей, которые он инвестировал в 4 разные портфеля поровну. Рассчитаем динамику его возможных портфелей и их доходность (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ инвестиционных портфелей

Портфель	Инвестиционный портфель 1		Инвестиционный портфель 2		Инвестиционный портфель 3		Инвестиционный портфель 4	
	Дата	Стоимость, рублей	Доходность, %	Стоимость, рублей	Доходность, %	Стоимость, рублей	Доходность, %	Стоимость, рублей
Январь 2019	30000		30000		30000		30000,00	
Апрель 2019	32795,1	9,32	30422,1	1,41	30506,1	1,69	31241,10	4,14
Июль 2019	37175,4	13,36	32243,7	5,99	31303,5	2,61	33574,20	7,47
Октябрь 2019	37662,9	1,31	33316,5	3,33	34992,9	11,79	35324,10	5,21
Январь 2020	43321,8	15,03	35151,6	5,51	33761,1	-3,52	37411,50	5,91
Апрель 2020	34289,7	-20,85	34649,4	-1,43	43341,3	28,38	37426,80	0,04
Июль 2020	39002,4	13,74	37179	7,30	42979,5	-0,83	39720,30	6,13
Октябрь 2020	41306,1	5,91	37098	-0,22	50539,8	17,59	42981,30	8,21
Январь 2021	50814,3	23,02	37701,9	1,63	47427,9	-6,16	45314,70	5,43
Апрель 2021	51370,2	1,09	36307,5	-3,70	44948,1	-5,23	44208,60	-2,44
Итоговая доходность		71,23		21,03		49,83		47,36
Средняя доходность		6,88		2,20		5,15		4,45

Для наглядного примера изобразим динамику стоимости инвестиционных портфелей на графике (рисунок 2).

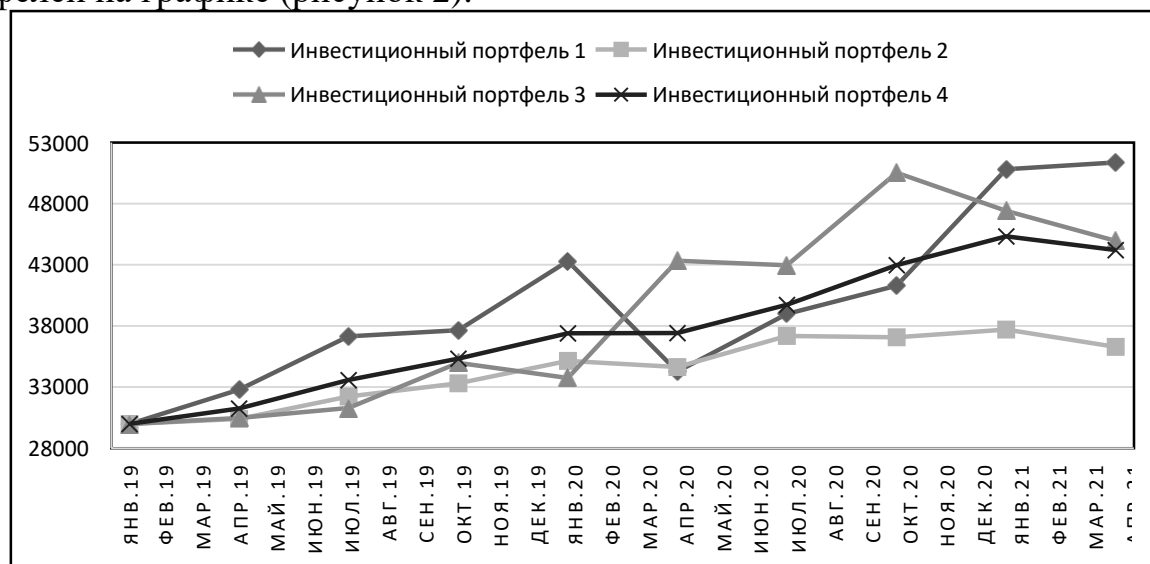


Рис. 2 – Динамика стоимости инвестиционных портфелей

На рисунке 2 видно, что инвестиционный портфель имеет равномерный рост и менее волатилен, чем остальные портфели.

Из таблицы 1 видно, что наибольшую доходность инвестор получил от портфеля 1, наименьшую – от портфеля 2. Учитывая, что эффективный портфель должен иметь не только высокую доходность, но и низкий риск, то необходимо рассчитать последний.

Мера риска должна некоторым образом оценивать степень возможного отклонения действительного отклонения от ожидаемого. Стандартное отклонение – мера, позволяющая это сделать, так как она является оценкой вероятного отклонения фактической доходности от ожидаемой [4, с. 179].

Рассчитаем риск (стандартное отклонение) для каждого из портфелей (таблица 2).

Таблица 2 – Расчет риска инвестиционных портфелей

	Инвестиционный портфель 1			Инвестиционный портфель 2			Инвестиционный портфель 3			Инвестиционный портфель 4		
	x	x-x̄	(x-x̄)²	x	x-x̄	(x-x̄)²	x	x-x̄	(x-x̄)²	x	x-x̄	(x-x̄)²
	9,32	2,44	5,94	1,41	-0,79	0,63	1,69	-3,46	11,96	4,14	-0,32	0,10
	13,36	6,48	41,94	5,99	3,79	14,34	2,61	-2,53	6,41	7,47	3,01	9,08
	1,31	-5,57	31,02	3,33	1,13	1,27	11,79	6,64	44,09	5,21	0,76	0,57
	15,03	8,14	66,34	5,51	3,31	10,93	-3,52	-8,67	75,10	5,91	1,45	2,12
	-20,85	-27,73	768,92	-1,43	-3,63	13,18	28,38	23,23	539,66	0,04	-4,41	19,48
	13,74	6,86	47,10	7,30	5,10	26,00	-0,83	-5,98	35,77	6,13	1,67	2,80
	5,91	-0,97	0,95	-0,22	-2,42	5,85	17,59	12,44	154,87	8,21	3,76	14,10
	23,02	16,14	260,45	1,63	-0,57	0,33	-6,16	-11,30	127,76	5,43	0,97	0,95
	1,09	-5,79	33,48	-3,70	-5,90	34,81	-5,23	-10,37	107,63	-2,44	-6,90	47,55
Сумма			1256,13			107,34			1103,25			96,75
Дисперсия			139,57			11,93			122,58			10,75
Риск (σ)			11,81			3,45			11,07			3,28

Из таблицы 2 видно, что самый высокий риск имеет 1 портфель (самый доходный), однако самый маленький риск имеет уже 4 портфель, то есть диверсифицированный (при том, что он имеет не самую низкую доходность).

Далее для определения эффективности портфеля (соотношение риск-доходность) рассчитаем коэффициент Шарпа по формуле:

$$S = \frac{R_a - R_f}{\sigma}$$

где S – коэффициент Шарпа,

R_a – доходность выбранного портфеля,

R_f – доходность безрискового актива,

σ – риск (стандартное отклонение) [2, с. 96].

В качестве безрискового актива возьмем государственные облигации, доходность по которым в среднем равна 6% годовых или 1,5% за квартал. Рассчитаем коэффициент Шарпа для каждого портфеля:

$$S_1 = (6,88 - 1,5) / 11,81 = 0,46;$$

$$S_2 = (2,2 - 1,5) / 3,45 = 0,2;$$

$$S_3 = (5,15 - 1,5) / 11,07 = 0,33;$$

$$S_4 = (4,45 - 1,5) / 3,28 = 0,9.$$

Как мы видим, самая высокая эффективность у четвертого портфеля, который диверсифицирован. Сведем все показатели в таблицу 3 и наглядно проанализируем качество каждого из портфелей.

Таблица 3 – Сравнительный анализ инвестиционных портфелей

Показатель	Доходность (итоговая за 10 кварталов)	Риск (σ)	Коэффициент Шарпа (S)
Портфель			
Инвестиционный портфель 1	71,23	11,81	0,46
Инвестиционный портфель 2	21,03	3,45	0,2
Инвестиционный портфель 3	49,83	11,01	0,33
Инвестиционный портфель 4	47,36	3,28	0,9

Из таблицы 3 видно, что инвестиционный портфель, который диверсифицирован, имеет среднюю доходность, самый низкий риск (волатильность) и самый высокий коэффициент эффективности Шарпа, близкий к 1, что говорит о его доходности выше среднего.

Таким образом, с помощью диверсификации мы можем сделать сформировать инвестиционный портфель не только с минимальным риском, но и с доходом выше среднего. Именно диверсификация позволяет компенсировать низкие доходы по одним активам за счет высоких доходов по другим активам. Благодаря этому портфель растет равномерными темпами и не имеет сильных просадок.

Список литературы

1. Алиев, А. Т. Управление инвестиционным портфелем : учебное пособие / А. Т. Алиев, К. В. Сомик. — 3-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 158 с. - ISBN 978-5-394-03765-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1092978> (дата обращения: 08.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Терехова А.Н., Васильева Т.И. Индексная модель Уильяма Шарпа // Хроноэкономика. - 2017. - №6 (8). – Текст: электронный. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/indeksnaya-model-uilyama-sharpa> (дата обращения: 08.05.2021).

3. Управляющая компания «Сбер Управление Активами» : [сайт] – Москва - . – URL: <https://www.sber-am.ru/> (дата обращения: 07.05.2021).

4. Шарп, У. Ф. Инвестиции : учебник / У. Ф. Шарп, Г. Д. Александер, Д. В. Бэйли ; пер. с англ. А. Н. Буренина, А. А. Васина. — Москва : ИНФРА-М, 2021. - 1028 с. — (Университетский учебник: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-016789-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1149645> (дата обращения: 08.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

UDC 336.63

Khizhnyak Julia Konstantinovna

Volgograd state university, Volgograd, Russia

phone: +7-927-518-12-23

e-mail: eaz-201_991678@volsu.ru

Scientific supervisor:

Doctor of Economics, associate professor, head of the Department of theory of finance, credit and taxation

Gorshkova Natalya Valerevna

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF DIVERSIFICATION ON THE EFFECTIVENESS OF THE INVESTMENT PORTFOLIO

The article provides a comparative analysis of portfolios consisting of one type of assets and a diversified portfolio. The effectiveness of portfolios is compared by such indicators as profitability, risk, and the Sharpe ratio.

