

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»



ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ И МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

XVII Всероссийская с международным участием
научно-практическая конференция

*«Теория и практика
экономики и предпринимательства»*

23-25 апреля 2020 года



Симферополь – Гурзуф

УДК 330.46+346.26(08)
ББК 65.290
Т338

Комитет конференции:

Председатель:

Апатова Н.В., д.э.н., д.п.н., профессор (Россия)

Члены комитета:

Асанович В. Я., д.х.н., профессор (Беларусь)

Бойченко О. В., д.т.н., профессор (Россия)

Герасимова С. В., д.э.н., профессор (Россия)

Кирильчук С. П., д.э.н., профессор (Россия)

Наливайченко Е. В., д.э.н., профессор (Россия)

Свиридова Н. Д., д.э.н., профессор (Украина)

Сигал А. В., д.э.н., профессор (Россия)

Усоский В. Н., д.э.н., профессор (Беларусь)

Бакуменко М. А., к.э.н. (Россия)

Королев О. Л., к.э.н., доцент (Россия)

Тайбек Ж. К., к.э.н., доцент (Казахстан)

Турдубеков У. Б., к.э.н., доцент (Узбекистан)

Акинина Л. Н., ст. преподаватель (Россия)

Теория и практика экономики и предпринимательства / Труды XVII
Т338 Всероссийской с международным участием научно-практической
конференции. Симферополь-Гурзуф, 23-25 апреля 2020 год. – Симферополь :
ИП Зуева Т. В., 2020. – 302 с.
ISBN 978-5-6043185-6-0

Сборник научных трудов конференции содержит тезисы докладов и статьи российских и зарубежных экономистов, отражающие постановку и решение актуальных проблем теории и практики экономики и предпринимательства. Рассмотрены вопросы современной экономической теории, развития цифровой экономики и информационного общества, экономики и управления системы хозяйствования Российской Федерации и ее регионов, предприятий, природопользования и охраны окружающей среды, развития финансовой и банковской системы, бухгалтерского учета и аудита, разработки и использования информационных технологий и экономико-математического моделирования, менеджмента и бизнес-образования.

Научные мысли, изложенные авторами трудов, представляют интерес для обучающихся всех уровней образования, преподавателей, научных работников и всех, кого интересует современное состояние и перспективы развития экономики и предпринимательства.

УДК 330.46+346.26(08)
ББК 65.290

ISBN 978-5-6043185-6-0

© Комитет конференции, 2020

Апатова Наталья Владимировна
д.э.н., д.пед.н., профессор
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

ЭМОЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПОВЕДЕНИИ

Эмоции для человека имеют ценность средства, а не цели. Но двойственность эмоции заключается в том, что она сама по себе является ценностью, т.е. человек сознательно стремится к тому, чтобы пережить те или иные эмоции, например, эстетического или гедонистического характера.

В классификации, предложенной Б.И.Додоновым, учтены не все эмоции, а те, «в которых субъект чаще всего испытывает потребность, и которые придают непосредственную ценность самому процессу его деятельности, приобретающей благодаря этому качество интересной работы, интересной учебы, интересной игры или «сладостных» мечтаний, отрадных воспоминаний и т.д. Иными словами, классификации будут подлежать только эмоции, которые в сознании людей предстают в качестве «ценных» переживаний» [1, с. 106]: *альтруистические эмоции* – основаны на потребности в содействии, помощи, покровительстве другим людям; *коммуникативные эмоции* – основаны на потребности в общении, эмоциональной близости (иметь друга, сочувствующего собеседника); *глорические эмоции* – связаны с потребностью в самоутверждении, славе; *праксические эмоции* – они вызываются деятельностью, изменением ее в ходе работы, успешностью или неуспешностью ее, трудностями ее осуществления и завершения; *пугнические эмоции* – происходят от потребности в преодолении опасности, на основе которой позднее возникает интерес к борьбе; *романтические эмоции* – потребность в стремлении ко всему необычайному, необыкновенному, таинственному; *гностические эмоции* – интеллектуальные чувства, они связаны не просто с потребностью в информации, а с потребностью в «когнитивной гармонии». «Суть ее в том, чтобы в новом, неизвестном, из ряда вон выходящем отыскать знакомое, привычное, понятное, приводя таким образом всю наличную информацию к одному «общему знаменателю»» [1, с. 117]; *эстетические эмоции* – вызываются только такими объектами и явлениями, в том числе произведениями искусства, в которых форма и содержание совершенно неразделимы (музыка, природа). Они вызываются потребностью человека быть в гармонии с окружающим, соответствие «мер человека и мер предметов», отражающееся в чувстве красоты; *гедонистические эмоции* – связаны с удовлетворением потребности в телесном и душевном комфорте; *акизитивные эмоции* – связаны с интересом к накоплению, «коллекционированию» вещей, выходящему за пределы практической нужды в них.

Эмоции и потребности. Для индивидуума характерно производить эмоциональную классификацию объектов и явлений, в том числе, товаров и услуг. Данная классификация может отражать ценностные ориентации личности, степень его меркантильности, а также текущее эмоциональное состояние, настроение. То общее, что объединяет разные явления по их эмоциональному звучанию и представляет множество ценностных ориентаций личности.

Б. И. Додонов ставит вопрос о фактических и признаваемых ценностях. При этом он отмечает, что в основе ценностной ориентации лежит понятие потребности, и именно оно является критерием значимости для индивидуумов тех или иных физических и духовных объектов.

В «Экономическом словаре» потребность определяется как «нужда в чем-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности индивида, социальной группы, общества, внутренний побудитель активности» [2, с. 423]. Далее авторы приведенного определения говорят о том, что потребности связаны, прежде всего, с деятельностью субъекта, а проявляются в интересах, целях, и, только в последнюю очередь, – в его поведении. Они ставят в прямую зависимость не только связь потребностей с деятельностью индивида, но и с производством и производственными отношениями.

Б.И. Додонов пишет, что словом «потребности» в научной литературе обозначают: 1) объективные нужды людей в определенных условиях, обеспечивающих их жизнь и развитие; 2) фундаментальные свойства личности, имеющие тенденцию определять ее отношение к действительности и собственным обязанностям, в конечном итоге – определять ее образ жизни и деятельности; 3) определенные состояния психики человека, отражающие недостаток веществ, энергии и других факторов, необходимых для нормального функционирования человека как живого организма и личности. Таким образом, он связывает потребности с глубинными мотивами личности, с ее ценностными ориентациями. Говоря о том, что потребности можно и нужно формировать, он подчеркивает: «Человечество в целом движется от потребности к ценности и к ценностным ориентациям, а отдельная личность может идти в обратном направлении: перенимая от окружающих людей взгляд на нечто как на ценность, достойную того, чтобы на нее ориентироваться в своем поведении и деятельности, человек может тем самым закладывать в себе основы потребности, которой раньше у него не было» [1, с. 12].

Усиление эмоционального воздействия на потребителя, по нашему мнению, связано с общей деградацией ценностных ориентаций. Ведь, по мнению Б.И.Додонова, истинные ориентации часто маскируют свою сущность, и они напрямую связаны с отношением к миру. Поскольку отношение по своей природе процессуально, требует действия, то процесс удовлетворения потребностей не имеет

конца. Потребность имеет двойственную природу: она одновременно и не насыщаема, ее нельзя однажды удовлетворить раз и навсегда, и насыщаема, возможна степень удовлетворения на данный момент (затем уже может последовать перенасыщение).

Литература

1. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. М.: Политиздат, 1978. – 272 с.
2. Экономический словарь. / Е.Г. Багудина, А.К. Большаков и др.; Отв. редактор А.И. Архипов. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект. - 2004. – 624 с.

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Гапонов Андрей Иванович

к.ф.-м.н., доцент

Акинина Людмила Николаевна

ст. преподаватель

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ FUZZY-ВЫЧИСЛЕНИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЕМЫМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Основы нечеткой логики были сформулированы более пятидесяти лет назад в пионерской работе Лотфи Заде [1]. Однако и в настоящее время использование аппарата теории нечетких множеств демонстрирует свою эффективность в решении разнообразных прикладных задач. В нашей ранее опубликованной работе [2] была выполнена оценка уровня освоения компетенций на примере учебной дисциплины «Математика для экономистов» с использованием прикладного пакета Fuzzy Logic Toolbox в программной среде MATLAB [3]. Используя достаточно простой автоматизированный механизм нечеткого вывода позволил получить адекватные комплексные оценки уровня освоения компетенций. При этом была проиллюстрирована несостоятельность среднеарифметической оценки по сравнению с оценочной техникой на основе нечеткой логики – fuzzy-вычислений.

В настоящей работе предлагается при оценке уровня освоения дисциплины детализировать элементы соответствующей компетентностной оценки. Алгоритм такой детализации и формирование оценок рассмотрим на примере изучения темы «Матрица», предусмотренной рабочей программой дисциплины «Математика для экономистов» для обучающихся первого курса направления подготовки 38.03.01 «Экономика».

Пусть предприятие производит n видов продукции, используя m видов ресурсов. Известен расход ресурсов на производство единицы каждого вида продукции и значение стоимости единицы каждого вида ресурсов. Требуется определить затраты на производство единицы продукции каждого вида.

Элементом решения этой задачи будут соответствовать следующие входные лингвистические переменные: «Составление матрицы A расхода ресурсов» (MA); «Составление матрицы B стоимости единицы каждого вида ресурсов» (MB); «Перемножение матриц A и B » (PM); «Объяснение экономического смысла полученного результата» (OP). Итоговая оценка определяется на основании оценок этих входных лингвистических переменных и равна четкому значению выходной лингвистической переменной «Итоговая оценка» (IO). Все рассматриваемым лингвистические переменные содержат следующие лингвистические термы: неудовлетворительно («Н») 0 – 3; удовлетворительно («У») 0 – 6; хорошо («Х») 3 – 9; отлично («О») 6 – 9.

В приведенной шкале оценивания, например, 4 балла соответствуют как оценке «удовлетворительно», так и оценке «хорошо». Согласно нечеткой логике, соответствие оценки «4» признаку «удовлетворительно» или «хорошо» определяется значением функции принадлежности числа «четыре» этим признакам. То есть, предполагается, что с различной степенью уверенности (истинности) это как «удовлетворительно», так и «хорошо». В нашей модели 4 балла – это примерно на 70% еще «удовлетворительно», но уже на 30% «хорошо». При этом 0 баллов на 100% соответствует оценке «неудовлетворительно», 3 балла – «удовлетворительно», 6 баллов – «хорошо» и 9 баллов – «отлично».

Нечеткий вывод выполним на основании алгоритма Мамдани [3], автоматически реализующегося в пакете Fuzzy Logic Toolbox. Нам только остается составить базу правил вида: «ЕСЛИ « MA » есть « X », И « MB » есть « Y », И « PM » есть « X », И « OP » есть « H », ТО « IO » есть « Y »».

Количество N правил нечеткого вывода в общем случае равно $N = n^m$, где n – количество лингвистических термов, m – количество входных лингвистических переменных. В рассматриваемом примере таких правил должно быть $4^4 = 256$. Естественно, составление здесь такого количества правил не оправдано. Поэтому, будем учитывать только «активные» правила – правила, участвующие в нечетком выводе, в соответствии с оценками конкретного решения данной задачи [2]. Поскольку любая численная оценка соответствует не более, чем двум «соседним» качественным оценкам, то количество активных правил не превышает $2^4 = 16$. Приведенные рассуждения рассмотрим на следующем

примере. Пусть $MA = 5$; $MB = 6$; $PM = 8$; $OP = 1$. Тогда фазсифицированные оценки «МА», «МВ», «ПМ», «ОР» принадлежат соответственно термам: «удовлетворительно-хорошо», только «хорошо», «хорошо-отлично», «неудовлетворительно-удовлетворительно». В этом случае активными будут только $2^3 = 8$ правил.

Для определения четкого значения «Итоговой оценки», достаточно ввести численные значения входных переменных в редакторе просмотра правил пакета Fuzzy Logic Toolbox в программной среде MATLAB [3]. По результатам расчетов итоговая оценка равна $ИО = 3,91$. Что соответствует качественной оценке «В большей степени «Удовлетворительно», но «до некоторой степени «Хорошо»». При этом средняя арифметическая оценка равна $ИО_{cp} = 5$, т.е. наоборот: «В большей степени «Хорошо», но «до некоторой степени «Удовлетворительно»». В данном случае обе оценки хоть и принадлежат качественному интервалу «Удовлетворительно» – «Хорошо», но, по нашему мнению, первая из них более правильно отражает уровень освоения обучаемым темы «Матрица». С нашей точки зрения, если, несмотря на достаточно хорошее выполнение обучаемым математических операций, он плохо представляет экономический смысл полученного результата, то такой уровень не может быть оценен как «Хорошо». Более того, если первые три оценки останутся прежними, а «Объяснение экономического смысла» $OP = 0$, то средняя арифметическая оценка равна $ИО_{cp} = 4,75$, т.е. «Скорее «Хорошо», чем «Удовлетворительно»», при том, что обучаемый экономической специальности совершенно не понимает экономический смысл полученного результата. Нечеткий вывод в этом случае дает итоговую оценку $ИО = 2,83$, что ниже, чем просто «Удовлетворительно» (рис.5). На наш взгляд, такой результат более верно отражает уровень освоения рассматриваемой темы.

Аналогичные расчеты нетрудно провести для оценки освоения обучаемым структурных элементов, определяющих основные понятия темы, для формирования комплексной оценки и тестовых заданий.

Приведенный метод оценивания легко модифицировать для оценки уровня освоения любой изучаемой дисциплины

Литература

1. Zade L.A. Fuzzy sets. Information and control, 1965, p.338 – 353.
2. Апатова Н.В., Гапонов А.И., Смирнова О.Ю. Оценка уровня освоения компетенций на основе нечеткой логики // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 126-128.
3. Леоненков А. В. Нечеткое моделирование среде MATLAB и fuzzyTECH. СПб.: БХВ Петербург, 2005. 736 с.

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Попов Виталий Борисович

к.ф.-м.н., доцент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ЛОГИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ЭКСПЕРТНЫХ СИСТЕМ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

В последнее время получили широкое распространение экспертные системы в различных сферах деятельности человека. Создание экспертных систем связано с большими затратами не только на формирование знаний о предметной области, но и на разработку программных приложений, обрабатывающих эти знания. В то же время использование для создания экспертных систем визуальных сред логического программирования позволяет сократить затраты и оптимизировать процесс разработки модели предметной области и программирования приложений. Для этих целей удобно использовать семейство языков *Prolog* (*Пролог*).

Пролог – декларативный язык программирования для задач искусственного интеллекта, обработки естественных языков и др. Его разработали в 1971 г. Алан Колмероз (*Alain Colmerauer*) и Филипп Рассель (*Philippe Roussel*) в университете Марселя. В дальнейшем *Пролог* развивали различные коллективы ученых, среди которых следует выделить группу Эдинбургского университета. Название происходит от «программирование в терминах логики» (*Programming in Logic or (French) Programmation en Logique*).

Первая реализация – *Prolog 10* (Дэвид Уоррен и др.) на *PDP-10*. Отсюда термин – эдинбургский синтаксис, или синтаксис *DEC10*. В настоящее время имеется обширное семейство языков логического программирования, построенных на базе языка Пролог, например, *Turbo Prolog*, *Prolog-2*, *Prolog-Linda*, *Prolog++*, *Prolog-III*, *PDS Prolog*, *SWI*, *Visual Prolog 5.x*, *Visual Prolog Version 7.x*, *Visual Prolog Version 9.x* и др.

Visual Prolog – диалект языка Пролог с объектно-ориентированным расширением вместе с интегрированной средой разработки [1]. Эта среда обеспечивает поддержку создания графических интерфейсов и многих других библиотек. Язык Пролог довольно популярный для создания экспертных систем, с простым синтаксисом, схожим по смыслу с отношениями предметной области и фактами. Вообще сам интерпретатор языка *Пролог* рассматривается как экспертная система в терминах логики предикатов первого порядка, в которой пользователь задает вопрос в виде цели, истинность которой нужно доказать. Это декларативный язык, в нем описывается, что нужно получить, вместо последовательного алгоритма, прекрасно подходит для описания знаний любой экспертной системы. По сравнению с альтернативными средами *AMZI Prolog* и *SWI-Prolog*, предоставляет очень эффективный интерфейс взаимодействия с другими языками программирования с помощью компоновки объектных файлов или с помощью динамической загрузки *DLL*-библиотек, как других языков, так и как самостоятельный *DLL*-модуль. Также *Visual Prolog* хорошо документирована, имеет множество примеров. Также существует мнение, что выбор языка реализации, способа представления знаний и метода формирования рассуждений вторичны, по сравнению со знаниями эксперта, и влияют лишь на механизм их успешного использования.

Принцип логического программирования рассматривает процесс создания экспертных систем как описание декларативных утверждений о предметной области, а вычисление как поиск определенных следствий из имеющегося описания. Описание задачи представляет собой совокупность утверждений на некотором формальном логическом языке, получение решения – логический вывод в некоторой формальной аксиоматической системе. В узком смысле в логическом программировании для описания предметной области используется логика предикатов первого порядка, а в качестве метода логического вывода используется метод резолюций, основанный на доказательстве теорем через поиск противоречий.

Рассмотрим разработку экспертной системы диагностики заболеваний в среде визуального логического программирования. В качестве инструментальных средств используется система логического программирования *Visual Prolog 9.02*.

Среди приоритетных направлений современной медицины в течении последних десятилетий все возрастающую актуальность приобретает решение проблемы эффективного восстановления функционального состояния пациентов с заболеваниями сердечно-сосудистой и дыхательной систем, объединяемых понятиями заболеваний кардиореспираторной системы (в дальнейшем – *КРС*).

В России наблюдается значительный рост частоты заболеваний *КРС* с высокой степенью летальности и инвалидности. Все это определяет важность и целесообразность дальнейшего развития методов медицинской реабилитации (*МР*) пациентов. Одной из важных целей *МР* является профилактика и снижение выраженности стойких нарушений функций организма, приводящих к инвалидности.

При оценке эффективности *МР* ключевым моментом является выбор критериев оценки позитивных и негативных эффектов примененных воздействий. Традиционный подход к решению этой проблемы использует один интегральный показатель – «общая эффективность лечения». Он не может служить адекватным критерием при формировании объективной оценки эффективности применения различных лечебных факторов в процессе *МР*. Альтернативным подходом, направленным на устранение недостатков единого интегрального критерия, является применение множества различных критериев, каждый из которых оценивает динамику одного из контролируемых параметров функционального состояния пациента.

Современный подход к реабилитации предлагает алгоритм учета результатов оценки нарушения основных функций и предполагает сравнение состояний функций пациента до и после *МР*, сформированных одним и тем же способом.

В связи с вышесказанным актуальным является разработка и внедрение программных средств диагностики.

Далее приводится фрагмент базы знаний экспертной системы диагностики болезней.

База Данных Экспертной диагностики. % среда разработки Visual Prolog 9

class facts – db_es

rule: (positive, string, string, positive*).

cond: (positive, string, string).

topic: (string).

Фрагмент Базы фактов выглядит следующим образом:

%

rule(1, "болезнь", "Ишемическая болезнь сердца (ИБС)", [26, 27, 2, 3, 4]).

rule(2, "болезнь", "Гипертоническая болезнь (ГБ)", [22,23,24,9,25]).

rule(3, "болезнь", "Хронический бронхит (ХБ)", [15, 9,7, 19, 20]).

rule(4, "болезнь", "Бронхиальная астма (БА)", [13,14,15,16,17,18]).

rule(5, "болезнь", "Хроническая обструктивная болезнь легких(ХОБЛ)", [9, 10, 11,12]).

%

```

rule(6, "болезнь", "Язва желудка (ЯЖ)", [1, 5, 2, 3, 4]).
rule(7, "болезнь", "Раковая язва(РЯ)", [1, 6, 2, 3]).
rule(8, "болезнь", "Грипп (Г)", [7, 8]).
%
cond(1, "болезнь", "боль в верхней части живота").
cond(2, "болезнь", "голодные боли").
cond(3, "болезнь", "ночные боли").
cond(4, "болезнь", "тяжесть после приема пищи").
cond(5, "боль в верхней части живота", "острая жгучая").
cond(6, "боль в верхней части живота", "тупая ноющая").
cond(7, "болезнь", "температура").
cond(8, "болезнь", "насморк").
%
cond(9, "болезнь", "одышка").
cond(10, "болезнь", "цвет лица ").
cond(11, "болезнь", "кашель сухой ").
cond(12, "болезнь", "признаки бронхита ").
cond(13, "болезнь", "хрипы и свисты при дыхании ").
cond(14, "болезнь", "стеснение в груди ").
cond(15, "болезнь", "кашель ").
cond(16, "болезнь", "тяжёлое дыхание ").
cond(17, "болезнь", "чувство нехватки воздуха ").
cond(18, "болезнь", "приступы удушья с затрудненным выдохом ").
cond(19, "болезнь", "повышенная потливость ").
cond(20, "болезнь", "слабость ").
cond(21, "болезнь", "болевые ощущения в области грудной клетки ").
cond(22, "болезнь", "головокружение ").
cond(23, "болезнь", "тяжесть в голове ").
cond(24, "болезнь", "сердцебиение ").
cond(25, "болезнь", "прогрессирующее снижение зрения ").
cond(26, "болезнь", "боль за грудиной ").
cond(27, "болезнь", "боль давящая, сжимающая, жгучая, ").
% ...
%
topic("болезнь").
%
```

Таким образом, современный уровень развития декларативных языков логического программирования позволяет в настоящее время создавать экспертные системы в различных предметных областях. Использование в основе организации экспертных систем принципа логического программирования, а в качестве инструментальной среды разработки таких языков, как *Visual Prolog*, не только снижает издержки на создание экспертных систем, но и упрощает технологию их разработки, перекладывая основной процесс создания системы на инженера по знаниям в данной предметной области.

Выводы. Основными направлениями применения и использования экспертных систем являются: *военная промышленность, медицина, IT- технологии*. Именно в этих отраслях использование экспертных систем в настоящее время приобретает все большую популярность. Современные технологии в различных областях не могут обойтись без использования персональных компьютеров, соответственно применение экспертных систем становится все более востребованным, начиная с простейших систем диагностирования и заканчивая сложными системами диагностики, контроля и управления технологическими процессами в различных предметных областях.

Литература

1. Солдатова О.П., Лёзина И.В. Логическое программирование на языке Visual Prolog: учебное пособие. – Самара: СНЦ РАН, 2010 –81 с., ил.

УДК 532.5:338.12

Асанович Валерий Яковлевич
 д-р хим. наук, профессор
*Белорусский государственный
 экономический университет*
Республика Беларусь

МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОЗНАЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Устойчивое социально-экономическое развитие Республики Беларусь и повышение эффективности ее экономики во многом определяются прогрессивностью развития каждого региона, рациональным размещением производительных сил. Не смотря на небольшие размеры республики, отмечается значительные асимметрии в уровне социально-экономического развития.

Сложность социально-экономических процессов требует использования соответствующего этой сложности инструмента моделирования. В последние годы одним из таких инструментов выступает теория функций комплексных переменных. Комплекснозначная экономика — это раздел экономико-математического моделирования, в котором переменными являются комплексные числа. Модели комплекснозначной экономики позволяют описать процессы, моделирование которых с помощью действительных переменных затруднено [1].

Целью данной работы является изучение применения комплексных чисел для анализа социально-экономического развития областей Республики Беларусь.

Для оценки социально-экономического состояния области будем использовать две оценки – его экономическое состояние и социальное состояние. При этом они оказывают влияние друг на друга – экономическое благосостояние области способствует тому, что его жители могут позволить себе удовлетворять свои потребности высокого уровня, как правило, потребности, связанные с включением в социум. Рассматривая социальное и экономическое развития области как самостоятельные части общей оценки, необходимо их взаимосвязи. Эта двойственность ситуации легко реализуется, если рассматривать некий показатель социально-экономического развития области в виде комплексного – к действительной части отнести экономическую составляющую, а к мнимой – социальную составляющую. Тогда каждая из этих составляющих будет представлять собой самостоятельный показатель, а они вместе – единое комплексное число, характеристики которого (модуль и полярный угол) отражают взаимосвязь этих двух составляющих.

Оборот розничной торговли и суммарный объем оказанных платных услуг на душу населения отражает уровень экономической активности в области, нацеленный на удовлетворение потребностей жителей области. Номинальные денежные доходы в расчёте на душу населения (среднедушевой доход) более корректно отражают уровень экономического развития области. Среднедушевой доход (С) характеризует всю совокупность денежных средств, получаемых среднестатистическим жителем области из разных источников, в первую очередь из заработков на производствах, расположенных в области. Прожиточный минимум (LV) характеризует степень развитости рыночных отношений в области – чем выше конкуренция на областном рынке, чем большее число его участников борются на рынке, тем ниже цены товаров, включаемых в состав прожиточного минимума, тем ниже сам прожиточный минимум. Тогда очевидно, что соотношение среднедушевого дохода к прожиточному минимуму показывает, насколько экономически благополучным в среднем является состояние области. Чем выше этот показатель стоит от единицы, тем более экономически развитым является область. Именно поэтому имеет смысл называть этот показатель уровнем достатка. Он довольно полно отражает степень экономического развития области и его можно использовать как одну из составляющих для оценки социально-экономического развития области.

Затраты в сфере услуг, которые несёт среднестатистический житель области, отражают уровень развитости социальной сферы. Для формирования комплекснозначного показателя будем использовать в мнимой части отношение оборота платных услуг населению (PS) к величине розничного товарооборота области (CC). И он является тем показателем, который обобщённо отражает уровень социального развития области. Назовём это отношение уровнем социальной удовлетворённости (s). Действительная часть представляет собой отношение среднедушевого денежного дохода (С) к прожиточному минимуму области (LV). Этот показатель отражает уровень достатка населения (d).

Комплекснозначный показатель (Z), который отражает социально-экономическое развитие области, выглядит следующим образом [2]:

$$Z = \frac{C}{LV} + i * \frac{PS}{CC} = d + i * s \quad (1)$$

где С – среднедушевой денежный доход; LV – прожиточный минимум; d – уровень достатка; PS – платные услуги населения; CC – розничный товарооборот области; s – уровень социальной удовлетворенности; i – мнимая единица.

Поскольку этот показатель комплексный, две составляющие: - экономическая (действительная часть), - социальная (мнимая часть комплексного показателя) не суммируются, а вычисляются самостоятельно

Имеется возможность сравнивать отдельно экономическую и социальную часть уровней развития каждой области в отдельности, что является важным преимуществом предложенного индекса по сравнению с существующими. Применительно к нашей комплексной переменной социального и экономического развития, модуль комплексной переменной будет характеризовать именно уровень одновременно социального и экономического развития области, то есть – выступать некоторым аналогом используемых в настоящее время индексов социально-экономического развития областей и представлять своеобразную свёртку показателей в единый индекс.

Рассмотрим возможность применения данного показателя к анализу уровня социально-экономического развития Республики Беларусь по областям.

В таблице 1 приведены данные о среднедушевом денежном доходе областей Республики Беларусь [3]. Если рассматривать только этот показатель, то со стороны экономической составляющей, наиболее развитым является г. Минск и по сравнению с остальными Гродненская область.

Таблица 1 – Среднедушевой денежный доход (С) (руб)

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	80,17	121,34	236,32	326,42	389,31	409,06	424	465,2	531,1
Витебская	83,98	129,96	252,72	342,76	407,02	429,49	439	471,5	533,4
Гомельская	78,48	121,25	238,26	325,92	389,89	410,52	417,7	460,6	527,1
Гродненская	90,19	137,2	266,19	367,82	438,35	463,49	474	513,7	579,8
г. Минск	143,16	214,49	409	565,26	671,91	726,92	770,5	839,8	952,2
Минская	87,9	136,95	268,54	367,51	439,74	477,07	502,1	553,3	633
Могилевская	82,33	128,37	251,84	340,06	395,92	418,05	433	470,2	529,9

Однако этот показатель не может служить обобщенным индексом уровня экономического развития областей.

Для вычисления действительной части комплекснозначного показателя уровня достатка необходима информация о прожиточном минимуме в области. Эти данные приведены в табл. 2.

Таблица 2 – Прожиточный минимум (LV) (руб)

	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Беларусь	29,69	70,69	92,415	112,81	142,81	156,78	174,52	199,32	216,9

Имеющихся данных вполне достаточно для того, чтобы вычислить показатель уровня достатка, который отражает динамику экономического развития области (табл.3).

Таблица 3 – Динамика уровня достатка по областям (d)

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	2,700	1,717	2,557	2,894	2,726	2,609	2,430	2,334	2,449
Витебская	2,829	1,838	2,735	3,038	2,850	2,739	2,515	2,366	2,459
Гомельская	2,643	1,715	2,578	2,889	2,730	2,618	2,393	2,311	2,430
Гродненская	3,038	1,941	2,880	3,261	3,069	2,956	2,716	2,577	2,673
г. Минск	4,822	3,034	4,426	5,011	4,705	4,637	4,415	4,213	4,390
Минская	2,961	1,937	2,906	3,258	3,079	3,043	2,877	2,776	2,918
Могилевская	2,773	1,816	2,725	3,014	2,772	2,666	2,481	2,359	2,443

Из полученных данных, следует, что наиболее экономически развиты г. Минск и Минская область. Из остальных наиболее развитой является Минская обл. У оставшихся показатель распределен более-менее равномерно. Для всех областей характерно снижение показателя в 2011 г., повышение до 2013 г., причем скачки довольно резкие. Потом до 2017 г. спад, но уже более плавный. В 2018 г. по сравнению с 2017 г. повышение показателя экономического развития.

Рассмотрим теперь динамику мнимой части предложенного комплекснозначного показателя – уровня социальной удовлетворённости жителей области. Он, как следует из уравнения, определяется как отношение платных услуг населению к величине розничного товарооборота области. Объём платных услуг населению по областям приведён в табл. 4.

Таблица 4 – Платные услуги населения (PS) (млн.руб)

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	188,52	257,25	423,58	628,86	723,44	764,83	935,8	950,9	1077,6
Витебская	171,77	234,54	392,6	565,88	686,53	716,53	802	867,2	966,1
Гомельская	193,5	259,93	474,28	965,13	809,65	825,64	947,1	986,1	1096,3
Гродненская	142,41	195,42	331,98	509,11	653,51	612,58	694,8	743,7	837
г. Минск	551,85	772,36	1356,18	1892,6	3495,87	3890,62	4602,4	5164	6017
Минская	176,5	235,49	407,55	610,24	580,18	545,72	637,6	696,6	829,7
Могилевская	144,53	196,98	337,16	492,32	596,28	584,97	667,4	717,3	822,5

В табл. 5 приведены значения другого необходимого для вычислений показателя – оборот розничной торговли по этим же областям за рассматриваемый промежуток времени.

Таблица 5 – Розничный товарооборот (CC) (млн.руб)

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	840,55	1483,3	2667,6	3444,9	3992,4	4269,2	4506	4911,8	5468,9
Витебская	775,76	1360,2	2457,5	3185,4	3716,5	3940,3	4103,4	4410,8	4910,1
Гомельская	767,22	1356,1	2440,2	3237,7	3879,7	4168,1	4426	4781,4	5380,5
Гродненская	713,98	1226,5	2209,7	2954,9	3484,1	3737,7	3813,4	4129,1	4597,1
г. Минск	1847,9	3261,1	5760,8	7820,3	9341,5	10440	11285	12389	13758
Минская	902,75	1538,1	2804,9	3687,4	4548,2	5056,4	5537,5	6036,2	6638,9
Могилевская	638,3	1064,4	1890,0	2471,2	2847,5	3111,9	3251,7	3579,1	3921,9

По рассчитанным двум показателям г. Минск является безоговорочным лидером.

Теперь, используя значения платных услуг населению и величины общего товарооборота по каждому из областей, можно вычислить расчётные значения показателя уровня социальной удовлетворённости (табл. 6).

Таблица 6 – Динамика показателя социальной удовлетворённости по областям (s)

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	0,224	0,173	0,159	0,183	0,181	0,179	0,208	0,194	0,197
Витебская	0,221	0,172	0,160	0,178	0,185	0,182	0,195	0,197	0,197
Гомельская	0,252	0,192	0,194	0,298	0,209	0,198	0,214	0,206	0,204
Гродненская	0,199	0,159	0,150	0,172	0,188	0,164	0,182	0,180	0,182
г. Минск	0,299	0,237	0,235	0,242	0,374	0,373	0,408	0,417	0,437
Минская	0,196	0,153	0,145	0,165	0,128	0,108	0,115	0,115	0,125
Могилевская	0,226	0,185	0,178	0,199	0,209	0,188	0,205	0,200	0,210

По уровню социальной удовлетворенности лидером является г. Минск. Показатель социальной удовлетворённости населения, как видно из его динамики по областям также может быть использован для диагностики уровня социального развития областей.

Интерес представляют не две действительных переменные, а одна комплексная. Простое рассмотрение этих комплекснозначных переменных мало что даёт исследователю (табл. 7).

Таблица 7 – Динамика комплекснозначного показателя уровня социально-экономического развития отдельных областей

Области	Года				
	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	2,726+0,181i	2,609+0,179i	2,43+0,208i	2,334+0,194i	2,449+0,197i
Витебская	2,85+0,185i	2,739+0,182i	2,515+0,195i	2,366+0,197i	2,459+0,197i
Гомельская	2,73+0,209i	2,618+0,198i	2,393+0,214i	2,311+0,206i	2,43+0,204i
Гродненская	3,069+0,188i	2,956+0,164i	2,716+0,182i	2,577+0,18i	2,673+0,182i
г. Минск	4,705+0,374i	4,637+0,373i	4,415+0,408i	4,213+0,417i	4,39+0,437i
Минская	3,079+0,128i	3,043+0,108i	2,877+0,115i	2,776+0,115i	2,918+0,125i
Могилевская	2,772+0,209i	2,666+0,188i	2,481+0,205i	2,359+0,2i	2,443+0,21i

Динамика комплекснозначного показателя социального и экономического развития областей, приведённая в табл. 7, даёт общее представление об изменении этого показателя во времени, но не больше. Дополнительными характеристиками комплекснозначного показателя социального и экономического развития служат модуль комплексной переменной:

$$R = \sqrt{d^2 + s^2} \quad (2)$$

и её полярный угол:

$$\theta = \arctg \frac{s}{d} \quad (3)$$

Поскольку и действительная и мнимая части показателя являются величинами безразмерными, то комплексная переменная (1) имеет право на существование – иначе бы невозможно было бы вычислить её модуль (2) и полярный угол (3). В модуле комплексного числа одновременно учитываются и экономическая, и социальная составляющие, с помощью (2) преобразованные в единый показатель. Иначе говоря, модуль комплексной переменной социального и экономического развития представляет собой своеобразную свёртку показателей в единый индекс. При этом видно, что снижение значений модуля (2) может произойти только в том случае, когда снизится хотя бы одна его составляющая, характеризующая либо уровень экономического развития, либо социального развития. Постоянство модуля может свидетельствовать либо о стабильности ситуации, либо об одновременном росте одного показателя и снижении другого. Диагностировать одно из этих состояний можно по динамике полярного угла (3). Если полярный угол уменьшается, это свидетельствует о том, что числитель в дроби уменьшается по сравнению со знаменателем, то есть – уровень социального развития меньше уровня экономического развития.

В табл. 8 приведена динамика модуля комплекснозначного показателя социально-экономического развития этих областей. Из расчетов, видно, что лидером по показателю безоговорочно является г. Минск. Его значение в полтора раза превосходит значения этого показателя в других областях. Остальные довольно равны между собой, но из них выше по показателю является либо Минская обл., либо в некоторые года была Гродненская обл.

Таблица 8 – Динамика модуля комплекснозначного показателя уровня социально-экономического развития областей

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	2,710	1,725	2,562	2,899	2,732	2,615	2,438	2,342	2,457
Витебская	2,837	1,847	2,739	3,044	2,856	2,745	2,523	2,374	2,467
Гомельская	2,655	1,726	2,585	2,904	2,738	2,626	2,403	2,320	2,439
Гродненская	3,044	1,947	2,884	3,265	3,075	2,961	2,722	2,584	2,679
г. Минск	4,831	3,043	4,432	5,017	4,720	4,652	4,434	4,234	4,412
Минская	2,967	1,943	2,909	3,262	3,082	3,045	2,879	2,778	2,921
Могилевская	2,782	1,825	2,731	3,021	2,780	2,673	2,490	2,368	2,452

Однако с 2015 г. Минская область стала более развиваться, нежели Гродненская. Дополнительную информацию о соотношении в каждой области социальной и экономической составляющей и характере их динамики можно получить, анализируя изменение во времени полярного угла комплекснозначного показателя.

В табл. 9 приведена эта динамика полярного угла для рассматриваемых областей.

Таблица 9 – Динамика полярного угла комплекснозначного показателя уровня социально-экономического развития областей

Области	Года								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Брестская	0,083	0,101	0,062	0,063	0,066	0,069	0,085	0,083	0,080
Витебская	0,078	0,094	0,058	0,058	0,065	0,066	0,078	0,083	0,080
Гомельская	0,095	0,111	0,075	0,103	0,076	0,076	0,089	0,089	0,084
Гродненская	0,066	0,082	0,052	0,053	0,061	0,055	0,067	0,070	0,068
г. Минск	0,062	0,078	0,053	0,048	0,079	0,080	0,092	0,099	0,099
Минская	0,066	0,079	0,050	0,051	0,041	0,035	0,040	0,042	0,043
Могилевская	0,081	0,102	0,065	0,066	0,075	0,070	0,083	0,085	0,086

Полярный угол показывает изменение социальной составляющей по сравнению с экономической. Так, в Гомельской обл. развитие социальной сферы происходит быстрее, чем экономическая сфера, хотя и является скачкообразной, однако начиная с 2016 г. имеет тенденцию к снижению. Тогда как в г. Минске, лидере по всем показателям, можно заметить, что в последние годы социальная сфера стала развиваться быстрыми темпами, по сравнению с экономической. Зато в Минской области заметно наиболее низкое преобладание социального показателя над экономическим. После 2015 г. во всех областях произошло увеличение сферы социального развития.

Таким образом, на примере данных по областям Республики Беларусь был показан пример расчета и использования модели комплекснозначной экономики для изучения социально-экономического развития. В работе было продемонстрировано преимущество данного подхода, позволяющего оценить динамику социально-экономического развития через один интегрированный комплекснозначный показатель. Было выявлено, что по всем показателям лучше всего развит г. Минск. Об этом свидетельствуют высокие значения показателей по сравнению с остальными областями. Основой такого положения является то, что г. Минск – столица Республики Беларусь и основные производства расположены в городе.

Автор выражает благодарность Т.Ю. Шабуне за помощь в проведении расчетов.

Литература

1. Светушков С.Г. Моделирование экономической динамики: комплекснозначный подход. – СПб.: «Издательство «Левша. Санкт-Петербург», 2015. – 136 с.
2. Светушков С.Г., Заграновская А.В., Светушков И.С. Комплекснозначный анализ и моделирование неравномерности социально-экономического развития регионов России. – СПб.: <http://sergey.svetunkov.ru/economics/complex/MD2012>, 2012. – 129 с.
3. Национальный статистический комитет РБ / Регионы Республики Беларусь, 2019 [Электронный ресурс]. — Минск, 1998. — Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/index_15301/. — Дата доступа: 02.11.2019.

УДК 332.1

Баранов Алексей Геннадиевич

к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Экономика предприятия»

Гармашова Елена Петровна

к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика предприятия»

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

г. Севастополь, Россия

КОСВЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В Г. СЕВАСТОПОЛЬ

Исследование выполнено при финансовой поддержке внутреннего гранта ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» в рамках научного проекта № 38/06 – 31.

Государственное регулирование экономики на современном этапе нацелено на поддержание стабильных темпов экономического роста в первую очередь за счет инновационных факторов. Реализация данной цели обеспечивается применением различных методов, которые в зависимости от адресности подразделяют на прямые и косвенные. Актуальность изучения косвенных методов регулирования инновационной деятельности обусловлена тем, что применение данных инструментов государственного регулирования не предусматривает прямого вмешательства в хозяйственную деятельность, а предполагает создание предпосылок и благоприятных условий для эффективной инновационной деятельности, что в наибольшей мере соответствует рыночным принципам.

Изучение косвенных методов регулирования инновационной деятельности на уровне отдельного региона позволит выявить возможности активизации науки и инноваций. К косвенным инструментам управления инновационным развитием на уровне регионов относятся: льготы по налогам и сборам; применение пониженных тарифов страховых взносов; упрощенный способ списания расходов на НИОКР; ускоренная амортизация; предоставление гарантийных обязательств; льготное кредитование; страхование инновационных рисков; таможенные льготы. Проанализируем применение косвенных инструментов регулирования инновационной деятельности в г. Севастополе.

1. Льготы по налогам и сборам. Виды налоговых льгот, которыми могут пользоваться субъекты хозяйствования: освобожден от налогообложения (налоговые «каникулы», налоговая «амнистия», изъятия из налоговой базы); применение пониженных ставок налогообложения; уменьшения налоговой базы (налоговые вычеты, изменение необлагаемого минимума); предоставлении налогового кредита.

В соответствии с действующим законодательством [1, 2] для участников свободной экономической зоны города Севастополя предусмотрены следующие льготы по налогам и сборам:

- на 10 лет устанавливается 0-вая ставка налога на прибыль организаций в части, подлежащий зачислению в федеральный бюджет. В части, подлежащей зачислению в бюджет города, установлены следующие ставки налога на прибыль организаций: 2 % – в течение трех лет с момента внесения в единый реестр участников свободной экономической зоны; 6 % – с четвертого по восьмой годы деятельности в качестве участника свободной экономической зоны; 13,5 % – с девятого года деятельности в качестве участника свободной экономической зоны.

- освобождение от уплаты налога на имущество организаций на 10 лет;

- освобождение от уплаты земельного налога организациями-участниками СЭЗ на 3 года с месяца возникновения права собственности на каждый земельный участок [1, 2].

2. Применение пониженных тарифов страховых взносов. Данная льгота применялась для участников, вступивших в свободную экономическую зону г. Севастополя до 2017 года включительно, в отношении работников, занятых в реализации различных инвестиционных проектов в СЭЗ (пониженные тарифы страховых взносов в размере 7,6%, из них в Пенсионный фонд РФ – 6%, в Фонд социального страхования РФ – 1,5%, в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 0,1%) [1, 2].

3. Упрощенный способ списания расходов на НИОКР. В Российской Федерации малое предприятие может списывать расходы по научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам на расходы по обычным видам деятельности в полной сумме по мере осуществления таких расходов [3].

4. Ускоренная амортизация. В соответствии со статьей 259.3 Налогового кодекса РФ организации, имеющие статус резидента промышленно-производственной или туристско-рекреационной особой экономической зоны либо участника свободной экономической зоны вправе применять ускоренную амортизацию в отношении собственных амортизируемых основных средств. То есть они имеют право применять повышающие коэффициенты к норме амортизации (специальный коэффициент, но не выше 2) [4].

Применение методов ускоренной амортизации позволяет организациям делать большую часть амортизационных отчислений по основным средствам тогда, когда их полезность и производительность выше, т.е. больше всего амортизационных отчислений в начале и всё меньше к концу срока полезного использования. Также у организаций появляется возможность сэкономить налог на прибыль и налог на имущество юридических лиц.

5. Предоставление гарантийных обязательств. Предоставление поручительств для субъектов хозяйствования зарегистрированных на территории города Севастополя осуществляется некоммерческой организации «Гарантийный фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в г. Севастополе».

Основными видами деятельности данного фонда являются предоставление поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства, организаций инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства по кредитным договорам, договорам займа, договорам финансовой аренды (лизинга), договорам о предоставлении банковской гарантии и иным договорам, заключаемым с кредиторами. Поддержка оказывается на возвратной основе за счет средств субсидии из федерального бюджета и бюджета города Севастополя, а также за счет собственных средств организаций инфраструктуры поддержки субъектов предпринимательства города Севастополя [5]. На 01.07.2019 г. Фондом предоставлено поддержки 11 субъектам хозяйствования на 58,92 млн. руб.

Поручительство Фонда предоставляется по договорам финансирования, заключенным на срок не менее 1 года и в сумме, превышающей 2 миллиона рублей [5].

6. Льготное кредитование. В г. Севастополь предусмотрена специализированная некоммерческая организация «Фонд микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства в г. Севастополе», основными видами деятельности которой являются микрофинансирование субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе на осуществление инновационной и научно-технической деятельности. При этом конкретные условия выдачи кредитов предусматривают: максимальный размер микрозаймов одному заемщику не более 1 миллиона рублей на срок не более 3 лет под 9 % (на срок до 12 месяцев), 10 % (от 1 до 3-х лет).

7. Страхование инновационных рисков. Инновационная деятельность связана с высокими рисками. Одним из важнейших методов их снижения является страхование, которое способно обезопасить инвестора от потери своих средств в случае неудачи инновационного проекта. В российской экономике страхование инновационных проектов носит пока случайный характер, поскольку многие страховые компании не могут самостоятельно покрывать все риски в случае их возникновения. Кроме того, в г. Севастополь относительно немного эффективно действующих страховых организаций и более того, следует учитывать, что функционал их ограничен.

8. Таможенные льготы. Действенным инструментом регулирования деятельности предприятий, которые осуществляют внешнеэкономическую деятельность являются льготы по уплате таможенных платежей и тарифные преференции (таможенные льготы). Они находят свое применение в том случае, если необходимо снизить нагрузку по государственной пошлине, налогам либо же упростить транспортировку товаров или личного имущества, как при экспорте, так и при импорте. Однако следует отметить, что Таможенный кодекс Евразийского экономического союза, в соответствии с которым субъекты хозяйствования осуществляют внешнеэкономическую деятельность, не предусматривает льгот для организаций, осуществляющим инновационную деятельность [6].

Таким образом, в Севастопольском регионе предусмотрен широкий спектр косвенных методов стимулирования инновационной деятельности, особенно для участников свободной экономической зоны [7]. Однако применение данных методов не гармонизировано. Кроме этого, существуют бюрократические сложности, связанные с получением налоговых льгот или льготного кредитования. При этом именно вопросы финансирования инноваций являются особенно актуальными, в связи с тем, что доступ к частным и иностранным инвестиционным средствам в Севастопольском регионе ограничен. Кроме того, следует учитывать высокий уровень неопределенности и риска инновационной деятельности, что становится особой проблемой в условиях неполноты рынка страховых услуг. Поэтому именно вопросы финансового стимулирования инновационной деятельности в регионе требуют дальнейшего изучения.

Литература

1. Федеральный закон «О развитии Республики Крым и города федерального значения Севастополя и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» от 29.11.2014 г. № 377 [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171495/ (Дата обращения 28.02.2020).
2. Закон города Севастополя от 03.02.2015 № 110-ЗС «О налоговых ставках в связи с принятием Федерального Закона от 29 ноября 2014 года № 379-ФЗ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://sevzakon.ru/view/laws/bank/02_2015/o_nalogovyh_stavkah_v_svyazi_s_prinyatiem_federalnogo_zakona_ot_29_noyabrya_2014_goda_n379-fz_o_vnesen/tekst_zakona/ (Дата обращения 28.02.2020).
3. Информационное сообщение Минфина России от 24.06.2016 N ИС-учет-5 «Об упрощении ведения бухгалтерского учета субъектами малого предпринимательства и рядом иных организаций» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200152/ (Дата обращения 28.02.2020).
4. Статья 259.3. Применение повышающих (понижающих) коэффициентов к норме амортизации Налогового кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <http://stnkrf.ru/259-3> (Дата обращения 28.02.2020).
5. Приказ Минэкономразвития России от 14.03.2019 N 125 (ред. от 25.09.2019) "Об утверждении Требований к реализации мероприятий, осуществляемых субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации в целях достижения целей, показателей и результатов региональных проектов, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федеральных проектов, входящих в состав национального проекта "Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы", и требований к организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства" (Зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2019 N 54891) Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_326561/ (Дата обращения 28.02.2020).
6. Решение Комиссии Таможенного союза от 15.07.2011 N 728 (ред. от 19.12.2019) «О порядке применения освобождения от уплаты таможенных пошлин при ввозе отдельных категорий товаров на единую таможенную территорию Таможенного союза» [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_118429/ (Дата обращения 28.02.2020).
7. Оганесян Н.Р. Свободная экономическая зона города федерального значения Севастополя / Н.Р.Оганесян, Е. П. Гармашова Т.Д. Литвинова. // Вектор экономики. – 2019. – №: 12 (42)– С.138.

УДК 331.105

Баркалов Сергей Алексеевич
д.т.н., профессор
Аверина Татьяна Александровна
к.т.н., доцент
Брежнева Зоя Олеговна
магистрант
*ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
г. Воронеж, Россия*

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ СТЕЙКХОЛДЕР - МЕНЕДЖМЕНТА

Управление проектами требует использования систем, механизмов и подходов, способных отвечать вызовам современного мира. Вне зависимости от специфики проекта, (например, строительные проекты отличаются продолжительностью и большим количеством участников) проект-менеджмент имеет минимум три уровня реализации (рис.1):



Рисунок 1 – Уровни проектного управления [5]

На основании рис.1, объединив для наглядности верхний и средний эшелоны в единый уровень принятия решений, можно сделать некий структурный срез. По мнению экспертов [5], соотношение важности уровней управления и исполнения имеет равные доли.

Управленческие кадры осуществляют распределение всех ресурсов проекта, поэтому значимость принимаемых ими решений невозможно переоценить. Стейкхолдеры - исполнители играют не менее важную роль, без их участия невозможно получить конечный продукт проекта, но их деятельность, как правило, осуществляется по заданиям, инструкциям, исходящим с верхнего уровня. Кроме того, рис.1 может быть дополнен группой стейкхолдеров, которые не принимают непосредственного участия в проекте, не выполняют проектных работ, не участвуют в дискуссиях и принятии решений по проекту, но могут испытывать на себе влияние проекта. Такие группы и сами способны оказывать разного рода влияние (ресурсное, нормативное) на успех дела. Как правило, наибольшее нормативное влияние проявляется со стороны государства. Например, государство в лице налоговых органов и природоохранных организаций заинтересовано в эффективности проекта по критериям рентабельности и экологичности.

Очевидно, что все группы заинтересованных сторон важны, однако на практике случаются ситуации, когда отдельные стейкхолдеры не интегрированы в общую систему: недостаточно информированы или недостаточно вовлечены.

Рассмотрим пример неэффективного управления интересами. В компании реализуется проект по внедрению информационной системы по учету персонала. Заказчик в лице высшего руководства фирмы взаимодействует с субподрядчиком через существующий в организационной структуре Отдел по автоматизации бизнес – процессов (далее – ОАБП). Последний, учитывая пожелания руководства, разрабатывает техническое задание для исполнителя. Когда прототип программного продукта будет готов, ОАБП передаст его на тестирование в Отдел управления торговым персоналом (далее – ОУТП), который является непосредственным пользователем продукта. В процессе тестирования окажется, что часть важных бизнес – процессов ОУТП упущено, кастомизация продукта, то есть индивидуализация под деятельность конкретного клиента, неудовлетворительная. Причина – при разработке технического задания не была учтена специфика деятельности ОУТП, никто из представителей отдела не привлекался к экспертной оценке требований к проекту. Дальнейшая динамика реализации проекта – доработка продукта или перестраивание системы процессов и документооборота ОУТП с сохранением большой доли ручного труда. Оба пути требуют ресурсных затрат. В рассмотренном примере отсутствует сбалансированность отношений, то есть взаимные запросы удовлетворены недостаточно хорошо.

Учитывая тенденции развития проектного управления в современном мире, можно говорить о необходимости управления интересами вовлеченных сторон. По оценкам экспертов, это решение должно улучшить динамику реализации проектов по критерию их успешности [1,2,3].

Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 100 SES [9] предлагает определять стейкхолдеров на основе ряда критериев, представленных в табл.1:

Таблица 1

№ п/п	Наименование критерия	Содержание
1	Ответственность	Это стороны, перед которыми организация имеет какие-либо обязательства, определенные в контрактах, правилах и других источниках (персонал, органы власти и другие)
2	Близость	Это стороны, с которыми фирма взаимодействует чаще всего и на протяжении длительного периода времени (штатные и внештатные сотрудники и другие)
3	Влиятельность	Это стороны, оказывающие наибольшее влияние на организацию или уполномоченные принимать решения (органы власти, совет директоров и другие)
4	Представительство	Это стороны, представляющие интересы отдельных людей или сообществ, которые не имеют достаточно власти, чтобы самостоятельно заявить о себе (профсоюзы, профсообщества и другие)
5	Зависимость	Это стороны, зависящие от функционирования организации в каком – либо плане (например, в плане территориальной принадлежности – все жители небольшого города зависят от единственной больницы, школы)
6	Стратегические намерения	Это стороны, к которым организация регулярно прямо или косвенно обращает свои заявления (например, целевая аудитория местные сообщества, персонал и другие)

Следуя табл.1, можно обозначить достаточно широкий круг заинтересованных сторон любого проекта, но возвращаясь к идеи о том, что на практике далеко не все стейкхолдеры интегрированы в общую систему, отметим, что управлять всем кругом интересов, вероятнее всего, невозможно, однако, можно говорить об установлении приоритетов относительно различных групп. Приоритизация позволяет определить, кому и какое внимание следует уделять во время разработки плана, технического задания или стратегии.

Некоторые компании, например, представляют свои приоритеты в виде заявления о миссии или публично объявленных целей. Если речь идет о внутренних проектах, установить приоритеты можно с помощью моделирования ресурсного взаимодействия стейкхолдеров.

За основу моделирования ресурсного взаимодействия стейкхолдеров возьмем экономико - математическую модель международной торговли [7]. Линейная модель обмена предполагает построение структурной матрицы обмена между странами-участницами международной торговли. Элементы матрицы равны доле национального дохода страны j , расходуемой на закупку товаров у страны i . Сумма всех затрат страны j на закупку товаров внутри страны и у других стран должна соответствовать величине национального дохода страны j (1):

$$x_{1j} + x_{2j} + \dots + x_{jj} = x_j \quad (1)$$

Кроме того, затраты j страны на закупку товара у i страны в размере x_{ij} являются выручкой p_i для i страны (2):

$$p_i = x_{i1} + x_{i2} + \dots + x_{in} = \sum_{j=1}^n x_{ij} \quad (2)$$

Тогда международную торговлю можно считать сбалансированной, если сумма затрат каждой страны равна сумме ее выручки. Кроме того, в системе не должно быть дефицита, то есть $p_i \geq x_j$. Одновременное выполнение этих условий возможно только в случае, если $p_i = x_j$. Тогда можно записать выражение (3):

$$A \cdot X = X, \quad (3)$$

где A – структурная матрица международной торговли, X – единичный вектор национальных доходов стран. Данное уравнение сводится к задаче по определению собственного значения и собственного вектора матрицы A .

Зная структурную матрицу международной торговли A , можно получить такие величины национальных доходов, при которых международная торговля сбалансирована.

Чтобы определить собственный вектор, задачу необходимо свести к модели линейного программирования: $(A - E) \cdot X = 0$, где E – единичная матрица.

Также вводится ограничение $x_1 + x_2 + \dots + x_n \leq S$, согласно которому сумма бюджетов всех стран должна быть не больше заданной величины S .

Математическая модель сбалансированной международной торговли сводится к задаче оптимизации вида (4):

$$\begin{aligned} F &= x_1 + x_2 + \dots + x_n \rightarrow \max \\ (a_{11} - 1)x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n &= 0 \\ a_{21}x_1 + (a_{22} - 1)x_2 + \dots + a_{2n}x_n &= 0 \\ &\dots \dots \dots \end{aligned} \quad (4)$$

$$a_{n1}x_1 + a_{n2}x_2 + \dots + (a_{nn}-1)x_n = 0$$

$$x_1 + x_2 + \dots + x_n \leq S$$

Адаптируем вышеизложенную модель для ресурсообмена между ключевыми стейкхолдерами проекта по внедрению информационной системы. Пусть имеется n групп стейкхолдеров, каждая из которых имеет некоторую ресурсную базу x_j . Обозначим через a_{ij} долю ресурсной базы, которую i группа стейкхолдеров получает от j группы.

Рассмотрим квадратную матрицу A , где сумма элементов по столбцам равна 1.

Таблица 2 – Матрица A оптимальной структуры ресурсного обмена

Стейкхолдер	1	2	3	4	5
1	a_{11}	a_{12}	a_{13}	a_{14}	a_{15}
2	a_{21}	a_{22}	a_{23}	a_{24}	a_{25}
3	a_{31}	a_{32}	a_{33}	a_{34}	a_{35}
4	a_{41}	a_{42}	a_{43}	a_{44}	a_{45}
5	a_{51}	a_{52}	a_{53}	a_{54}	a_{55}

Данная матрица будет отражать оптимальную структуру ресурсного обмена между стейкхолдерами. Ресурсная база $x_j = 1$ соответствует ситуации, когда структура ресурсного обмена в точности соответствует целям группы стейкхолдеров.

Далее рассмотрим матрицу B , элементы b_{ij} которой будут отражать удовлетворенность ресурсным обменом. Величины b_{ij} изменяются на интервале $[0;1]$. Элементы матрицы B могут быть установлены экспертно или расчетно (например, если определить для каждого получаемого ресурса количественный показатель для оценки удовлетворенности им).

Теперь по формуле (5) может быть получена матрица C , элементы которой отражают действительную структуру обмена между стейкхолдерами с учетом удовлетворенности от количества и качества полученных ресурсов.

$$c_{ij} = \frac{a_{ij} \cdot b_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij} \cdot b_{ij}} \quad [6] \quad (5)$$

Для каждой из введенных матриц можно отыскать собственный вектор, то есть для матрицы A – вектор оптимального ресурсного обмена X^0 , для матрицы C – вектор действительного ресурсного обмена X^D . Отличие структур векторов будет свидетельствовать о разбалансированности существующего ресурсного обмена. При этом относительное различие векторов по каждой координате, вычисленное по формуле $k_i = \frac{|x_i^D - x_i^0|}{x_i^0}$, будет говорить о разбалансированности ресурсного обмена данной группы стейкхолдеров с остальными [6]. Чем ниже значение k_i , тем меньше разбалансированность.

Литература

1. Аверина Т.А., Баркалов С.А., Баутина Е.В., Бекирова О.Н., Бурков В.Н., Строганова Я. С. Азбука управления проектами: учебник / Т. А. Аверина [и др.]; под общ. ред. В. Н. Буркова. — Старый Оскол: ТНТ, 2018. - 328 с.
2. Аверина Т.А. О возможности применения «умных механизмов» при управлении стейкхолдерами строительного проекта / Т.А. Аверина, З.О. Брежнева / Научная опора Воронежской области Сборник трудов победителей конкурса научно-исследовательских работ студентов и аспирантов ВГТУ по приоритетным направлениям развития науки и технологий. Воронеж, 2018. С. 122-124.
3. Аверина Т.А. Механизм обратных приоритетов для решения ресурсных задач в строительстве / Т.А. Аверина, З.О. Брежнева / Управление большими системами материалы XVI Всероссийской школы-конференции молодых учёных. 2019. С. 303-308.
4. Аверина Т.А. Управление строительными проектами с позиции стейкхолдеров / Т.А. Аверина, З.О. Брежнева / Управление строительством. 2019. № 1 (14). С. 121-124.
5. Гельруд Я.Д. Методология создания информационно-аналитической системы управления проектами на основе комплекса математических моделей функционирования стейкхолдеров: дис.д.т.н.: 05.13.10\ Гельруд Яков Давидович-М., 2015. - 350с.
6. Греско А.А. Выбор стратегий взаимодействия вуза с группами заинтересованных сторон с учетом отношений заинтересованных сторон между собой: дис. к.э.н.: Греско Александр Александрович – М., 2012. - 161с.
7. Поттосина С.А., Журавлев В.А. Экономико-математические модели и методы: Учеб. пособие. - Минск: БГУИР, 2003. - 94 с.
8. Основы профессиональных знаний и национальные требования к компетентности (НТК) специалистов по управлению проектами. – М.: Проектная Практика, 2010. - 265 с.
9. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами. Предварительная версия. AA1000 SES. Фонд Институт экономики города; Институт AccountAbility, 2005.- 64 с.

УДК 69

Баркалов Сергей Алексеевич
д.т.н., профессор, заведующий кафедрой управления
Бекирова Ольга Николаевна
к.э.н., доцент, доцент кафедры управления
Трифорова Мария Сергеевна
аспирант

*Воронежский государственный технический университет
г. Воронеж, Россия*

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВОЗВЕДЕНИЯ ГРАЖДАНСКИХ ЗДАНИЙ В УСЛОВИЯХ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

Саморегулируемыми организациями (СРО) признаются некоммерческие организации, образующие объединение субъектов предпринимательской деятельности на основе единства отрасли производства товаров (работ, услуг).

Саморегулирование строительных организаций (ССО) предполагает, что для строительства зданий и сооружений организациям необходимо вступить в состав СРО, основным назначением которой является допуск на реализацию профессиональной деятельности.

Официальные данные статистики РФ свидетельствуют о большом росте числа строительных аварий. Анализ показывает, что около 65% аварий в строительстве связаны с различного рода дефектами, которые были допущены на этапе строительно-монтажных работ. Несомненно, качество строительства влияет не только на экономическую эффективность строительной деятельности в целом, но и потребительские свойства возводимых зданий, их надёжность. Особенно это важно для СРО, где деятельность компаний взаимосвязана.

Обновляемая в России законодательная и нормативная база закрепляет права потребителей и гарантии их безопасности в строительной сфере, но механизмы их реализации пока еще недостаточно сформированы. Строительный контроль ведётся без использования количественных показателей, обоснования объёмов контроля и критических значений отклонений по условию безопасности конструкций. Именно поэтому оценка качества строительства гражданских зданий в условиях саморегулирования является одной из актуальных задач на сегодняшний день.

В статье предлагается использовать оценочные модели определения качества объектов строительных компаний, входящих в состав СРО, с целью выявления возможных дефектов и обеспечения необходимых мер по их устранению. Помимо этого, используемые оценочные модели можно применять на этапе отбора организаций в союз СРО.

Таким образом, целью работы является оценка качества возведения гражданских зданий в условиях саморегулирования.

Для реализации поставленной цели были решены следующие задачи:

1. Исследование причин аварий в строительстве
2. Анализ методов оценки качества зданий и сооружений.
3. Разработка комплексного подхода к проведению оценки качества строительных объектов у компаний, подавших заявки или уже состоящих в СРО.

Объектом исследования является система оценки качества строительства в условиях саморегулирования.

Предмет исследований — показатели, характеризующие уровень системы обеспечения качества; параметры качества возведённых зданий и сооружений.

Методы исследования: системно-функциональный анализ, квалиметрия, корреляционно-регрессионный анализ.

Исследование причин аварий в строительстве

Анализ основных причин аварий и возможных дефектов в строительных сооружениях представлен в работах Гроздова В.Т., Лебедев В.Б., Монфред, Ю.Б., Сендеров Б.В., Шкинева А.Н. и др. [3,6,7,8]. Этому вопросу посвящены исследования и многих зарубежных ученых [9,10].

Ежегодно на территории Российской Федерации фиксируются около 50 строительных аварий.

Стоит отметить, что наибольший процент наблюдается именно в гражданском строительстве — 65%.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика вероятности ошибок участников строительства в России и Европе.

Анализируя таблицу, стоит отметить, что около 84% аварий обусловлены ошибками участников инвестиционно-строительного процесса.

В условиях саморегулированных организаций, где ответственность за возведённые объекты распределена на всех членов союза, данный факт требует принятия незамедлительных решений. Необходимо понимать причины аварий и исключать их появление уже на ранних этапах.

Таблица 1 – Вероятности ошибок участников строительства

Событие	Вероятность события	
	Европа	Россия
Ошибка архитектора	0,10	0,12
Ошибка проектировщика	0,40	0,20
Ошибка производителя работ	0,50	0,50...0,60
Ошибка контролирующего лица	0,10	0,10
Ошибка при эксплуатации	0,03	0,10...0,15
Перегрузка конструкций	0,03	0,05
Слабый материал	0,03	0,20

В связи с этим, в статье предлагается ежегодный мониторинг показателей саморегулируемых организаций на основе предлагаемой модели оценки качества их объектов.

Анализ методов оценки качества зданий и сооружений

Методы оценки качества описываются наукой «квалиметрия». Квалиметрическая оценка представляет собой совокупность методов измерения и количественной оценки качества различных объектов, использующиеся для принятия обоснованных решений в процессе управления качеством продукта.

В ходе квалиметрической оценки качества определяют весомости отдельных показателей качества, используя аналитические или экспертные методы [2].

В литературе известно множество методов оценки качества строительных зданий и сооружений:

- уровень системы обеспечения качества строительства;
- показатели бездефектности и точности;
- показатели стабильности протекающих процессов и др.

Однако анализ большинства методов показывает, что они не отвечают некоторым критериям и принципам системности, обеспечивающим эффективность управления качеством.

Реализация обеспечения показателей безопасности строительства может быть в случае:

- обеспечения высокого уровня системы контроля и оценки качества с учетом показателей безопасности;
- оценки технического риска;
- риск-ориентированного статистического контроля и оценки технического риска;
- разработки и внедрения соответствующих мероприятий по обеспечению качества строящихся гражданских зданий и сооружений.

В качестве определяющих параметров качества зданий используем показатели квалиметрической модели комплексного показателя качества строительства в виде среднего геометрического показателя [1]:

$$\begin{cases} K_{\text{СМР}} = V \times K_{\text{СК}}^a \times (K_{\text{Д}} K_{\text{Т}})^b \times (K_{\text{Х}} K_{\text{С}})^c \times (K_{\text{Р}} K_{\text{П}})^d \\ V = 0 \text{ при } K_{\text{Р}} < K_{\text{Р}}^{\text{lim}}, K_{\text{П}} < K_{\text{П}}^{\text{lim}} \end{cases} \quad (1)$$

где V - коэффициент «вето»; $K_{\text{СК}}$ - уровень системы обеспечения качества строительства; $K_{\text{Д}}, K_{\text{Т}}$ - показатели бездефектности и точности технологических процессов; $K_{\text{Х}}, K_{\text{С}}$ - показатели стабильности процессов по отношению к систематическим и случайным погрешностям; $K_{\text{Р}}, K_{\text{П}}$ - относительные показатели несущей способности и безопасности возводимых конструкций; a, b, c, d — коэффициенты весомости.

Используя матрицу приоритетов, нами были получены следующие показатели коэффициентов весомости ($a = 0,21, b = 0,11, c = 0,035, d = 0,25$), представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Определение коэффициентов весомостей показателей

	$K_{\text{СК}}$	$K_{\text{Д}}$	$K_{\text{Т}}$	$K_{\text{Х}}$	$K_{\text{С}}$	$K_{\text{Р}}$	$K_{\text{П}}$	$\sum +$	вес
$K_{\text{СК}}$	0	+	+	+	+	-	-	4	0,21
$K_{\text{Д}}$	-	0	$\pm$	+	+	-	-	2,5	0,11
$K_{\text{Т}}$	-	$\pm$	0	+	+	-	-	2,5	0,11
$K_{\text{Х}}$	-	-	-	0	$\pm$	-	-	0,5	0,035
$K_{\text{С}}$	-	-	-	$\pm$	0	-	-	0,5	0,035
$K_{\text{Р}}$	+	+	+	+	+	0	$\pm$	5,5	0,25
$K_{\text{П}}$	+	+	+	+	+	$\pm$	0	5,5	0,25
$\sum -$	4	2,5	2,5	0,5	0,5	5,5	5,5	21	1

Весомость определена нормализацией суммы приоритетов показателя по отношению к общей сумме приоритетов.

«+» означает приоритет построчно оцениваемого показателя над показателем соответствующей ячейки таблицы; «+/-» - равная значимость показателей.

Все показатели, входящие в выражение (1) имеют безразмерные значения и изменяются, как правило, в пределах от 0 до 1, за исключением показателей точности, прочности и безопасности, которые могут быть больше единицы. При $K_{CMR} < 1$ качество ниже нормы, а при $K_{CMR} > 1$ - выше нормы.

Преимущества показателя (1) обусловлены его комплексностью, количественностью и наибольшей чувствительностью к интегральному свойству конструкции в виде безопасности, что позволяет обеспечить удобство и достоверность его применения в процедурах управления качеством. При этом наиболее весомые показатели, оценивающие снижение прочности и безопасности, играют роль коэффициентов «вето», которые позволяют регулировать функцию качества в процедурах приёмки работ и итоговой оценки соответствия в зависимости от выполнения требований безопасности.

Разработка комплексного подхода к проведению оценки качества строительных объектов у компаний, подавших заявки или уже состоящих в СРО

Введение ежегодного мониторинга качества строительных объектов позволит выявить возможные дефекты уже на ранних этапах и тем самым обеспечит минимальное количество аварий. Данный метод может применяться как для организаций, уже являющихся саморегулируемыми, так и желающих вступить в СРО.

Помимо этого, предлагаемая модель является универсальной и применима абсолютно для любой технологии строительства с использованием показателей, специфичных для выбранного типа строительства.

Апробацию будем проводить на примере строительной компании X, Воронежской области. Рассмотрим 7 панельных зданий компании X (высота от 9 этажей).