Keywords: investment portfolio, diversification, risk, profitability, Sharpe ratio.

УДК 336.74

Цицилина Анастасия Сергеевна

89045070498, anastasiya_cicilina@mail.ru

Студент СПбГУПТД, кафедра Автоматизации технологических процессов и производств Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург, Россия

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита, доцент кафедры экономической теории

РАСЧЁТНО-КАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье рассматриваются особенности расчетно-кассового обслуживания для малого бизнеса, а также описано сравнение разных тарифов в различных банках.

Ключевые слова: расчетно-кассовое обслуживание, малый бизнес, тариф, банк.

Одним из основных видов деятельности практически любого банка на сегодняшний день остается комплекс работ по расчетно-кассовому обслуживанию (РКО) индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. И это неудивительно, ведь данная услуга предоставляет широкий спектр возможностей: выдача зарплаты, оплата налогов, инкассация выручки, проведение валютно-обменных операций и т.д. Однако при открытии своего бизнеса возникают достаточно актуальные вопросы: где открыть РКО? Можно ли доверить свои финансовые операции данному банку? Что вообще входит в РКО?[1]

Вообще суть РКО заключается в том, чтобы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель мог выбрать тарифный план, который подходит ему, после чего подать заявление в банк на открытие и обслуживание счета. Также стоит отметить две вещи: открытие счета может быть как в рублевой, так и в любой иностранной валюте; выбранный тариф предоставляет услуги целым пакетом, так что важно сразу решить, что важно для предпринимателя. [2]

Выбрать правильный тариф или пакет услуг, предоставляемый банком, необходимо в соответствие со спецификой бизнеса. Правильный тарифный план позволяет компании совершать практически все финансовые операции – от выплаты зарплат сотрудникам до бухгалтерских отчетов. Для того, чтобы подключить РКО требуется не более пяти рабочих дней.

Также стоит сказать, что отличий в расчетно-кассовом обслуживании для ООО и ИП нет. Все различия в документах необходимых для открытия счета. Так, например, у ООО могут потребовать предоставить всю бухгалтерскую и финансовую отчетность за последний год. А вот ИП по закону, например, может использовать расчетные счета как свои собственные, после выплаты налогов. Кроме того, для ИП большинство банков предлагают РКО с бесплатным обслуживанием, что подчеркивает их выгодность.[1]

Какой же банк выбрать для РКО? Для того, чтобы определиться, необходимо сравнить между собой условия работы по некоторым показателям.

Например, сравнить между собой тарифы, стоимость услуг, узнать скорость транзакций, условия кредитов для клиентских организаций и др. Если компания часто работает с зарубежными контрагентами, то необходима возможность использования валютного счета. Все зависит от специфики компании, как уже было сказано выше.[3]

А вот для выбора нужного тарифа стоит опираться немного на другие критерии: количество операций с финансами за определенный период, какая приблизительно прибыль, планируется обналичивание, будут ли кредиты и т.д.[3]

Сравним несколько популярных тарифов у различных банков. У банка «Тинькофф» возьмем тариф «Профессиональный», у банка «Ак Барс» тариф «Легкий старт», у «Альфа Банка» тариф «Удачный выбор» и у «Локо Банка» тариф «безлимит». Объединяющим фактором, для всех этих тарифов является совершенно бесплатное открытие счета что не может не радовать. Далее можно посмотреть на цену обслуживания – у «Ак Барса» она самая дорогая – 490руб./мес. У остальных же обслуживание бесплатное. Но самое большое различие в лимите перевода физическим лицам. Так, например у «Альфа-банка» лимит до 6 000 000 рублей. А у «Тинькоффа» всего до 150 000. У «Ак Барса» до 200 000, а у «Локо Банка» до 500 000. Также стоит отметить, что переводы у всех банков возможны без комиссии.

Итак, в заключение, хотелось бы сказать, что условия РКО могут быть совершенно разными, и иметь огромные различия в некоторых критериях. Поэтому хотелось бы сказать, что выбор тарифа и банка зависит от масштаба предприятия, возможности работы с зарубежными контрагентами и от самого ИП.

Список литературы

5. Дайджест ЛокоБанк URL: «<https://www.lockobank.ru/articles/banki/rko-chto-eto/>»

6. «РКО для ИП и ООО» URL: «<https://www.vbr.ru/biznes/help/raschetno-kassovoe-obslyuzhivanie/>»

7. Финансовый супермаркет «банки.ру» URL: «<https://www.banki.ru/products/rko/>»

UDC 336.74 Cicilina Anastasiya Sergeevna

89045070498, anastasiya_cicilina@mail.ru

Student of SPbGUPTD, Department of Automation of technological processes and industry

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg,

Russia

Scientific supervisor: Marianna V. Smirnova

Associate Professor, Ph. D. in Economics, Lecturer of the Department of Accounting and Audit. Lecturer of the Department of Economic Theory

CASH AND SETTLEMENT SERVICE FOR SMALL BUSINESS

The article discusses the features of cash and settlement service for small business, as well as describes the comparison of different tariffs in different banks.

Keywords: cash and settlement service, small business, tariff, bank.

УДК 658:332.7

Черкалина Кристина Юрьевна

студент

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

8-999-236-25-69, kristina_cherkalina@mail.ru

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории
Домбровский Сергей Владимирович

ОШИБКИ И РИСКИ ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ

Актуальность таких проблем, как оценка риска инвестирования в недвижимость и необходимость поиска новых активов для инвестирования на финансовом рынке рассмотрены в работе.

Ключевые слова: инвестиции, риск, недвижимость, инвесторы.

Наиболее распространенный риск, который имеют инвесторы при покупке недвижимости, – неверный выбор локации. Локация решает массу всех сопутствующих вопросов, начинающие инвесторы очень часто подкупаются на низкие цены от застройщика или же всевозможные акции, при этом не проанализировав спрос. Основная задача покупки недвижимости: подобрать экономически эффективный объект. Первая важная задача в локации, – это спрос. Далее: транспортная доступность и перспектива в ее развитии, в этом случае есть как минусы (перекрытие дорог из-за новой стройки, сужение шоссе), так и плюсы (открытие новых станций метро, изменение транспортного сообщения). Назначение объекта – важный момент, на который нужно обращать внимание.

Для более безошибочного инвестирования в новостройки нужно обращать внимание на самого застройщика. Если объект попадает в долгострой, и это может продлиться на неопределенный срок, это очень сильно скорректирует доходность. При приобретении реконструированных объектов обязательно проверяется договор. Чаще всего здания, в котором приобретаются объекты, находится на арендованной городом земле, т.е. действующий договор, который заканчивается в ближайшее время, может быть продлен городом, только если ему это нужно. И тогда, люди, проживающие в данном доме, либо те, которые сдают, могут попасть под снос.

Не меньшего внимания заслуживают реализованные застройщиком ранее объекты. Практически никто из застройщиков вовремя не сдает свои объекты, особенно это касается апартаментов (возможное попадание в долгострой). Как правило, у объекта, который долго строят, низкое качество стройки. Проблемы могут встречаться: нехватка отопления; плохое обслуживание энергоснабжающими организациями; нехватка электричества. И все это влияет на проживание в данном объекте.

Часто инвесторы не учитывают дополнительные накладные расходы. При расчете своих трат примерно прикидывается арендная плата, при этом не

учитывая дополнительные расходы. Например, на объект, находящийся где-то далеко от местопребывания, добавляются транспортные расходы, и часть дохода будет отправляться только туда.

Вторая возможная статья расходов – расходы на рекламу. Стоимость для арендатора постоянно увеличивается.

Инвестиции в недвижимость состоят из большого количества составляющих: ставка аренды в сутки; переменные расходы на коммуналку; затраты на уборку; затраты на рекламу; затраты на поддержание объекта в хорошем состоянии; затраты на его улучшение.

В долгосрочной и посуточной аренде существует амортизация, примерно сопоставимая с вопросом эффективности управления объектом. Очень многие рассчитывают, что их объект будет загружен 100% на протяжении всего года. Но не стоит забывать, что даже если человек берет долгосрочную аренду, есть вероятность того, что он выйдет и придется пересдавать объект этот промежуток времени пока его не будет. Из-за этого появляется частая ротация арендаторов, которая приводит к повышению риска износа помещения.

Многие люди допускают ошибку, когда не планируют возможный выход из проекта. Поэтому при начальном этапе инвестирования сразу же планируется и срок выхода из проекта.

Разнообразие вариантов инвестирования оправдывает себя на всех этапах этого процесса. Можно сколько угодно приводить в порядок домик на окраине Варшавы, но по удивительному стечению обстоятельств астероид решит приземлиться именно на него. Во избежание последующей депрессии и банкротства, лучше часть инвестиций пустить и в другие направления, чтобы в непредвиденном случае иметь еще несколько источников дохода.

UDC 658:332.7

Cherkalina Christina Yurievna

student

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

8-999-236-25-69, kristina_cherkalina@mail.ru

Academic Supervisor: Senior Lecturer of the Department of Economic Theory Dombrovsky Sergey Vladimirovich

ERRORS AND RISKS WHEN INVESTING IN REAL ESTATE

The relevance of such problems as the assessment of the risk of investing in real estate and the need to search for new assets to invest in the financial market.

Key words: investments, risk, real estate, investors.

УДК 338.47

Чернова Дарья Владленовна

Студентка группы 3-ГДА-7

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Россия

Тел: +79533630988, E-mail: dariachernova19@gmail.com

Научный руководитель: Домбровский С.В., ст. преподаватель кафедры экономической теории

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ БЕСПИЛОТНОГО ТРАНСПОРТА В АСПЕКТЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

В статье анализируются преимущества и недостатки использования в коммерческих перевозках беспилотного транспорта на базе электродвигателей, а также гибридного и водородного топлива.

Ключевые слова: беспилотный транспорт, Парижское соглашение, углеродный след

Проблемы экологии сегодня достаточно серьезны. Так на саммите ООН по климату, который проходил в 2019 году, были оглашены следующие цифры: в период 1880–2012 годов средняя глобальная температура на планете повысилась на 0,85 С; таяние ледников и уменьшения снежного покрова в зонах Арктики и Антарктики стало причиной того, что за последние сто лет среднемировой уровень моря повысился на 19 см; существующая тенденция выброса углекислого газа в атмосферу приведет к тому, что примерно через 80 лет средняя глобальная температура повысится на 2⁰, среднемировой уровень моря повысится на 63 см; при полном прекращении выбросов углекислого газа в атмосферу существующие последствия изменения климата еще будут сохраняться на протяжении нескольких столетий.

По итогам саммита более 60 стран подписали документ, регламентирующий снижение углеродного следа в атмосфере до минимальных значений в течение следующих 50 лет. Данное решение стало продолжением Парижского соглашения, в котором говорится о борьбе с изменением климата с целью удержания глобального повышения температуры в пределах 2 [1].

В настоящий момент в мире актуализируется достаточно большое количество промышленных решений, способствующих уменьшению выбросов углекислого газа в атмосферу. Одним из эффективных решений является отказ от двигателей внутреннего сгорания в пользу использования беспилотного электротранспорта. Так в планах РФ стоит замена одной десятой части коммерческого транспорта на беспилотный уже к 2030 году, т.к. в данной технологии очень заинтересованы логистические центры, аэропорты, морские порты, технопарки, сельскохозяйственные предприятия.

Вместе с тем возникает вопрос об экологичности беспилотного электротранспорта транспорта, связанной, прежде всего, с производством и утилизацией батарей, т.к. споры о его безопасности для окружающей среды ведутся до сих пор. Так углеродный след от эксплуатации электрических машин гораздо

меньше, чем от использования машин с двигателями внутреннего сгорания. Во многом это связано с тем, что использование беспилотного транспорта дает возможность перераспределению самих выбросов за счет уменьшения пробок в городе. Что касается утилизации, то ею занимаются специальные лицензированные на данный вид деятельности компании.

Затраты на производство беспилотного электротранспорта однако существенны, т.к. увеличение производства электромобилей приводит к увеличению стоимости лития и литиевых аккумуляторов, которые нуждаются в замене раз в пять лет. Так, с января по апрель 2021 года цена лития на мировых биржах увеличилась вдвое с 45000\$ до 90000\$ за тонну. При этом стоимость аккумулятора составляет примерно 10% от стоимости электрокара. И по мнению аналитиков спрос на литий не будет снижаться в ближайшее время.

Решением данной проблемы стало бы использование в беспилотном транспорте гибридного топлива водородными элементами. Данный вид энергии станет особенно востребованным при работе беспилотного транспорта на магистральных перевозках, т.к. электрические батареи менее эффективным на больших расстояниях, нежели топливо или газ. Тем не менее еще не решены проблемы надежного хранения водородного топлива, уменьшения веса и размера двигателя на водородном топливе, не реализована схема производства водорода в промышленных масштабах. Вследствие этих нерешенных проблем серийный выпуск водородных беспилотных автомобилей откладывается на неопределенный срок.

Список использованных источников

1. Парижское соглашение // Организация объединенных наций URL: <https://www.un.org/ru/climatechange/paris-agreement#> (дата обращения: 11.04.2021)

UDC 338.47

Chernova Daria Vladlenovna

Group student 3-GDA-7

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Russia

Tel: +79533630988, E-mail: dariachernova19@gmail.com

Scientific director: Dombrovsky S.V., Art. Lecturer, Department of Economic Theory

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Russia

PROBLEMS AND PROSPECTS OF UNMANNED ELECTRIC TRANSPORT IN THE ASPECT OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

The article analyzes the advantages and disadvantages of using unmanned vehicles based on electric motors, as well as hybrid and hydrogen fuel, in commercial transportation.

Keywords: driverless transport, Paris Agreement, carbon footprint

УДК: 632.15

Чигиринова Марина Владимировна

К.т.н., доцент, доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Россия

т. 310-35-66, chiginova61@mail.ru

ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ И ЗАЩИТЫ ЭКОЛОГИИ

В статье рассматривается роль инноваций, с одной стороны, как причины загрязнения окружающей среды, приводящего к необратимым последствиям нарушения экологического баланса, а с другой - как единственно возможного пути оздоровления природы и ресурсосбережения.

Ключевые слова: экология, ресурсы, загрязнение, утилизация, сбережение, отходы.

Антропогенное влияние на биосферу привело к необратимым последствиям, и многое, что казалось постоянным и нерушимым стало меняться далеко не в лучшую сторону.

Лавинообразный рост промышленного производства, развитие науки и новых технологий, научно-технический прогресс и его плоды – все это, в конечном счете, нанесло непоправимый урон природе: начиная от уменьшения озонового слоя и загрязнения космического пространства, заканчивая загрязнением океанских глубин пластиком, дрейфующих островах мусора, по размеру сопоставимых с размером материков.

И хотя большинству людей стала очевидна собственная вина в негативном влиянии их деятельности, приводящей к изменению климата, таянию ледников, загрязнению мирового океана, гибели животных, отравленным нефтепродуктами и попавших в пластиковые ловушки и многому другому; но не все готовы в чем-то себя ограничить для преодоления сложившейся проблемы. Прежде всего необходима трансформация сознания, воспитание экологического мышления людей.

На сегодняшний день ситуация меняется, постепенно наступает осознание потребности переориентации всех производств на экологичные и ресурсосберегающие технологии на фоне приближающейся экологической катастрофы.

К основным путям преодоления существующих проблем и сохранения экологии можно отнести рационализацию использования природных ресурсов, из них:

- водных ресурсов; на основе экономии и очистки пресных вод или опреснения соленых, как это делают в Японии. Уже работают опреснительные станции, обеспечивающие питьевой водой целые районы прибрежных городов в Японии. Применяемые инновационные методы очистки позволяют позиционировать опресненную воду, как лечебную и невероятно полезную для организма, так как она сохраняет микроэлементы морской воды, правда наиболее дорогая очищенная вода, «Kona Nigari» добывается на глубине около 278 метров, в районе Гавайев.

Прогнозируют, что если сейчас только каждый шестой человек на планете сталкивается с нехваткой питьевой воды, то к 2025 году дефицит питьевой воды ощутят на себе и жители большинства развитых стран. Лидерами в использовании технологий опреснения морской воды необходимых масштабах являются Япония и США, обладающие необходимым научным и техническим потенциалом.

Огромные масштабы использования воды в промышленном производстве, ее загрязнение и выбросы в водоемы, также требуют повсеместного внедрения разных методов экономии и очистки (табл.1).

Таблица 1- Потребность воды для производства одной тонны продукции [2].

№	Использование воды в промышленном производстве	Литры
1	Шерстяные ткани	400 000
2	Хлопчатобумажные ткани	250 000
3	Бумага	236 000
4	Бумага, экономичный способ	150 000
5	Чугун	130 000
6	Сталь	86 000
7	Бензин авиационный	25 000
8	Чугун, экономичный способ	12 000
9	Добыча бокситов	12 000
10	Добыча железной руды	4 000

- минеральных ресурсов. 90% извлекаемых из недр минеральных ресурсов (топливных и пр.) превращаются в отходы. Необходимо разрабатывать и применять инновационные технологии для их многократного использования и переработки.

- использование почв. Это один из ключевых вопросов в борьбе с голодом, который становится вполне реальным в странах с бедными почвами. Уменьшение производства продовольствия даже на 1% может привести к гибели от голода миллионов человек [1].

Опасность потери плодородных и посевных площадей растет по причине их заражения отходами, обеднения и опустынивания большого количества территорий. За не столь длительный в истории существования земли период хозяйственной деятельности человека 1 млрд. гектаров некогда продуктивных земель были превращены в пустыню [2].

Помимо такой значимой глобальной проблемы опустынивания возникает не менее опасная проблема – сокращение лесных площадей.

- деградация лесных угодий продиктована хищническим его потреблением обусловленным высокими ценами и спросом на древесину, которая по большей части используется как топливо. Сохранение лесов – вопрос выживания человечества, так как леса являются главным продуцентом кислорода, а снижение содержание кислорода в воздухе и его загрязнение, может привести в дальнейшем к апокалиптическим картинах продажи очищенного воздуха и кислорода.

Но одного осознания сложившихся и обретших невероятную остроту проблем

недостаточно, как недостаточно и бессистемных, локальных мероприятий, которые проводятся на данный момент в некоторых странах. Необходима сбалансированная действующая система, направленная на оздоровление экологии, которая объединит опыт отдельных стран и отраслей (рисунки 1). Эта система будет основана на инновационных технологиях ресурсосбережения, как неотъемлемой части борьбы за чистую планету, основными ее элементами будут являться:

1) Реутилизация, или так называемый рециклинг – это повторное или многократное использование ресурсов. Рециклинг уже активно применяется в разных производственных процессах, ниже мы рассмотрим пример эффективного применения рециклинга.

2) Ресурсосберегающие технологии, например, новые технологии в металлургии, такие как изготовление деталей из пресс-порошков. Порошковая металлургия существенно снизит потери металла до 5-7 % с 60-70% как происходит при металлообработке литья и проката.

Помимо этого, такие технологии снижают загрязнение окружающей среды. Нужно возродить старый опыт сбора металлолома, это тоже является и вариантом рециклинга, что отражает взаимосвязь рассматриваемых методов.

3) комплексное использование сырья, основанное на максимально полном использовании природного сырья и всех его компонентов с ориентацией на безотходную его переработку. Например, переработка такого органического сырья как торфа, сланца, угля и нефти. Современные технологии позволяют при коксовании угля в металлургии, при выделении коксового газа и смолы получать массу полезных веществ, таких как: фенолы, пиридин, аммиак, водород, этилен, ароматические углеводы и пр.