Для оценки качества используются следующие параметры:

ΔX^n – нормативный допуск;

$\bar{X}$ – среднее значение;

S_x – стандартное отклонение параметра;

K_c – коэффициент соответствия;

P – уровень бездефектности;

K_T – показатель точности технологического процесса;

C_D – показатель критичности дефекта.

В таблице 3 представлен фрагмент результатов статистического контроля качества панельных зданий.

Таблица 3 – Статистическая оценка качества возведённых компанией А зданий

Контролируемые отклонения	n	ΔX^n	$\bar{X}$	S_x	K_c	K_D	K_T	C_D
Прочность швов конструкций	57	12	9,89	5,45	1,00	0,99	0,82	11
Прочность панелей перекрытий	23	21	7,39	3,41	1,00	0,99	0,87	11
Прочность стеновых панелей	89	22	7,41	4,1	1,00	0,98	0,77	11
Отклонение стеновых панелей	388	11	3,94	2,88	0,98	1,00	1,59	31
Зазор между смежными панелями	65	± 10	-2,19	11,6	0,72	0,68	0,5	6
Длина сварного шва связей панелей стен	64	41	1,75	13,2	0,65	0,58	0,15	60
Ширина сварного шва связей панелей стен	67	7	0,08	1,59	0,72	0,54	0,07	49
Длина сварного шва связей панелей перекрытий	68	79	-2,11	17,4	0,66	0,5	0,3	61
Ширина сварного шва связей панелей перекрытий	68	7	1,26	1,8	0,83	0,67	0,66	50

По полученным данным, было выявлено, что коэффициент K_c даёт завышенную оценку качества, поскольку фактические оценки меньше этого значения на 15-25%. С целью корректировки оценки уровня качества в таблице 8 будет рассмотрена корреляционная зависимость показателей.

Осуществим групповую оценку статистических показателей качества, представленных в формуле (1) по группам показателей и видам строительно-монтажных работ.

Полученные показатели K_c строительно-монтажных работ свидетельствуют о низком соответствии отклонений нормам и проекту.

Таблица 4 – Оценка показателей качества

Группа показателей	K_c	K_D	K_T
Параметры материала	1,00	0,98	0,80
Параметры устройства связей	0,72	0,58	0,29
Параметры устройства швов	0,62	0,49	0,43
Геометрические параметры, влияющие на прочность	0,76	0,70	0,65
Геометрические параметры, не влияющие на прочность	0,82	0,75	0,95
Параметры герметизации швов	0,32	0,25	-0,23
Герметизация стыков	0,32	0,25	0,00
Монтаж элементов лестничной клетки	0,61	0,49	0,50
Монтаж плит перекрытий	0,79	0,69	0,71
Монтаж панелей стен	0,83	0,77	0,59
Среднее значение по СМР:	0,65	0,57	0,47

Показатели точности технологических процессов СМР являются неудовлетворительными, поскольку заметна высокая изменчивость значений параметров. Это может быть связано с погрешностью, полученной в процессе монтажа, а также ввиду геометрического несовершенства сборных элементов.

По полученным данным были выявлены контролируемые параметры по данной объединённой выборке (7 обследованных зданий).

Проверка гипотезы нормального распределения генеральных совокупностей контролируемых параметров выполнена при помощи критериев Пирсона и Колмогорова-Смирнова.

Фрагмент полученных результатов подбора распределений представлен в таблице 5.

Таблица 5 показывает, что уровень значимости у всех рассматриваемых параметров удовлетворительный.

Таблица 5 – Характеристика распределений для объединённых выборок

Контролируемые параметры	Распределение		Критерий Колмогорова
	фактическое	проектное	
Прочность бетона перекрытий	$N(7,36;11,48)$	$N(0;7,31)$	0,098(0,20)
Отклонение отметок перекрытий	$N(-13,95;62)$	$N(0;26,0)$	0,103(0,01)
.....	...	...	...
Ширина сварного шва связей плит	$N(1,28;3,31)$	-	0,250(0,02)

При этом, стоит отметить, что в пределах исследованной выборки зданий, параметры могут иметь нестабильный характер по отношению к случайным и систематическим погрешностям, что говорит о нестабильности СМР в целом по всем рассмотренным объектам.

Конечные показатели качества и безопасности обследованных строительных объектов на основании определения стабильности средних значений и стандартных отклонений по зданиям сведены в таблице 7.

Таблица 7 – Расчетные показатели качества и безопасности объектов строительной компании А

№ здания	$K_{СК}$	K_C	K_D	K_T	K_X	K_S	K_R	K_P	$K_{СМР}$
1	0,73	0,74	0,63	0,62	0,63	0,50	0,840	0,977	0,777
2	0,69	0,73	0,62	0,54	0,50	0,67	0,829	0,991	0,756
3	0,63	0,62	0,51	0,24	0,65	0,61	0,823	0,954	0,652
4	0,70	0,73	0,56	0,38	0,65	0,61	0,730	0,937	0,688
5	0,72	0,70	0,61	0,68	0,50	0,50	0,921	0,996	0,801
6	0,69	0,73	0,84	1,01	0,75	0,25	0,901	1,002	0,853
7	0,69	0,77	0,71	0,54	0,67	0,67	0,830	0,997	0,776
Среднее	0,69	0,70	0,62	0,59	0,65	0,62	0,863	0,984	0,772
Допустимо	0,75	0,95	0,97	1,00	0,75	0,75	0,96	0,998	0,920
Недопустимо	0,50	0,90	0,92	0,67	0,50	0,50	0,92	0,994	0,781

Вывод по таблице:

Уровень $K_{СК}$ данной строительной компании имеет среднее значение 0,69 (в пределах 0,63-0,73). О низком качестве работ говорят показатели K_D и K_T . Использование комплексного показателя $K_{СМР}$ позволяет получить достоверную количественную оценку и произвести сравнение качества

строительства. Для исследованных зданий показатель принимает значение от 0,652 до 0,853. Наибольшая оценка соответствует зданию №6. Далее, здания № 5,1,7,2,4,3.

Важным и заключительным этапом является оценка взаимосвязей между показателями. Данные представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Корреляционная взаимосвязь показателей

	$K_{СК}$	K_C	K_D	K_T	K_X	K_S	K_R	K_P	$K_{СМР}$
$K_{СК}$	1,00	(0,72)	0,30	0,52	0,07	-0,37	-0,12	0,19	0,53
K_C	(0,72)	1,00	(0,67)	0,40	0,09	-0,19	-0,47	0,09	0,36
K_D	0,30	(0,67)	1,00	(0,80)	0,30	-0,54	-0,00	0,49	(0,73)
K_T	0,52	0,40	(0,80)	1,00	0,50	-0,46	0,19	0,62	(0,93)
K_X	0,07	0,09	0,30	0,51	1,00	-0,13	-0,34	-0,02	0,30
K_S	-0,37	-0,19	-0,54	-0,46	-0,13	1,00	0,15	0,01	-0,26
K_R	-0,12	-0,47	-0,00	0,19	-0,34	0,15	1,00	(0,71)	0,44
K_P	0,19	0,09	0,49	0,62	-0,02	0,01	(0,71)	1,00	(0,83)
$K_{СМР}$	0,53	0,36	(0,73)	(0,93)	0,29	-0,26	0,44	(0,83)	1,00

Значения в скобках указывают на значимые на уровне 0,05 значения коэффициентов корреляции.

Полученная матрица позволяет определить чувствительность качества объектов строительства по отношению к тому или иному параметру и дать рекомендации.

У большинства показателей наблюдаются функциональные связи. Между $K_{СМР}$ и относительным показателем безопасности возводимых конструкций K_P обнаружена значимая на уровне 0,05 корреляция ($r=0,83$), свидетельствующая о чувствительности комплексного показателя качества к снижению безопасности конструкций. В данном случае, можно предположить значительное влияние неточностей монтажа на безопасность крупнопанельного здания в целом.

Аналогично, значение коэффициента корреляции ($r=0,73$ и $r=0,93$ соответственно) между компонентами $K_{СМР}$ и K_D , K_T свидетельствует о чувствительности комплексного показателя к показателям бездефектности и точности технологических процессов. В рассмотренной выборке было установлено наличие значительных дефектов для процесса монтажа стеновых панелей и сварных швов (в последствии могут стать критическими). Хотя и по отдельности выявленные дефекты можно отнести к малозначимым, но в комбинациях возможно недопустимое снижение прочности и безопасности конструкций.

Наблюдаются значительные положительные систематические отклонения для параметров швов конструкций, что можно объяснить нарушениями допусков геометрии конструкции и технологическим несовершенством растворной постели.

Выявлена и прямая связь между уровнем системы качества строительной организации $K_{СК}$ и коэффициентом соответствия K_C (корреляция 0,72). Коэффициент соответствия дает заниженную оценку качества по сравнению с уровнем бездефектности.

На основании полученных данных чувствительности компонента $K_{СМР}$ необходимы мероприятия по повышению точности технологических процессов монтажа, с целью достижения расчетных значений показателей и гарантированной прочности продукции.

Повышение точности может быть достигнуто заменой проектно-изыскательных работ, изменением и совершенствованием методов работ, оснастки, заменой поставщиков продукции, повышение квалификации исполнителей, усилением контроля и др.

Повышение точности установки может быть достигнуто недопущением сверхнормативных отклонений показателей, а именно: повторные измерения, использование подмостей для монтажа, использование шаблонов, повышение квалификации монтажников и др.).

Заключение

Разработанные аналитические выражения представляют собой модель для оценки качества строительных объектов организаций в условиях саморегулирования.

Рассмотренный пример акцентировал внимание на чувствительности комплексного показателя $K_{СМР}$ и показал, каким образом выявленные дефекты сказываются на качестве гражданского строительства в целом.

Несмотря на то, что уровень значимости у всех рассмотренных в данном примере параметров удовлетворительный, они всё же могут иметь нестабильный характер по отношению к случайным и систематическим погрешностям, что говорит о нестабильности СМР в целом по всем рассмотренным объектам.

Таким образом, мониторинг качества объектов строительных компаний в условиях саморегулирования является эффективным способом оценки качества возведения гражданских зданий в целом, что позволит решить следующие задачи:

- отслеживание чувствительности $K_{СМР}$ на текущий момент времени;
- получение другим членам союза СРО оперативной информации о состоянии объектов данной строительной компании;
- заблаговременное и своевременное исправление недостатков и улучшение качества работ;

- получение рекомендаций по устранению конкретных дефектов;
- уменьшение количества аварий.

Рекомендованная теория использования системы мониторинга может использоваться для организаций, подавших заявки или уже состоявших в СРО.

Предлагаемый подход является универсальным, возможна оценка качества объектов любой технологии строительства с применением показателей, специфичных для конкретного типа строительства.

Литература

1. Байбурин, А.Х. Комплексная оценка качества возведения гражданских зданий с учетом факторов, влияющих на их безопасность: Дис. ... д-р. техн. наук. / А.Х. Байбурин. – Санкт-Петербург, 2012.
2. Бекирова О.Н., Рогозина Е.А., Трифонова М.С.. Влияние системы оценки качества на конкурентоспособность объектов жилой недвижимости / Материалы XVI Всероссийской школы-конференции молодых ученых – Тамбов, 2019.
3. Гроздов В.Т. Дефекты конструкций крупнопанельных зданий, снижающие несущую способность зданий и их устранение / В.Т. Гроздов. - СПб.: СПб. ВВКУ, 1993.-96 с.
4. ГОСТ 4.200-78. Система показателей качества продукции. Строительство. Основные положения.
5. ГОСТ Р 50779.0-95. Статистические методы. Основные положения.
6. Лебедев, В.Б. Проблемы оценки потенциального качества проектов жилой среды / В.Б. Лебедев // Стандарты и качество. -2004. -№11.-С. 50-51.
7. Монфред, Ю.Б. Оценка качества строительной продукции на основе расчетных нормативов / Ю.Б. Монфред // Известия вузов. Строительство и архитектура. - 1986.-№7.-С. 70-74.
8. Сендеров Б.В. Аварии жилых зданий / Б.В. Сендеров. - М.: Стройиздат, 1991.-216с.
9. Cornell C.A. Stochastic Process models in structural engineering. Dept. of Civ. Engineering, Stanford University. Technical Report, No34, 1969, pp. 14-18.
10. Cowan H.J. Science and Building. Structural and environmental design in the nineteenth and twentieth centuries. - New York, Sydney, 1978. - 356 p.

УДК 334.01/334.02

Белоусова Наталья Ивановна
д.э.н., ведущий научный сотрудник
ФИЦ ИУ РАН
Москва, Россия

ОБ УПРАВЛЯЮЩИХ ПАРАМЕТРАХ В РАЗВИТИИ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ КОНКУРЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯХ ОЦЕНКИ

1. *О спектре типов конкуренции, согласно расширенной типологии конкурентных сред.* В данной работе при определении спектра включаемых в рассмотрение типов конкуренции предлагается исходить не только из классического их набора, но опираться на расширенную типологию. О каких типах конкуренции идет речь? Классический их перечень хорошо известен и приведен, в том числе, в учебниках различного уровня сложности, включая базовый уровень [1], и в особом представлении не нуждается. Это – совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция и олигополия (как виды несовершенной конкуренции), и монополия – как «вырожденный» вид конкуренции, фактически свидетельствующий об ее отсутствии (или уже о результате конкуренции).

Расширение перечня существенным образом связано с включением в рассмотрение т.н. конкурентоспособных рынков (прежде всего, рынков типа *contestable*) [2,3-6]. Становление исследующего данную тематику раздела экономической теории, осмысление и модельное конструирование было непосредственно «привязано» к особым, технологически и поведенчески специфическим сферам/видам экономической деятельности, естественным монополиям. Вместе с тем, сферы приложения моделей конкурентоспособных рынков выходят за рамки относительно ограниченного отраслевого значения и построений. Речь идет о теоретической модели франшизной конкуренции типа Х. Демсеца [7], варианты которой получили достаточно широкое распространение в различных сферах (так же как и множество нареканий за несоблюдение на практике тех или иных социальных требований и ограничений при проведении тендеров), и собственно о моделях рынков типа *contestable*. По характеру используемого инструментария, связанного с рынками этого типа, в рассмотрение могут быть вовлечены различные сферы, например банковская деятельность [8]. При этом изначально представления о рынках типа *contestable* наибольший импульс дали для развернутых обоснований по изменению структуры, прежде всего, телекоммуникационных отраслевых рынков, при проведении на этих рынках управленческих мероприятий по реструктуризации крупных компаний [9,10].

Общее для всех типов конкурентоспособных рынков, характеристики которых в значительной степени имеют процессный характер – конкуренция преимущественно не на рынке, а за рынок услуг (прежде всего, инфраструктурных), обеспечение условий для потенциальной конкуренции, в том числе, при небольшом числе фирм-участников. Такие типы конкурентных сред вполне могут быть представлены в анализе фрагментов деятельности разнообразных, отличных от естественно-

монопольных, сфер деятельности и включены, в качестве существенного дополнения, в расширенную типологию.

Расширенная типология охватывает и классические типы конкуренции в качестве элементов, в значительной мере аккумулирует опыт теоретических построений и многоликой практики развития конкурентных отношений, а также отвечает тенденциям происходящих в обществе и экономике технологических изменений. Последнее обстоятельство определяется процессами развития промышленных революций в их взаимосвязи с поиском адекватных форм рыночной организации [11].

2. *Структуризация направлений оценки управляющих воздействий по развитию конкуренции.* Различные типы конкуренции, с учетом заложенных в них предпосылок и особенностей проявления, могут отличаться по необходимости и возможностям вмешательства государства - как в определении ориентиров государственной конкурентной политики, так и установлении ограничений по тем или иным параметрам конкурентного развития. Соответственно, предполагается, что для решения задач, связанных с выработкой на государственном уровне управляющих воздействий по развитию конкуренции, в арсенал регуляторных средств могут быть включены и практически одновременно задействованы (на разных сегментах рынков) те или иные элементы из расширенного спектра.

Вряд ли приемлемой можно назвать ситуацию, когда и в теоретических моделях (заложенных предпосылках конкурентного поведения на рынке) и в конкурентной практике (исходя из государственных и корпоративных программ развития конкуренции) предполагается, что если речь идет о конкуренции, то явно или неявно подразумевается именно совершенная конкуренция, лишь в некоторых случаях - монополистическая. Хотя сферы приложения моделей совершенной конкуренции, как правило, ограничены отдельными отраслевыми рынками биржевой торговли массовой однородной продукцией, прежде всего, исходя из особенностей сочетания структурных характеристик этого типа конкуренции (наличие множества продавцов, отсутствие дифференциации продукции и барьеров входа).

В качестве первоочередных предлагается учитывать следующие взаимосвязанные направления оценки управляющих воздействий по развитию конкуренции (различных ее типов, охватываемых расширенной типологией) и определению альтернатив:

- гарантирование условий свободного/ недискриминационного входа на рынок, или целенаправленное формирование барьеров входа/выхода;
- ориентация на снижение рисков для участников конкурентного/ конкурентоспособного рынка;
- создание общих условий для инновационного развития путем формирования определенной конкурентной/ конкурентоспособной рыночной среды;
- обеспечение рамочных условий этики конкурентных/ конкурентоспособных отношений.

Отсутствие или наличие барьеров входа на тот или иной рынок (связанных как с прямыми запретами, так и с получением необходимых лицензий, выполнением специальных договорных условий «рыночного общежития», не относящихся к категории сговора) является ключевым компонентом управляющего воздействия из перечня структурных характеристик - и для классических типов конкуренции, и конкурентоспособных рынков.

Но для рынков типа *contestable* вводятся дополнительные управляющие параметры, формирующие отсутствие (согласно условиям базовой модели) или наличие для реальных или потенциальных участников рынка некоторых барьеров выхода. Их оценка преимущественно связывается с возможностью возникновения, прежде всего у потенциальных участников, т.н. невозвратных издержек (как разновидности условно-постоянных расходов, которые в краткосрочном периоде времени не успевают окупиться полностью) – в отличие от безубыточного (или с минимальными потерями) выхода с этого рынка [2].

Какое отношение к этому имеет государство, какими могут быть цели такого управляющего воздействия и в каком виде оно может производиться? В этой части могут быть различные интерпретации, связанные с характером теоретической модели и особенностями технологии определенных сфер деятельности (применительно к естественно-монопольным инфраструктурным отраслям – сетевой), в более широком контексте - с рядом конкретных/ гипотетических ситуаций. Так, государство может быть ориентировано на поддержку некоторого статусного и потенциально привлекательного для многих участников сегмента рынка, находящегося под его особым патронажем, режима деятельности (например, преимущественно сотрудничества, а не состязательности).

Способы реализации государством соответствующих управляющих воздействий, дисциплинирующих экономическое (прежде всего, ценовое) поведение участников рынка, могут предусматривать возможности снижения барьеров выхода для потенциальных участников, соблюдающих социальные режимы ценовой этики, но не ценового демпинга. Например, путем использования в сфере приоритетного развития такой дифференцированной меры управляющего воздействия, как финансирование в том или ином объеме невозвратных издержек в связи с досрочным (до полного возмещения понесенных затрат) уходом компании с рынка. Такой подход в некоторой мере позволяет преодолеть неэффективность и даже разрушительный характер деятельности реальных участников конкурентоспособного рынка, которые стремятся к ценовой экспансии (в силу их трактовки предоставленных им привилегий, выходящей за установленные государством рамки).

Проведение подобной государственной политики и осуществление соответствующих управленческих воздействий снижает риски жизнедеятельности на рынке, прежде всего, для потенциальных конкурентов, в конечном счете – для всех его участников.

Еще одно направление оценки управляющих воздействий определяется возможностями создания в системе государственного регулирования общих условий для инновационного развития экономики и проведения рыночных экспериментов путем формирования той или иной конкурентной/ конкурентоспособной рыночной среды. При этом опять же, поиск эффективных рыночных сред, ориентированных на разработку и внедрение различных типов инноваций (как продуктовых и процессных, так и маркетинговых и организационных), способствующих инновационным процессам и придающим импульс соответствующим предпринимательским функциям, не следует ограничивать классическим их набором, но опираться на расширенную типологию.

В этическом плане проблемы развития конкуренции, прежде всего, для одного из типов, совершенной конкуренции, были исследованы еще в середине 30-х гг. XX в. Ф. Найтом [12]. В рассматриваемом контексте одно из перспективных направлений оценки – определение управляющих воздействий, обеспечивающих рамки и условия этики, в соответствии с расширенной типологией конкурентных/ конкурентоспособных рынков.

В целом, представляется чрезвычайно важным – для повышения эффективности намечаемых мероприятий за счет обеспечения надлежащего развития средовой составляющей – преодоление весьма распространенного однозначного представления о рыночной среде как свободной/ совершенной конкуренции и внедрение в отечественную практику государственного регулирования диверсифицированных средовых оценок и построений.

Литература

1. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. - М.: «Дело ЛТД», 1993. 864с.
2. Baumol W.J., Panzar J.C., Willig R.D. Contestable Markets and the Theory of Industry Structure. N.Y.: HBJ, 1982. 497p.
3. Белоусова Н.И., Васильева Е.М. Вопросы теории государственного регулирования и идентификации естественных монополий. – М.: КомКнига, 2006. 320с.
4. Белоусова Н.И. Управление структурными преобразованиями естественных монополий на федеральном и региональном уровнях / Сб. трудов 8-й Межд. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова «Государственное управление в XXI веке: традиции и инновации». 2010. Ч. 2. - М.: Изд-во МГУ. С.121-126.
5. Белоусова Н.И., Васильева Е.М., Лившиц В.Н. Модели идентификации естественных монополий и государственного управления ими (возможности расширения классической теории) // Экономика и математические методы. 2012. Т. 4. №3. С.64-78.
6. Белоусова Н.И., Васильева Е.М. Методологические аспекты анализа конкурентоспособных естественно-монопольных рынков и механизмов их развития // Вестник РГНФ. 2013. №1(70). С.56-65.
7. Demsetz H. Why Regulate Utilities? // Journal of Law and Economics. 1968. Vol.11. No.1. P.55-65.
8. Hunter W., Timme S., Won Keun Yang. An Examination of Cost Subadditivity and Multiproduct Production in Large US Banks // Journal of Money, Credit and Banking. 1990. Vol.22. No.4. P.504-525.
9. Evans D., Heckman J. A Test for Subadditivity of the Cost Function with an Application to the Bell System // American Economic Review. 1984. Vol.74. No.4. P.615-623.
10. Sueyoshi T. Divestiture of Nippon Telegraph and Telephone // Management Science. 1996. Vol.42. No.9. P.1326-1351.
11. Белоусова Н.И. Теоретические положения по анализу организационных изменений в сферах естественных монополий в контексте инновационного развития и предпринимательства // Сб. трудов XIV Межд. научно-практ. конф. «Теория и практика экономики и предпринимательства». 2017. Симферополь-Гурзуф: Саки: ИП Бровко А.А. С.4-6.
12. Найт Ф. Этика конкуренции. 2-е изд./ Под ред. и со вступ. статьей чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнера. М.: РИКОМ Траст 2009. 262с.

УДК 330

Бойкова Майя Владимировна
заведующий кафедрой управления, к.п.н., доцент
Кушнир Алина Сергеевна
преподаватель кафедры управления
Российская таможенная академия
г. Люберцы, Россия

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Таможенные органы в Российской Федерации взяли курс на автоматизацию и цифровизацию, что обусловлено необходимостью обеспечения соблюдения таможенного законодательства и стремлением к сокращению издержек участников внешнеэкономической деятельности при перемещении товаров через таможенную границу. Внедрение современных технологий в деятельность таможенных органов является одним из ключевых путей реализации этой задачи и повышения эффективности таможенного администрирования в Российской Федерации.

Активное внедрение цифровизации в деятельность таможенных администраций упрощает для

*XVII Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция
"Теория и практика экономики и предпринимательства"*

участников ВЭД взаимоотношения с представителями таможни, позволяет минимизировать субъективизм при принятии решений, а для таможенных органов – повышает прозрачность и эффективность контроля за перемещением товаров. Поэтому в настоящее время таможенная служба ставит перед собой задачу по упрощению выполнения тех или иных задач и функций за счет внедрения актуальных технологий и систем.

Реализация такой задачи требует от таможенных органов перехода на новый подход к администрированию – сервисно-ориентированный. Данный подход традиционно ассоциируется с предоставлением услуг и в условиях цифровой экономики приобретает более широкие рамки. Это уже не столько служебный комплекс, сколько цифровые системные решения по предоставлению услуг и мониторингу развития процессов развития системы внешнеторговых отношений.

Переход таможенных служб государств-членов Евразийского экономического союза на сервисные принципы функционирования прежде всего связан с идентификацией и решением целого ряда проблем. Главной проблемой становится разработка механизма управления такой сложной системой. Реализация сервисно-ориентированного подхода в таможенных органах открывает целый комплекс задач, идей, принципов, методов и технологий, которые необходимо проанализировать и постепенно вводить в действие¹.

Новые условия развития таможенных администраций формируют сегодня общую концепцию институционализации таможенного дела. Она объединяет новую философию таможенного дела («контроль в виде сервиса») как идеологию развития таможенных институтов.

Выполнение сервисной функции таможенной службой предполагает оказание таможенных услуг различным потребителям: государству, обществу, отдельным гражданам, участникам внешнеэкономической деятельности.

Основными направлениями, определяющими развитие института таможенного администрирования в таких условиях, являются:

- 1) актуальная методология сервисно-ориентированного таможенного администрирования;
- 2) наличие административного, информационного, кадрового и технологического ресурсов государства для решений проблем бизнеса;
- 3) унификация законодательных норм с учетом международных требований.

Несмотря на то, что эти ключевые направления имеют разные нормативные и этимологические основания для развития, они связаны между собой и взаимно обуславливают друг друга. Реализация данных направлений в комплексе способна принести положительный синергический эффект для таможенного администрирования в условиях развития цифровой экономики.

Разработка адекватных перспективных направлений методологии развития института таможенного администрирования предполагает использование интегрированных методов и механизмов, основанных на теории институализации, теории услуг, теории логистики, теории риска и теории маркетинга.

По сути, в современных условиях вычленяется актуальный теоретико-методологический подход – сервисно-ориентированный. При этом акценты в администрировании смещаются в сторону реализации сервисных полномочий государства, в нашем случае – таможенных органов. В конечном итоге это осуществляется в целях повышения качества и увеличения спектра услуг на базе применения единых цифровых платформ, внедрения современных информационно-коммуникационных технологий и элементов искусственного интеллекта в практику управления².

Особенностью сервисно-ориентированного подхода является сосредоточение не на функциях и бизнес-процессах, а на предоставлении сервисов, как платформ для оказания государственных услуг³.

Развитие теоретико-методологического направления позволяет создать базовую платформу для целенаправленного развития таможенного администрирования.

В рамках второго направления, в соответствии с поручениями Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации по реформированию системы таможенных органов в период с 2018 года по 2020 год, проводятся работы по разработке ЦЭДов и единой сети электронных таможен⁴.

Развитию технологии электронного декларирования и интернет-декларирования препятствует ряд факторов:

1. Ручной ввод данных в электронные документы.
2. Техническо-коммуникационные проблемы передачи данных.
3. Необходимость защиты информации, передаваемой по сети Интернет.
4. Уровень квалификации кадрового состава и обеспеченность кадрами, осуществляющими

¹ Макрусов В.В. Сервисно-ориентированное таможенное регулирование: идеи, институты, управление // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. №12 (ч.19). 2017. С.1239–1242.

² Бойкова М.В. Эволюция теоретико-методологических подходов к анализу администрирования таможенных услуг // Вестник Российской таможенной академии. 2019. № 4.

³ Там же.

⁴ Приказ ФТС России от 26.06.2018 № 988 «О создании единой сети электронных таможен и ЦЭД» // СПС КонсультантПлюс.

поддержку информационных технологий.

5. Отсутствие гармонизированных стандартов между странами-участницами Союза.

Так, развитие информационно-коммуникационных технологий предъявляет новые требования к должностному лицу таможенного органа, который он должен обладать знаниями и навыками в области информационных таможенных технологий и таможенного дела.

Поэтапная концентрация декларирования товаров должна быть обеспечена возможностью автономной работы электронной системы, которая в случае возникновения непредвиденных обстоятельств позволит продолжить работу.

Внедрение таможенной технологии «единого окна» должно стать сервисной платформой для взаимодействия участников ВЭД и государства в лице таможенных органов. Основные проблемы внедрения данной таможенной технологии представлены на рисунке 1.

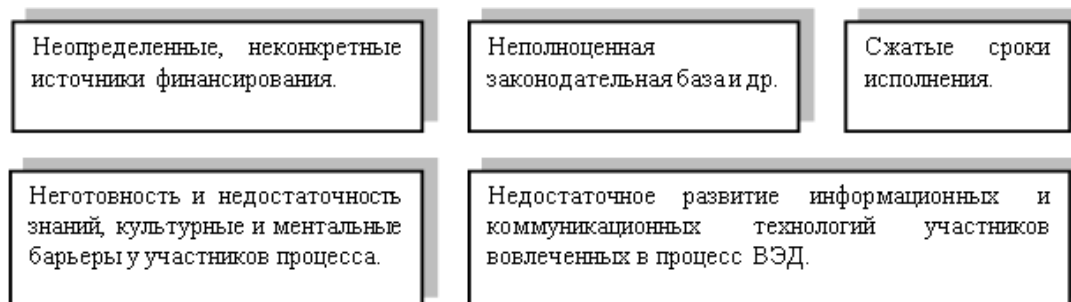


Рисунок 1 – Основные проблемы внедрения механизма «единого окна»⁵

Основной документ – Решение ВЕЭС № 68 и ежегодные детализированные планы ЕЭК имеют своей целью «формирование понятийного аппарата», «сближение подходов», «мониторинг», но не создает возможностей для формирования механизма «единого окна» как реально работающей системы ни национального, ни наднационального уровней.

Нельзя не признать, что внедрение механизма «единого окна» позволит сократить время на поиск необходимой таможенным органам информации, в том числе для проведения таможенного контроля после выпуска товара. Препятствиями для реализации таможенной технологии «единого окна» в Российской Федерации являются:

- не взаимодействующие между собой электронные сервисы государственных органов, в том числе и таможенных;
- не обеспеченность необходимыми информационными каналами связи, не существует;
- отсутствие единой модели данных для перехода на электронное информационное взаимодействие;
- отсутствие единой нормативно-справочной информации или классификаторов.

Сложность быстрого внедрения «единого окна» состоит в том, что «единое окно» – это межведомственная система, в работу которой включены многочисленные государственные органы, с которыми необходимо взаимодействие в рамках согласования регламентов, процедур, нормативно-правовой и технической базы. Анализ развития технологии «единого окна» позволил выделить основные факторы и угрозы (рис. 2).

Третье направление развития таможенного администрирования – следование международным стандартам, связано прежде всего с рекомендациям ВТамО, Рамочными стандартами и гармонизацией требований к предоставляемым данным.

Рекомендации ВТамО объединены в так называемую Модель Данных ВТамО, которая в условиях перехода на принципы сервисно-ориентированного подхода позволит:

1. Обеспечить все государственные органы, уполномоченные в сфере контроля трансграничного перемещения товаров, единой цифровой платформой для профильного информационного обмена, обеспечивающей своевременную информационную поддержку всех заинтересованных компетентных органов.

2. Предоставить участникам ВЭД интуитивный интерфейс для информационного обмена с таможенными и иными государственными органами, осуществляющими контроль за международными товарными потоками.

3. Осуществлять эффективное применение системы управления рисками на базе единой предоставленной информации без необходимости получения дополнительной информации от участников ВЭД.

4. Выстроить систему эффективного взаимодействия между таможенными и другими государственными органами, уполномоченным в сфере администрирования границы, что позволит

⁵ Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 28.09.2015 №123 «Методика оценки состояния развития национальных механизмов «единого окна» // СПС КонсультантПлюс.

снизить издержки, связанные с контролем и мониторингом.



Рисунок 2 – Факторы и угрозы, оказывающие негативное воздействие на внедрение таможенной технологии «единого окна» в Российской Федерации

Несмотря на то что, ВТамО провозглашает идею, в рамках которой развитие таможенного администрирования является вторичным по отношению к развитию мировой экономики, и в частности, к развитию информационных технологий. Сокращение бедности в мире, появление глобального среднего класса, возрастающая в объемах электронная торговля являются факторами для стимулирования роста торговли и экономического развития. Робототехника, машинное обучение, шифрование и искусственный интеллект оказывают влияние на экономики стран, что в свою очередь делает необходимым контроль данных сфер таможенными органами, развивая и модернизируя таможенное администрирование⁶.

Таким образом, анализ таможенного администрирования должен учитывать:

- комплексность и взаимообусловленность основных направлений его развития;
- характер и уровень проблем как теоретико-методологических, так и практических, требующих принятия решений в ближайшей перспективе;
- анализ развития информационно-технологической и административной среды института таможенного администрирования.

Несомненно, таможенное администрирование в условиях цифровизации является катализатором развития экономики. В свою очередь, цифровизация задает требования к таможенному

⁶ WCO Annual Report 2017-2018 [Электронный ресурс]: URL: http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/media/annual-reports/annual-report-2017_2018.pdf (дата обращения: 15.03.2020)

администрированию как институту развития. Это является мировой тенденцией и перерастает в примеры эффективной практики.

Литература

1. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 28.09.2015 №123 «Методика оценки состояния развития национальных механизмов «единого окна» // СПС КонсультантПлюс.
2. Приказ ФТС России от 26.06.2018 № 988 «О создании единой сети электронных таможен и ЦЭД» // СПС КонсультантПлюс.
3. Бойкова М.В. Зарубежный опыт таможенного администрирования /под общ. ред. В.В. Макрусева. М.: РИО Российской таможенной академии, 2017. 130 с.
4. Бойкова М.В. Эволюция теоретико-методологических подходов к анализу администрирования таможенных услуг // Вестник Российской таможенной академии. 2019. № 4.
5. Макрусов В.В. Актуальные аспекты реализации концепции сервисно ориентированного таможенного администрирования / В.В. Макрусов // Таможенное дело. 2017. №2. С.13-17.
6. Макрусов В.В. Сервисно-ориентированное таможенное регулирование: идеи, институты, управление // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. №12 (ч.19).2017. С.1239–1242.
7. WCO Annual Report 2017-2018 [Электронный ресурс]: URL: http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/media/annual-reports/annual-report-2017_2018.pdf (Дата обращения: 15.03.2020).