Рис. 1. Решение проблемы нерационального использования ресурсов и загрязнения экологии.

Ресурсосбережение и снижение уровня загрязнения окружающей среды -

две стороны одной медали. Для системных действий в этой сфере необходимо развитие инновационного потенциала, который позволит создать механизм, направленный на создание биосферного круговорота веществ. Он будет способствовать не только ликвидации свалок промышленных и бытовых отходов, но и позволит сохранить и восстановить природные ресурсы там, где это возможно.

Каждый на своем месте может способствовать процессам ресурсосбережения, сортируя отходы, повышая свою культуру потребления, выбирая экологичные товары длительного использования. Без формирования нового, «зеленого», мышления невозможно выстроить новую систему оздоровления экологии и ресурсосбережения, оно должно быть присуще как менеджерам самого высокого уровня, принимающим самые значимые решения в этой сфере, так и простым потребителям и школьным учителям, которые будут закладывать основы экологического мышления на начальных этапах обучения.

Для реализации этих процессов необходимо повсеместное внедрение инновационных технологий, которые позволяют не только сохранить природу, но и зачастую приводят к экономии затрат предприятия.

Одной из наиболее острых проблем является, как было сказано выше, неэффективное использование водных ресурсов (*табл.1*)

Не смотря на высокие затраты на ресурсосберегающие технологии, эти затраты многократно окупаются, и даже локальное применение инновационных технологий может стать отправной точкой оздоровления планеты.

Пример внедрения ресурсосберегающих технологий можно привести на основе применения рециклинга в компании ООО «СеверКам»*, производящей габбро-диабаз, минерал, применяемый во многих сферах, таких как строительство домов, парков, набережных, памятников, фонтанов, фасадов зданий.

Старый, традиционно используемый метод нарезки камня требует затрат очень большого количества водных ресурсов и энергоресурсов.

Применение технологии фильтрации и циркуляции воды в горнодобывающей промышленности позволит существенно снизить потребление воды и обеспечить более экологически чистое производство.

В системе водоснабжения «СеверКам» вода после производства с помощью водоотливных установок отводится в ближайшие водные объекты. Суммарный объем отводимых сточных вод из карьеров в водные объекты составляет в среднем до 4 320 м³/год. Это очень большие затраты ресурсов, которые приводят и к загрязнению воды, так как вода после производства со всеми частицами грязи попадает в водоемы. Поскольку для распилки камня нужно много воды, то целесообразно производство оснастить специальной техникой для повторного использования и очищения воды.

Для данной цели можно использовать специальную установку - скруббер. Такое решение является одним из наиболее рентабельных. Оно ведет к уменьшению количества используемой и, как следствие, сбрасываемой воды. Ведь воду, которая используется в производстве можно рециркулировать как

оборотную воду. Скруббер используется для очистки воды от загрязнений с формированием потока сточной воды [3].

Для воды, используемой в производстве, делается отвод небольшого размера. Сточные воды от скрубберов нейтрализуются и фильтруются, прежде чем попасть в циркуляционный резервуар [4]. В циркуляционном резервуаре происходит прогон воды. Оттуда вода поступает в отстойник, далее воды из отстойника используются заново на производстве.

К преимуществам этой, новой для предприятия технологии, относятся следующие:

1. Высокая степень очистки воды - некоторые скрубберы могут улавливать достаточно небольшие твердые частицы.

2. Относительно низкая стоимость, за счет этого уменьшается себестоимость продукции, увеличивается прибыльность предприятия.

3. Универсальность применения. Скрубберы могут не только очищать воду, но и использоваться для очистки воздуха [5].

Как известно из данных предприятия, на предприятии расходуется около 12 000 литров воды в день, следовательно, 4 320 000 литров в год.

Количество используемой воды на один только процесс распила поражает. Для предприятия такие затраты водных ресурсов экономически невыгодны, поэтому их нужно сократить. Как правило, при использовании скруббера воду можно рециркулировать три раза, то есть расходы на воду тоже снижаются в три раза.

Вместо 12 000 литров воды, необходимой ранее, потребуется 4 000 литров благодаря применению скруббера, что составит в год -1440 000 литров и приведет к годовой экономии 2 880 000 литров.

Эта экономия в год, выраженная в рублях, будет весьма существенной – 72 000 рублей, что составит 66% затрат на воду. Следствием этого будет понижение себестоимости производимой продукции. Цена данной установки и её комплектующих составляет 150 000 рублей, что быстро окупится.

К тому же, рассмотренная технология позволяет меньше расходовать водных ресурсов что способствует улучшению экологии прилегающего района.

Таким образом, приведенный пример продемонстрировал нам, как инновационные технологии и их применение могут не только приводить к экологическим катастрофам, но и служить целям ресурсосбережения и сохранения планеты и ее прекрасной природы.

ООО «СеверКам»* - условное название компании, используется в связи с требованием исследуемого предприятия.

Список литературы

1. Бабина Ю. В. Охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности на предприятии. - Изд.: НОУ НУМЦ, 2009. - С. 131.

2. Дрогомирецкий И. И., Кантор Е. Л. Охрана окружающей среды. Экономика и управление. - Изд.: Феникс, 2010.- С.157.

3. В. А. Гребенюк, Справочник по горнорудному делу. Под ред. В. А. Гребенюка Я. С. Тытьянова, И. Е. Ерофеева. М., Недра, 2016

4. Рябчиков Б.Е. Современные методы подготовки воды для промышленного и бытового использования. – М.: ДеЛи принт, 2016. – 328 с.

5. Самыгин В.Д., Игнаткина В.А. Процессы и аппараты очистки сточных вод. Учебник. – 2019. – 223 с.

UDC: 632.15

Chigirina Marina Vladimirovna

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor, Department of Management

FSBEI of HE St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia

t. 310-35-66, chigirina61@mail.ru

INNOVATION AS A TOOL FOR RESOURCE SAVING AND ENVIRONMENTAL PROTECTION

The article examines the role of innovation, on the one hand, as a cause of environmental pollution, leading to irreversible consequences of violation of the ecological balance, and on the other hand, as the only possible way to improve nature and save resources.

Key words: ecology, resources, pollution, utilization, saving, waste.

УДК 336.74

Чичкарева Наталья Андреевна

Студент СПбГУПТД, кафедра Автоматизации технологических процессов и производств
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

89213827687, rins234@gmail.com

Научный руководитель: Смирнова Марианна Витальевна, к.э.н., доцент кафедры
бухгалтерского учета и аудита, доцент кафедры экономической теории

СИСТЕМЫ ДЕНЕЖНЫХ ПЕРЕВОДОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассматриваются особенности различных систем денежных переводов, а также их сопоставление по нескольким показателям

Ключевые слова: платежные системы, системы денежных переводов, Western Union, Contact, Золотая Корона, Юнистрим

Когда заходит речь о денежных переводах, то у многих сразу возникают ассоциации с почтой, огромными очередями и тратой времени впустую. Однако современному поколению повезло значительно больше, ведь сегодня решить проблему с денежным переводом можно с помощью множества различных финансовых компаний. Спектр их услуг настолько широк, что можно подобрать систему денежных переводов, которая устроит пользователя и по сервису, и по скорости доставки, и по стоимости. [1]

На данный момент в Российской Федерации доступны чуть больше двадцати платежных систем. Самыми известными из них: Western Union, Юнистрим, Золотая Корона, Contact и др. Вот только какую из систем будет выгоднее использовать? Проведем сопоставление по самым важным критериям: размер комиссии, скорость доставки, лимит перевода и распространенность. [2]

Western Union является, вне всяких сомнений, самой распространенной системой денежных переводов. Мало того, что ее точки расположены более, чем в двухстах странах, так еще и на территории РФ она поддерживается практически во всех банках. Скорость перевода моментальная. Лимит по переводу 5 тыс. долларов. Все идеально, за исключением самой дорогостоящей комиссии – она полностью зависит от суммы перевода и может достигать 10%, а при переводе между городами в России – 5% [3].

Точки системы денежных переводов Contact располагаются практически в 160-ти странах мира, и данная сеть довольно популярна в России, так что тоже поддерживается практически каждым банком. Время перевода будет занимать более 15-ти минут, однако такая скорость перевода сглаживается комиссией – всего 1,5%, если в рублях и 2-3%, если в другой валюте. Лимит по переводу 5 тыс. долларов. [4]

Юнистрим – платежная система более скромная, так как содержится только в 11-ти странах мира, но это без учета стран СНГ. Однако в России ее популярность довольно велика, поэтому данная компания работает более, чем со 140 банками нашей страны. Комиссия для переводов по городам составляет всего

1%, во все же остальные страны необходимо рассчитывать отдельно, в зависимости от точки расположения отделения и суммы перевода. Скорость перевода более 10-ти минут. Лимит по переводу не более 900 000 рублей. [5]

Одна из самых популярных систем переводов в странах СНГ – Золотая Корона. Однако количество зарубежных стран с этой системой сильно ограничено, их всего 9. Комиссия начисляется по-разному от 0,5% до 1,5%. Время перевода – мментальное. Также стоит сказать, что сеть настолько распространена и имеет такое количество партнеров, что переводы можно проводить даже через терминалы и салоны связи. Лимит по переводу не более 900 000 рублей. [6]

Подводя итоги, хотелось бы сказать, что на данный момент в нашей стране существует довольно большой выбор систем денежных переводов, что невероятно важно, ведь еще не так давно Western Union были монополистами в этой области. Сегодня в каждом банке России можно найти несколько вариантов переводов, и каждый сам может выбрать что ему необходимо на данный момент. Если это перевод за границу, то всегда можно обратиться к Western Union, но даже тут есть альтернатива – Contact. Если переводы междугородние – то Золотая Корона или Юнистрим. Но не стоит забывать, что денежных систем больше двадцати, и всегда можно обратиться к другим - главное делать это с умом.