УДК 004.056.53

Бойченко Олег Валериевич

д.т.н., профессор

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Симферополь, Россия

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КИБЕРУГРОЗАМ

Актуальность исследования обусловлена значительным ростом утечек конфиденциальных данных посредством гаджетов пользователей. По оценкам специалистов, в настоящее время именно мобильные устройства являются сегодня отдельной «головной болью» для корпоративных ИТ-инфраструктур. Использование личных смартфонов и планшетов в рабочих целях допустимо уже в абсолютном большинстве организаций, однако надлежащее управление этими устройствами и включение их в общую систему информационной безопасности компании практикуются далеко не везде. Рискуют подвергаться прежде всего смартфоны и планшеты на базе Android, на которую сегодня нацелено 99% вредоносного ПО, специализирующегося на мобильных устройствах [1].

Однако, несмотря на блокирование более 6 млрд. вредоносных атак на компьютеры и мобильные устройства, количество атак на смартфоны и планшеты продолжает возрастать (зафиксировано свыше 3,5 млн. атак на платформу Mac OS X, которую часть пользователей до сих пор считают неуязвимой. Кроме того, около 1,5 млрд. инцидентов пришлось на устройства с мобильной ОС Android, а за минувший год число подобных атак увеличилось в четыре раза) [2].

Цель работы состоит в исследовании проблем, связанных с киберугрозами в цифровом пространстве для разработки рекомендаций по эффективному противодействию.

Методы исследования. Основным источником киберугроз является сеть Интернет (ежегодно эксперты выявляют более 123 млн. уникальных вредоносных файлов, пришедших из Сети). К этому стоит добавить еще почти 2 млн «зловредов», которые попадают на устройства по локальным источникам (флешки, съемные диски, внутренние корпоративные сети, файловые серверы и т. д.), при ежедневной обработке специалистами более 325 тыс. образцов нового вредоносного ПО, которое попадает на гаджеты пользователей через уязвимости в легальном ПО и при помощи методов социальной инженерии, а также организацией проведения злоумышленниками таргетированных атак, которые становятся все более распространенным явлением [3].

Следует отметить, что уязвимости рано или поздно возникают в любом программном обеспечении, что, в первую очередь, связано с ошибками при разработке программы, а также устаревание версий или отдельных элементов кода. Однако, основной проблемой является не наличие уязвимости, а ее своевременное обнаружение и закрытие.

Так, к примеру, ошибка Heartbleed позволяет злоумышленнику читать содержимое памяти и перехватывать личные данные в системах, использующих уязвимые версии протокола OpenSSL, который широко применяется для защиты данных, передаваемых через Интернет (в том числе информации, которой пользователь обменивается с веб-страницами, электронных писем, сообщений в интернет-мессенджерах), и данных, передаваемых по каналам VPN (Virtual Private Networks), что определяет масштабность потенциального ущерба от этой уязвимости [4].

В отличие от уязвимостей, которые киберпреступники эксплуатируют, не затрагивая напрямую пользователей, метод социальной инженерии предполагает контактирование с потенциальной жертвой. Путем обмана, мошенничества, игры на чувствах пользователей злоумышленники вынуждают человека самостоятельно загружать вредоносный файл на компьютер или вводить нужную им информацию на фишинговых сайтах.

Механика этих атак характеризуется тщательной продуманностью: после того как жертва заселялась в отель и подключалась к взломанной Wi-Fi-сети, указывая свою фамилию с номером комнаты, ей автоматически предлагалось скачать обновление для популярного ПО – GoogleToolbar, Adobe Flash или Windows Messenger. В действительности же это действие приводило к установке вредоносного ПО, которое и помогало киберпреступникам похищать конфиденциальные данные [5].

Количество организаций, ставших жертвами целенаправленных кибератак и кампаний кибершпионажа, увеличилось в 2019 г. почти в 2,5 раза. За прошедший год почти 4,5 тыс. организаций по меньшей мере в 55 странах, в том числе в России, стали целью киберпреступников. Кража данных произошла как минимум в 20 различных секторах экономики, включая государственные, телекоммуникационные, энергетические, исследовательские, индустриальные, здравоохранительные, строительные и другие компании. Киберпреступники крали пароли, файлы, геолокационную информацию, аудиоданные, делали снимки экранов и контролировали веб-камеры. Скорее всего, в некоторых случаях эти атаки имели поддержку государственных структур, другие же с большей вероятностью осуществлялись профессиональными группировками кибернаемников.

Таким образом, общая характеристика проблемы современных аспектов киберугроз представляется последствиями таргетированных операций и кампаний кибершпионажа, которые неминуемо заканчиваются взломом и заражением корпоративной сети, нарушением бизнес-процессов, утечкой конфиденциальной информации, в частности интеллектуальной собственности.

Результаты исследования. Детализация указанной проблемы позволяет выделить наиболее острые углы киберугроз и, собственно, создать условия для решения задач противодействия современным деструктивным вызовам, связанным с киберпреступностью:

1. Недооценка количества существующего на сегодняшний день вредоносного ПО абсолютным большинством российских компаний (91%), наряду с тем, что число «зловредов» постоянно увеличивается, а целенаправленность воздействия совершенствуется (таргетированные атаки). Среди внешних киберугроз наибольшее опасение у бизнеса по-прежнему вызывает вредоносное ПО (77%), затем следует проблема спама (74%), фишинговые атаки (28%), корпоративный шпионаж (26%) и сетевые вторжения (23%), а также распространение DDoS-атак, кража мобильных устройств и крупного оборудования (финальная сумма ущерба для крупных компаний в среднем составила 20 млн. руб. за каждую успешную кибератаку, а для предприятий среднего и малого бизнеса – почти 800 тыс.);

2. Рост инцидентов, обусловленных внутренними угрозами организаций (87%). В первую очередь, это уязвимости в ПО, затем случайная или намеренная утечка данных, утечка данных через мобильные устройства, что связано с потерей мобильных устройств сотрудниками и мошенничеством работников (20%);

3. Несовершенство разработанных политик безопасности, ориентированных на запрещение, отсутствие соответствующих инструментов контроля, которые позволят гарантировать соблюдение всех требований. При этом, прежде всего, следует выделить ошибочное акцентирование типов информации, интересующей злоумышленников. Так, для компании наиболее важной является информация о клиентах, финансовых и операционных данных, интеллектуальной собственности, а также информация по анализу деятельности конкурентов, платежная информация, персональные данные сотрудников и данные о корпоративных счетах в банках. При этом киберпреступники чаще всего крадут внутреннюю операционную информацию компаний (56%), персональные данные сотрудников (26%) и финансовые данные (19%) [6].

Последующий анализ позволяет сформулировать наиболее эффективные меры защиты от киберугроз:

1. Антивирусное ПО наряду с организацией защиты от таргетированных атак;

2. Построение комплексной системы защиты, охватывающей всю ИТ-инфраструктуру предприятия для предотвращения утечки данных и противодействия DDoS-атакам, делающим недоступными веб-ресурсы компании.

3. Управление обновлениями для своевременного закрытия уязвимостей в ПО наряду с практикой контроля приложений, позволяющей ограничить использование некритичных для бизнеса программ, избегая ряда уязвимостей [7].

Выводы. Таким образом, подводя итог, можно заметить, что надежная защита от всего многообразия киберугроз базируется на трех важных составляющих:

1. Использование современного качественного защитного ПО;

2. Применение политик безопасности, регулирующих права доступа пользователей к различной информации и сервисам;

3. Обучение персонала правилам работы с конфиденциальной информацией.

Литература

1. Бойченко О.В. Виды оценок уязвимости/ О.В. Бойченко, А.И. Мазинова // В сборнике «Актуальные проблемы и перспективы развития экономики», 18 Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. – Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2019. – С. 241-242.

2. Бойченко О.В. Новые виды мошенничества в цифровом пространстве/ О.В. Бойченко // В сборнике «Актуальные проблемы и перспективы развития экономики», 18 Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. – Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2019. – С. 10-12.

3. Бойченко О.В. Системы обнаружения вторжений в комплексе информационной безопасности банков/ О.В. Бойченко, И.В. Гавриков// Информация и космос. С-Пб., 2019. - №1. – С. 72-76.
4. Бойченко О.В. Информационная безопасность цифровизации экономики Республики Крым/ О.В. Бойченко, А.В. Гунько// Ученые записки КФУ им. В.И. Вернадского (Экономика и управление). - Симферополь, 2019. – Т5 (71). - №2. – С. 17-25.
5. Бойченко О.В. Кибербезопасность в цифровизации экономики/ О.В. Бойченко// В сборнике «Теория и практика экономики и предпринимательства», 16 Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. – Симферополь: КФУ им. В.И. Вернадского, 2019. – С. 7-10.
6. Бойченко О.В. Комплекс рекомендаций для банковской сферы по защите от кибератак/ О.В. Бойченко // В сборнике «Цифровая индустрия 4.0: тенденции 2025», Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. – С-Пб., 2019. – С. 545-549.
7. Бойченко О. В. Решение проблем сетевой безопасности на уровне Ddos/ О. В. Бойченко // Проблемы информационной безопасности / Труды IV Межд. науч.-практ. конф. Симферополь-Гурзуф. 15-17 февраля 2018. – Симферополь: ИП Зуева Т.В., 2018. – С. 4-7.

УДК 631.15:636.22/.28.034(100)

Бычек Ирина Иосифовна

к.э.н., доцент

Кулеша Андрей Дмитриевич

аспирант

Гродненский государственный аграрный университет

Республика Беларусь

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В МИРЕ

На сегодняшний день все большее число стран используют именно специализированные породы крупного рогатого скота. Именно благодаря такому методу производства наблюдается высокий выход продукции. Для образного обзора, необходимо отметить, что надои голштинских коров, например, в США, достигают 10 тыс. кг молока за лактацию. Содержание жира в молоке у коров этой группы пород по сравнению с другими породами понижено и равняется: у голштинских – 3,6-3,7%, у черно-пестрых российской популяции – 3,5-3,7% и у черно-пестрых белорусской популяции – 3,4-3,6%[1].

Крупнейшими производителями молока на мировом рынке являются США, Индия, Китай, Россия, Германия и Бразилия.

Таблица 1 – Поголовье коров в отдельных странах мира, млн гол.

Страна	Годы							2019 г. к 2013 г., %
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Российская Федерация	8,8	9,0	8,9	8,7	8,5	8,4	8,3	94,3
Казахстан	2,8	2,5	2,6	2,7	2,8	3,0	3,2	114,3
Германия	4,2	4,2	4,2	4,3	4,3	4,3	4,3	102,4
Польша	2,5	2,5	2,4	2,4	2,3	2,3	2,2	88,0
Франция	3,7	3,7	3,6	3,7	3,7	3,7	3,6	97,3
Бразилия	22,9	23,2	22,8	23,0	23,0	21,1	20,9	91,3
Индия	42,8	43,2	43,7	44,5	44,8	45,9	47,2	110,3
Китай	12,4	12,3	12,2	12,2	12,6	11,9	12,7	102,4
Новая Зеландия	4,7	4,8	5,0	5,0	5,2	5,1	5,2	110,6
США	9,1	9,2	9,2	9,2	9,2	9,3	9,3	102,2

Анализ показывает, что самое большое поголовье коров содержится в Индии – около 42,8-47,2 млн гол., а увеличение поголовья за 2013-2019 гг. составило 10,3%. Значительное поголовье коров также в Бразилии и Китае, однако в Бразилии поголовье коров имеет тенденцию к сокращению.

Коровье молоко составляет более 85% в мировой структуре производства молока. Наибольшее количество коровьего молока производится в США (91,3 тыс. т.), а ТОП 50 стран удовлетворяют потребности около 90% всего мирового рынка. Новая Зеландия, ЕС, Австралия и Соединенные Штаты являются крупнейшими экспортерами молока, в то время как Китай и Россия до недавнего времени были крупнейшими импортерами[2].

Как показывает анализ данных таблицы 2, наибольшее количество молока производится в Индии и США, а увеличение за 2013-2019 гг. составило соответственно 30,5% и 10,2%. Быстрыми темпами растет производство молока в Турции и Новой Зеландии – увеличение за 2013-2019 гг. составило соответственно 34,1% и 27,6%.

По прогнозам американского министерства сельского хозяйства, (USDA), мировое производство молока в 2019 г. увеличился до 510,09 тыс. т., что на 9,06 тыс. т больше объемов 2018 г. [3].

Увеличивающийся за счет роста благосостояния населения, а также процесса урбанизации в Африке, Азии и Латинской Америки спрос на молочные продукты, скорее всего, превысит предложение, создавая дефицит в течение следующих 10 лет, что, в свою очередь, почти неизбежно вызовет повышение цен.

Таблица 2 – Страны-лидеры по производству молока, тыс. т.

Страна	Годы							2019 г. к 2016 г., %
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Индия	122,1	128,1	132,6	137,9	146,5	155,7	159,4	130,5
США	87,5	89,1	91,0	91,3	93,5	94,6	96,4	110,2
Китай	41,2	41,8	42,4	40,2	42,3	42,7	42,0	101,9
Бразилия	31,0	32,4	32,6	34,5	35,4	34,9	33,9	109,4
Германия	29,6	30,4	30,7	31,4	32,4	32,7	32,7	110,5
Российская Федерация	31,8	31,6	31,8	30,5	30,8	30,8	31,2	98,1
Франция	24,2	25,3	24,9	24,6	25,8	25,9	25,4	105,0
Новая Зеландия	17,0	17,3	19,1	19,5	21,3	21,9	21,7	127,6
Турция	13,5	15,1	17,4	18,2	18,6	18,7	18,1	134,1

Прогнозируется рост импорта за счет более высокого ожидаемого импорта сливочного масла и нескольких других молочных продуктов. Также прогнозируется высокий уровень экспорта, так как рост цен в Океании и относительно низкие цены, которые ожидаются в США, будут способствовать повышению конкурентоспособности американской продукции в мире. Конечные запасы снижаются, поскольку более низкие цены способствуют увеличению спроса от внешнего и внутреннего рынков[3].

Таким образом, молоко является важным стратегическим продуктом для многих стран мира, исходя из чего многие производители молочной продукции стараются нарастить выпуск валовой продукции, а также улучшить эффективность организации ее производства.

Литература

1. Лециловский, П.В. Экономика предприятий отрасли АПК: Учебник / П.В. Лециловский, В.С. Тонковича, А.В. Мозоля. – Минск: БГЭУ, 2007. – 574 с.
2. Коваленко, Н.Я. Экономика сельского хозяйства с основами аграрных рынков: учеб. пособие / Н.Я. Коваленко – М.: ЭКМОС, 2000. – 372 с.
3. United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service[Электронный ресурс] / Dairy: World Market and Trade. – Режим доступа: <https://www.fas.usda.gov>. – Дата доступа: 10.03.2020.

УДК 338.45

Василенко Наталья Валерьевна

д.э.н., профессор

Марин Евгений Александрович

аспирант

Экономический факультет

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»

Санкт-Петербург, Россия

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ РОССИЙСКИХ НЕФТЯНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ

Стратегическое значение нефти в российской экономике обусловлено как ее непосредственно ресурсными свойствами, определяющими возможности функционирования топливно-энергетического комплекса и нефтехимической отрасли, так и ее роль в наполнении государственного бюджета. Нефтегазовые доходы за период 2006-2019 гг. составляют 35-50 % доходов федерального бюджета [4]. Следует учитывать, что Минфин в свою оценку не включает поступления от акцизов, налогов, сборов и страховых взносов от добычи сырой нефти и природного газа (кроме НДС, который уже учтен в оценке Минфина, и акцизов), а также дивидендов [5]. По данным РБК, по результатам 2018 года государство как крупный акционер получило дивидендов от группы компаний «Газпром» почти 192,5 млрд. руб., от «Роснефти» – 137,3 млрд. руб. [1]. В результате расширенной оценки нефтегазовые доходы федерального бюджета в 2018 году составили 10,9 трлн. руб. (около 56%), в то время как по оценке Минфина – 9,018 трлн. руб. (около 46%).

Экспортный доход РФ в 2019 году от нефти и газа также составил 56% [8]. При этом нефть и нефтепродукты составляют 44% всего экспортного дохода и почти 80% нефтегазового (таблица 1). Высокая доля экспортных доходов приводит к зависимости доходов нефтяных компаний и государства прежде всего от мировых цен на нефть.

Отсюда состояние и развитие нефтяной отрасли представляет собой важнее условие экономического роста и повышение уровня жизни российских граждан. Не отрицая социально-политический вес нефтяной сферы, авторы в данной статье фокусируют внимание на технологических и экономических ограничениях, связанных прежде всего с изменившимися природными условиями добычи нефти, а также глобализацией рыночных отношений, выдвигающей повышенные требования к участникам конкуренции на мировом нефтяном рынке.

Таблица 1 – Экспортный доход нефтегазовой отрасли РФ в 2019 году

Наименование товара	тыс. тонн	млн.долл. США
Всего	-	424 626,8
в том числе		
Нефть сырая	267 466,5	121 444,0
Нефтепродукты	142 802,2	66 887,4
Газ природный сжиженный, млн. м ³	65,4	7 920,0
Газ природный, млрд. м ³	219,9	41 633,1

Рассчитано авторами по [8]

Как известно, экономическая эффективность производственного процесса опирается на его технологическую эффективность, предусматривающую, что альтернативные (по отношению к используемому) процессы получения необходимого объема выпуска, в нашем случае объема добычи ресурса определенного качества, связаны с применением большего количества хотя бы одного из вмененных факторов. В современных условиях к таким изменяющимся факторам относят не только капитал и труд, но и технологии, развивающиеся под воздействием инновационных процессов. Технологии находят воплощение в различных инженерных решениях, обеспечивающих необходимый уровень затрат факторов, а также его снижение, то есть, в конечном итоге, достижение экономической эффективности процесса добычи ресурса.

Анализ практики показывает, что важнейшими особенностями процесса разработки нефтяных месторождений являются следующие:

- уникальность природных условий добычи ресурса, обуславливающих проектный подход к долгосрочному процессу освоения месторождения;
- вероятностный характер оценки запасов углеводородного сырья, связанных с неопределенностью востребованности тех или иных инженерных решений, ответственных за безопасность, реализуемость и рентабельность процесса добычи нефти;
- дифференциация качества извлекаемой нефти с точки зрения наличия примесей и других характеристик (вязкости, плотность и т.д.), приводящих к различиям в затратах и себестоимости.

Указанные особенности и определили модель развития нефтегазовой промышленности СССР, которая была разработана И. М. Губкиным в начале 30-х годов XX в. и состояла в постепенном исследовании и освоении недр в направлении движения с Запада на Восток. При этом ставилась задача открытия и введения в эксплуатацию гигантских и крупных месторождений с углеводородами, добыча которых была относительно несложной технологически и относительно малозатратной экономически. Мелкие традиционные месторождения размером от 1 до 5 млн. т. нефти фиксировались, но не представляли экономического интереса. Нефтяная промышленность СССР, а затем и России следовала этой концепции, добывая углеводороды вплоть до Охотского моря на шельфе Сахалина. На северных территориях и шельфе акватории Северного ледовитого океана также разведаны и разрабатываются месторождения, например, Западно-Баренцевской нефтегазоносной провинции, Тимано-Печерской провинции, комплекс месторождений полуострова Ямал. Остались перспективные малоисследованные территории Сибирской платформы – междуречье рек Енисея и Лены или шельфа арктических вод. Однако следует признать, что крупных уникальных традиционных нефтяных месторождений практически не осталось.

Продолжение разработки старых гигантских месторождений в ряде случаев ограничивается обводненностью углеводородов на 90 и более процентов, так как требует отделения нефти от воды при помощи специализированных установок. Снижение качества сырья актуализирует задачу повышения коэффициента извлечения нефти, что предусмотрено «Энергетической стратегией России до 2030 г.» от 0,30 в 2008 г. до 0,35-0,37 в 2030 г. При этом конкретные вопросы для увеличения этого показателя разработки углеводородных месторождений проработаны слабо.

Востребованность экономикой углеводородного сырья порождает переход к добыче нефти в труднодоступных условиях, что усиливает, во-первых, технологические ограничения, связанные со снижением качества сырья, а также комфортности температуры и давления, например, в традиционных коллекторах на шельфе, во-вторых, экономические ограничения в виде снижения или даже отсутствия рентабельности, например, на Штокмановском месторождении. «Почти две трети запасов нефти в России теперь составляют трудноизвлекаемые. В общероссийской добыче нефти доля трудноизвлекаемых запасов в настоящий момент невелика – 7,2% , но она постоянно растет, а потенциальный объем добычи трудноизвлекаемых запасов – до 200 млрд. тонн нефти» [6].

В этой связи возрастает потребность в развитии и последующем использовании эффективных технологически и экономически выгодных инженерных решений для разработки крупных и мелких месторождений в традиционных регионах нефтедобычи [7], а также эксплуатация месторождений, так называемых нетрадиционных углеводородов по признаку характеристики сырья (битумные пески), климатическим условиям (Арктика), расположению (шельфовые), признаку коллектора (с низкой проницаемостью пород).

В указанных условиях снятие или ослабление технологических и экономических ограничений требует разработки инженерных решений, обеспечивающих устойчивый «рост производительности труда, снижение себестоимости ... всех видов работ при разведке, разработке и транспорте углеводородов» [3]. Для освоений месторождений на арктическом шельфе, Баженовской свиты (как альтернативы сланцевыми нефтеносными формациями США) и т.д. при сохранении экологического баланса территорий могут потребоваться глубоководное и горизонтальное бурение, термическое, химическое или электролитическое воздействие на нефтематеринскую породу; многостадийный гидроразрыв пласта и т.д.

Чтобы поддерживать уровень добычи при разработке российских нефтяных месторождений, необходимо повысить эффективность их эксплуатации. Практика экономически развитых стран-экспортеров углеводородов, в частности Норвегии, Канады и Австралии [2], показывает, что ослабление технологических и экономических ограничений в рассматриваемой области основано на внедрении инновационных решений и передового инженерного оборудования.

Литература

1. Агеева О., Ткачев И. Треть доходов бюджетной системы России оказалась связана с нефтью и газом / РБК. 22 августа 2019. URL: <https://www.rbc.ru/economics/22/08/2019/5d555e4b9a7947aed7a185de> (Дата обращения: 17.03.2020).
2. Казначеев П., Гринев И. Экономическое и институциональное развитие в странах с высокой долей доходов от экспорта сырьевых ресурсов. Анализ и рекомендации на основе международного опыта / РАНХиГС, 2015. URL: <http://cre.ranepa.ru/wp-content/uploads/2015/04/Policy-paper-Institutions.pdf> (Дата обращения: 30.03.2020).
3. Конторович А. Э., Эдер Л. В. Новая парадигма стратегии развития сырьевой базы нефтедобывающей промышленности Российской Федерации // Минеральные ресурсы России. Экономика и управление. 2015. № 5. С. 8-17.
4. Краткая информация об исполнении федерального бюджета / Министерство финансов РФ. 5 марта 2020. URL: https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/execute/?id_65=80041-yezhegodnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_federalnogo_byudzheta_dannye_s_1_yanvarya_2006_g.# (Дата обращения: 17.03.2020).
5. Отчёт о поступлении налогов, сборов и страховых взносов в бюджетную систему российской федерации по основным видам экономической деятельности / Федеральная налоговая служба России. 1 января 2019. URL: <https://www.nalog.ru/html/sites/www.new.nalog.ru/docs/otchet/1NOM/1nom010119.xls> (Дата обращения: 17.03.2020).
6. Шмелев П. ТРИЗ как объективная реальность // Сибирская нефть. 2018. № 149. URL: <https://www.gazprom-neft.ru/press-center/sibneft-online/archive/2018-march/1489610/> (Дата обращения: 10.03.2020).
7. Эдер Л. В., Филимонова И. В., Проворная И. В. и Немов В. Ю. Основные проблемы инновационного развития нефтегазовой отрасли в области добычи нефти и газа // Бурение и нефть. 2014. № 4. С. 16-22.
8. Экспорт России важнейших товаров / Федеральная таможенная служба России. 2019. URL: <http://customs.ru/folder/513> (Дата обращения: 17.03.2020).

УДК

Timur Gataullin
Center for Digital Economics
State University of Management
Sergey Gataullin
Data Analysis, Decision Making
and Financial Technologies
Financial University
Ksenia Ivanova
Bachelor
State University of Management
Moscow, Russia

ECONOMICS OF KNOWLEDGE - TWO-LAYER RAISIN PIE

ABSTRACT. *An economy based on physical labor and agriculture was replaced by an industrial economy based on the use of natural resources. According to the global trend, the latter is gradually giving way to a post-industrial economy based on knowledge, an intellectual resource. It is no coincidence that the economy of post-industrial society is otherwise called the knowledge economy. The point is that in the conditions of the knowledge economy, the latter become the basic economic resource.*

Cost reduction, information society, internetization, digital revolution

INTRODUCTION. The first systematic research in this direction was carried out in the 1960s by the professor at the University of Vienna, Fritz Mahlup (see [1]). “Currently, there are various points of view regarding what the knowledge economy is, but not one of the proposed terms has yet been recognized by the world community as the only possible one. In particular, according to World Bank experts, the knowledge economy should be understood as “an economy that creates, disseminates and uses knowledge to accelerate its

own growth and increase competitiveness” (quoted from [2, p. 4]). Much has already been written about the knowledge economy (see, for example, [1,2-7]).

The knowledge economy is still a purely theoretical abstraction, although its individual elements are already in many countries. Before Russia in accordance with the Decree of the President of the Russian Federation V.V. Putin dated May 9, 2017 No. 203 “On the Strategy for the Development of the Information Society in the Russian Federation for 2017 - 2030”

The main principles of this Strategy are:

- a) ensuring the rights of citizens to access information;
- b) ensuring freedom of choice of means of obtaining knowledge when working with information
- c) the preservation of traditional and customary for citizens (other than digital) forms of obtaining goods and services;
- d) the priority of traditional Russian spiritual and moral values and compliance with the standards of behavior based on these values when using information and communication technologies;
- e) ensuring legality and reasonable sufficiency in the collection, accumulation and dissemination of information about citizens and organizations;
- f) ensuring state protection of the interests of Russian citizens in the information sphere.

There is also the task of building a knowledge economy and, as a first step, the digitalization of our economy and the task of transferring the country to an innovative path.

The development of the economy along an innovative path should begin, in our deep conviction, with a common and universal struggle to reduce costs. All sorts of costs: production, marketing, and management — something that almost no one is doing now. This is evidenced by the almost many years of experience in the unsuccessful “fight” against inflation. It’s even funny to talk and read about this “fight”, observing the constant, rapid increase in gas prices at our gas stations. Namely, according to it, we can fairly accurately monitor the level of real inflation. It is worth emphasizing that without success in working with inflation, there will be no innovative economy.

The above definition of World Bank specialists is pretty well said. More often, the understanding of the knowledge economy is concentrated on the description of exactly the institutions of the knowledge economy - the ones that generate and disseminate knowledge: universities, libraries, all kinds of institutions - ordinary educational and research, etc.

But the infrastructure is sagging: after all, universities, libraries, institutes need to be serviced: to heat, to carry water there, to keep sewers in order, etc. With such a closer look at the knowledge economy, it appears as a two-layer pie. In Marxist terms, she has a superstructure - in fact, what many researchers call the knowledge economy and there is a basis or material basis, without which the functioning of the knowledge economy is not only problematic, but simply impossible. With this view of the knowledge economy, the disadvantage of the above definition (according to experts of the World Bank) becomes apparent: in this definition, the knowledge economy appears to be too important. In our opinion, the knowledge economy represents only a very small “growth” over the normal infrastructure of all social production.

Let us recall the recent, but already well forgotten by many of our Soviet past: all the 60s and subsequent years, right up to the collapse of the USSR, we built the “material and technical base of communism”. It was assumed that in the course of this construction the Soviet people would create this base and only then begin, directly, the construction of communism.

So, we believe that the knowledge economy in our country will be built all at once, without dividing into the above basis and superstructure. Moreover, the basis itself will have to be created on a completely new post-industrial and innovative basis. The add-in will also not be a passive conglomerate of institutes that produce and disseminate knowledge, but a very active element that pulls up the entire base to its level, continuously improving it, i.e. the add-on plays the role of the leader, not the follower.

It is also necessary to add: the emerging analogy between the construction of communism and the knowledge economy is unlawful, if only because, given the general and significant lag of economic science in the USSR from the world level, there was no mention of knowledge economy in party documents.

Let us make a note about the main stages in the formation of the digital economy in our country, which are necessary not only to bridge the gap with other leading countries, but also for the rapid development of Russia in this area.

Of course, in order to advance in the development of the economy of our country, using digitalization and the latest technologies, you need to connect a large number of specialists - Fullstack, Frontend, Backend developers, software specialists, and this is not the whole list of developers and IT specialists. Russia, with its lag in information technology, is given a good chance, when creating a digital economy, to catch up and surpass the most advanced Western countries in this area. We outline briefly the declared stages, and since some, quite understandable and obvious, we will consider them very briefly:

- I. The transition from conventional to standard digital indicators.
- II. Internetization. The main thing is the transition to electronic document management.
- III. Creating aspects of the information society.
- IV. Reorganization of the work of some sectors of the economy.

Now move on to a detailed description

I. The transition from conventional to standard digital indicators.

This stage involves the development of such a system of cost (digital) indicators, which will be an analogue of the SI system (the international system of units of physical quantities, which is a modern version of the metric system). It is used all over the world, except for three countries: USA, Liberia and Myanmar. This, in particular, leads to the fact that, when refueling a car, for example, in the USA, we are forced to convert gallons into liters that we are familiar with.

Standard digital indicators will allow you to uniquely determine, for example, the number or thousands of employees, the volume of gross output in physical terms or millions of rubles (bitcoins) of this production. The development of this system of indicators is a very important matter for state bodies.

Stages II and III are the stages of creating the information society. They, at least in theoretical terms, are more or less clear, but much and painstaking practical work remains to be done to implement Decree of the President of the Russian Federation V.V. Putin dated May 9, 2017 No. 203 (which was mentioned earlier) in order to ensure conditions to form a knowledge society in the Russian Federation. We will tell about these stages in more detail.

II. Internetization. The main thing is the transition to electronic document management.

Let's start with an example: the housing and utilities sector of Moscow has already been practically translated into electronic document management in everything. Most of the population of Moscow has Internet in their apartments, and high-quality - cable, there is a plan for connecting meters of cold and hot water to the Internet.

All Moscow clinics are already connected to the Internet and patients are being recorded to various doctors via the Internet. Thus, all the health care of our country can be immersed in the Internet.

Almost the entire state system was also transferred to the Internet. services, a mobile application (and website) has been created, which are supported by the state.

It can be stated that the entire national economy of Moscow is completing the transition to a digital economy.

As for universities, the transition to a full electronic document management is quite possible, because already in many universities in Moscow and St. Petersburg 90% of the documentation is used in electronic form. Created "electronic classrooms" for each student, which allows you to post all homework in electronic form, easy communication between the student and teacher, regardless of the geolocation of each, enough Internet access. Everyone has access to electronic libraries, which allow students, using their username and password from the "personal account", to access any publications and scientific literature.

III. Creating aspects of the information society.

By this is meant the creation of a state repository of the whole information throughout the whole society, from where anyone can get any information of interest.

IV. Reorganization of the work of some sectors of the economy.

Consider a seemingly private example: calculating the costs of modernizing the country's armed forces. First, it will be necessary to classify these expenditures, in short: for the Air Force, armored forces, etc. Now expenses for one direction can be added up. And what to do with the costs of several areas is not clear.

Researchers have yet to develop this and similar issues.

Separately, it will be necessary to improve and refine the algorithms of the tax service. The usual method of calculating tax on a tax scale is completely unsuitable; it will have to be developed anew.

Only 2 examples are given, in fact there are a lot of such examples.

Whenever it is necessary to calculate the volume of resource consumption or the volume of allocated investments for modernization and the summation operation is used in the calculation, a special technique must be used, replacing the summation operation with the maximum capture operation, following the idea of V.L. Kantorovich [2], the corresponding mathematical model, the balance of scientific development, was built by V.L. Makarov [3]. New opportunities in this direction are associated with the work of V.P. Maslov and Kolokoltsev on idempotent analysis [4].

In conclusion, we recall the beginning of the Great Digital Revolution.

In pre-computer times, an experienced calculator spent on average about 30 seconds per shift per arithmetic operation [5]. In 1964, computers performed a million operations per second (megaflops). Thus, the speed of computing has grown by about 100 million times. There has been no such leap in the entire history of mankind in any sphere of human activity. This time was the beginning of the Great Digital Revolution. Then, in a relatively short period of time, about 50 years, computer performance increased in 2008 to operations per second (petaflops) and already in 2018 (ecaflops) and degrees (zetaflops) by 2030. All this opens up fantastic opportunities for mathematical modeling.

At the same time, of course, one should never forget that none of the most powerful supercomputers and advanced robots can completely replace a person.

References

1. Mahlup F. Production and dissemination of knowledge in the United States. Per. from English - M.: Mir, 1966.
2. Innovation management in Russia. Hand. author call V.L. Makarov, A.E. Warsawsky.-M.: Science, 2004.
3. Makarov V.L. "Fundamental science and education: theoretical problems of integration." Chapter 5 in the book "Science and High Technologies of Russia at the Turn of the Third Millennium." - M.: Science, 2001.
4. Maslov V. P Kolokoltsev V. N. (1944)"Idempotent analysis and its application in optimal control". M.: Fizmatlit, 1994 – 144 p.
5. Kozyrev A.N. Intellectual Property Assessment: Functional Approach and Mathematical Methods / A.N. Kozyrev. - Publishing Solutions, 2016. -350 p. - ISBN 978-5-4483-4276-9
6. Makarov V.L. Social Clusterism. Russian Challenge / M.: Business Atlos, 2010. - 272 p.
7. Warsaw A.E. Problematic innovations: risks for humanity. Economic, social and ethical aspects. - M.: LENAND, 2014, -328 p.
8. Gataullin T.M. Extremization of terminal functions: monograph; State University of Management. - M.: Publishing House GUU, 110 p.

УДК 65.012.12

Герасимова Светлана Васильевна

д.э.н., профессор

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ТЕОРИЯ АНАЛИЗА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Динамичная среда, в которой находятся все субъекты хозяйственной деятельности, подлежит постоянному наблюдению, следовательно, аналитическая работа воспринимается как актуальный вид деятельности. Полученные в процессе анализа результаты используются для планирования, выбора и принятия управленческих решений, обоснования вывода о состоянии и возможностях предприятия, а также эффективности его деятельности.

Анализ, являясь методом научного познания, предполагает разделение целого на составные части, так как в этом случае их можно лучше и детальнее изучить и оценить. Основная цель такой детализации понять, какова роль того или иного элемента системы, в состоянии ли эти элементы функционировать самостоятельно, может ли система без них обойтись? Как правило, объектом анализа выступают результаты деятельности субъекта, предметом – причинно-следственные связи (изменения) между полученными результатами и происходящими процессами и явлениями.