Список литературы

1. «Банки.ру» URL: [«https://www.banki.ru/wikibank/sistema_deneznyih_perevodov/»](https://www.banki.ru/wikibank/sistema_deneznyih_perevodov/)
2. Финансовая культура URL: [«https://fincult.info/article/denezhnye-perevody-kak-eto-rabotaet/»](https://fincult.info/article/denezhnye-perevody-kak-eto-rabotaet/)
3. Western Union URL: [«http://www.westernunion.ru/»](http://www.westernunion.ru/)
4. Contact URL: [«https://www.contact-sys.com/»](https://www.contact-sys.com/)
5. Юнистрим URL: [«http://unistream.ru/»](http://unistream.ru/)
6. Золотая Корона URL: [«http://www.perevod-korona.com/»](http://www.perevod-korona.com/)

UDC 316.33

Chichkareva Natalya Andreevna

Student of SPbGUPTD, Department of Automation of technological processes and industry

Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint Petersburg, Russia

Scientific supervisor: Marianna V. Smirnova

Associate Professor, Ph. D. in Economics, Lecturer of the Department of Accounting and Audit.

Lecturer of the Department of Economic Theory

MONEY TRANSFER SYSTEMS IN THE DIGITAL ECONOMY

The article deals with the features of various money transfer systems. It also discusses their multi-indicator comparison

Keywords: payment systems, money transfer systems, Western Union, Contact, KoronaPay, Unistream

УДК 336.330

Шахова Анна Сергеевна

студентка

Научный руководитель: Лашкова Ирина Антоновна

доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,

Санкт-Петербург, Россия

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ

В статье анализируется необходимость диверсификации инвестиционных рисков, ее способы и виды.

Ключевые слова: диверсификация, инвестиции, риск, потеря

Управление инвестициями и финансами всегда было в центре внимания многих людей. Известный экономист, лауреат Нобелевской премии Джеймс Тобин однажды сказал: «Не кладите яйца в одну корзину, но не кладите их в слишком много корзин». Все только помнят первую половину предложения и игнорируют важность второй половины. Более того, большинство людей также решили снизить способность своих личных активов к снижению рисков за счет диверсификации своих инвестиций. В этом подходе нет ничего плохого, но большинство из них допустили ошибки в процессе работы.

Например, если несколько платформ приобретают один и тот же или один и тот же тип продукта финансового управления, это не снижает риск инвестиций, а вместо этого накапливает риск того же типа продукта финансового управления[1]. Первоначальное намерение «Не класть яйца в одну корзину» состоит в том, чтобы дифференцировать риск распределения личных активов и снизить общий риск, вместо того, чтобы работать на нескольких платформах и избегать рисков, потому что работа нескольких платформ увеличит инвестиционные риски. Таким образом, множество корзин в ваших глазах, вероятно, всего лишь одна корзина.

Чтобы прояснить ценность диверсифицированных инвестиций, необходимо прояснить ещё одну очень важную инвестиционную концепцию - риск.

Инвестиционный риск — это вероятность возникновения частичной или полной потери вложенных средств[2].

Условно можно разделить инвестиционные риски на две категории:

1) Риск потери основной суммы.

Типичный пример - вложения в акционерный капитал. Теоретически, покупая акции компании (первичный или вторичный рынок), наибольшая возможная потеря - это потеря денег. Для большинства инвесторов невозможно нести такие инвестиционные убытки, поэтому необходимо найти способы снизить связанные с этим риски.

Когда цены на жилье начинают падать, недвижимость также рискует потерять основную сумму. Конкретные примеры включают Японию в 1990-х годах, Гонконг в 1998 году и США в 2008 году[3].

2) Риск потери покупательной способности.

Все инвестиции с фиксированным доходом, такие как депозиты, размещённые в банках, покупка казначейских векселей и т. д., подвержены этому риску. Номинально рыночная стоимость активов инвесторов не снизилась. Однако из-за воздействия инфляции фактическая покупательная способность этих фондов снизилась, и инвесторы также понесли убытки.

Поняв логику, упомянутую выше, можно понять значение диверсифицированных инвестиций: суть диверсифицированных инвестиций заключается в распределении рисков. Она ищет компромисс между множеством рисков. Поэтому, что бы ни случилось, инвесторы не обанкротятся и не потеряют свои деньги.

Цена диверсификации рисков - распределение доходов. Из-за диверсификации инвестиций среди активов, приобретенных инвесторами, всегда есть активы, которые работают лучше, и всегда есть активы, которые работают хуже. Таким образом, в конечном итоге инвесторы получают лишь среднюю доходность, и невозможно разбогатеть в одночасье.

Тут можно задаться вопросом: если человек может знать, какой актив будет работать лучше в следующий раз, разве нет необходимости в диверсификации инвестиций? Например, если он знает, что в следующий раз цена акции вырастет, он займет полную позицию по этой акции. Также он знает, что через несколько лет акции упадут, поэтому продает их все.

Теоретически, если человек знает, что случится дальше, ему действительно следует это сделать. Но проблема кроется в слове «знать». Фактически, большинство инвесторов не знают, что будет дальше. Другими словами, они думали, что знают это, но совсем не знали.

Например, в 2012 году большинство инвесторов на фондовом рынке, как правило, придерживались медвежьей позиции, поэтому они предпочли продать фонды акций (чистый отток около 100 миллиардов долларов США) и купить фонды облигаций (чистый приток около 250 миллиардов долларов США) [4].

В результате в 2013 году фондовый рынок США вырос на 35%, а рынок облигаций США практически не изменился. Те инвесторы, которые продавали акции и покупали фонды облигаций, потеряли за год 35% [5].

Каждый должен учитывать разнообразие и разброс по очень важной причине: вы никогда не узнаете, что будет дальше. Другими словами, будущее полно неизвестного.

Даже если человек получит точную «инсайдерскую информацию», которую никто не знает, он не сможет получить возврат инвестиций и даже может потерять много денег. Основная причина этого кроется в непредсказуемости будущего.

Многие люди не могут не спросить, как им диверсифицировать свои вложения?

1. Прежде чем инвестировать в управление финансами, человек должен иметь четкое представление о финансовых продуктах на рынке, а затем выбрать 2–3 способа инвестирования в соответствии с его ситуацией.

2. Не рекомендуется выбирать для инвестирования финансовые продукты с высоким риском, потому что, хотя финансовые продукты с высоким риском имеют высокую доходность, они не обладают достаточными возможностями защиты от рисков. Для большинства людей, которые вкладывают средства в управление финансами ради признательности, нецелесообразно совершать крупные покупки. Напротив, финансовые продукты с меньшими рисками относительно более подходят для вложений каждого.

3. Управление инвестициями и финансами не должно быть импульсивным: только видя высокую доходность, следует выбирать ссуды или занимать деньги для инвестиций.

На сегодняшний день существует множество платформ для управления внутренним капиталом, и большинство продуктов сталкиваются с явлением гомогенизации. Поэтому, выбирая платформу управления капиталом, вы должны выбирать более надёжные платформы, которые работают долгое время и обладают сильными возможностями защиты от рисков. В то же время, выбирая продукты для управления капиталом, вы также должны выбирать продукты, более проверенные временем, вместо того, чтобы слепо следовать тенденции, покупать новые продукты для управления капиталом и понести убытки.

Диверсификация является одним из важнейших инвестиционных принципов, о котором должен помнить каждый инвестор. Она может помочь эффективно распределять риски и справляться с неизвестным будущим.

Список использованных источников:

1. Что такое инвестиционные риски и как их избежать [Электронный ресурс]. – URL: <https://bcspremier.ru/knowledge/basics/cto-takoe-investicionnye-riski-i-kak-ikh-izbezhat/>, (дата обращения: 23.03.2021).
2. Стратегии управления капиталом [Электронный ресурс]. – URL: <https://equity.today/strategii-upravleniya-kapitalom.html>, (дата обращения: 24.03.2021).
3. Мировой финансовый кризис 2008 года и последствия для России [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20130816/956672411.html>, (дата обращения: 25.03.2021).
4. Биржевые медведи (Bears) России [Электронный ресурс]. – URL: <https://fortrader.org/birzhevoj-slovar/birzhevie-termini/birzhevye-medvedi-bears.html>, (дата обращения: 25.03.2021).
5. 5 «Бычьих» периодов в истории фондового рынка США [Электронный ресурс]. – URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/5-bychih-periodov-v-istorii-fondovogo-rynka-ssha>, (дата обращения: 25.03.2021).

UDC 336.330

Shakhova Anna Sergeevna

Student

Scientific supervisor: Irina Lashkova Associate Professor, Department of Management

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, St. Petersburg, Russia

DIVERSIFYING INVESTMENT RISKS

The article analyzes the need for diversification of investment risks, its methods and types.

Keywords: diversification, investment, risk, loss

УДК 336.330

Шахова Анна Сергеевна

студентка

Научный руководитель: Лашкова Ирина Антоновна

доцент кафедры менеджмента

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна,
Санкт-Петербург, Россия

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ, ВЕНЧУРНЫЕ ФОНДЫ

В статье анализируются виды венчурных фондов, их структура и особенности, а также их взаимодействие с предприятиями, и правила инвестирования.

Ключевые слова: инвестиции, фонд, листинг, прибыль

Фонды венчурного капитала также называются венчурными фондами и бизнес-ангелами[1]. Они определенным образом поглощают средства от организаций и частных лиц. Управляющие фондами инвестируют венчурный капитал в малые и средние предприятия, а также в развивающиеся компании с большим конкурентным потенциалом, особенно высокотехнологичные предприятия. Это инвестиционный метод, обеспечивающий финансистов долгосрочным акционерным капиталом и услугами с добавленной стоимостью. Он способствует быстрому росту предприятий и возвращает инвестиции путём листинга, слияний и поглощений или других переводов капитала несколько лет спустя и получает высокую окупаемость инвестиций[2].

Фонды венчурного капитала не требуют залогового обеспечения активов от венчурных компаний, а процедуры относительно просты. Его операционная политика направлена на получение высокой прибыли при высоких рисках. Фонды венчурного капитала в основном участвуют в инвестициях в форме акций. Их цель состоит в том, чтобы помочь инвестируемым компаниям как можно скорее созреть, получить квалификацию листинга и тем самым увеличить капитал. После того, как акции компании будут внесены в листинг, фонды венчурного капитала могут переводить капитал через рынок ценных бумаг и возвращать средства. Полученные доходы будут по-прежнему инвестироваться в другие венчурные компании.