Инновационная деятельность приносит эффект при условии ее непрерывного и системного осуществления, что становится возможным при постоянном проведении ее анализа, по результатам которого можно своевременно скорректировать инновационные процессы, выбрать и применить действенный способ обеспечения непрерывности этих процессов, снизить риски, улучшить результативность инновационной деятельности в целом.

В ходе анализа инновационной деятельности необходимо придерживаться некоторых принципов, а именно: выполнение основных требований и правил проведения анализа, сопоставимость и тождественность параметров при сравнении, применение единого подхода к расчету показателей и их измерению, идентичность временных интервалов, которые характеризуются набором определенных данных. Концептуальными принципами любого анализа является его комплексность и систематичность. Соблюдение комплексности при проведении анализа инновационной деятельности позволит выявить возможности и перспективы развития предприятия, а принцип системности – его проблемы.

Направлениями комплексного анализа инновационной деятельности предприятия выступают:

- инновационный потенциал организации (стратегии, варианты развития, потребности в инновациях, инвестициях);
- затраты (приобретение, создание инновации, приобретение ресурсов, продажа);
- жизненный цикл инноваций;
- достижение стратегических целей;
- денежные потоки и стоимость предприятия;
- доходы и финансовые результаты предприятия.

В основе анализа находится оценка результатов, которые можно получить при помощи специальных методов. Ахмадуллин Р.А. приводит четыре признака классификации методов оценочных процедур [1]:

- 1) по степени дифференцированности объекта оценки (оценка эффективности отдельных проектов, их портфелей, результативности всей инновационной деятельности);
- 2) по виду ожидаемого эффекта (оценка эффекта для отдельных заинтересованных групп, для предприятия в целом, для социально-экономических систем более высокого уровня);

- 3) по степени учета фактора времени (оценка с учетом фактора времени и без учета этого фактора);
- 4) по степени учета фактора риска (оценка с учетом фактора риска и без учета этого фактора).

В методике анализа инновационной деятельности предприятия важное место занимает система аналитических показателей, которые характеризуют конкретное явление или процесс. В мировой практике оценка инновационной деятельности предприятия осуществляется при помощи качественных и количественных показателей. К качественным показателям относят сведения о видах инновационной деятельности, к количественным – сведения о затратах на эту деятельность [2].

К основным группам количественных показателей, которые приняты статистическими организациями за основу при осуществлении наблюдения за инновационной деятельностью предприятий, относят [3]:

- 1) инновационная активность организаций;
- 2) объем инновационных товаров, работ, услуг за отчетный год;
- 3) факторы, препятствующие инновациям;
- 4) затраты на инновационную деятельность;
- 5) результаты инновационной деятельности;
- 6) число совместных проектов и типы партнеров по выполнению исследований и разработок в отчетном году;
- 7) патентование и другие методы защиты изобретений, научно-технических разработок организации;
- 8) экологические инновации;
- 9) основные показатели инновационной деятельности по фактическим видам деятельности.

Таким образом, анализ инновационной деятельности предприятий основывается на общепринятых его концепциях. К таким концептуальным постулатам анализа традиционно относят: цели, задачи, направления, принципы, методы, инструменты, приемы, методики, системы показателей и пр. Но в тоже время, обусловленный своеобразием инновационной деятельности, анализ отличается и своими специфическими особенностями, среди которых в приоритете система показателей и методы. На основе приведенных выше принципов и методов анализа инновационной деятельности предприятий сформулируем также вывод о том, что основным приемом анализа является сравнение результатов.

Литература

1. Ахмадуллин Р. А. Совершенствование форм и методов анализа инновационной деятельности малых промышленных предприятий: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ахмадуллин Рамиль Айдарович; [Место защиты: Казанский национальный исследовательский технологический университет].- Казань, 2015.- 200 с.
2. Руководство Осло: рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – 3-е изд. – Совместная публикация ОЭСР и Евростата, 2010. – 107 с.
3. Приказ Росстата "Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью в инноваций" от 30.12.2019 N 825 (ред. от 17.01.2020). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_343020/719736f553445fd89852f89e521e3332102b8139/#ds_t100021

Громов Александр Игоревич
профессор

Кедроливанская Карина Константиновна
Bsc

Кисляков Иван Сергеевич
Msc

*Факультет бизнеса и менеджмента
Школа бизнес информатики,
Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"*

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЗАВИСИМОСТИ РЕГУЛЯЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ БОЛЬШИХ СИСТЕМ ОТ КОРРЕКТНОСТИ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АЭРОФЛОТ»

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема повышения качества целеполагания и стратегического управления социотехническими системами на примере группы компаний «Аэрофлот». В статье определено понятие «вертикаль целеполагания», осуществлены семантический анализ вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот» и статистическое исследование практической зависимости регуляционных механизмов группы компаний «Аэрофлот» от корректности построения вертикали целеполагания, на основании которых сформулирован ряд управленческих выводов и рекомендаций для авиационного холдинга.

Ключевые слова: стратегическое управление, социотехнические системы (СТС), вертикаль целеполагания, группа компаний «Аэрофлот», сбалансированная система показателей (ССП), ключевые показатели деятельности (КПЭ).

Постановка проблемы и актуальность исследования

В условиях динамично развивающейся внешней информационной среды, при неопределенности достоверных источников, очевидны существенные риски реализации процессов деятельности и соответствующих результатов для социотехнических систем (СТС) и их процессных партнеров. Все это определяет актуальность задачи повышения качества целеполагания и стратегического управления СТС.

В условиях стохастической среды стратегические интересы организаций сводятся к сохранению устойчивого развития и адаптации к воздействию внешнего окружения, снижения влияния рисков, а также прогнозированию собственного развития в жизненном цикле, что определяет **стратегическое управление** как ключевую функцию управления организацией, эффективность которой зависит от степени качества выработки управленческого решения по определению общих принципов **стратегического целеполагания** организации, выражающегося в формировании **вертикали целеполагания**.

Говоря о вертикали целеполагания, как о ключевом объекте стратегического управления, прежде всего необходимо дать семантическое определение понятию «вертикаль целеполагания» и определить сущность данного понятия относительно самой организации.

Согласно теории классической кибернетики любая организация является сложной открытой социотехнической системой (СТС), в свою очередь, являющейся частью некоторой **окружающей среды** и развивается только потому, что до этапа зарождения наследует от большей СТС объективную относительно самой организации **миссию**, как совокупность **жизненно-критичных (mission critical) факторов**, определяющих фундаментальную, преимущественную и обязательную к исполнению систему стратегических приоритетов, направленную на реализацию критически важных бизнес-архитектур, структур и инфраструктур СТС, обеспечивающих основную и вспомогательную деятельности, для нормального функционирования самой СТС в целом.

Миссия организации определяет трек, то есть **направленную линию тренда развития организации в жизненном цикле**, изменчивость которого определяется временем и совокупным влиянием факторов окружающей среды на макроуровне (политика, экономика, социум, экология, технологии) и микроуровне (поставщики, законодательные и государственные органы, потребители, конкуренты).

Регулярная траектория развития организации определяется совокупностью операционных целей организации и существует на определенном временном отрезке.

Отклонение регулярной траектории развития организации от трека происходит в точках перегиба функции регулярной траектории развития организации, соответствующих **стратегическим целям организации**, как заранее спланированным реакциям организации на возмущения внешней среды, и обуславливается направлением и силой обратной связи организации относительно внешней среды.

Если в определенный момент времени точка регулярной траектории развития организации соответствует совокупности окрестностей точек трека т.е. **стратегическому видению организации**, определяющему поле возможных стратегий, то данная точка определяет устойчивое состояние целеопределения организации, обуславливающее формирование **дерева стратегических целей**, сбалансированных по четырем перспективам **сбалансированной системы показателей (ССП)**, как инструмента, позволяющего выявить ключевые бизнес-процессы верхнего уровня, формирующие **цепочку добавленной стоимости (VAD) основной и вспомогательной деятельности** организации, а также персонифицировать процесс донесения и контроля достижения стратегических целей, семантически декомпозированных для каждого сотрудника, а также выстроить систему мотивации, основанную на применении системы логически последовательной декомпозиции и агрегации **ключевых показателей деятельности (КПЭ)** деятельности организации.

В противном случае данная точка соответствует неустойчивому состоянию целеопределения организации, обуславливающему нежелательные изменение структуры бизнес-процессов и баланса внутренней структуры ключевых показателей эффективности.

На основании вышесказанного можно говорить о том, что вертикаль целеполагания включает в себя следующие узлы:

1. Система жизненно-критичных факторов окружающей среды;
2. Миссия организации;
3. Стратегическое видение организации;
4. Дерево стратегических целей, сбалансированных по четырем перспективам сбалансированной системы показателей (ССП);
5. Цепочка добавленной стоимости (VAD) основной и вспомогательной деятельности организации;
6. Система ключевых показателей эффективности (КПЭ).

Тогда, относительно вертикали целеполагания, организация определяется, как **целоопределенная коммуникация, достигаемая путем гармонизации устойчивого состояния узлов вертикали целеполагания, каждый узел которой однозначно определяет последующий**.

Взаимные отклонения, возникающие в узлах вертикали целеполагания, как в сторону отрицательного результата, так и положительного, можно объяснить тенденцией к низкому качеству внутреннего устройства архитектуры организаций, а именно, наличием большого числа *положительных обратных связей* от операционного к стратегическому уровню в архитектуре, способствующих дальнейшему *отклонению уровня взаимосоответствия* и как следствие разрушению СТС.

В данной работе проведен семантический анализ вертикали целеполагания большой СТС, а также исследована практическая зависимость регуляционных механизмов большой СТС от корректности построения вертикали целеполагания на примере авиационного холдинга группы компаний «Аэрофлот».

Раздел 1. Семантический анализ вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот»

Семантический анализ вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот» основан на исследовании степени однозначности семантического взаимосоответствия, а также синтаксической корректности формулировок, узлов вертикали целеполагания организации, и включает следующие этапы:

1. Определение системы жизненно-критичных факторов для группы компаний «Аэрофлот»;
2. Семантический анализ миссии группы компаний «Аэрофлот»;
3. Семантический анализ стратегического видения группы компаний «Аэрофлот»;
4. Семантический и синтаксический анализ стратегических целей группы компаний «Аэрофлот»;
5. Семантический анализ бизнес-процессов цепочки добавленной стоимости группы компаний «Аэрофлот».

Семантический анализ вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот» позволит провести качественную диагностику системы управления группой компаний и сформулировать рекомендации по совершенствованию архитектуры организации как СТС в целом, так и архитектуры отдельных функциональных подсистем.

1.1. Определение системы жизненно-критичных факторов

С точки зрения системного анализа, группа компаний «Аэрофлот» является вложенной СТС для чрезвычайно широкой совокупности больших СТС, формирующих систему жизненно-критичных факторов для Группы. Именно данный факт обуславливает невозможность априорного определения системы жизненно-критичных факторов, оказывающих прямое и косвенное воздействие на Группу.

Однако, если рассмотреть группу компаний «Аэрофлот» как составной элемент отрасли гражданской авиации, предполагая аналогичный характер воздействия больших СТС на все авиакомпании в рамках отрасли, а также учитывая тот факт, что каждая авиакомпания наследует от окружающей среды объективную относительно себя миссию, то можно говорить о том, что совокупность миссий авиакомпаний гражданской отрасли является совокупным объективным собственным отображением системы жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации, что открывает возможность апостериорной формулировки действительной совокупности наиболее выраженных жизненно-критичных факторов отрасли.

Для определения системы жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации было проведено статистическое исследование семантического содержания выборки миссий гражданских авиакомпаний, входящих в рейтинг Skytrax.

В процессе исследования осуществлена декомпозиция миссий исследуемой выборки авиакомпаний на совокупность лексем, проведена очистка совокупности лексем от семантического «шума» путем исключения характерного для естественного языка ряда стоп-слов, для каждой лексемы рассчитаны частота употребления и ранг частоты употребления, определяемый, как порядковый номер лексем в убывающем распределении частоты их употребления, в соответствии с законом Ципфа построен график зависимости частоты употребления лексем от ранга (см. рисунок 1), на основании которого выявлены три области распределения лексем:

- Область уникальных лексем, определяющая совокупность семантически наиболее значимых лексем для отрасли гражданской авиации;
- Область ключевых лексем, определяющая совокупность семантически значимых лексем для отрасли гражданской авиации;
- Область нейтральных лексем, определяющая совокупность семантически нейтральных лексем для отрасли гражданской авиации.

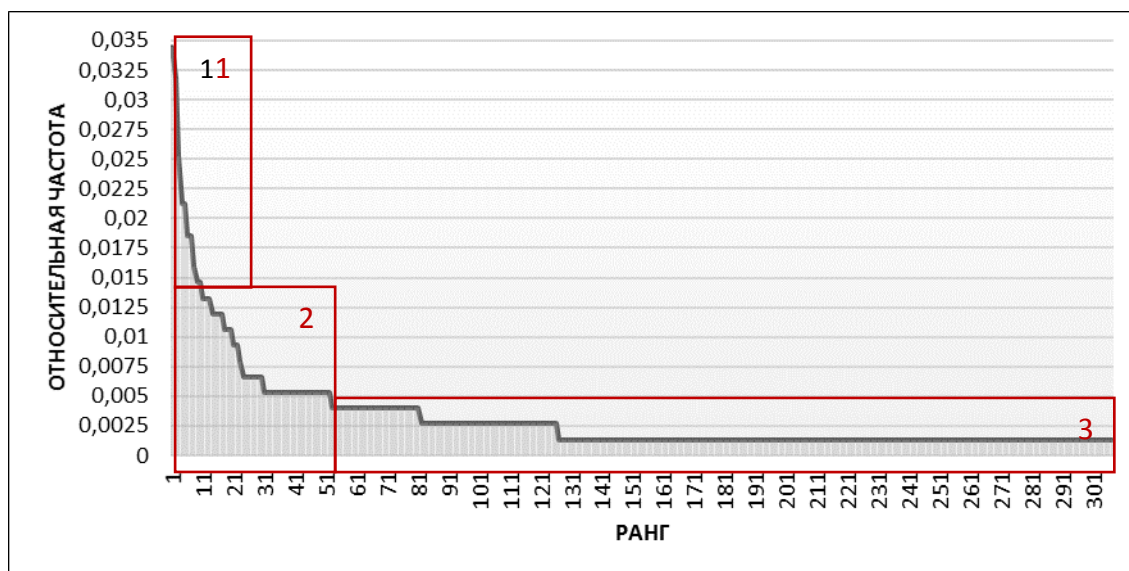


Рисунок 1 – График зависимости частоты употребления лексем от ранга по закону Ципфа

На основании графика зависимости частоты употребления лексем от ранга сформулировано семантическое ядро миссий исследуемой выборки авиакомпаний, как совокупность лексем, включающая области уникальных и ключевых лексем для отрасли гражданской авиации.

Далее выполнена классификация лексем семантического ядра по степени семантической близости.

На основании классификации лексем семантического ядра рассчитано распределение относительной частоты относительно семантических классов, позволяющее оценить объем семантических классов.

В результате исследования получена семантическая модель системы жизненно-критических факторов отрасли гражданской авиации (см. рисунок 2), основанная на распределении относительных объемов семантических классов семантического ядра совокупности миссий исследуемой выборки авиакомпаний.

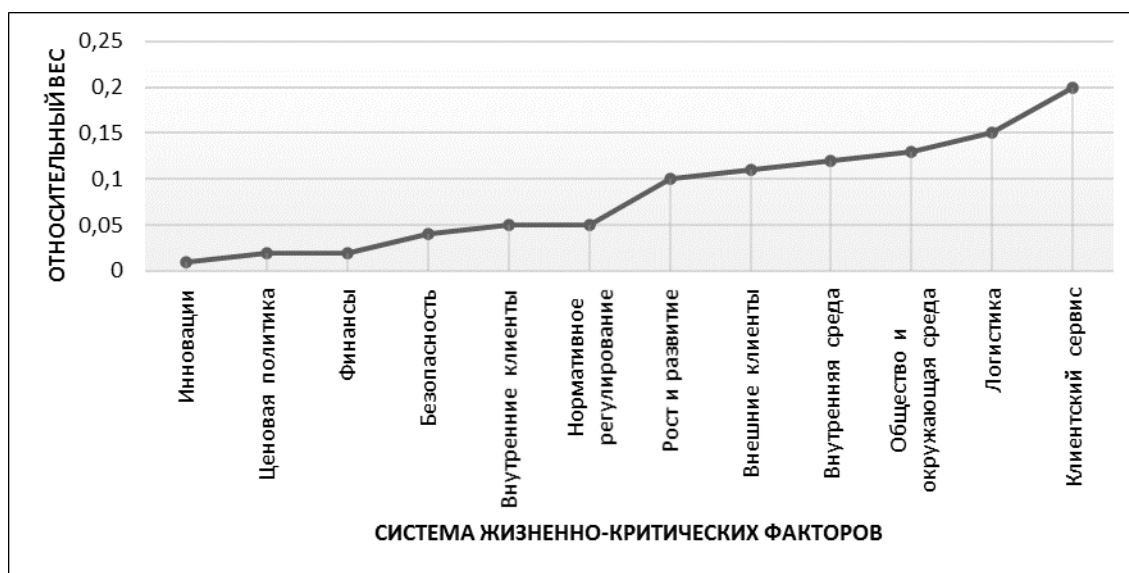


Рисунок 2 – Семантическая модель системы жизненно-критических факторов отрасли гражданской авиации

1.2. Семантический анализ миссии

Миссия группы компаний «Аэрофлот» определена следующим образом [1]:

«Мы работаем для того, чтобы наши клиенты могли быстро и с комфортом преодолевать огромные расстояния, а значит – быть мобильными, чаще встречаться, успешно работать и видеть мир во всем его разнообразии. Мы даем нашим клиентам возможность выбора благодаря обширной маршрутной сети и различным авиаперевозчикам Группы: от лоукостера до авиакомпании премиального уровня».

В процессе семантического анализа миссии группы компаний «Аэрофлот» получена семантическая модель миссии Группы (см. рисунок 3) относительно системы жизненно-критичных

факторов отрасли гражданской авиации путем классификации лексем миссии относительно жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации и определения их относительного веса.

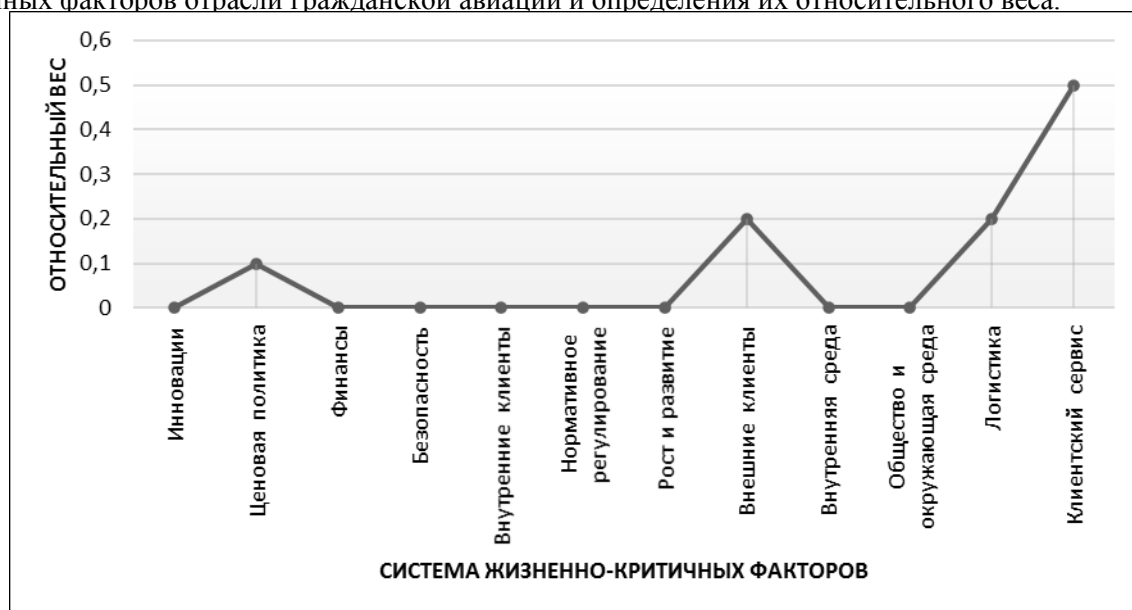


Рисунок 3 – Семантическая модель миссии группы компаний «Аэрофлот»

1.3. Семантический анализ стратегического видения

Стратегическое видение группы компаний «Аэрофлот» определено следующим образом [1]:

«Наша цель – оставаться бесспорным лидером внутренних и международных авиаперевозок России и быть в числе лучших авиакомпаний мира, сочетая динамичное развитие и высокую надежность с качеством сервиса».

В процессе семантического анализа стратегического видения группы компаний «Аэрофлот» создана семантическая модель стратегического видения Группы (см. рисунок 4) относительно системы жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации путем классификации лексем стратегического видения относительно жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации и определения их относительного веса.

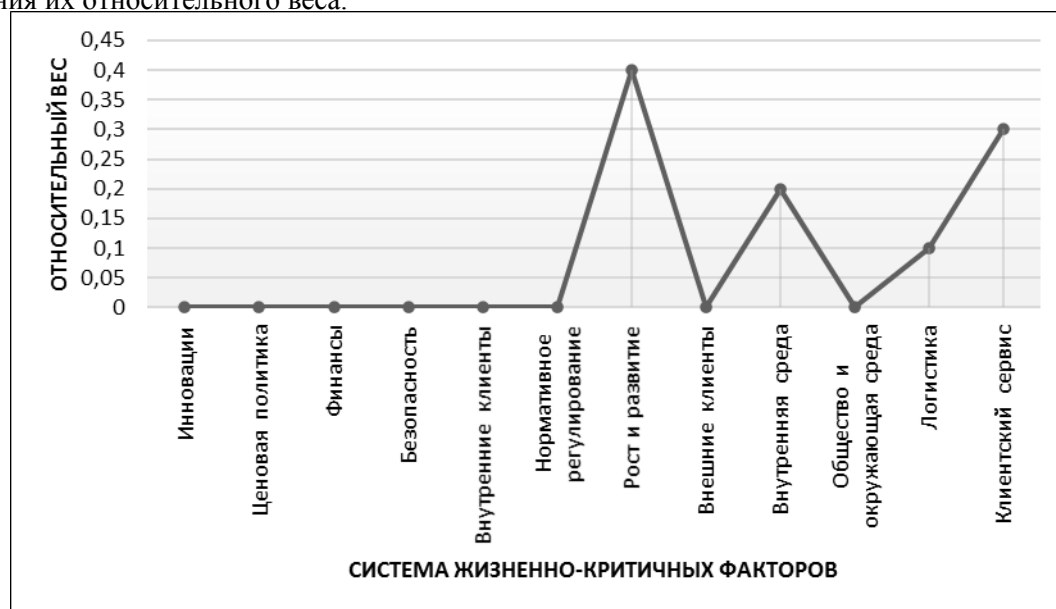


Рисунок 4 – Семантическая модель стратегического видения группы компаний «Аэрофлот»

1.4. Семантический анализ стратегических целей

Стратегические цели группы компаний «Аэрофлот» определены до 2023 года следующим образом

[2]:

1. Перевезти 90-100 млн пассажиров в 2023 году;
2. Нарастить международный транзитный пассажиропоток с 5 млн в 2017 году до 10-15 млн в 2023 году;
3. Открыть к 2023 году новые региональные базы: Сочи, Екатеринбург, Новосибирск и международный хаб в Красноярске;

4. *«Поставить на крыло» 200 отечественных самолетов Superjet 100 и MC-21 до 2026 года;*
5. *Обеспечить передовой уровень цифровизации авиакомпаний Группы.*

В процессе семантического анализа стратегических целей группы компаний «Аэрофлот» исследована степень корректности семантической формулировки стратегических целей группы компаний «Аэрофлот» согласно моделям целеопределения SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound), PURE (Positively stated, Understandable, Relevant, Ethical) или «чистые цели», CLEAR (Challenging, Legal, Environmental, Appropriate, Recordable) или «четкие цели».

Семантические формулировки стратегических целей 1, 2 и 3 имеют высокие степени корректности согласно модели целеопределения SMART.

Семантическая формулировка стратегической цели 4 имеет среднюю степень корректности согласно модели целеопределения SMART, так как срок достижения цели выходит за пределы срока принятия стратегии.

Семантическая формулировка стратегической цели 5 имеет низкую степень корректности согласно модели целеопределения SMART, так как:

- Specific – в постановке цели неясно, что является передовым уровнем цифровизации и кто это определяет;
- Measurable – в постановке цели отсутствует возможности измерения уровня цифровизации;
- Achievable – в постановке цели отсутствует возможность определения достижимости;
- Relevant – в постановке цели отсутствует возможность оценки релевантности и эффекта от достижения цели;
- Time bound – в постановке цели отсутствует определение временных рамок.

Семантические формулировки стратегических целей 1, 2, 3 и 4 имеют высокую степень корректности согласно модели целеопределения PURE.

Семантическая формулировка стратегической цели 5 имеет низкую степень корректности согласно модели целеопределения PURE, так как:

- Understandable – в постановке цели неясно, что является передовым уровнем цифровизации и кто это определяет;
- Relevant – в постановке цели отсутствует возможность оценки релевантности и эффекта от достижения цели.

Семантические формулировки стратегических целей 1, 2 и 3 имеют высокую степень корректности согласно модели целеопределения CLEAN.

Семантическая формулировка стратегической цели 4 имеют низкую степень корректности согласно модели целеопределения CLEAN, так как:

- Environmental – в документе «Состояние безопасности полетов 2018» указано, что уровень безопасности полетов всех самолетов группы компаний «Аэрофлот» соответствует показателю «высокий», тогда как на Superjet-100 – «средний», то есть в постановке цели содержится заявление о потенциальной опасности для потребителей.

Семантическая формулировка стратегической цели 5 имеют низкую степень корректности согласно модели целеопределения CLEAN, так как:

- Appropriate – данная цель неуместна ввиду отсутствия релевантности с другими стратегическими целями.

По результатам исследования степени корректности семантических формулировок стратегических целей группы компаний «Аэрофлот» (см. таблицу 1) можно утверждать, что стратегические цели 4 и 5 являются семантически некорректными и как следствие недостижимыми, вследствие чего их необходимо исключить из дальнейшего анализа.

Таблица 1 – Степень корректности семантической формулировки стратегических целей группы компаний «Аэрофлот».

Стратегические цели	Степень корректности формулировки		
	по модели SMART	по модели PURE	по модели CLEAR
1	Высокая	Высокая	Высокая
2	Высокая	Высокая	Высокая
3	Высокая	Высокая	Высокая
4	Средняя	Высокая	Низкая
5	Низкая	Низкая	Низкая

Также создана семантическая модель стратегических целей группы компаний «Аэрофлот» (см. рисунок 5) относительно системы жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации путем

классификации лексем стратегических целей относительно жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации и определения их относительного веса.

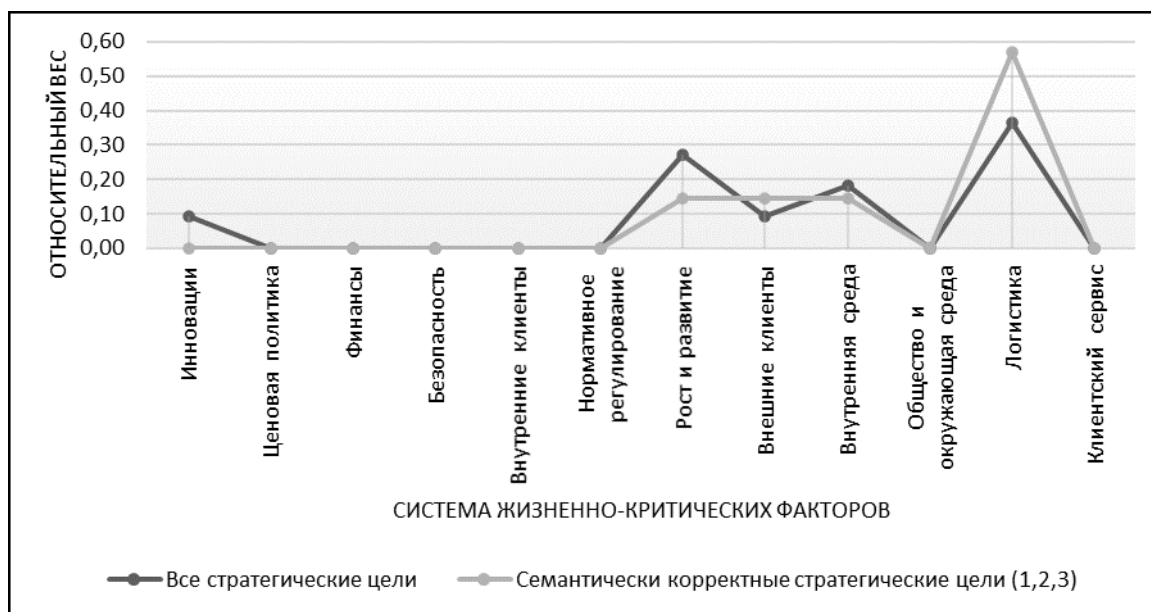


Рисунок 5 – Семантическая модель стратегических целей группы компаний «Аэрофлот»

1.5. Семантический анализ основных бизнес-процессов цепочки добавленной стоимости

Основные бизнес-процессы цепочки добавленной стоимости группы компаний «Аэрофлот» определены в соответствии с организационной структурой Группы [3] (см. рисунок 6).

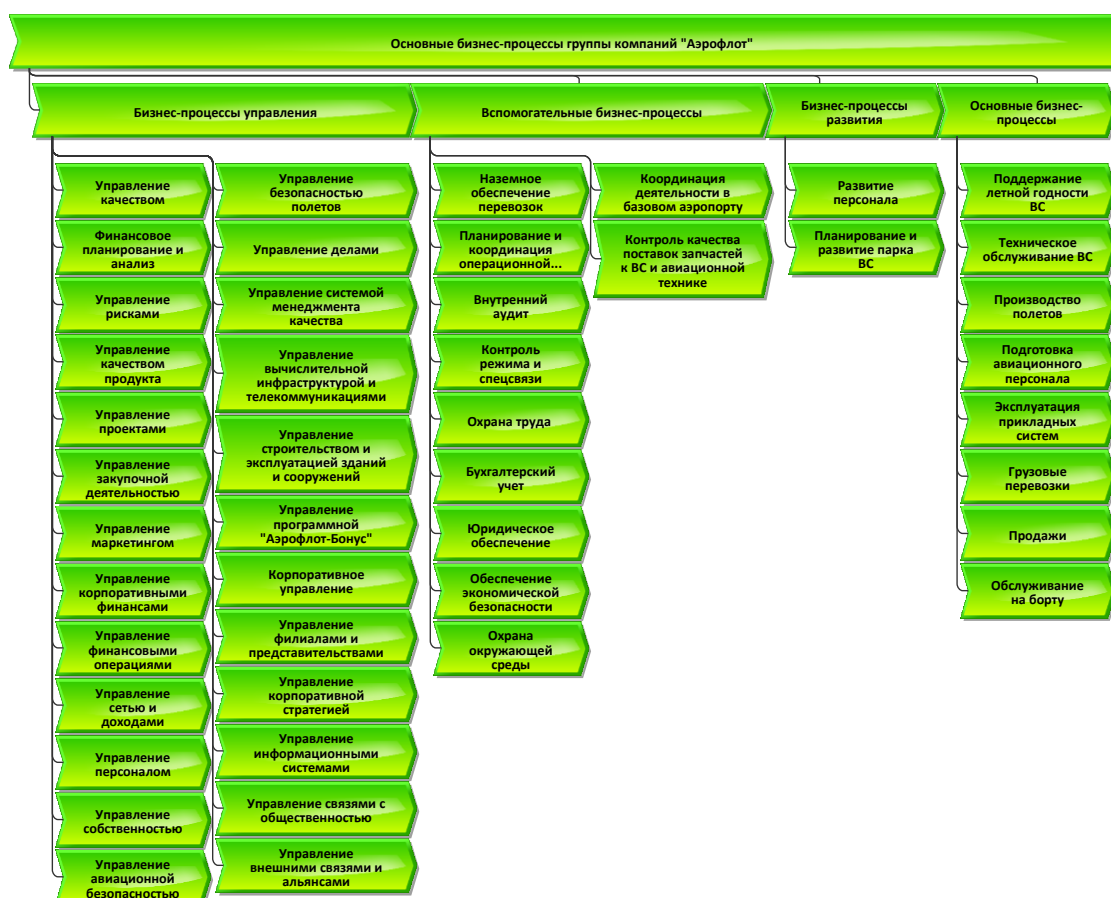


Рисунок 6 – Основные бизнес-процессы цепочки добавленной стоимости группы компаний «Аэрофлот»

В процессе семантического анализа основных бизнес-процессов цепочки добавленной стоимости группы компаний «Аэрофлот» создана семантическая модель основных бизнес-процессов группы компаний «Аэрофлот» (см. рисунок 7) относительно системы жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации путем классификации лексем основных бизнес-процессов относительно жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации и определения их относительного веса.



Рисунок 7 – Семантическая модель бизнес-процессов группы компаний «Аэрофлот»

1.6. Выводы по разделу 1

В результате комплексного анализа вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот» получена сводная семантическая модель вертикали целеполагания Группы (см. рисунок 8) относительно системы жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации, на основании которой можно сделать вывод о критически низком уровне взаимосоответствия узлов вертикали целеполагания, что является фактором увеличения вероятности снижения эффективности деятельности Группы, роста будущих проблем функционирования архитектуры Группы и как следствие авиационных происшествий, связанных с функционированием внутренних бизнес-процессов, ввиду отсутствия концептуальной и технологической связи между стратегическим целеполаганием и организационными решениями.

Раздел 2. Статистическое исследование практической зависимости регуляционных механизмов группы компаний «Аэрофлот» от корректности построения вертикали целеполагания

Модель «швейцарского сыра», разработанная профессором Джеймсом Ризоном, показывает, что авиационные происшествия предполагают комплексное воздействие последовательных нарушения в работе сложной СТС, вызываемых рядом сопутствующих факторов.

«Поскольку модель Ризона исходит из того, что такие сложные СТС, как авиакомпания, имеют высоко-функциональную многоуровневую защиту, внутренние единичные отклонения редко приводят к серьезным последствиям. Нарушение в системе защиты безопасности представляет собой замедленное последствие решений, принимаемых на высших уровнях системы, которые не проявляются до тех пор, пока их воздействие или разрушающий потенциал не будет инициирован конкретным стечением эксплуатационных обстоятельств. При таких конкретных обстоятельствах ошибки человека или активные отказы на эксплуатационном уровне действуют как пусковые механизмы скрытых условий, способствующих нарушению присущих системе средств обеспечения безопасности полетов» [4].

Все вышесказанное является прямым следствием низкого уровня качества целеполагания, одним из трагических последствий которого для группы компаний «Аэрофлот», явилась катастрофа Sukhoi Superjet 100 в Шереметьево 5 мая 2019 года, унёсшая жизни 41 человека из 78 находившихся на борту, возможными причинами которой, согласно отчету Международного авиационного комитета, являются: техническая неисправность оборудования, низкая квалификация экипажа и плохие погодные условия, — по своей сути, проблемы, связанные с функционированием группы бизнес-процессов обеспечения безопасности группы компаний «Аэрофлот» (процессы проверки технической исправности оборудования, процессы обучения и повышения квалификации экипажей, процессы отслеживания погодных условий и прочие).

Возможно ли предотвратить подобные катастрофы, при помощи качественного реинжиниринга вертикали целеполагания Группы на стратегическом уровне управления и построения архитектуры, ориентированной на безопасность, как базовую человеческую потребность?

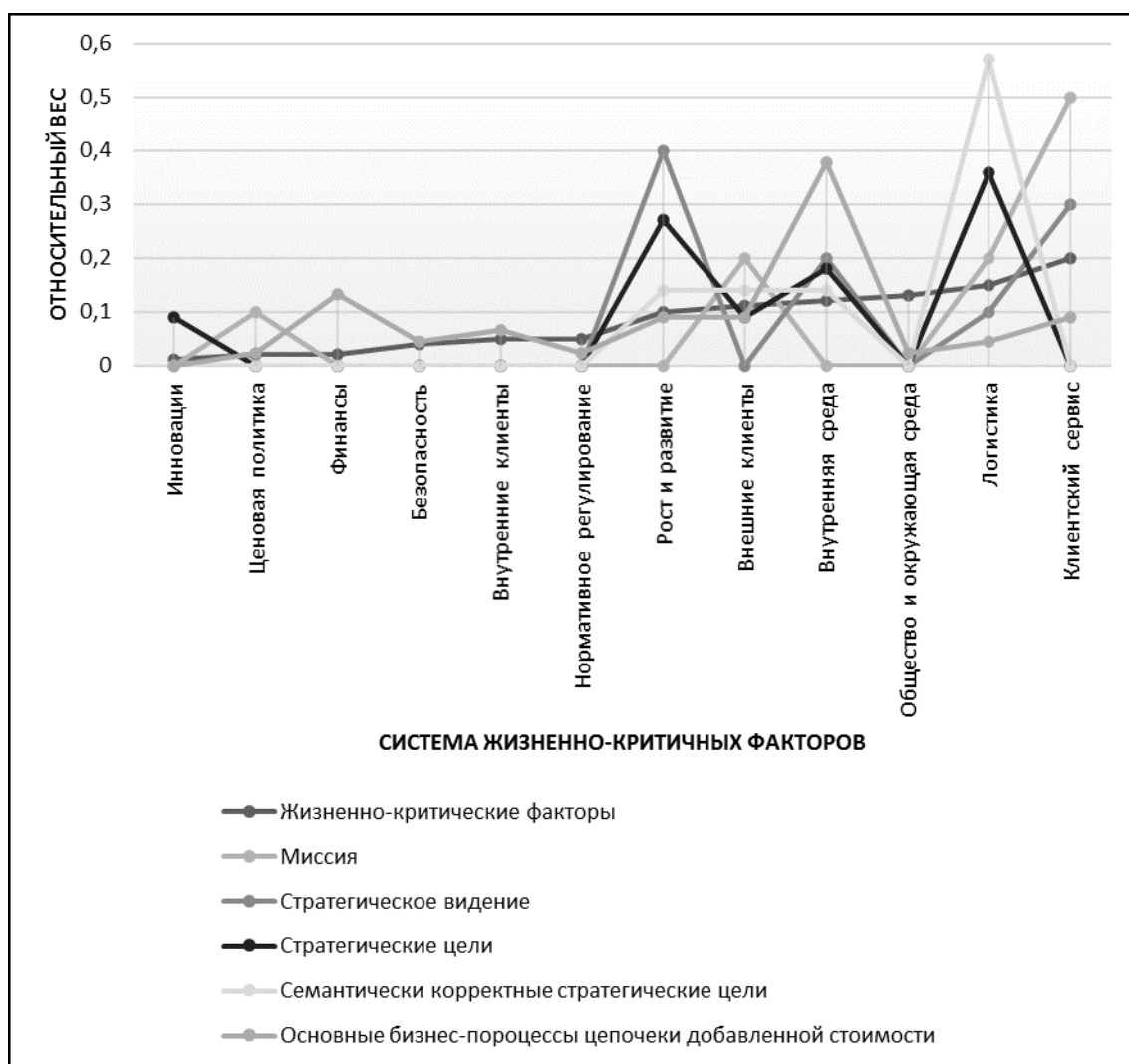


Рисунок 8 – Сводная семантическая модель вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот»

Ответом на данный вопрос может послужить бенчмаркинг архитектуры группы компаний «Аэрофлот» с архитектурами ряда авиакомпаний в концепции «черного ящика», входящими элементами в который служит миссия авиакомпании, а исходящими – КПЭ функционирования бизнес-процессов, что позволит определить наличие зависимости между семантикой миссии, как ключевого узла вертикали целеполагания однозначно определяющего архитектуру Группы, и КПЭ функционирования бизнес-процессов, как отображения результата основной и вспомогательной деятельности Группы.

Таким образом сформулирована частная гипотеза о том, что упоминание ключевого жизненно-критического фактора «безопасность» в миссии авиакомпании формирует бизнес-процессы обеспечения безопасности и, как следствие, повышает фактический уровень безопасности пассажиров, ввиду гармонизации устойчивого состояния узлов вертикали целеполагания.

Для подтверждения или опровержения частной гипотезы был исследован рейтинг самых безопасных гражданских авиакомпаний, составленный немецкой аудиторской компанией Jacdes в 2019 году, содержащий информацию о ста авиаперевозчиках, отсортированных по индексу безопасности, основанного исключительно на информации об уже произошедших инцидентах и текущей оперативной информации о компаниях, и рассчитанного на основании тридцати трех критериев безопасности, главными из которых являются:

- общее количество аварии и различных авиационных происшествий за год;
- сопутствующие окружающие факторы: ландшафт аэропортов и их инфраструктурные особенности, погодные условия местности основных направлений авиакомпании и другие;
- показатели деятельности авиакомпании, такие как: возраст воздушного флота, маршрутная сеть, аудит безопасности международных организаций IOSA (IATA Operational Safety Audit) и ICAO (International Civil Aviation Organization)).

Из данного рейтинга выбраны 63 российских и зарубежных авиакомпании, для того чтобы статистически оценить степень влияния семантического содержания миссии авиаперевозчиков на уровень фактической безопасности пассажиров.

Для более качественного анализа исходные данные были классифицированы на 5 классов по географическому положению: Северная Америка, Латинская Америка, Европа, Восточная Азия, Западная Азия.

В результате исследования для исследуемой выборки авиакомпаний определены: средний индекс безопасности Jасdec авиакомпаний, средний индекс безопасности Jасdec авиакомпаний, упоминающих в миссии жизненно-критический фактор «безопасность» и средний индекс безопасности Jасdec авиакомпаний, не упоминающих в миссии жизненно-критический фактор «безопасность» (см. рисунок 9).

На основании результатов исследования можно сказать, что частная гипотеза статистически доказана, так как во всех рассмотренных регионах средний уровень безопасности Jасdec авиакомпаний, упоминающих в миссии жизненно-критический фактор «безопасность», выше среднего уровня безопасности Jасdec авиакомпаний, не упоминающих в миссии жизненно-критический фактор «безопасность».

Обобщив доказательство частной гипотезы, можно утверждать то, что повышение качества миссии группы компаний «Аэрофлот», с точки зрения семантического наполнения и полного учета жизненно-критичных факторов отрасли гражданской авиации, позволит с помощью вертикали целеполагания построить качественную систему бизнес-процессов, реализующих и обеспечивающих основную и вспомогательную деятельность, повысить эффективность деятельности Группы, снизить количество возможных проблем функционирования архитектуры Группы.

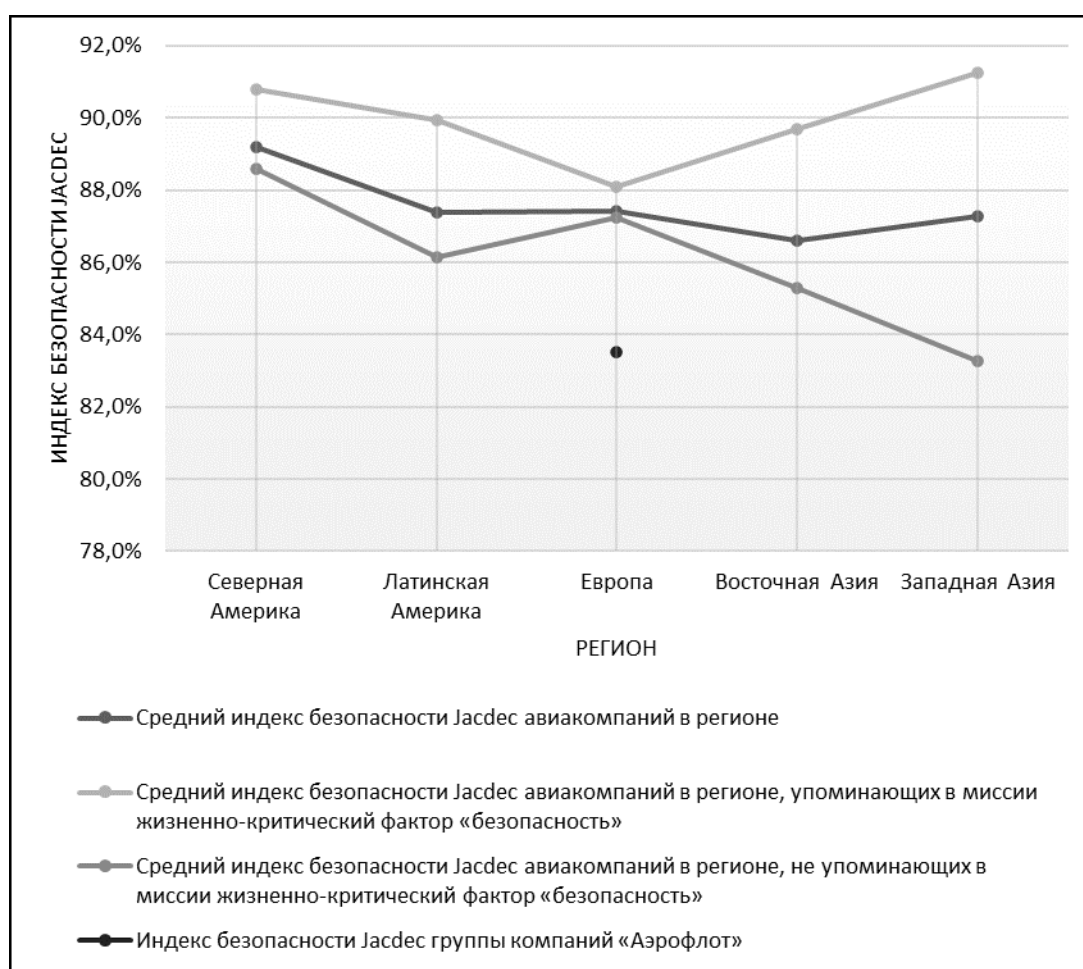


Рисунок 9 – Результаты исследования зависимости среднего индекса безопасности авиакомпаний Jасdec от упоминания в миссиях авиакомпаний жизненно-критического фактора «безопасность»

Заключение

По результатам проведенного семантического анализа вертикали целеполагания группы компаний «Аэрофлот», а также статистического исследования практической зависимости регуляционных механизмов группы компаний «Аэрофлот» от корректности построения вертикали целеполагания можно сформулировать следующие выводы и рекомендации для авиационного холдинга группы компаний «Аэрофлот»:

- Система жизненно-критичных факторов, получаемая извне, определяет фундаментальную, преимущественную и обязательную к исполнению систему стратегических приоритетов,

- направленную на реализацию критически важных бизнес-архитектур, структур и инфраструктур Группы;
- Вертикаль целеполагания является ключевым элементом, позволяющим выстроить качественную систему декомпозиции жизненно-критичных факторов в результаты основной и вспомогательной деятельности Группы;
 - Узлы вертикали целеполагания должны в полной мере однозначно семантически соответствовать;
 - Вертикаль целеполагания Группы должна быть ориентирована на внутреннюю декомпозицию ключевых ценностей Группы, а не маркетинговые и брендовые детерминанты;
 - Ценности Группы должны формировать реакцию рынка, а не быть сформированы вследствие реакции на рынок;
 - Для каждого жизненно-критичного фактора должны быть разработаны обеспечивающие бизнес-архитектуры, структуры и инфраструктуры, а также проактивные модели их поведения и готовые алгоритмы действий в условиях чрезвычайных ситуаций.
 - Сбор подробной информации (изучение бизнес-процессов) о требованиях для внедрения семантического обеспечения в ИС;
 - Изучение существующих инструментов планирования и распределения ресурсов, определение необходимости внедрения и возможность интеграции системы КРІ в процессах:
 - Управления инфраструктурой
 - Управление безопасностью
 - Обработка и провоз багажа
 - Управление пассажирами
 - Управление информацией о полетах, включая оповещение, информирование служб и пассажиров
 - Взаимодействие в системе «Аэрофлот-аэропорт»
 - Определение области для улучшения и оптимизации существующих бизнес-процессов на основе передового опыта;
 - Разработка целевых значений метрик процессов для ключевых областей и специальных функций, которые должны быть учтены при проектировании и реализации системы сбалансированных показателей на основе процессного управления;
 - Разработка системы принятия решений о внедрении автоматизации в соответствии с существующими возможностями ИТ-обеспечения;
 - Разработка системы идентификации пассажиров и создание «индивидуального цифрового портрета» клиента
 - Анализ и моделирование процессов в зависимости от специфики сезонного расписания, особенностей служб обеспечения различных аэропортов, погодных условий

Глубокое понимание чрезвычайной важности и сущности качественного стратегического управления является ключевым фактором построения качественной системы бизнес-процессов, реализующих и обеспечивающих основную и вспомогательную деятельности группы компаний «Аэрофлот», путем повышения степени однозначного соответствия узлов вертикали целеполагания, а также снижения внутренней информационной энтропии, являющейся агрегатором взаимозависимости системы показателей качества, рисков и знаний для Группы, обеспечивающих решение задачи устойчивости, предупреждая и снижая риски возможных инцидентов.

Безопасность полётов — это состояние авиационной системы или организации, при котором риски, связанные с авиационной деятельностью, относящейся к эксплуатации воздушных судов или непосредственно обеспечивающей такую эксплуатацию, снижены до приемлемого уровня и контролируются.

Литература

1. Корпоративная философия // АЭРОФЛОТ. Российские авиалинии URL: https://www.aeroflot.ru/ru-ru/about/aeroflot_today/ourbrand (дата обращения: 23.03.2020);
2. Стратегия // АЭРОФЛОТ. Российские авиалинии URL: <https://ir.aeroflot.ru/ru/company-overview/strategy/> (дата обращения: 23.03.2020);
3. Организационная структура ПАО "Аэрофлот" // АЭРОФЛОТ. Российские авиалинии URL: https://www.aeroflot.ru/ru-ru/about/aeroflot_today/structure_of_company/structure (дата обращения: 23.03.2020);
4. Международная организация гражданской авиации Руководство по управлению безопасностью полетов (РУБП). - 3 изд. 2013.
5. Borgardt, E.A. Strategic Management of Sustainable Development of an Enterprise, No. 1, Actual Problems of Economics and Law, 2013, pp. 55-61.
6. Gromoff, A.I. Management in View of Digital Transformation. In: Bergener K., Räckers M., Stein A. (eds) The Art of Structuring. Cham: Springer, 2019, pp.385-396.

7. Zykov, S., Gromoff A., Kazantsev N. Software Engineering for Enterprise System Agility: Emerging Research and Opportunities. Hershey: IGI Global, 2019
8. Руководство по управлению безопасностью полётов (РУБП). — Изд. 3. — Монреаль: ИКАО, 2013. — 300 с. — ISBN 978-92-9249-334-9

Приложения

Таблица 2 - Классификация лексем семантического ядра миссий авиакомпаний

Класс	Ключевые лексемы семантического ядра
Общество и окружающая среда	<world>, <air>, <community>, <environment>, <social>
Внешние клиенты	<customers>, <people>, <passenger>, <clients>, <everyone>
Логистика	<airline>, <fly>, <deliver>, <country>, <connect>, <transport>, <flights>, <transportation>, <connectivity>, <point>
Внутренняя среда	<carrier>, <operation>, <experience>, <operational>, <ensure>, <maintaining>, <aviation>, <industry>, <products>, <business>, <company>, <global>, <value>, <international>
Клиентский сервис	<service>, <quality>, <choice>, <services>, <highest>, <excellence>, <respect>, <reliable>, <trust>, <high-quality>, <dignity>, <well-established>, <individual>, <satisfaction>, <punctual>, <personal>, <positive>
Внутренние клиенты	<employees>, <shareholders>, <partners>
Рост и развитие	<growth>, <best>, <leading>, <development>, <top>, <opportunities>, <achieve>, <success>, <better>, <increased>
Безопасность	<safe>, <security>, <care>
Ценовая политика	<fares>, <low>
Инновации	<innovation>
Нормативное регулирование	<standards>, <right>, <responsible>, <commitment>, <committed>
Финансы	<foundation>, <benefit>, <investment>, <profitable>
Прочее	<dedicated>, <focus>, <spirit>, <contribute>, <everything>, <love>, <create>, <flag>, <general>, <vietnam>, <help>, <dreams>, <bridge>, <domestic>, <together>, <always>, <offer>, <first>, <time>, <live>, <hopes>, <european>, <one>, <change>, <india>, <strive>, <pride>, <continuous>, <know>, <provide>, <build>, <inspire>, <meet>, <giving>, <pacific>, <done>, <well>, <mission>, <return>, <consider>, <promoting>, <enable>, <means>, <passion>, <understand>

Заорский Григорий Вадимович
д.э.н., профессор
ИрГУПС
Россия

ВЛИЯНИЕ НЕОБОСНОВАННОЙ ОЦЕНКИ ЦЕНТРОБАНКОМ РФ СТОИМОСТИ ВАЛЮТЫ НА КРИЗИСНОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В 1998 и 2014 годах в России произошли валютно-финансовые потрясения, названные кризисами экономики. Однако оба они имели совершенно очевидную и практически идентичную подоплёку, результатом которой не могли не стать существенные изменения во всей социально-экономической жизни общества. Как показывает приведённый ниже анализ, причиной этих изменений послужило применение принятой Центробанком методологии оценки курсовой стоимости рубля по отношению к ведущим валютам. Чтобы оценить состояние российской экономики в период с начала 90-х и по настоящее время, а также сделать определенные выводы и прогнозы на перспективу, необходимо понять с чем связаны одномоментные повышения курса, является ли они сами по себе кризисами для экономики и, если нет, что же таковым является, то есть не стали ли валютно-финансовые потрясения проявлением продолжительного кризисного состояния экономики до известных дат, вошедших в историю как кризисные.

В период с середины 1992 года динамика изменения курса доллара США показывала стабильный рост - со 125,26 рублей за доллар на 01.07.1992 до 1050 рублей к 02.06.1993 (8,4 раза за год), до конца 1993 года курс вырос до 1247 рублей (рост за полгода в 1,2 раза), к 30.12.94. курс вырос до 3550 (рост 2,85 за год), к концу 1995 он составил 4640 (1,3 раза за год), к концу 1996 - 5555 рублей (1,2 раза), на конец 1997 года - 5960 (1,07 раза), на 18.08.1998 года - 6,43 (1,08 за период), 01.01.1998 - 5,96, 25.08.1998 - 7,14, 31.12.1998 - 20,65 рублей за доллар (таблица 1). Всего только в 1998 году курс вырос в 3,46 раза. На начало 1999 года курс составил уже 27 рублей.

При кажущемся постоянно достаточно высоком росте курса его изменение в 1998 году оказалось наиболее существенным, а влияние такого изменения на социально-производственную систему России было оценено как «кризис экономики».

Всего с 1992 по 1998 курс вырос в 57 раз (7140/125,26). Рост существенный и его значение, даже вне рассмотрения других экономических показателей может многое сказать о состоянии российской экономики. Однако изменение курса валют нельзя рассматривать отдельно от других факторов, основным из которых являются инфляционные изменения.

Рост инфляции за тот же период, исходя из официальных данных, составил 1288,62 раз (таблица 1). Сопоставление данных показывает, что опережение роста инфляции над ростом курса составило за этот период 22,61 раз.

В 1998 году увеличением курса до 27 рублей опережение над ним темпов инфляции снивелировано до 5,98 раз ($1288,62 \cdot 125,26 / 27000$)

С 1999 по 2014 год курс доллара вырос на 11,6% (с 27,0 до 30,14 рублей), тогда как инфляция за тот же период выросла в 6,85 раз (685,27%). Изменение курса в период между 1999 и 2014 годами характеризовалось небольшими колебаниями возле постоянных значений при общей относительной стабильности. Опережение роста инфляции над ростом курса составило 59,05 раза и это почти в три раза превысило опережение в период до 1998 года.

К концу 2014 года курс был увеличен до 56,26 рублей за доллар, то есть в 2,08 раза по отношению к уровню 1999 года, чем опережение темпов инфляции снивелировано до 3,29 раз ($6,85 \cdot 27 / 56,26$)

Как показывают данные, динамика роста российской инфляции не соответствовала динамике роста курса доллара по отношению к рублю, а именно была многократно выше последней.

Накопление инфляции при существенном опережении темпов ее роста против темпов роста курса ведущих валют, в частности доллара, по отношению к рублю приводит к следующему. При росте инфляции с темпами, превышающими темпы роста курса создается ситуация, крайне благоприятная для импортеров. В течение продолжительного периода (особенно характерен период между 1998 и 2014 годами) при практически неизменном курсе ввоз импортной продукции становится чрезвычайно выгодным. При постоянном росте российских цен и относительной неизменности курса каждая торговая итерация позволяет импортеру реализовывать товар по новым, более высоким ценам, получать большую выручку, приобретать большее количество валюты и ввозить ещё больший объём импортных товаров. В случае, если объём ввозимой товарной массы не увеличивается, импортёр просто получает дополнительную прибыль, возникновение которой не связано с изначальной разницей цен на импортируемый товар и товар-аналог в России.

При таких обстоятельствах импортёр находится в гораздо более выгодном положении по сравнению с российским производителем, вынужденным постоянно увеличивать цену на продукцию в связи с инфляционным ростом себестоимости её производства. В таких условиях импортёр может даже понижать цену на товар против цены отечественного аналога, оперируя ею в пределах инфляционного изменения за период, чем гарантирует себе полную реализацию без потери прибыли. Естественно, что производитель отечественного аналога в таких условиях не просто прекращает деятельность, не просто становится банкротом, он полностью разоряется. Восстановление же работоспособности подобных предприятий даже в отдаленной перспективе при действии рассматриваемых факторов невозможно потому, что абсолютно невыполнимым становится обеспечение сохранности основных фондов.

Однако при учете фактора превышения темпов роста инфляции над темпами роста курса, предоставляющего импортерам существенные преференции, необходимо принять во внимание ещё одно обстоятельство. Инфляция свойственна всем мировым экономикам, поэтому помимо разницы темпов изменения курса и инфляции в России необходимо учесть инфляционную обстановку в странах-импортерах. Ведь если инфляция в странах-импортерах меньше, чем в России, то выигрыш поставщика будет определяться и разницей в уровне инфляции.

Основными импортерами в Россию являются Китай, Евросоюз (в основном Германия, Италия, Франция), США, Япония (таблица 2)

Среднегодовая инфляция в России за последние 10 лет, на основании данных таблицы 1, составила 6,89%. Проанализируем какой она была в рассмотренных странах-импортерах.

В таблице 3 приводятся сведения об инфляции в Китае за период с 2001 по 2019 год (https://fin-plus.ru/info/inflation_index/china/). Среднегодовая инфляция в Китае за последние 10 лет составила 2,46%, причём в последние пять лет меньше двух процентов, а накопленная инфляция за весь период (2001-2019) составила всего 51,72%.

Таблица 1 – Курс доллара и годовая инфляция в России

Годы	Курс доллара		Динамика (%)	Годовая инфляция в России	
	На начало	На конец		Официальные данные	Расчетные данные
1	2	3	4	5	6
1991				160,4	
1992 ¹	125,26	414,5	330,91	2508,8	
1993	414,5	1247,0	300,84	840,0	
1994	1247,0	3550,0	284,68	214,8	
1995	3550	4640	30,7	31,6	
1996	4640	5560	19,83	21,8	
1997	5560	5960	7,19	11,0	
1998	5,96	7,14 ² /20,65	346,48	84,5	
1999	20,65	27,00	30,75	36,6	33,24
2000	27,00	28,16	4,3	20,1	43,11
2001	28,16	30,14	7,03	18,8	32,60
2002	30,14	31,78	5,44	15,6	24,74
2003	31,78	29,45	-7,34	11,99	40,06
2004	29,45	27,75	-5,77	11,74	24,82
2005	27,75	28,78	3,71	10,91	23,03
2006	28,78	26,33	-8,51	9,00	28,12
2007	26,33	24,55	-6,76	11,87	22,51
2008	24,55	29,38	19,67	13,28	-2,57 ⁶
2009	29,38	30,24	2,93	8,80	15,41
2010	30,18	30,48	0,99	8,78	19,97
2011	30,35	32,20	6,10	6,10	12,47
2012	31,87	30,37	-4,71	6,58	4,72
2013	30,37	32,73	7,77	6,45	7,24
2014	32,66	37,09 ³ /56,26	172,26	11,36	1,95 ⁷
2015	56,24	72,88	129,58	12,91	3,53 ⁸
2016	72,93	81,84 ⁴ /60,66	83,18	5,38	6,25
2017	59,90	57,60	-3,84	2,52	7,75
2018	57,60	69,47	21,08	4,27	8,19
2019	69,47	65,03 ⁵	-6,39	4,5	1,01
¹ - 1992 год начиная с 01.07, ² - 7,14 на 25.08, ³ - 37,09 на 09.09, ⁴ - 81,84 на 27.01, ⁵ - 65,03 на 05.10 ⁶ - 2008 -2,57 В данном случае расчетная инфляция не соответствует действительности из-за резкого уменьшения импорта и действия инфляции спроса ⁷ - 2014 - то же ⁸ - 2015 - то же					

Таблица 2 – Основные страны-поставщики товаров в Россию (<https://ru-stat.com/>)

	Σ (Авг 2018-Авг 2019)	Доля
Китай	\$57.4 млрд	22.3%
Германия	\$26.7 млрд	10.4%
США	\$14.1 млрд	5.5%
Беларусь	\$13.4 млрд	5.2%
Италия	\$11.4 млрд	4.4%
Япония	\$9.87 млрд	3.8%
Франция	\$8.53 млрд	3.3%
Южная Корея	\$8.52 млрд	3.3%
Казахстан	\$5.8 млрд	2.3%
Украина	\$5.55 млрд	2.2%
Польша	\$5.43 млрд	2.1%
Турция	\$4.88 млрд	1.9%
Англия	\$4.23 млрд	1.6%
Вьетнам	\$4.08 млрд	1.6%
Чехия	\$3.98 млрд	1.5%

Таблица 3 – Инфляция в Китае

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
0,00	0,77	0,00	-0,42	-0,43	3,21	2,32	1,58	2,81	6,58	1,26
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1,70	4,57	4,06	2,41	2,51	1,60	1,70	2,10	1,71	2,11	1,00

Годовая инфляция в Еврозоне представлена на графике 1. За последние пять лет она только в 2018 году перешагнула отметку в 1,5%, а в 2014 году была даже минусовой. Среднегодовое её значение за последние 10 лет составляет 1,48%

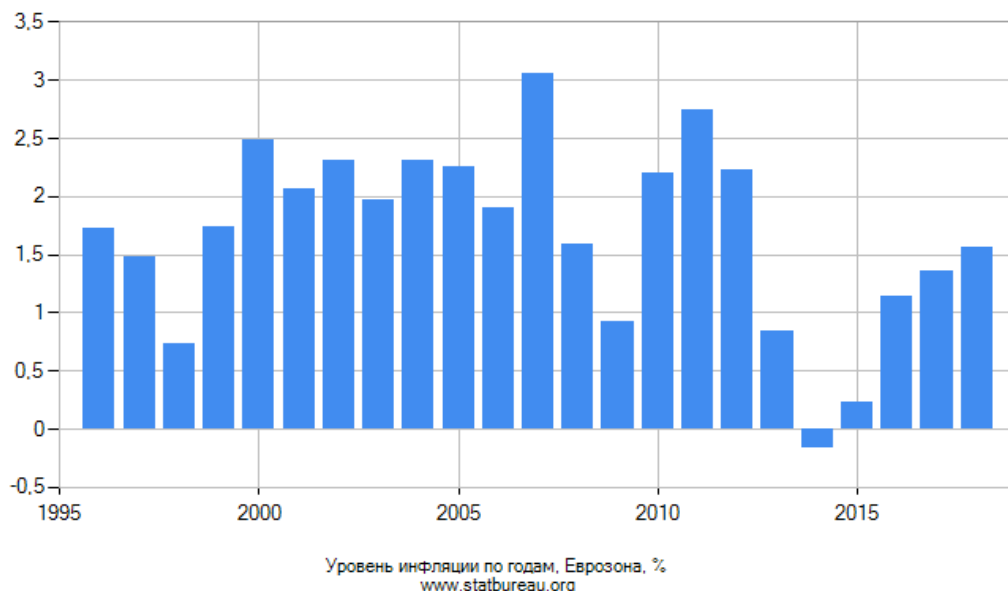


Рисунок 1 – Годовая инфляция в Еврозоне

В таблице 4 представлены данные об инфляции в США, из которых видно, что своего пика она достигла в 2007 г. - 4,07%. Высока она также была в 2004 и 2005 гг. Наиболее низкий показатель был в 2008 г. - 0,09%. За последние годы можно отметить инфляционную стабильность в экономике США - от 0,73 до 2,17%, а средняя за последние 10 лет составила 1,73% (http://fincan.ru/articles/59_inflyaciya-v-ssha/).

Таблица 4 – Инфляция в США по годам

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1,61	2,68	1,39	1,55	2,38	1,88	3,26	3,42	2,54	4,08	0,09
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
2,72	1,5	2,96	1,74	1,5	0,76	0,73	2,07	2,17	1,8	2,1

Уровень инфляции в Японии по годам представлен на графике 2. На протяжении периода с 1999 года по настоящее время инфляция в Японии имеет колебания около нулевых значений, при этом преобладают годы с дефляцией. Среднее значение инфляции за последние 10 лет составляет 0,37%.

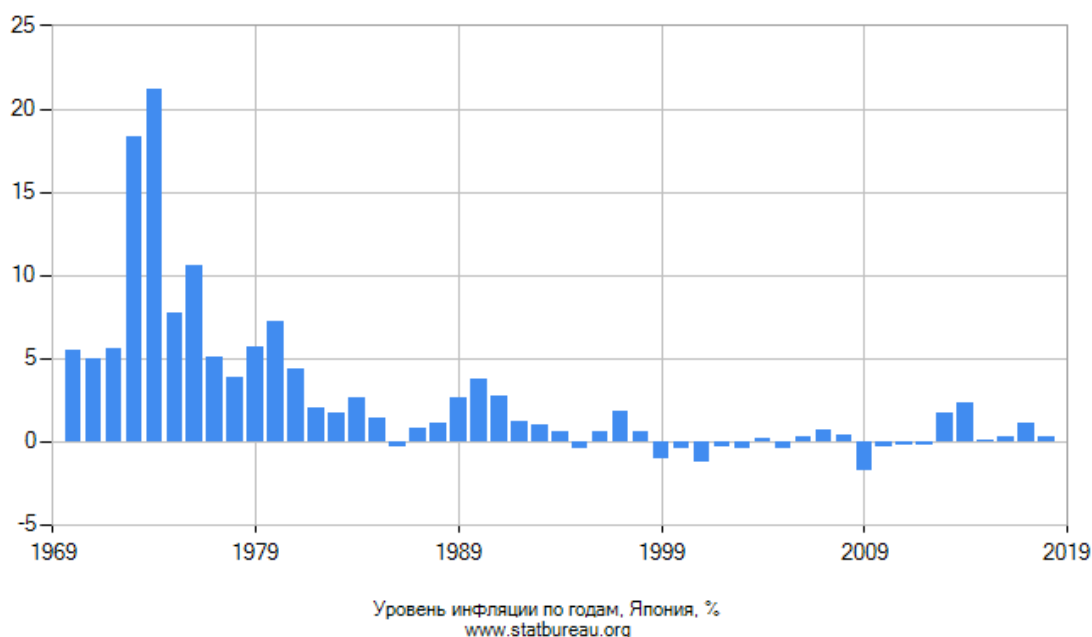


Рисунок 2 – Уровень инфляции в Японии

Таким образом, в каждом периоде импортеры в Россию получают определенную выгоду, которая образуется в результате разниц в темпах роста инфляции, скорректированных на значение изменения курса рубля по отношению к доллару.

Коэффициент, который можно получить на основании такого соотношения, можно назвать коэффициентом дополнительного конкурентного преимущества импортера над российским производителем. Он позволяет определить в процентах долю наценки к стоимости импортного товара, которую импортёр может установить сверх уже существующей разницы в ценах импортного товара и товара-отечественного аналога в течение периода. На основе этого коэффициента можно определить и потери российской экономики от импорта.

Коэффициент дополнительного конкурентного преимущества импортера может быть определён по формуле:

$$K_{\text{пи}} = \frac{J_{\text{ип}}}{J_{\text{ии}}} \cdot \frac{K_{\text{пн}}}{K_{\text{пк}}}$$

Где $J_{\text{п}}$ - индекс годовой инфляции в рассматриваемой стране-покупателе,

$J_{\text{и}}$ - индекс годовой инфляции в стране-импортере,

$K_{\text{пн}}$ - курс доллара в стране-покупателе на начало года,

$K_{\text{пк}}$ - то же, на конец года,

Например, если инфляция в России за 2006 год составила 9,0, а в Китае 2,81 процентов, при этом курс рубля по отношению к доллару с 27,88 в течение года уменьшился до 26,33 рублей, то коэффициент дополнительного конкурентного преимущества импортера составил за год $109,0 \cdot 27,88 / 102,81 \cdot 26,33 = 1,1226$ или 12,26%

Аналогичные расчеты за 2007 год при инфляции в России 11,87%, дают коэффициент дополнительного конкурентного преимущества импортера $111,87 \cdot 26,33 / 106,58 \cdot 24,55 = 1,1257$ или 12,57%

В данном виде формула недостаточно точна, т.к. изменение курса могло произойти в конце года, тогда как в течение года курс мог быть неизменным или он колебался незначительно. То есть, для большей точности расчёт этого показателя необходимо производить ежемесячно.