Для венчурных компаний финансирование через венчурные фонды не только не несёт за собой долговую нагрузку, но и позволяет получить консультации экспертов, чтобы расширить рекламный эффект и ускорить процесс листинга. Венчурный капитал, посредством экспертного управления и портфельных инвестиций, особенно в высокотехнологичной отрасли, снижает отраслевой риск, вызванный длительным инвестиционным циклом. Так что высокий риск и высокая доходность высокотехнологичной отрасли могут быть эффективно сбалансированы, чтобы обеспечить стабильный приток средств на развитие отрасли. Кроме того, инвестор в фонде венчурного капитала может

получить богатую инвестиционную прибыль за счёт успешных инвестиционных операций.

Существует два основных способа выпуска венчурных фондов: одним из них является корпоративный венчурный фонд. Обычно иницируется компанией венчурного капитала с вкладом в капитал около 1%, они называются генеральными партнёрами. Остальные 99% поглощают капитальные вложения от институциональных инвесторов, таких как предприятия или финансовые и страховые учреждения, и называются партнёрами с ограниченной ответственностью. Акционеры этого общества несут только ограниченную ответственность.

Другой - это фонд венчурного капитала, который публично привлекается социальными инвесторами, котируется и распространяется. Его цель - привлечь внимание общественности и поддержать венчурный капитал в высокотехнологичных отраслях не только для удовлетворения их инвестиционных желаний с высоким риском, но и для обеспечения высокой доходности. Этот тип фонда, эквивалентен промышленному инвестиционному фонду, является закрытым и может быть свободно переведён после листинга[3].

Ниже представлены основные характеристики венчурных фондов:

1. Инвестиционные объекты: в основном малые, новые или неучтённые высокотехнологичные предприятия, не прошедшие листинг.
2. Инвестиционный цикл: общий рисковый капитал составляет 2-5 лет.
3. Норма возврата инвестиций: достаточно высокая, в среднем 20% -40%.
4. Цель инвестиций: вливание капитала или технологий, содействие развитию финансируемой компании и получение прибыли от прироста капитала и акций.
5. Способы получения прибыли: компании становятся публичными или переводят капитал (механизм выхода).

В процессе развития венчурных компаний с нуля, от малого до крупного, венчурные фонды не только предоставляют им средства, но и оказывают большое влияние на их структуру корпоративного управления.

В совете директоров венчурных компаний венчурным фондам требуется больше полномочий для принятия решений и составления соответствующих регулирующих договоров с компаниями. Это делает венчурные фонды не только инвесторами в традиционном смысле, но и акционерами, которые могут вносить предложения для развития бизнеса. В то же время из-за незавершённости договоров надзор венчурных фондов над предприятиями не совершенен. Это называется регулированием деятельности венчурных компаний через финансовые контракты

Количество раундов венчурного капитала тесно связано с жизненным циклом венчурных компаний. Когда чистая приведённая стоимость инвестиционного проекта отрицательна, поэтапное инвестирование позволяет фонду венчурного капитала сохранить за собой право отказаться от инвестирования и в то же время побуждает предпринимателей работать

усерднее. Это является надзором за венчурными компаниями посредством поэтапного инвестирования.

Также существует форма надзора за венчурными компаниями через совет директоров и контакт с менеджерами. В ней фонды венчурного капитала отличаются от обычных институциональных инвесторов. Большинство институциональных инвесторов не имеют мест в совете директоров. Все, что их волнует, - это состав совета, рабочие отношения между генеральным директором и менеджерами, а также поддержание независимости совета. Здесь же помимо участия в общем собрании акционеров, фонды венчурного капитала также проводят часть года в контакте с руководством венчурных компаний.

Фонды венчурного капитала должны тратить много времени на набор и подбор управленческих команд, улучшение структуры капитала компании и формулирование бизнес-планов.

Инвестирование в венчурные фонды сопряжено большим риском, поэтому человек, участвующий в этом, должен следовать некоторым правилам, позволяющим ему заранее подготовиться к возможным потерям, или не потерять голову от полученной прибыли[4].

1. Признание риска.

Независимо от того, какие это инвестиции, мы должны понимать, что любые инвестиции сопряжены с риском. Следует правильно осознавать риск фонда и купить тот фонд, который соответствует терпимости конкретного человека к риску. Некоторые инвесторы считают, что средства выдаются через крупные банки, поэтому риска нет. Но они не знают, что, как и у любого вложения, у инвестиционных фондов есть определённые риски.

Только постоянно осознавая риски различных типов фондов, человек может чувствовать себя комфортно в процессе инвестирования средств. Поэтому, когда человек впервые выходит на инвестиционный рынок, он все равно должен в первую очередь стремиться к стабильности.

2. Объективная оценка своих инвестиционных возможностей.

Многие люди переоценивают свои инвестиционные возможности во время инвестиционного процесса и считают, что у них есть сильная способность покупать дёшево и продавать дорого, и они наверняка смогут покупать и продавать на самой высокой точке.

Реальность часто бывает жестокой, и только после нескольких проигрышей человек немного узнает о своих инвестиционных способностях. Трезвое и объективное отношение больше способствует разумным инвестициям.

Инвестиционные фонды изначально создаются через профессиональную команду по управлению фондами для объективного признания их инвестиционных возможностей, что в большей степени способствует поддержанию долгосрочных инвестиционных идей.

3. Разумные инвестиционные ожидания[5]

Независимо от того, во что человек инвестирует, мечтать о том, чтобы быстро разбогатеть, - это нежелательное инвестиционное ожидание. Порог

фонда относительно низкий, и вход относительно прост, но продвигаться вперёд непросто. Необходимо устанавливать разумные инвестиционные ожидания, основанные на диапазоне доходности различных инвестиционных продуктов.

4. Сохранение устойчивого состояние ума

Следует правильно смотреть на прибыль и убыток от инвестиций. В процессе управления инвестициями и финансами необходимо правильно относиться к прибыли и убыткам фонда. Не следует расстраиваться при убытке, и не стоит слишком радоваться при прибыли.

В самом начале инвестирования в венчурные фонды стоит продумать собственную стратегию, подготовиться к рискам, не слишком расстраиваться из-за потерь и не готовиться к очень быстрым доходам. Это поможет увеличить возможность получения прибыли.

Список использованных источников:

6. Источники венчурного капитала. Бизнес-ангелы компании [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.invest-rating.ru/financial-encyclopedia/?id=274/>, (дата обращения: 02.04.2021).

7. Что такое окупаемость инвестиций (ROI) и как она рассчитывается [Электронный ресурс]. – URL: <https://sharespro.ru/content/wiki/2677-okupaemost-investicij-roi/>, (дата обращения: 04.04.2021).

8. Листинг [Электронный ресурс]. – URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_1/listing/, (дата обращения: 05.04.2021).

9. Инвестиции в Венчурные Фонды и примеры заработков [Электронный ресурс]. – URL: <https://equity.today/investicii-v-venchurnye-fondy.html>, (дата обращения: 05.04.2021).

10. Инвестиционные ожидания и реальность [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/u/727811-zoya-potapova/230281-investicionnye-ozhidaniya-i-realnost>, (дата обращения: 05.04.2021).

UDC 336.330

Shakhova Anna Sergeevna

Student

Scientific supervisor: Irina Lashkova Associate Professor, Department of Management

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design, St. Petersburg, Russia

FEATURES OF INVESTING IN INVESTMENT FUNDS, VENTURE FUNDS

The article analyzes the types of venture funds, their structure and features, interaction with enterprises, as well as the rules of investment.

Keywords: investment, fund, listing, profit

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ ВУЗОВ

В статье представлена классификация основных цифровых образовательных сервисов, которые могут применяться для повышения качества онлайн-образования. Цифровые сервисы могут применяться для подготовки наглядных учебно-методических материалов, создания тестов, записи аудио, видео и анимационных роликов, создания графических, музыкальных включений, инфографики, организации совместной онлайн-работы над проектами. Они могут быть встроены в систему управления обучением ВУЗа для унификации образовательных сервисов.

Ключевые слова: смешанное обучение, интерактивные задания, цифровые технологии

Информационное развитие современного общества неизменно ассоциируется с производственными и финансовыми отраслями экономики, с научными исследованиями и разработками. Данные трансформации выступают сегодня как один из вызовов современности. Они находят отражение в различных документах стратегического планирования: в Национальной стратегии развития Искусственного интеллекта на период до 2030 года (2019), Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы (2017); Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации (2016), Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации». Цифровая трансформация рассматривается в качестве одной из национальных целей развития России. При этом система высшего образования, как база подготовки специалистов для инновационного развития, должна рассматриваться с позиции двигателя преобразований.

Преподавание дисциплин в высших учебных заведениях годами имело сложившиеся практики. Однако пандемия блокировала привычную преподавательскую деятельность. Именно цифровые технологии и электронная информационно-образовательная среда в условиях функционирования вузов в «удаленном» формате в период пандемии стали для образовательных организаций единственной технологией, позволяющей реализовать учебные планы в полном объеме. Необходимость переходить на новые форматы взаимодействия со студентами для продолжения учебного процесса стала для многих представителей профессорско-преподавательского состава шоком. Не все высшие учебные заведения страны, даже в таких благополучных регионах, как Москва и Санкт-Петербург, имели собственную информационно-образовательную платформу.

В Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ системой управления курсами, также известной как система управления обучением или виртуальная обучающая среда была выбрана система

Moodle. Профессорско-преподавательский состав прошел обучение по работе на платформе еще в допандемический период. Поэтому переход на дистанционное обучение прошел достаточно безболезненно, как для преподавателей, так и для студентов. Существенным недостатком системы является невозможность проведения онлайн занятий, вебинаров. Этот вопрос был решен через корпоративный договор с компанией Microsoft, одним из приложений которой является MS Teams.