В любом случае анализ показывает, что импортеры в Россию ежегодно в течение периода между 1998 и 2014 годами имели преимущество, позволявшее им получать дополнительную прибыль либо в полном объеме, либо в большей его части - в случае установления скидки с цены против цены товара российского аналога. Это совершенно очевидно показывает, что отечественный производитель объективно был не в состоянии конкурировать с импортером, что приводило к ликвидации предприятий.

Надо принять во внимание и то, что в действительности значения коэффициента дополнительного преимущества импортёров перед российскими производителями существенно выше, так как расчетные значения инфляции в нашей стране (определённые на основании применения формулы Ньюкомба-Фишера, приведённые в таблице 1) выше официальных.

На основании приведённой формулы можно определить и максимальный размер дополнительно получаемой импортером прибыли, а, иначе говоря, объём дополнительных убытков российской экономики.

Расчётная формула, которая даст возможность определить дополнительную прибыль импортёра (убытки российской экономики) в условиях превышения темпов роста инфляции над темпами роста валютного курса с учетом инфляции в стране-импортере выглядит следующим образом

$$\Pi = \text{Црн} * \text{Опп} * \text{Жир} * \text{Крн} * \text{Кин} / \text{Жии} * \text{Крк} * \text{Кик}$$

Црн - цена на единицу товара в России на начало периода

Опп - объём поставляемой партии импортного товара в денежном выражении

Если за основу принять весь объём импорта за год, то дополнительные потери России будут определяться как произведение этого объема на коэффициент дополнительного конкурентного преимущества импортера за тот же период. Например, в 2007 году в Россию импортировано товаров на сумму 223,08 млрд долларов (причём на 92-94% импорт представлен конечной продукцией), тогда суммарное значение дополнительных убытков российской экономики только от действия фактора курс-инфляция, регулируемого Центробанком РФ, составило 28,04 млрд долларов.

Исходя из одного из многих подобных определений экономического кризиса, в приведённой ниже формулировке, связанной именно с явлениями 1998 и 2014 годов, «Экономический кризис — это глубокое нарушение нормальной экономической деятельности, которое сопровождается разрушением привычных экономических связей, снижением деловой активности, невозможностью погашения долгов и накоплением долговых обязательств. Это явление рыночной экономики, повторяющееся с определенной периодичностью, и в зависимости от масштабов, может как касаться определенного государства, так и иметь мировое значение. Кризис сопровождается резким спадом производства, банкротством предприятий, падением валового национального продукта, масштабным ростом безработицы, а зачастую и обесцениванием национальной валюты» (<https://1prime.ru/science/20190402/829858467.html>).

Однако, как мы установили ранее, два так называемых кризиса экономики России не связаны с датами, они происходили на протяжении периодов между ними, когда и разрушалось отечественное производство в связи с невозможностью конкурировать с поставщиками-импортёрами. Более того, необходимо определенно опровергнуть это и подобные ему определения и на следующих основаниях. Во-первых, в результате разового установления высокого курса доллара по отношению к рублю после длительной его стагнации, резко уменьшается активность не отечественного производителя, а импортера, предприятия же российские, выжившие после продолжительной борьбы с импортером, получают новый импульс для развития в связи с резким уменьшением объема ввозимой на территорию страны ставшей дорогой импортной продукции. То есть мы ещё раз подтвердили, что кризисы экономики России связаны не с одномоментным и резким повышением курса доллара, а с длительным отсутствием роста курса на протяжении продолжительного периода. Кризис экономики России характеризуется тем ее состоянием, которое предшествовало датам, и именно его надо называть «глубоким нарушением нормальной экономической деятельности». Во-вторых, отмеченное в принятых формулировках обесценивание национальной валюты так результат кризиса, результатом кризиса не является. В действительности такое изменение курса есть частичное восстановление реальной стоимости валюты, которое должно было происходить на протяжении всего периода в соответствии с темпами отечественной инфляции. Следовательно и этого так называемого «явления рыночной экономики, повторяющегося с определённой периодичностью», просто не было бы, если бы ЦБ РФ проводил коррекцию курса не раз в 10-15 лет, а с заранее установленной периодичностью и в пределах расчетных значений.

Необходимо ответить и на вопрос о том, почему Центробанк РФ все-таки хотя бы одномоментно, хотя бы раз в эти 10-15 лет, но кратно понижает курс рубля. При сложившихся обстоятельствах трудно предположить, что это делается для предотвращения глобального вывоза валюты из России, которая (валюта) при сохранении курса и на фоне растущей инфляции становится дешевле от периода к периоду, что позволяет приобретать ее во все больших объемах на искусственно сделанные дорогими «ресурсорубли». Более вероятно то, что таким образом Центробанк в результате увеличения соотношения доллар-рубль компенсирует потери той части олигархата, которая занята экспортом не углеводородов, а прочих природных ресурсов, и которая в определённые моменты начинает нести большие финансовые потери от роста рублёвых затрат на фоне малоизменяемой рублевой выручки при

относительном постоянстве мировых цен. Это подтверждается, в частности, отчётами Русала, показывающими убытки от деятельности уже на третий-четвёртый годы после изменения курса. Так, например, если с 1998 года по 2014 год стоимость нефти выросла в 7,3 раза, стоимость газа в 3,7 раза, то стоимость алюминия за этот период выросла только на 35%. Иначе говоря, доходы от реализации российского алюминия на мировом рынке, а это 77% от общероссийского объёма его производства, стали меньше затрат на его производство (согласно данным Discovery research group объём потребления российского рынка в 2017 году составил 910,5 тыс. тонн, объём экспорта 3056,4 тыс. тонн).

Дальнейшее удержание курса привело бы указанные добывающие и грубоперерабатывающие подотрасли к парализации, поэтому единственным выходом Центробанка было установление нового, кратно более высокого курса валюты, который позволил этим экспортерам после обмена валютной выручки получать большую рублевую массу, компенсировать затраты и выходить на прибыль.

Рассмотрим каким образом отражаются действия Центробанка на состоянии отечественных предприятий разных отраслей. В число отраслей материального производства входят промышленность, сельское хозяйство, строительство, энергетика, лесное хозяйство; обеспечивающие - связь, транспорт, торговля, жилищно-коммунальное хозяйство.

О промышленности сказано выше. Основные её подотрасли, выпускающие конечную продукцию, аналоги которой производятся за рубежом и импортируются в Россию, находятся в критическом, если не сказать безысходном состоянии. Фактор дополнительного конкурентного преимущества импортера не позволяет развиваться этим предприятиям. Развита лишь подотрасль, добывающие и грубоперерабатывающие природные ресурсы. Причём гипертрофированно развиты.

Сельское хозяйство - зависит от действий ЦБ напрямую и результаты их достаточно негативны. В результате действия фактора дополнительного преимущества импортера невыгодным становится производство мяса, молочной продукции, масла, овощей, соков и других продуктов, которые в больших объёмах импортируются. При общем объёме сельскохозяйственного производства в 2018 около 100 млрд долл и экспорте этой продукции в объёме 20,6 млрд долл (из них только злаки и рыба 14,7), импорт составил 29,6 млрд долл (<https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2018-godu/>).

Энергетика полностью обеспечивает внутренний рынок, экспортируется относительно небольшая часть энергии, в Россию практически не поступает импортная электроэнергия. Отрасль получает от населения и предприятий плату за потреблённую электроэнергию исключительно в рублях. Предприятия, в свою очередь, получают рубли как от деятельности неэкспортной направленности, так и вырученные от конвертации валюты. Во всем промышленном производстве России преобладают добыча и грубая переработка углеводородов и металлов. Экспортируемая часть их составляет около 80% от всего объёма производства, причём в сумме это не менее 85% от всего российского экспорта. На производство этой продукции расходуется более 40% генерируемой электроэнергии (около 10% из них используется только в производстве глинозёма и алюминия). Увеличить стоимость киловатт-часа энергии для населения можно, но она и так существенно выше, чем, например, установленная для предприятий по производству алюминия, черных металлов, добычи и переработки углеводородов, а повысить цену для предприятий, добывающих и грубоперерабатывающих эту экспортную продукцию, нельзя, поскольку вырастут их затраты, то есть, соответственно уменьшится прибыль, и неразумно, так как генерирующими станциями владеют в основном собственники тех самых предприятий, которые экспортируют российские природные ресурсы (как, например, О.Дерипаска через РусАл владеет алюминиевыми заводами, а через En+group - контрольными и мажоритарными пакетами акций Красноярской, Богучанской, Братской и Иркутской ГЭС). Такое положение сказывается на состоянии генерирующих предприятий, степень износа основных фондов которых достигает 75-80%, а ремонтировать их невыгодно, так как эти затраты не приносят прибыль. Таким образом для энергетики фактор дополнительного конкурентного преимущества импортера незначителен, поэтому стоимость их продукции корректировалась и будет корректироваться в большую сторону только в пределах инфляции, а в существенно большую - только в зависимости от желания собственников предприятий по добыче природных ресурсов и их грубой переработке перекладывать свою прибыль из кармана в карман, то есть генерирующим предприятиям не грозят ни разор, ни процветание, а населению - кратное увеличение стоимости киловатт-часа.

Лесное хозяйство в наше время оправданнее было бы отнести к добывающим подотраслям промышленности, нежели выделять в отдельную отрасль. Результатом деятельности этого сектора экономики стало хищническое выкашивание тайги в погоне за долларами, евро и юанями. Здесь не действует фактор преимущества импортера, эта подотрасль просто подчинена законам дикого капитализма, неконтролируемого властями и по своей сути полностью копирует добывающие подотрасли промышленности.

Строительство находится в положении, сходном с энергетической отраслью. За строительную продукцию так же рассчитываются рублями и так же в страну не импортируется товар-аналог, в данном случае, например, жильё. Однако определённые элементы все-таки ввозятся, что в некоторой степени влияет на стоимость строительной продукции. Рассмотрим отдельные и наиболее затратные позиции, которые могли бы повлиять на общее состояние отрасли. По итогам января-декабря 2018 года объём

производства цемента в РФ составил 53,6 млн тонн. Потребление за тот же период составило 53,5 млн тонн. При этом импорт цемента в Россию составил за тот же период 1,46 млн тонн, экспорт 1,02 млн т. (<http://soyuzcem.ru/upload/iblock/646/6463721279b2ec719aa6ae4b534c2285.pdf>), что свидетельствует о том, что строительная отрасль полностью обеспечивает себя этим ресурсом. Это же можно сказать о кирпиче, шифере, стекле, дереве.

Производство стали в России в 2018 году составило 71,7 млн тонн, в том числе экспортировано 53,7 млн тонн (35,2 млрд долл). В то же время ввезено 11,6 млн тонн - на сумму 18 млрд долл (<https://ru-stat.com/date-M201607-201707/RU/export/world/15>). Завозим дорогой металл в виде конечной продукции, вывозим полуфабрикат. Около одной четверти черного металла использует строительная отрасль.

То есть по позиции «цемент» цена продукции строительства полностью зависит только от инфляции в стране, по позиции «металл» - на подавляющую часть его объема от инфляции, на часть - от степени коррекции Центробанком курса рубль-доллар. Учитывая, что общий объем производства строительной отрасли в 2018 году оценивается суммой в пределах 116 млрд долл (около 7,6 трлн руб), а объём импортной продукции незначителен (в пределах 4-5%), незначительно и влияние фактора дополнительного преимущества импортера. А это значит, что стоимость строительной продукции должна расти с темпами, соответствующими темпам инфляции в стране, подвергаясь несколько более существенному росту в моменты разовой коррекции курса рубля. В связи с этим важно отметить следующее - кратное, а именно в полтора-два раза, увеличение стоимости жилья в конце 2008 и начале 2009 годов было искусственным и не соответствующим реальному положению, тем более учитывая то, что и до 2008 года цены на жильё росли с темпами, превышающими темпы инфляции, то есть строители не могли пожаловаться на отсутствие прибыли. Этот вывод подтвердился стабилизацией (а в некоторых регионах даже снижением) стоимости жилья после 2009 года вплоть до настоящего времени.

Из изложенного можно сделать выводы, прогнозы и предложения.

Первый вывод состоит в следующем. В результате поддержания неизменного курса рубля, Центробанк создаёт условия, благоприятные для импортёров, но губительные для российских производителей товаров-аналогов.

Второй - действиями Центробанка РФ, связанными с поддержанием неизменного курса рубля на протяжении ряда лет (в том числе связанными с валютными интервенциями) уже нанесён и продолжает наноситься непоправимый ущерб отечественной экономике. В результате действия фактора дополнительного конкурентного преимущества импортёров, создаваемого Центробанком, несёт многомиллиардные потери вся экономика России.

Третий - в действительности 1998-1999 и 2014-2015 годы, это не годы кризисов, это годы одномоментной коррекции курса рубля, которая должна была производиться в течение всего периода, однако не производилась, чем поддерживалось положение, кризисное для отечественных предприятий. Иначе говоря - кризисы российской экономики это не даты в календаре, а состояние экономики, предшествующее указанным датам.

Прогнозы

Первый. Рост курса с 2014 года по настоящее время составил 15,59%. Инфляция за тот же период составила 148,04%. Опережение 9,49 раз. Учитывая то, что опережение роста инфляции над ростом курса за период до 1998 года составило 22,61 раз, а с 1998 по 2014 год 59,05 раз, можно предполагать, что при сохранении линии Центробанка, следующее моментное повышение курса доллара произойдёт в 2024-2025 годах, если до этого не произойдёт уменьшение стоимости нефти, что заставит ЦБ увеличить курс доллара в угоду российских экспортеров углеводородов в целях увеличения (сохранения) прибыли за счёт отечественных потребителей. Учитывая то, что реальная стоимость доллара уже на сегодня составляет около 130-140 рублей, рост доллара будет в пределах этих значений.

Второй. Если политика Центробанка не изменится, то примерно к тому же времени прекратят существование все отечественные предприятия, производящие конечную продукцию, аналоги которой производятся или могут быть произведены за рубежом.

Предложения. Первое - коррекцию курса рубля по отношению к доллару производить, конечно же, необходимо. Однако осуществлять ее надо не раз в десять-пятнадцать лет и даже не ежегодно, а ежемесячно, одновременно с официальным подтверждением роста инфляции и на соответствующую этому росту величину. Такая коррекция дала бы возможность российским предприятиям конкурировать с зарубежными предприятиями-импортерами, что, в свою очередь, стало бы импульсом для возрождения российской экономики.

Второе - вплоть до внедрения указанной выше практики ежемесячной коррекции курса рубль-доллар необходимо вводить повышенные таможенные пошлины на импортируемую конечную продукцию, аналоги которой производятся или могут производиться в России, учитывающие коэффициент дополнительного конкурентного преимущества импортера, что позволит полноценно работать отечественным предприятиям.

Литература

1. Заорский Г.В. О причинах и последствиях кризисных явлений в экономике России в 1998 и 2014 годах (часть 1). Экономика строительства. N2 (32) март-апрель 2015г. С 3-18. <http://gasis.hse.ru/es/1/15>
2. Заорский Г.В. О причинах и последствиях кризисных явлений в экономике России в 1998 и 2014 годах (часть 2). Экономика строительства. N3 (33) май-июнь 2015г. С 3-19. <http://gasis.hse.ru/es/2/15>

УДК 336.74

Кирильчук Светлана Петровна

д.э.н., профессор

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия***ПРОЦЕССНЫЕ ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Основные выгоды от цифровой трансформации для традиционных игроков – контрагентов рынка, предприятий, организаций, фирм, индивидуальных предпринимателей, банков и других состоят в кратном сокращении затрат и ускорении банковских операций [1]. Как показывает опыт McKinsey, сквозная цифровизация ключевых процессов в традиционном банке, будь то продажи новых продуктов или сервисное обслуживание в отделениях, позволяет сократить их стоимость на 40–60% [2].

Однако на российском рынке финансовых услуг существует разрыв между крупными банками и малыми и средними кредитными организациями [3,4]. Постоянное отслеживание трендов и понимание потребностей клиентов — решающие факторы для появления актуальных идей, обладающих коммерческим потенциалом. Сквозная цифровизация ключевых процессов в традиционном банке позволяет сократить их стоимость на 40–60% [5]. Банковский сектор значительно отстаёт от крупнейших банков и финтех-компаний по уровню развития цифровых компетенций. Крупнейшие банки, располагающие высококвалифицированными кадрами и амбициозными руководителями, щедро инвестируют в цифровые технологии и извлекают значительную выгоду из их применения благодаря эффекту масштаба [6–9]. Запущенный банком «Открытие» сервис денежных переводов, идентификатором при осуществлении которых служит фотография, имеет целью создать принципиально новый подход к онлайн-переводам и предложить пользователям дополнительные ситуационные сценарии переводов [10].

Наконец, сильно изменить банковский сектор может блокчейн. Уже сейчас появляются новые бизнес-модели на основе этой технологии, например блокчейн-приложения для торговли различными активами с интеграцией криптовалют, системы платежей, включая платежи B2B и переводы денег P2P, биржи и платформы для торговли криптовалютой и активами, основанными на технологии блокчейн, а также блокчейн-платформы для перевода активов.

Применение блокчейна эффективно в двух областях: ведение записей и документации (регистрация новых данных, идентификация пользователей, уже сейчас появляются новые бизнес-модели на основе технологии блокчейн).

Внедрение банком ВТБ элементов искусственного интеллекта в свой IT-ландшафт позволило ему построить комплексную систему мониторинга критичных бизнес-процессов и IT-инфраструктуры [10]. Крупные игроки должны использовать свои ресурсы и компетенции для проведения полномасштабных цифровых трансформаций — это позволит им еще больше уйти в отрыв от конкурентов и закрепиться в качестве лидеров отрасли. Малые и средние кредитные организации, в свою очередь, для сохранения конкурентоспособности должны найти свою нишу на рынке. Масштабные финансовые вложения в цифровые реформы для них очень рискованны: компетенций может не хватить, а потери от неудачной трансформации грозят обанкротить компанию. Поэтому важно находить нишевый сегмент и развиваться в нем: например, «Рокетбанк» ориентирован на молодежную аудиторию, и все его предложения и акции в основном направлены на этот сегмент потребителей [10].

Недостаток средств на цифровую трансформацию не должен останавливать малых игроков, которые хотели бы провести цифровизацию процессов в своей компании: можно сосредоточиться на точечном развитии ключевых технологических компетенций либо использовать чужие платформы для аутсорсинга отдельных функций. И крупные, и малые игроки могут использовать технологии анализа больших данных для создания скоринговых моделей прогнозирования кредитных рисков. Лидеры рынка уже применяют новые подходы к организации больших массивов данных на базе единой платформы (такой как Data Lake), чтобы создать возможности для применения передовых аналитических методов, а также активно используют данные из внешних источников, например от операторов мобильной связи [10].

Применение методов углубленного анализа больших объемов данных позволяет повышать точность кредитного скоринга, формировать индивидуальные предложения клиентам и эффективно распределять ресурсы. В качестве примера здесь можно привести метод оптимизации покрытия территории сетью отделений или банкоматов на основе динамического моделирования и анализа клиентских потоков.

Вывод: Основные направления трансформации современной бизнес-модели в экономике предприятия — процессные инновации. В банковской отрасли — это формирование собственной экосистемы, развитие партнерских отношений с другими компаниями, предоставление банковских услуг под чужим брендом и создание принципиально новых направлений бизнеса на основе новых технологий, например блокчейна. Компании банковского сектора сталкиваются с задачами по

оптимизации транзакций, работе с данными и обеспечению безопасности, поэтому внедрение блокчейна может оказаться эффективной инновацией, которая позволит открыть новые возможности и создать уникальное коммерческое предложение.

Литература

1. Попов Е.В., Семячков К.А., Симонова В.Л. Оценка влияния информационно-коммуникационных технологий на инновационную активность регионов // Финансы и кредит. –2016. –№ 46 (718). –С. 46-60.
2. Рейтинг компаний по версии аналитической компании Brand Finance: // URL: <http://brandfinance.com>. Дата обращения: 23.03.2020.
3. Садыков Н.Н. Влияние глобальных тенденций в сфере ИКТ на экономические информационные системы в России // Экономическая наука современной России. –2014. –№ 1 (64). –С. 58-71.
4. Семенов Ю.А. IT-экономика в 2016 году и через 10 лет // Экономические стратегии. –№ 1 (143), –2017. –С. 126-135.
5. Стефанова Н.А., Седова А.П. Модель цифровой экономики // Карельский научный журнал. –2017. –Т. 6. –№ 1 (18). –С. 91-93.
6. Irawan T. ICT and economic development: comparing ASEAN member states // Int Econ Econ Policy (2014) 11:97–114 DOI 10.1007/s10368-013-0248-5.
7. OECD (2015), OECD Digital Economy Outlook 2015, OECD Publishing, Paris. DOI: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264232440-en>.
8. Toffler A. (1980) The Third Wave. Collins.
9. Urry J. (2000) Sociology beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century. Routledge.
10. Инновации в России – неисчерпаемый источник роста/ С. Алябьев, Д. Голощанов, В. Клинов и др. : Центр по развитию инноваций McKinsey Innovation Practice. – июль 2018 г. –Режим доступа: https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Innovations%20in%20Russia/Innovations-in-Russia_web_lq-1.ashx. –Дата обращения: 20.03.2020.

УДК 332.05

Колесник Валентина Илиодоровна

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры общественного здоровья,
организации и экономики здравоохранения
Медицинская академия им.С.И.Георгиевского
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В.И.Вернадского
г.Симферополь, Россия

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье представлено научное обоснование необходимости совершенствования направлений регулирования регионального развития. Рассмотрены методологические принципы формирования системы управления регионом. Проанализированы основные инструменты управленческой деятельности. Разработаны методологические основы управления экономикой региона в условиях рыночных отношений.

Ключевые слова: региональное развитие, государственное регулирование, система управления, направление развитие.

Постановка проблемы. Наиболее актуальной проблемой рыночных отношений является формирование механизма управления социально-экономической системой региона. Такой механизм представляет собой совокупность методов, правил, принципов, использующих в процессе управления. Они выбираются, исходя из того, какие поставленные цели и установленные ориентиры для реализации намеченных целей. Функционирование и развитие региональных экономических систем не может осуществляться только на основе рыночного саморегулирования.

Политика государственного невмешательства неизбежно приводит, как показывает мировой опыт, к нарастанию разного рода противоречий, способных разрушить целостность национальной экономики и общества. Поэтому забота о пространственной организации хозяйства страны является неотъемлемой функцией любого государства, безусловным рефлексом ее самосохранения. Активизация деятельности государства в этой сфере отражает понимание того, что без решения региональных проблем нельзя достичь провозглашаемых правительствами большинства развитых стран национальных целей: полной занятости, улучшение качества жизни, справедливого распределения доходов, стабильного экономического роста.

Целью статьи является научное обоснование необходимости совершенствования направлений регулирования регионального развития

Изложение основного материала. Формирование системы управления регионом должно основываться на определенных методологических принципах.

Первый принцип: экономика региона рассматривается как часть экономики страны, определяет ее направления и принципы развития.

Второй принцип: выбор эффективной модели управления регионом зависит от организационно-правовых форм, которые определены для деятельности финансовых и нефинансовых предприятий.

Третий принцип: управление методологически определяется как специфический вид деятельности и имеет функцию восстановления.

Для реализации направлений регионального развития и создание новой модели организации целесообразно предусмотреть разработку более эффективной деятельности моделей территориальной организации власти. Также должно выполняться перераспределение полномочий местных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления с поддержкой принципов децентрализации. При этом необходимо будет изменять функции местных государственных администраций – превращение местных органов власти общей компетенции на контрольно-наблюдательные органы в структуре исполнительной власти.

Предполагается реформирования системы административно-территориального устройства путем образования правовых, экономических и организационных условий для формирования территориальных общин. Государственной политикой должны быть обеспечены условия для расширения финансово-экономических возможностей территориальных общин, укрепление местных бюджетов. Однако необходимо отметить, что это деление условно. Все вышеперечисленные группы входят в единую систему для целей управления социально-экономической системы.

Наличие и рациональное использование регионального управленческого ресурса представляет собой важнейшие условия, которые дают возможность значительно повысить эффективность регионального управления. Деятельность управленческих структур нацелена на существенные направления жизнедеятельности региона, а именно: производственно-финансовая деятельность в регионе; демографическая ситуация и занятость населения; социальная инфраструктура [1].

Управленческие структуры для реализации своих функций используют набор определенных средств. Основными инструментами управленческой деятельности могут быть [2]:

1. Нормативно-правовые рычаги. К этой группе относятся решения, постановления, инструкции, распоряжения органов управления территориями.

2. Административно-организационная деятельность. Содержит подготовку плановых заданий, оперативное управление, различные виды мониторинга, контроль исполнения решений.

3. Информационные средства. Характеризуют метод общения с населением, общественностью, руководством, а также используются для формирования общественного мнения.

4. Экономические рычаги. Включают распределение бюджетных средств, материальное стимулирование, предоставление различных льгот, кредитную политику.

Методологические основы управления экономикой региона в условиях рыночных отношений должны содержать формирование системы целей, определяющих направление управленческих решений (рис. 1). Система целей будет трехуровневой. Первый уровень (высокий) – это повышение уровня жизни населения региона; второй уровень – повышение эффективности деятельности регионального хозяйственного комплекса; третий уровень – активизация кадрового и производственного потенциала.



Рисунок 1 – Система целей регионального управления

Основные направления деятельности для достижения целей развития региона содержат следующие этапы:

- разработка и реализация финансовой стратегии как важнейшего рычага управления стабилизацией экономики региона;
- развитие и расширение собственных источников и ресурсов региона;
- повышение уровня квалификации персонала;
- экономическое стимулирование научно-технических разработок прорывного характера;
- разработка механизма локализации факторов нестабильности развития экономики региона.

Вместе с тем необходимо отметить мнение ученых о том, что когда мы рассматриваем действующие модели, то имеем в виду современный рынок, рынок атрибут сложившейся социально-экономической модели, а не как ее всеобъемлющую характеристику [3].

Государство должно регулировать региональное структурное воспроизведения по трем направлениям:

1) через макроэкономическую политику государства, когда структурные вопросы регионального воспроизведения рассматриваются в контексте решения общеэкономических задач федерального государства;

2) через отдельное направление макроэкономической политики государства, когда разрабатывается комплекс нормативных документов, обеспечивающих его реализацию;

3) через отдельную составляющую региональной политики, когда структурные проблемы регионального воспроизводства решаются в процессе реализации задач социально-экономического развития и экологизации регионов страны [4,5].

Первоочередными мерами по активизации регионального управления комплексным развитием экономики региона должны стать:

- ✓ разработка комплексных программ стимулирования инвестиционного развития инновационной деятельности;
- ✓ обеспечение приоритетного развития производственной сферы;
- ✓ системный подход к формированию политики социально-экономического развития региона.

Исходя из вышеприведенного, можно утверждать, что важнейшая проблема рыночных отношений – это формирование организационно-экономического механизма управления социально-экономического системой региона. Под управлением региональным развитием надо понимать деятельность органов власти, направляется на поддержку взаимосвязей между различными компонентами социального и экономического блоков регионов. Таким образом, важнейшей целью регионального управления является обеспечение комплексного развития экономики территорий.

При этом необходимо отметить, что одним из основных направлений реформирования и оптимизации государственного управления экономикой является дерегулирование. Под дерегулированием экономики следует понимать совокупность мер государственного воздействия на механизм общественного воспроизводства и уменьшения административно-правового регулирования экономических отношений. Деревулирование предполагает постепенный отход от прямой регулирующей роли государства. Методы, которыми оно внедряется, совпадают с регулирующими функциями государства.

Выводы. Таким образом, целесообразно отметить, что основные направления регулирования регионального развития в рамках системы мероприятий государственной региональной политики должны быть представлены комплексом мер, которые бы:

- обеспечивали сбалансированность централизации и децентрализации власти,
- выравнивали экономические и социальные условия развития регионов;
- способствовали развитию межрегиональных отношений,
- обеспечивали бы эффективную реализацию функций местного самоуправления
- согласовывали общегосударственные цели и интересы с особенностями развития отдельных регионов.

Литература

1. Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 27.12.2019) "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 20.03.2020)
2. Кузнецова Е.Г. Оценка эффективности государственных программ развития региона: практические и методические аспекты / Е.Г. Кузнецова, И.А. Горин // Вестник Российского университета кооперации. - 2017. - № 4 (30). - С. 32-36. – Электрон. копия доступна в науч. электрон. б-ке Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-gosudarstvennyh-programm-razvitiya-regiona-prakticheskie-i-met...> (дата обращения: 20.03.2020).
3. Литвинов Д.А. Особенности разработки и реализации региональных государственных программ как инструмента обеспечения сбалансированного развития региона // ФЭС: Финансы. Экономика. - 2017. - № 5. - С. 39-44. - Электрон. копия доступна в науч. электрон. б-ке eLibrary. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30594264> (дата обращения: 20.03.2020). – Доступ платный после регистрации.
4. Магомедов Р.Ш. Анализ возможностей влияния программно-целевых инструментов на региональное развитие (российская практика) / Р.Ш. Магомедов, Т.Г. Богодевич // Региональные проблемы преобразования экономики. - 2019. - № 8 (106). - С. 129-136. – Электрон. копия доступна в науч. электрон. б-ке Киберленинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vozmozhnostey-vliyaniya-programmno-tselevykh-instrumentov-na-regionalnoe-razvi...> (дата обращения: 20.03.2020).
5. Наумов С.Н. Использование инструментария государственных программ для обеспечения сбалансированного регионального развития России // Пространственный потенциал развития России: невыученные уроки и задачи на будущее : сб. науч. тр. участников междунар. науч. конф. - XXVI Кондратьевские чтения / под ред. В.М. Бондаренко. – Москва, 2019. - С. 272-277. - Электрон. копия доступна в науч. электрон. б-ке eLibrary. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36994041> (дата обращения: 20.03.2020).

УДК 556.555.7+574

Меншуткин Владимир Васильевич

гл. н. с., д. б. н., профессор

Минина Татьяна Ростиславовна

вед. н. с., к. т. н

*ФГБУН Институт проблем региональной экономики РАН**Санкт-Петербург, Россия***КОГНИТИВНАЯ ЭКОЛОГО-СОЦИО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ
ВОДОСБОРА КРУПНОГО ВОДОЕМА***Работа выполнена по теме НИР ИПРЭ РАН № ГР Г.Р. АААА-А19-119021390164-1*

Математическому моделированию эколого-социо-экономических систем водоем-водосбор, в которых учитываются не только экологические, но и экономические и социальные факторы, в нашем случае предшествовало создание математических моделей водоема, начиная от блоковой модели [1] до моделей, основанных на вычислительных схемах гидротермодинамики глубокого стратифицированного водоема, для которых выполняются разностные аналоги законов сохранения. Внедрение и апробация трехмерных моделей гидротермодинамики для воспроизведения циркуляции и температурного режима больших стратифицированных озер стало возможным благодаря совместной работе разработчиков математических моделей Санкт-Петербургского экономико-математического института РАН с лимнологами Института озераведения РАН, создавшими уникальный банк данных, основанный на многолетних подробных исследованиях Ладожского озера, проводимых ИнОз РАН. Для Ладожского и Онежского озер был создан уникальный комплекс моделей водных экологических систем больших стратифицированных озер. Получены фундаментальные результаты по проблеме устойчивого развития, связанные с антропогенным воздействием на природную среду, а также оценки воздействия на экосистемы Ладожского и Онежского озер возможных изменений климата вследствие глобального потепления [2].

Продолжение исследований было направлено на изучение зависимости динамики озерной системы от состава поступающих в озеро веществ. Поскольку состояние водоема зависит от процессов, происходящих в экономике, окружающей среде и социальной сфере на его водосборе, в экологическую систему водоема были включены наземные системы, расположенные на территории его водосбора. Однако использование моделей, основанных на численном решении систем дифференциальных уравнений в частных производных и применении законов сохранения [2], имеющих детерминированный характер, не могло дать удовлетворительные результаты в силу существенного различия элементов эколого-социо-экономических систем. Некоторые элементы моделируемой системы различаются на несколько порядков (одни находятся в пределах ошибки измерения других, например, промысловый улов составляет десятые и сотые доли процента от первичной продукции), часть изучаемых в модели процессов имеют вероятностную природу (например, турбулентная диффузия), а часть элементов являются информационными (например, природоохранное законодательство).

Для решения поставленной задачи применен один из методов искусственного интеллекта – когнитивное моделирование [3-8], первоначально основанное на попытках моделирования умственной деятельности человека. Основа когнитивного подхода заключается в замене попытки непосредственного моделирования процессов, происходящих в реальном мире, моделированием процесса восприятия и познания этого мира человеческим сознанием [9].

Описание когнитивной эколого-социо-экономической модели природопользования озерной экосистемой приведено в [9, 10]. Когнитивная схема взаимодействия между переменными (концептами) модели (рис. 1) представляет собой ориентированный граф, вершины которого соответствуют переменным (на рис. 1 – 23 вершины), которые в когнитивных моделях принято называть концептами (отличающихся от привычного понятия переменных большей общностью). Каждый концепт характеризуется минимальным и максимальным элементом (пределами определения), например, температура поверхности воды в Белом море не выходит из диапазона от -1°C до $+25^{\circ}\text{C}$ [11]. Отрезок между этими двумя элементами однозначно отображается на отрезок $(0, 1)$ числовой оси. Такое представление концептов дает возможность использовать аппарат непрерывной логики [12]. Дуги графа – это воздействие одного концепта на другой (петля соответствует процессу саморегулирования). Суть когнитивного подхода – назначение весов дуг ориентированного графа адекватно отражающих сущность процессов, которые связывают входной и выходной концепты. Простейшее решение этой проблемы заключается в опросе экспертов в соответствующей области знания. В рассматриваемой модели (рис. 1), концепты относятся к экологии (озеро), экономике и социологии (население).

Значение концепта в момент времени $t+1$ зависит от его состояния в момент времени t и состояния входящих концептов (связанных с ним входящими дугами) в момент времени t . Взаимодействия между концептами модели подробно изложены в [9].

Укрупненная блок-схема программы, предназначенной для имитации эколого-социо-экономической системы как инструмента принятия решений по развитию и управлению региона в условиях переменных внешних воздействий, приведена на рис. 2.