С началом нового учебного года 2020/2021 практика проведения занятий в дистанционном формате продолжилась. Оперативная подготовка преподавателей пользованию MS Teams сузила вариативность проведения учебного процесса. Теперь для проведения занятий в онлайн формате осталось только приложение Microsoft, а единой виртуальной обучающей средой стала система Moodle, где также размещаются записи онлайн занятий в помощь обучающимся.

Однако сами эти системы не гарантируют высокого качества учебного процесса, а являются лишь инструментами передачи информации и проверки знаний. Согласно данным опроса студентов, проведенного Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС и посвященного отношению студентов к дистанционной форме обучения во всех филиалах академии [2], в поддержку онлайн-обучения высказались 34,1%, оказались его противниками 47,4%. Среди них:

- 55,4% студентов считают, что удаленная форма обучения занимает больше времени;
- 47,7% считают, что такая форма не удобна;
- 69,6% студентов полагают, что в аудиториях «учиться лучше».

Большинство говорит о том, что качество дистанционного образования хуже, чем традиционного очного [2].

Переход с традиционного формата обучения, на смешанный требует освоения не только цифровых образовательных платформ, но и сервисов. Именно благодаря разнообразию цифровых инструментов, применяемых в процессе преподавания возможно повысить качество образовательного процесса и интерес к онлайн обучению.

Клиповость мышления поколения современных студентов вынуждает искать необычные формы работы. Тогда на помощь приходят цифровые образовательные сервисы, которые позволяют повысить вариативность заданий [3]. Современные цифровые инструменты и сервисы, которые может использовать педагог в учебном процессе, предназначены для самых различных целей. Например, для подготовки наглядных учебно-методических материалов, создания тестов, записи аудио, видео и анимационных роликов, создания графических, музыкальных включений, инфографики, моделирующих программ, организации совместной онлайн-работы над проектами и т.п.

На основе работ С. В. Панюковой предлагаем следующую классификацию цифровых образовательных сервисов.

1. Программы подготовки электронных презентаций (Prezi, Canva, ClearSlide, TopHat);
2. Инструменты для создания графики и инфографики (Canva, PosterMyWall, Piktochart, DesignCap);
3. Инструменты для редактирования и обработки видео, создания видео-заданий (Movavi, Camtasia, iMovie, Flipgrid);
4. Системы для создания тестов (Google формы, Online Test Pad, Mentimeter.com, БанкТестов РУ);
5. Сервисы для создания интерактивных упражнений, игр, кроссвордов и викторин (Quizizz, «Фабрика кроссвордов», Flippity);
6. Ментальные карты (Mindmeister, IBrainstorm, Coggle, Xmind);
7. Онлайн-доски (Padlet, Miro, Popplet, Twiddla, Trello);
8. Интерактивные карты и временные оси (Sutori, TimelineJS, Timetoast).

Благодаря интеграции представленных инструментов в систему Moodle или MS Teams повышается качество онлайн образования. Сокращается расстояние между студентом и преподавателем. Занятия становятся интерактивными, формы усвоения разнообразными, а обучение может стать групповым даже в физически разрозненном пространстве. Онлайн сервисы позволяют преподнести информацию на том уровне понимания и осознания, который доступен современной молодежи.

Завершая краткий обзор основных цифровых сервисов, отметим, что выбор инструмента, разработка цифрового контента или авторского электронного образовательного ресурса потребует от преподавателя определенных знаний и умений. Готовность педагога к применению новых решений – очень важный фактор успеха [4] цифровизации образования. Но не стоит забывать и про педагогическую целесообразность использования тех или иных средств информационно-коммуникационных технологий, цифровых ресурсов и сервисов Интернета на конкретном образовательном этапе.

Список источников:

1. Панюкова С. В. Цифровые инструменты и сервисы в работе педагога. Учебно-методическое пособие. – М.: Изд-во «Про-Пресс», 2020. – 33 с.
2. Померанцева, Н. Почему студенты и преподаватели невзлюбили дистанционное обучение // Ведомости. 28 мая. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2020/05/28/831354-distantionnoe-obuchenie>
3. Щербакова, Д. В. Дистанционные технологии преподавания в ВУЗе / Организация работы с молодежью в информационном обществе: матер. междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 19–21 ноября 2020 г. / под ред. Г. В. Ковалевой. — СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. – с. 505-509
4. Щербакова, Д.В. Управление организационными инновациями в современных компаниях: социальные аспекты: дис. на соиск.учен.степ.канд.социол.наук (22.00.08) / Щербакова Дарья Васильевна; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб, 2007. – 219с

UDC 378

Shcherbakova Darya Vasilyevna

PhD, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration

North-West Institute of Management-Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, St. Petersburg, Russia

DIGITAL EDUCATIONAL SERVICES OF UNIVERSITIES

The article presents a classification of the main digital educational services that can be used to improve the quality of online education. Digital services can be used to prepare visual educational materials, create tests, record audio, video, and animation clips, create graphic and musical inclusions, infographics, and organize joint online work on projects. They can be integrated into the university's learning management system to unify educational services.

Keywords: mixed learning, interactive tasks, digital technologies

СОДЕРЖАНИЕ

ТИТОВА М. Н. ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ В СРЕДЕ ЦИФРОВЫХ ЭКОСИСТЕМ	4
ЛЮБИМЕНКО А. И. ИНВЕСТИЦИИ: ИННОВАЦИИ XXI ВЕКА	9
АГАФОНОВА С. М. ПРОБЛЕМА СБЕРЕЖЕНИЯ РЕСУРСОВ И ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ	14
АЛИМОВА А. В. PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	16
АРУШАНОВА А. Э. ПРОБЛЕМЫ СБЕРЕЖЕНИЯ РЕСУРСОВ И ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ	19
АСКЕРОВ Н. Н. ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ	25
АЮПОВА Я. Р. СТРАХОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РИСКОВ: ОБЪЕКТЫ И ПОДВИДЫ	28
БАДАКИНА А. С. ЦИФРОВЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СЕРВИСЫ	30
БЕЛАЯ М. Д., ДАНИЛОВА О. С. СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ КОМПАНИИ APPLE	32
БЕЛОУСОВА Д. С. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	35
БЕЛЯЕВА А. А. ПРОБЛЕМА СОБИРАЕМОСТИ НАЛОГОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	38
БЕСЧАСНЫЙ А. А., БЕСЧАСНАЯ А. А. О СООТНОШЕНИИ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ НОВЫХ ПРОДУКТОВ И ТОВАРОВ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ	44
БЛУДОВА С. Н., РАМАЗАНОВ Р. Н. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ БУДУЩЕГО: БИТКОЙН – ЗОЛОТО 2.0.	48
ВАГАНОВА О. Е. НАЛОГОВАЯ ДИСЦИПЛИНА НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ	51
ВАГАНОВА О. Е., НИКОРЮКИН А. В. ПРОБЛЕМЫ ДОСТУПНОСТИ НАСЕЛЕНИЮ РФ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ	54
ВЛАДИМИРОВА А. Д. ОСОБЕННОСТИ И РИСКИ ВЛОЖЕНИЙ В ЦИФРОВЫЕ (ЭЛЕКТРОННЫЕ) ВАЛЮТЫ	58
ВОЛКОВА Ю. А. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	61

Голикова Ю. А., Голикова И. В. ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: ПРОГНОЗЫ И РИСКИ	66
Горбачева В. В. ЦИФРОВИЗАЦИЯ РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ	70
Губина Т. И. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ НАСЕЛЕНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ (СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ДЕНЕЖНЫХ ПЕРЕВОДОВ QIWI)	74
Данилова О. С. ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ И ИНСТРУМЕНТЫ В РАБОТЕ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА	77
Дергачева В. С., Григорьева Н. С. ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	82
Добрякова А. А. БРЕНДЫ МАКЕТПЛЕЙСОВ: СПЕЦИФИКА, ВИЗУАЛИЗАЦИЯ	86
Дроботун Н. В., Лашкова И. А. ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ	89
Дроботун Н. В., Лашкова И. А. ЦИФРОВОЕ ОБЩЕСТВО – ЦИФРОВОЕ ГОСУДАРСТВО - ГРАЖДАНИН	93
Дударева Г. М. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА, РЕГУЛИРУЮЩАЯ ФИНАНСИРОВАНИЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА	97
Дулова У. В. НАВЯЗЫВАНИЕ УСЛУГ ОПЕРАТОРАМИ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ	100
Дымникова Е. Д. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ	102
Егоров Д. С. РАЗВИТИЕ QR-ПЛАТЕЖЕЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	107
Елизарова Т. Ю. ТЕНДЕНЦИИ FASHION-МАРКЕТИНГА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ	109
Ермин Д. А. СОЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	112
Ершова М. А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ	115
Жансаутова К. С., Досанова Г. М. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ МОЛОДЕЖИ В КАЗАХСТАНЕ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	118
Жикина О. В. МОШЕННИЧЕСТВО В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ФЕЙКОВЫЕ САЙТЫ	122
Жукова А. А. РИСКИ МОШЕННИЧЕСТВА В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ	127
Жукова Д. В. ПРЕИМУЩЕСТВА ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ СЧЕТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	130
Зайцев А. В. РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ВНЕДВИЖИМОСТЬ	132

ЗАРКУА Г. Т. АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВ И РИСКОВ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ.....	134
ЗАХАРОВА К. А. ВИДЫ И АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ ИНДУСТРИИ МОДЫ.....	136
ЗАХАРЯН А. Г. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БАНКОВСКОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ.....	139
ЗОТИКОВ Н. З. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИИ.....	144
ЗОТИКОВ Н. З. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В 2021 ГОДУ.....	150
ЗЫРЯНОВА М. П. НЕКОТОРЫЕ АЗЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В СФЕРЕ СТРАХОВАНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ.....	156
ИВАНОВ В. Д. ЭВОЛЮЦИЯ БРЕНДОВ ИТ-КОМПАНИЙ.....	160
ИГНАТЬЕВА Т. А. ЗНАЧЕНИЕ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА.....	162
ИГУМНОВА Е. Ю. ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ: ЯНДЕКС.ДЕНЬГИ, WEBMONEY, PAYPAL, QIWI : РИСК И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ.....	165
КАДОЛИНА М. А. ЦИФРОВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ.....	168
КАРАКОСОВ А. Д. ПРИНЕСУТ ЛИ QR ПЛАТЕЖИ ПОЛЬЗУ МАЛОМУ БИЗНЕСУ?.....	171
КАРПОВ Д. М. ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ.....	173
КАСАТКИН Б. П. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РИСКОВ В ПРАКТИКЕ СТРАХОВАНИЯ ДЛЯ ГРАЖДАН.....	176
КИЗИЧЕНКОВА А. Р. ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	181
КОРОБОВА Я. П. МОДА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ.....	185
КРЫЛОВ Н. Д. ПРОДВИЖЕНИЕ QR-ТЕХНОЛОГИИ.....	189
КУЗНЕЦОВА В. П., ВАРДОМАЦКАЯ Л. П., ТЕМНОВА Н. К. ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	191
КУЗНЕЦОВА М. Е. ПРОБЛЕМА ИНФОРМИРОВАННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ О НАЛОГАХ И НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТАХ.....	195
КУЛИКОВА Г. А. ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ИТОГИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: ПРИЧИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	199

КУРОЕДОВ Е. Е. ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕНСИОННЫМИ НАКОПЛЕНИЯМИ	205
КШУМАНЁВА В. С. АТТЕСТАЦИЯ РАБОЧИХ МЕСТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ И РАБОТОСПОСОБНОСТИ ТРУДЯЩИХСЯ	207
ЛАЗАРЕВА Н. А. ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ И ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ	210
ЛЕМЕШЕНКО А. В. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА	215
ЛИЗОВСКАЯ В. В. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ	219
ЛЮБИМЕНКО А. И. ИСТОРИЯ ДЕНЕГ	222
МАЙСУРАДЗЕ С. С. РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ .	227
МАКАРЕНКО Е. А. ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАХОВАНИИ	230
МАКАРОВ Н. Н. ИННОВАЦИОННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ЦИФРОВОМ МИРЕ: ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ И ЛИЗИНГ ПО-НОВОМУ НА ПРИМЕРЕ МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ	234
МАМЕДОВА Ш. А. АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ, ПРЕДЛОЖЕННЫМИ 4 ОНЛАЙН-ШКОЛАМИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЕГЭ	238
МАРОВ А. С. ЦИФРОВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА	240
МАСТЕРОВА А. С. ОСОБЕННОСТИ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ	243
МОИСЕЕНКО А. В. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В КОНТЕКСТЕ ВЫЗОВОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	246
МОРОЗОВА С. А. КРИЗИС НА РЫНКЕ ТРУДА В ПЕРИОД COVID-19	249
НОВОЖИЛОВА И. А. РИСКИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ	252
ОГАЙ В. В. ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В НЕДВИЖИМОСТЬ	254
ОРЛОВА Т. С., АФАНАСЬЕВ Г. В. К ВОПРОСУ О ЗАВИСИМОСТИ ВАЛЮТ НА КРИПТО РЫНКЕ	257
ПАВЛОВА А. И. ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЕЖИ (18-25 ЛЕТ)	261
ПАК В. В., НЕУСТРУЕВА А. С. СТАТИСТИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ГМП ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ВОВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ТВОРЧЕСТВО»	264
ПАК Э. С. ОСОБЕННОСТИ ВИДЕОРЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ	268

ПАНЮШКИНА Е. В. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВАЛЮТ	272
ПАРАХИНА А. К. ИНСТРУМЕНТЫ БРЕНДИНГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	275
ПЕРМИНОВ И. А. ПОЧЕМУ ИНВЕСТИРОВАТЬ ДОЛЖЕН КАЖДЫЙ?	278
ПЕТРАКОВА Д. И. ЗНАЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА	280
ПОЗДЕЕВА Е. Р. ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ БРЕНДОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	283
ПРИТУЛА О. Д. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: СТАТИСТИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ	288
ПРОХВАТИЛОВ Д. В. КРАУДФАНДИНГОВАЯ ПЛАТФОРМА “KICKSTARTER” ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТОВ	292
РЕДЬКО Т. А. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	294
РЫКОВА Л. Н. ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ	297
РЯБОВА Е. О. ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ И СОЗДАНИЯ РАБОЧИХ МЕСТ	299
САБИРОВА А. И. РИСКИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В НЕДВИЖИМОСТЬ	301
САДОВНИКОВА Л. В. ПРИМЕНЕНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ	304
САНФИРОВА О. В. ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ В ПЕРЕХОДНУЮ ЭПОХУ: «ОТ РЕАЛЬНОСТИ К ЦИФРЕ»	308
САТУЕВА А. А. ВЛИЯНИЕ ОПЛАТЫ QR-КОДОМ И БУДУЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА	312
СЕЛИНА П. А. ПОВЫШЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ: РИСКИ И ДЕЙСТВИЯ	315
СЕМЁНОВА А. А. ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЕЖИ	317
СЕНЧУКОВА Д. А. РИСКИ ЗАЕМЩИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ 2020-2021 ГОДОВ	322
СИЗЯКОВ И. Р. РИСКИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	325
СИМБАРСКАЯ Д. А. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ И СПОНТАННЫХ ПОКУПОК	327
СКРЯБИНА А. В. ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	331

СМЕТАНИНА Т. В. РОЛЬ ФАНДРАЙЗИНГА В ЭФФЕКТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ РЕСУРСАМИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	333
СМОЛЯКОВА О. Ю. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ГРАНТЫ И СТИПЕНДИИ	337
СОКОЛОВА К. А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ – ЗАЛОГ УСПЕХА ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	339
СОЛОДУХИНА А. Р. ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ QR-ПЛАТЕЖЕЙ.....	342
СТЕПАНОВА К. В. СРАВНЕНИЕ МОБИЛЬНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ GOOGLE PAY, APPLE PAY И SAMSUNG PAY	344
СТОЛБОВА Е. Д. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ СЕРВИСОВ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ЯНДЕКСА.....	347
СТУЛОВА А. С. БОРЬБА ЗА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ФОНД СТРАНЫ.....	349
СУЗИ Д. А. ИНСТАГРАМ КАК ЦИФРОВАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МОЛОДЕЖИ.....	351
ТИМОФЕЕВА И. А. ЭЛЕКТРОННО-ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	353
ТИЩЕНКО В. А. ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КУРСОВ В РОССИИ.....	357
ТОМАСОВА Д. А. ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ В РОССИИ КАК ОТВЕТ НА СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЗАПРОСЫ	359
ТОРЦЕВА К. И. РИСКИ МОШЕННИЧЕСТВА ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ НА СЕРВИСАХ ЦИФРОВОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР И ПРОГРАММ	363
ТРИФОНОВА Д. С. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ИНДУСТРИЮ МОДЫ.....	365
ТРИХИНА А. Д. РОЛЬ ТАРГЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ.....	369
ТРОНЕВА А. В. АНАЛИЗ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РЕЙТИНГА ТЕРРИТОРИИ ОБЪЕКТОВ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО.....	372
УСАНОВА Е. В. ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ.....	375
УСТИМЕНКО А. К. ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ТВОРЧЕСКИМ СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ ПОСРЕДСТВОМ КРАТКОСРОЧНЫХ ОНЛАЙН-КУРСОВ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛОЩАДКАХ ВСЕМИРНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ.....	380

ФИЛАТОВА А. А. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК НЕФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ И СПОНТАННЫХ ПОКУПОК В КОФЕЙНЯХ.....	382
ФИЛИМОНОВА Е. Г. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ.....	384
ФИЛИППОВА Л. Ю. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРУПНЕЙШИХ БАНКОВ РОССИИ.....	388
ФИРСОВА А. А. ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И РАЗВИТИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА.....	394
ФРАДИНА Т. И., КАРПОВА Т. П. О РИСКАХ, ВОЗНИКАЮЩИХ В КРЕДИТНО-ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ, СВЯЗАННЫХ С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19	397
ФРОЛОВА А. В. ПЛАТЕЖНАЯ СИСТЕМА QIWI: РИСКИ И ПРЕИМУЩЕСТВА	408
ФУРСОВА Е. А., ЛАЗАРЕВА Н. А. КОРОНАКРИЗИС: ПРОБЛЕМА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИЛИ СТИМУЛ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ?	411
ФУРСОВА Е. А., МАКАРОВ Н. Н. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ: ЛИЗИНГ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ КАК КЛАССИКА ЖАНРА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА.....	416
ХИЖНЯК Ю. К. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ.....	420
ЦИЦИЛИНА А. С. РАСЧЁТНО-КАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	425
ЧЕРКАЛИНА К. Ю. ОШИБКИ И РИСКИ ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ	427
ЧЕРНОВА Д. В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ БЕСПИЛОТНОГО ТРАНСПОРТА В АСПЕКТЕ ЗАЩИТЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ	429
ЧИГИРИНОВА М. В. ИННОВАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ И ЗАЩИТЫ ЭКОЛОГИИ.....	431
ЧИЧКАРЕВА Н. А. СИСТЕМЫ ДЕНЕЖНЫХ ПЕРЕВОДОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	437
ШАХОВА А. С. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ	439
ШАХОВА А. С. ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ, ВЕНЧУРНЫЕ ФОНДЫ.....	442
ЩЕРБАКОВА Д. А. ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ ВУЗОВ	446

Научное издание

**ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ**

Материалы межрегиональной научно-практической конференции

Санкт-Петербург, 28-29 мая 2021 года

Под редакцией М. Н. Титовой, А. И. Любименко

Материалы публикуются в авторской редакции

Научное электронное издание сетевого распространения

Системные требования:

электронное устройство с программным обеспечением
для воспроизведения файлов формата PDF

Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=202219 по паролю.

– Загл. с экрана.

Дата подписания к использованию 10.01.2022 г. Рег. № 19/22

ФГБОУВО «СПбГУПТД»

Юридический и почтовый адрес:

191186, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18.

<http://sutd.ru/>