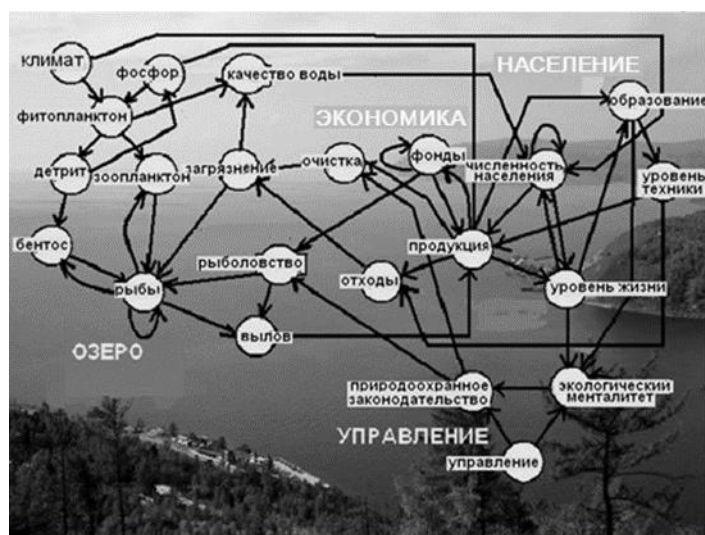


Рисунок 1 – Когнитивная карта экономической системы с экологической системой водоема

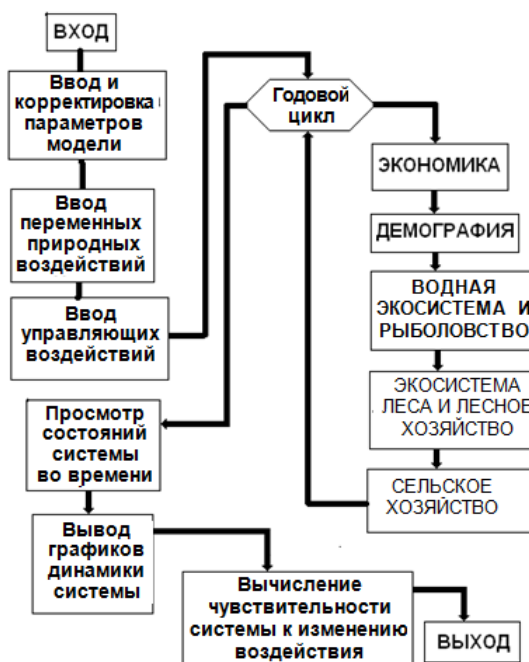


Рисунок 2 – Укрупненная блок-схема программы

Опыт создания когнитивной эколого-социо-экономической модели природопользования озерной экосистемы [9, 10] был использован в совместной работе с сотрудниками Института водных проблем Севера и Института экономики Карельского научного центра РАН, предоставившими информацию об экологической ситуации Белого моря с учетом социально-экономической ситуации на территории его водосбора. Для исследования динамики экологических систем моря и процессов в экономике, окружающей среде и социальной сфере, происходящих на его водосборе, разработана когнитивная модель, состоящая из четырех частей: климатической, экологической, социально-экономической и управленческой [11].

Продолжение исследований региона водосбора Белого моря было направлено на изучение возможности повышения уровня жизни населения с использованием рыболовства в условиях климатических изменений, рыночной экономики, антропогенных воздействий, загрязнения, эвтрофирования моря и др. факторов, влияющих на условия воспроизводства, численность рыб, а также условия проживания населения. Была разработана когнитивная модель оптимального управления эколого-социо-экономической системой водоем-водосбор, параметры которой характеризуют климат, экологию (моря и его водосбора), экономику, рыболовство, сельское хозяйство, минеральные ресурсы и население, а целевая функция – достижение высокого уровня жизни населения с использованием рыболовства. Проведено 10 экспериментов прогнозирования изменений сложной социо-эколого-экономической системы, происходящих при различных сценариях природопользования и изменений климата. Для каждого сценария определены режимы управления, обеспечивающие наиболее высокий уровень жизни населения [13].

Планируется дальнейшее совместное исследование региона водосбора Белого моря, в том числе будет рассмотрено современное состояние и изменения социально-экономической ситуации и окружающей среды, зависящие от объемов загрязнений, поступления биогенов на водосбор и в море, от выбросов в атмосферу, как сформированных на водосборе Белого моря, так и поступивших из-за пределов водосбора.

Литература

1. Меншуткин В.В., Воробьева О.Н. Модель экосистемы Ладожского озера // Современное состояние Ладожского озера. Л.: Наука. 1987. С. 187-200.
2. Астраханцев Г.П., Меншуткин В.В., Петрова Н.А., Руховец Л.А. Моделирование экосистем больших стратифицированных озер. Наука. СПб. 2003. 362 с.
3. Альбертин С.В. Когнитивное моделирование как способ научного познания и творчества // Гуманистические научные исследования. 2016. №8.
4. Миллер Дж. Когнитивная революция с исторической точки зрения // Вопросы психологии. 2005. № 6. С.104-109.
5. Носов К.Г. Когнитивный подход к решению задач моделирования и построению САПР // Прикладная математика и вопросы управления. 2015. №1. С. 73-85.
6. Баксаганский О.Е., Гнатик Е.Н., Кучер Е.Н. Естествознание. Современные когнитивные концепции. 2010. URSS. 224 с.
7. Лакофф Дж. Когнитивное моделирование // Сб. «Язык и интеллект». М. 1996. С. 143-182.
8. Величковский Б.М. Когнитивная наука. Основы психологии познания. М. Академия. 2006. 448 с.

9. Меншуткин В.В., Минина Т.Р. Когнитивное моделирование как аппарат исследования эколого-экономических систем // Региональная экономика и развитие территорий. Сб. научных статей под ред. Л.П. Совершаевой. СПб.: ГУАП, 2018, 1(12). – 250 с. С. 157-163.
10. Меншуткин В.В., Минина Т.Р. Когнитивная модель взаимодействия человеческого общества с экологической системой водоема // Региональная экономика и развитие территорий. Сб. научных статей ИПРЭ РАН под ред. Л.П. Совершаевой. Т.1.(11). СПб. 2017. С. 160-166.
11. Меншуткин В.В., Филатов Н.Н., Дружинин П.В. Состояние и прогнозирование социо-эколого-экономической системы водосбора Белого моря с использованием когнитивного моделирования // Арктика: экология и экономика, № 2 (30), 2018. С. 4-17. Doi: 10.25283/2223-4594-2018-2-4-17.
12. Kosko B. Fuzzy Thinking. Hyperion, NY. 1993.
13. Меншуткин В.В., Филатов Н.Н. Когнитивное моделирование влияния рыболовства на уровень жизни населения Беломорья. Труды Карельского научного центра РАН, № 9, 2019. С. 145-154. DOI: 10.17076/lim1120

УДК 336.74

Наливайченко Екатерина Владимировна
д.э.н., профессор
*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРИПТОРУБЛЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Как показывает международный опыт успешного экономического развития, для подъема российской экономики до уровня передовых стран необходимо доведение нормы накопления до 35% ВВП и выше [1, 2].

В 2012 году Президентом России была поставлена задача увеличения ее до уровня 27% ВВП. По итогам 2019 года она составила 17% по сравнению с 24% в 2012 г. Главной причиной резкого падения инвестиционной активности стала политика Банка России, который повышением ставки рефинансирования сверх рентабельности большей части отраслей экономики парализовал кредитование производственных инвестиций. Дополнительным негативным фактором стал переход к плавающему курсу рубля, сверхволатильность которого делает невозможным планирование инвестиционных проектов, зависимых от условий внешней торговли.

После принятия этих мер в 2014 году объем инвестиций в основной капитал снизился на 6,9% в реальном выражении. На сегодняшний день основная часть инвестиций финансируется предприятиями за собственный счет, доля банковского кредита составляет 8% по сравнению с 30-40% в развитых и успешно развивающихся странах [3]. Своей политикой ЦБ фактически остановил трансмиссионный механизм банковской системы, призванный обеспечивать трансформацию сбережений в инвестиции. Доля последних в активах банковской системы составляет не более 5% по сравнению с 20-25% в других странах. В рамках проводимой денежно-кредитной политики не просматривается возможность наращивания инвестиций, необходимых для вывода российской экономики на траекторию устойчивого роста. Их финансовая база последовательно сжимается Банком России, который, начиная с 2014 года, изъяс из экономики по каналу рефинансирования более 8 трлн. руб. дополнительно к 200 млрд. долл., выведенным иностранными инвесторами и кредиторами. В ближайшие 3 года ЦБ планирует продолжать сжатие денежной базы в реальном выражении, переходя к чистому изъятию денег из экономики посредством выпуска облигаций Банка России, заимствуя на рынке деньги инвесторов, которые могли бы быть вложены в прирост основного капитала [4].

Бурному экономическому росту новых индустриальных стран, КНР и Индии предшествовало опережающее наращивание кредитной эмиссии в целях финансирования инвестиций. Так, например, в 1948 г. был создан Германский государственный банк развития (KfW) с целью восстановления монетарного фактора экономического роста в послевоенной Германии. За счет целевой кредитной эмиссии этот институт развития обеспечил кредитование инвестиций в развитие экономики, включая модернизацию инфраструктуры, обновление основных фондов, жилищное строительство. На 80% банк принадлежит государству [2,4].

До них по этому пути прошли США, Российская империя, Япония, страны Западной Европы. Исторический опыт успешной политики развития свидетельствует о том, что для получения определенного прироста ВВП необходим двукратно более высокий прирост инвестиций, что требует соответствующего наращивания объема кредита как основного инструмента авансирования роста современной экономики.

Наряду с догматизмом денежных властей, запуску этого механизма в России объективно препятствует отсутствие эффективного валютного контроля, вследствие чего эмитировавшиеся в рамках антикризисных программ кредиты использовались коммерческими банками для покупки иностранной валюты, а не для кредитования реального сектора экономики [5].

Для контроля за целевым использованием эмитируемых для кредитования инвестиций денег предлагается использовать современные технологии создания цифровых валют (токенов) и контроля за их обращением (блокчейн). Для организации целевого кредитования – создать Специализированный институт развития, фондируемый Банком России в размере не ниже объема изымаемых из экономики денег. Так, для компенсации сжатия кредита с 2014 года необходимо около 15 трлн. руб., из которых на начальном этапе можно выделить 5 трлн. руб. Специнститут развития, создаваемый по образцу немецкой KfW8, эмитирует под этот объем денег, остающихся на корсчете в ЦБ, защищенные цифровыми технологиями «инвестиционные рубли», приравненные по покупательной способности и курсу обмена к обычным рублям. Целевые кредиты в инвеструблях предоставляются исключительно под специальные инвестиционные контракты под 2% (для госкорпораций) и 4% (для всех остальных) годовых для конечного заемщика. При этом не потребуются расходы на получение банковских гарантий, не нужны кредитные рейтинги, что позволяет сократить издержки еще на 3%. Все дальнейшее движение эмитированных таким образом денег автоматически контролируется при помощи блокчейн вплоть до выплаты заработной платы, получения дивидендов и возвращения кредита.

В России уже действует собственная платформа децентрализованного обмена банковской информацией «Мастерчейн», созданная «Ассоциацией Финтех». Для инвеструбля не нужно создавать никакой дополнительной инфраструктуры, так как весь обмен информацией и взаимодействие с существующей финансовой системой может осуществляться через «Мастерчейн».

Вывод: Введение в обращение инвеструбля не окажет воздействия на существующую банковскую систему, при этом он обладает рядом особенностей, делающим его привлекательным для финансирования инвестиций в экономику предприятий, в том числе государственных. К ним, помимо высокого уровня технической надежности, контролируемости и ограниченности в использовании, можно отнести возможность сохранения в реестре полной истории транзакций с каждым конкретным инвеструблем. Это позволит проанализировать все его движения с момента эмиссии, что особенно важно в рамках противодействия коррупции, борьбы с легализацией преступных доходов, финансированием терроризма.

Литература

1. Авдеева, И. Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом / И. Л. Авдеева // Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы / Труды научно-практической конференции с международным участием. – СПб.: ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2017. – С. 19-25.
2. Варнавский, В. Г. Цифровые технологии и рост мировой экономики / В. Г. Варнавский // Друкеровский вестник. – 2015. – № 3 (7). – С. 73-80.
3. Джулий, Л. В., Емчук, Л. В. Информационные системы и их роль в деятельности современных предприятий / Л. В. Джулий, Л. В. Емчук // Perspective economic and management issues : Collection of scientific articles. – Vienna: «East West» Association For Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2015. – С. 130-134.
4. Дружинин, А. М. Стратегия обмена знаниями в цифровой экономике / А. М. Дружинин // Век качества. – 2015. – № 4. – С. 125-138.
5. Попов, Е. В., Семячков, К. А. Особенности управления развитием цифровой экономики / Е. В. Попов, К. А. Семячков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2017. – № 2. – С. 54-61.

УДК 330

Нехайчук Дмитрий Валерьевич

д.э.н., профессор

Забаровская Светлана Андреевна

обучающаяся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ (ОТМЫВАНИЯ) ДОХОДОВ ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ

Соблюдение законодательства и подзаконных нормативных правовых актов в разных областях, в том числе и в области финансового мониторинга является основным направлением внутреннего контроля в организации. Данный вид контроля реализуется во всех субъектах финансового мониторинга; все они обязаны формировать и осуществлять соответствующую систему внутреннего контроля в целях легализации (отмывания) доходов полученных преступным путем.

Реализация функции внутреннего контроля субъектами первичного финансового мониторинга осуществляется по-разному. Все зависит от масштаба деятельности, количества и характера проводимых финансовых операций и др.

В настоящее время, все организации, имеющие системы внутреннего контроля, для предотвращения легализации (отмывания) доходов полученных преступным путем, обязаны отчитываться перед Росфинмониторинге, сдают отчетность о проводимых финансовых в соответствии с Федеральным

законом №115 "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма".

Внутренний контроль в поднадзорных организациях в своей работе руководствуется принципами, средствами и методами, которые присущи в целом внутреннему контролю и направлены на контроль за соблюдением организацией действующего законодательства, норм и правил, установленных в государстве. Целью внутреннего контроля является выявление операций, подлежащих обязательному контролю, и иных операций с денежными средствами или иным имуществом, связанных с отмыванием денежных средств.

Организация внутреннего контроля в организации представляет собой совокупность мер принимаемых организациями, осуществляющими операции с денежными средствами или иным имуществом, мер, включающих в себя разработку правил внутреннего контроля и в установленных настоящим Федеральным законом случаях целевых правил внутреннего контроля по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, (далее — целевые правила внутреннего контроля), а также назначение специальных должностных лиц, ответственных за реализацию правил внутреннего контроля и целевых правил внутреннего контроля.

Согласно ст. 3 Федерального закона №115-ФЗ, организация и осуществление внутреннего контроля являются основной обязанностью субъектов первичного финансового мониторинга. Осуществление внутреннего контроля - реализация организациями, осуществляющими операции с денежными средствами или иным имуществом, правил внутреннего контроля, включающая в себя в том числе выполнение требований законодательства по идентификации клиентов, их представителей, выгодоприобретателей, бенефициарных владельцев, по документальному фиксированию сведений (информации) и их представлению в уполномоченный орган, по хранению документов и информации, по подготовке и обучению кадров, а также в установленных настоящим Федеральным законом случаях целевых правил внутреннего контроля.

Межведомственное взаимодействие в сфере бюджетного мониторинга осуществляют Федеральное казначейство, Росфинмониторинг и Федеральная налоговая служба. Регламентом и соглашениями об информационном взаимодействии определены порядок, сроки и способы обмена информацией между участниками межведомственных отношений определены.

Когда на предварительном этапе выполнения бюджетного мониторинга дела клиентов начинают наполняться сведениями, уже постепенно прорисовывается финансовый портрет каждого из них. Это дает возможность привести оценку его платежеспособность и заранее попытаться принять меры по минимизации риска неисполнения соглашений (договоров). Но в итоге казначейство на этапе сбора и обобщения информации сталкивается с проблемой: получен доступ к огромному количеству данных и пока не разработан единый алгоритм действий, позволяющих принимать нужные управленческие решения. Чтобы на базе полученной информации иметь возможность объективно оценивать все этапы проекта, реализуемого за счет средств федерального бюджета, казначейству предстоит освоить абсолютно новые технологии финансового анализа.

Для осуществления основного этапа финансового мониторинга бюджетных учреждений предполагается открытие лицевых счетов субъектам бюджетного мониторинга, оплату поставленных товаров (выполненных работ, оказанных услуг) и санкционирование операций. Так как лицевые счета открываются в казначействе, возникает возможность проследить полную цепочку кооперации по каждому соглашению, зафиксировать каждую операцию, которая совершается на лицевом счете. Казначейство наделено правом применять на каждом из этапов «меры реагирования, позволяющие выявить и свести к минимуму бюджетные риски: риск необоснованного планирования расходов бюджета; риск неэффективного использования бюджетных средств; риск не достижения запланированных показателей; риски системного характера (при которых неспособность одного из исполнителей по договору (соглашению) выполнить свои обязательства может привести к неспособности других исполнителей (соисполнителей) выполнять свои обязательства в срок.

Согласно требованиям ФАТФ (Рекомендация 13 и Специальная рекомендация IV), на все субъекты финансового мониторинга возложена обязанность информировать уполномоченный орган о подозрительных операциях и сделках, в то же время ФАТФ в п. б. Рекомендации 19 рекомендует рассмотреть вопрос о целесообразности создания системы сообщений обо всех внутренних и международных операциях с наличными денежными средствами на суммы, превышающие установленный предел.

В отличие от международной системы ПОД/ФТ, российская система предъявляет требования о предоставлении субъектами финансового мониторинга в уполномоченный орган сведений не только о подозрительных операциях (сделках), но и обо всех сомнительных операциях, подпадающих под законодательно установленные признаки обязательного контроля. В соответствии с п. 4 ст. 6 Федерального закона № 115-ФЗ сведения о таких операциях предоставляются непосредственно в Росфинмониторинг организациями. В свою очередь, соответствующие положения Федерального закона № 115-ФЗ и подзаконных актов основаны на Рекомендациях ФАТФ, а также Принципах Базельского комитета и других международных ассоциаций надзорных органов в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Для кредитных организаций установлены дополнительные требования, которые прописаны Банком России и учитывают помимо Рекомендаций ФАТФ, документы Базельского комитета банковского надзора.

УДК 339.9

Орлова Елена Роальдовна

д.э.н., профессор

ФИЦ ИУ РАН

Москва

Коваль О. Г.

Университет Дубна

Дубна

Россия

ТУРКМЕНИСТАН И РОССИЯ КАК КОНКУРЕНТЫ В ЧАСТИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭКСПОРТА В КНР

Аннотация. Статья посвящена анализу возможной конкуренции со стороны Туркменистана в области снабжения азиатских стран, в первую очередь, Китая, энергоресурсами. Делается вывод о том, что нельзя недоучитывать потенциал нефтяного и газового экспорта со стороны одной из постсоветских республик Центральной Азии, Туркменистана. Это становится особенно актуальным в связи со строительством газопровода «Сила Сибири», нацеленного на возрастающий экспорт газа в Китай.

Ключевые слова: Туркменистан, энергетический экспорт, оружейный импорт, доходы от топливно-энергетического комплекса.

Orlova E.R.

Moscow, FRC CS&C of RAS

Koval O.G.

Dubna University,

Dubna

TURKMENISTAN AND RUSSIA AS COMPETITORS IN THE FIELD OF POWER EXPORT TO PRC

Annotation. The article is devoted to analysis of possible competition on part of Turkmenistan in the field of supplying Asiatic countries, China, first of all, with power resources. A conclusion is made that potential of oil and gas export from one of the post-Soviet Central Asian republics, Turkmenistan, mustn't be underestimated. It becomes especially essential in connection with construction of gas pipeline "Power of Siberia" due to growing gas export to China.

Key words: Turkmenistan, China, power export, arms import, income of fuel and power complex

Не так давно нам в руки попал журнал «Новый оборонный заказ. Стратегии». В журнале помимо всего прочего опубликована статья Олеси Загорской «ВТС¹ Китая и постсоветских республик Центральной Азии». В этой статье говорится, что в последнее время Китай все активнее развивает военно-техническое сотрудничество со странами - традиционными партнерами России в этой сфере, прежде всего, со странами постсоветского пространства, такими как бывшие союзные республики Центральной Азии. Что касается Казахстана, Узбекистана, Киргизии и Таджикистана, то в них импорт вооружения не очень высок, да и расплачиваются эти страны продукцией, не представляющей для России большой интерес. Иное дело – Туркменистан. Туркменистан платит за импорт оружия газом.

На сегодняшний день 36% оружейного импорта Туркменистана обеспечивается Турцией, 27% - Китаем, на российский импорт приходится 20% от общего объема.

Как уже было сказано, закупка вооружений у Китая осуществляется в основном за счет выручки от газовых контрактов с Пекином, который является основным импортером туркменского газа. Сотрудничество с Пекином по планам Ашхабада предполагает наращивание добычи и экспорта газа (к 2030 г. до 250 млрд. куб. м и до 180 млрд. куб. м в год соответственно). Правда, несмотря на то, что в настоящее время около 90% туркменского газа поставляется именно в Китай, по официальным данным, эти объемы в 2017 г. едва превысили 30 млрд. куб. м.

Как и ранее ведущей отраслью экономики Туркменистана остается добыча углеводородов (газ составляет 85% бюджетных поступлений). В 2018 г. Туркмения была на первом месте по поставкам газа в Китай (33,8 млрд. куб. м), второе место занимала Австралия (23,6 млрд. куб. м) и третье - Катар (10,3 млрд. куб. м).

В таблице 1 приведены данные по добыче газа в Туркменистане за 2008-2017 гг.

Таблица 1 – Динамика добычи природного газа в Туркмении, млрд. куб. м

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
66,1	36,4	44,0	62,3	65,1	65,2	70,2	72,8	66,8	62,0

Источник: BP Statistical Review of World Energy 2018.

¹ ВТС – военно-техническое сотрудничество

Товарная структура экспорта Туркменистана за 2018 г. приведена на рис 1.



Рисунок 1 – Товарная структура экспорта Туркменистана в 2018 г. в млн. долл.

Из рис. 1 следует, что почти 80 % экспорта страны приходится на продукцию топливно-энергетического комплекса, в первую очередь, газ. Трудно ожидать, что какие-либо отрасли могут существенно изменить структуру экономики. Хотя в последнее время довольно много говорится о развитии туризма в стране.

Теперь хотелось бы поговорить об экспорте топливно-энергетических ресурсов России. В 2019 г. экспорт нефти составил 267,5 млн. т. Основными направлениями поставок нефти являлись Китай (69,6 млн. т – 26 %), Нидерланды, Турция – (8,2 млн. т – 3 %). Экспорт нефтепродуктов в Турцию составил 8 млн. т, а в Китай – 7,9 млн. т. На экспорт природного газа по трубопроводам пришлось в 2019 г. 219,9 млрд. куб. м, из которых в Турцию поступило 15,1 куб. м. В Китайскую народную республику газ по трубопроводам из России в это время не поставлялся. Но небольшие объемы сжиженного газа в Китай поставлялись (1,79 млн. т в 2019 г.).

Ситуация может существенно измениться после завершения строительства газопровода «Сила Сибири». Планируется, что к 2024 г. по газопроводу будет поступать в КНР до 38 млрд. куб. м природного газа. Китай станет вторым по объему потребителем российского газа в мире после Германии, которая в 2018 г. экспортировала из России 58,5 млрд. куб. м газа, обогнав занимающих сейчас второе и третье места Турцию (24 млрд. куб. м) и Италию (22,8 млрд. куб. м).

Как видно из вышесказанного, несмотря на провозглашаемую политику диверсификации в планы России входит наращивание объемов экспорта энергоресурсов, как нефти, так и газа. Причем одним из возможных лидеров по экспорту российского газа может стать Китай.

Выводы

На наш взгляд имеет смысл внимательно проанализировать, насколько возможен данный сценарий, не возникнет ли при этом конфликт с Туркменистаном. Ведь в планы Туркменистана входит наращивание мощностей по добыче и экспорту газа, в первую очередь, именно в Китай. Туркменистан рассчитывает на газопровод ТАРП (Туркменистан – Афганистан – Пакистан – Индия) мощностью в 33 млрд. куб. м в год. Существуют также перспективы строительства Транскаспийского газопровода, предусматривающего транзит туркменских энергоносителей в страны Евросоюза через Каспийское море и Закавказье. Хотя в настоящее время Россия и Иран бойкотируют строительство трубопроводов по дну Каспийского моря.

Литература

1. О. Загорская. ВТС Китая и постсоветских республик Центральной Азии/ Новый оборонный заказ. Стратегии. № 3. 2019, с. 68-75
2. <https://www.ritmeurasia.org/news--2019-03-21--puzyr-gazovogo-schastja-turkmenii-41705>
3. <https://www.rbc.ru/business/02/12/2019/5de4b1e29a7947da6d1db2f3>
4. <https://www.ritmeurasia.org/news--2019-04-08--ne-gazom-by-ediny-novye-rakursy-partnerstva-rossii-i-turkmenistana-42045>

УДК 330.336

Павлов Константин Викторович

д. э. н., профессор

*Ижевский филиал Российского университета кооперации**г. Ижевск, Россия***ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА**

Развитие постсоветской экономики до последнего времени преимущественно было связано с использованием экстенсивных факторов (недозагруженными мощностями, вовлечение в хозяйственный оборот новых месторождений природных ресурсов, незанятой рабочей силой, а также внешней конъюнктурой). Однако ускорение социально-экономического развития, намечаемое на ближайшее десятилетие, не может основываться на весьма ограниченных по своим возможностям **экстенсивных** факторах. Необходимо использовать качественно новый физический и человеческий капитал, а также результаты благоприятных условий хозяйствования. Чтобы ускорить экономический рост, необходим поиск новых, устойчивых источников развития и активизация процесса интенсификации производства.

Актуальность перехода на интенсивный способ хозяйствования определяется также и тем, что в трудные годы экономического спада проблемам интенсификации, основным фактором которой является, как известно, НТП, не придавалось должного значения. В настоящее время, когда возникли благоприятные предпосылки развития, интенсификация предполагает вовлечение в общественное производство всего имеющегося потенциала страны и все более рационального его использования.

Между тем институциональная парадигма развития и возможность использования ее результатов в системе методов организации и регулирования процесса интенсификации еще не сложилась, хотя его институциональный аспект привлекает внимание многих ученых, как зарубежных (Д. Норт, Я. Тевено, О. Фаворо, Ф. Эмар-Дюверне, К. Менар и др.), так и отечественных (В. И. Маевский, В.Л.Макаров, А. Н. Нестеренко, Р. М. Нуреев, А. Н. Олейник, В.В. Радаев, В. Л. Тамбовцев, А. Б. Шаститко и др.).

Институциональная теория, теория организации и теория интенсификации до сих пор недостаточно связаны друг с другом. Институционализм обычно рассматривается как чисто теоретическое направление в современной науке, и игнорируется тот факт, что динамика показателей есть результат реализации всего комплекса условий, обеспечивающих интенсивное развитие конкретной организации. Поэтому крайне важно суметь найти органические взаимосвязи интенсификации и институциональных основ социально-экономического развития, а также попытаться сблизить их не только на теоретическом, но и на эмпирическом уровне [1].

В условиях переходного периода и интенсивного формирования развитых рыночных отношений существенно возросла нестабильность и изменчивость протекания социально-экономических процессов. Усиление неопределенности экономической среды требует качественно иного подхода к методам и формам управления производством, в том числе процессом интенсификации, являющимся важнейшим условием повышения эффективности общественного воспроизводства.

Литература

1. Павлов, К.В. Интенсификация экономики в условиях неопределенности рыночной среды / К.В. Павлов. М.: Магистр, 2007. - 271 с.

УДК 33.03

Пяткова Наталья Петровна

к.э.н., соискатель кафедры туризма

и гостиничного хозяйства

*ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный**университет имени Владимира Даля»**г. Луганск***ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Аннотация. Современный этап экономического и социального развития любого государства может быть охарактеризован возрастающим интересом к исследованиям значительного количества региональных и местных проблем не только со стороны представителей научного сообщества, но и со стороны государственных управленцев. Связано это с тем, что решения этих проблем в регионах и на местах в значительной степени определяют перспективы развития государства в целом, а аргументированное научное обеспечение управленческих мер, касающихся выбора возможных направлений регионального и местного развития становится все более актуальным и востребованным.

Ключевые слова. Регион, региональное развитие, промышленное производство, государственная политика, территория, производство.

Введение. Современное экономическое состояние административно-территориальных образований в Луганской Народной Республике может быть охарактеризовано как достаточно сложное и весьма проблематичное, в связи с чем необходимость научного предвидения на хотя бы относительно

ближайшую перспективу (до 3-х лет) является объективным обстоятельством, не считаться с которым нельзя. Особенно в контексте разработки и реализации политики территориального развития, которая предполагает наличие достоверной экономической и социальной информации, характеризующей их (административно-территориальных образований) с разных сторон.

Степень разработанности проблемы. Проблемы государственной политики территориального рассматривались ведущими экономистами Л.И. Абалкиным, А.Г. Аганбегяном, А.В. Бачуриной, Г. А. Беловым, А. Д. Берлиным, А. Я. Лившицем, Д.С. Львовым, Б.Мильнером, В.Овсиенко, Н.Я. Петраковым, П.Х. Поповым, С.С. Шаталиным, а также зарубежными учеными: М. Фридмен, Ф. Хайек, Й. Шумпетер, А. Архипов, Е. Бухвальд, В. Иванченко и др.

Цель публикации – анализ и оценка использования экономического потенциала Луганской Народной Республики в современных условиях.

Изложение основного материала. Луганская Народная Республика была провозглашена 27 апреля 2014 года, а по итогам народного референдума 11 мая 2014 года на следующий день было объявлено об ее независимости от Украины. Луганская Народная Республика является унитарной республикой президентского типа (Глава Республики избирается прямым голосованием и является одновременно главой исполнительной власти). Основным Законом государства является Конституция Луганской Народной Республики, принятая 18 мая 2014 года.

В настоящее время в состав Луганской Народной Республики (на 01.01.2020 г.) входят 14 административно-территориальных единиц, из которых 11 городов (8 самостоятельных и 3 с прилегающими к ним сельскими районами), а также 3 самостоятельных района. Наиболее крупными городами республиканского подчинения являются: Луганск (столица), Алчевск, Антрацит, Краснодон, Красный Луч, Свердловск и Стаханов.

Территория Луганской Народной Республики до начала военной интервенции киевского режима составляла 26683 тыс. км², в настоящее время составляет 8103 км², что равно примерно 1/3 общей территории Луганской области по состоянию на 11.05.2014 г. Луганская Народная Республика расположена в центральной части евразийского континента, граничит на востоке с Воронежской и Ростовской областями Российской Федерации, а на западе – с Донецкой Народной Республикой.

Получив «в наследство» от Украины лишь часть бывшей Луганской области, тем не менее, государственные органы власти Луганской Народной Республики приступили к формированию основных институтов, призванных обеспечивать безопасную и достаточно комфортную жизнь всем слоям населения. Одним из факторов обеспечения такой жизни стала государственная политика территориального развития. Известно, что любая политика является выражением той экономики, которая развивается в установленных границах. Не стала исключением и государственная политика территориального развития.

Основным проявлением способности к экономическому и социальному развитию любого территориального образования выступает соответствующий экономический потенциал. Так, по состоянию на 01.01.2020 г. экономический потенциал Луганской Народной Республики может быть рассмотрен как совокупность природного, производственного (материального), трудового и организационного потенциалов.

Природный потенциал. По своим климатическим условиям республика занимает умеренно-континентальную зону Европейского континента. Основными полезными ископаемыми являются: высококачественный уголь, имеются залежи коксующихся углей, известняка, песчаника, мела, мергеля, различных глин, месторождения природного газа и др.

Производственный потенциал. По своему составу производственный потенциал может быть охарактеризован как совокупность различных видов экономической деятельности, наибольший удельный вес среди которых занимают: добывающая промышленность и разработка карьеров; производство пищевых продуктов и напитков; текстильное производство, производство одежды, кожи, изделий из кожи и других материалов; металлургическое производство, производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования; а также строительство и транспорт.

Трудовой потенциал. Трудовой потенциал республики может быть охарактеризован численностью занятых работников. Среднесписочная численность занятых работников в реальном секторе экономики колеблется в пределах 220,0 тыс. чел. – 225,0 тыс. чел. Средний уровень загрузки работников в соответствии с установленной продолжительностью рабочего времени в целом по хозяйственному комплексу составляет более 99,0 % штатной численности, а в промышленности – более 90,0 %.

Организационный потенциал. В настоящее время в республике сохранилось и функционирует достаточно большое количество субъектов хозяйствования: как юридических лиц (предприятий, организаций, учреждения), так и физических лиц-предпринимателей. В Статистическом регистре Госкомстата ЛНР значится более 8,6 тыс. субъектов хозяйствования. Наибольшее количество субъектов сосредоточено в г. Луганске и отдельных территориях Станично-Луганского района, г. Краснодоне и Краснодонском районе, г. Алчевске, г. Антраците и Антрацитовском районе. В статистическом регистре преобладают субъекты хозяйствования в сфере образования, в оптовой и розничной торговле, в ремонте автотранспортных средств и мотоциклов, в перерабатывающей промышленности, в добывающей промышленности, разработке карьеров и в другой промышленности.

Посредством использования имеющегося в наличии, как всего экономического потенциала, так и отдельных его составляющих любое государство стремится с максимальной пользой его использовать для своего экономического и социального развития. Под экономическим потенциалом отдельного государства можно понимать способность единого хозяйственного комплекса в его отраслевой (видовой), межотраслевой и территориальной структуре обеспечивать максимально возможные экономические условия для благоприятной жизнедеятельности территориального социума.

Известно, что отраслевая или видовая структура единого хозяйственного комплекса представляет собой некоторую совокупность видов экономической деятельности (отраслей), характеризующуюся определенными пропорциями и взаимосвязями. В общем виде, отраслевая структура хозяйственного комплекса, как правило, может быть представлена двумя сферами: сферой производства (промышленность, сельское хозяйство, строительство) и сферой услуг (транспорт, связь, торговля, общественным питанием и прочими услугами). Доминирование одной из названных сфер превращает единый хозяйственный комплекс в относительно специализирующийся набор видов экономической деятельности.

Современный этап экономического и социального развития любого государства может быть охарактеризован возрастающим интересом к исследованиям значительного количества региональных и местных проблем не только со стороны представителей научного сообщества, но и со стороны государственных управленцев. Связано это с тем, что решения этих проблем в регионах и на местах в значительной степени определяют перспективы развития государства в целом, а аргументированное научное обеспечение управленческих мер, касающихся выбора возможных направлений регионального и местного развития становится все более актуальным и востребованным.

Экономическое и социальное развитие любого территориального образования представляет собой некоторую совокупность процессов, обеспечивающих расширенное воспроизводство наиболее важным элементам производительных сил (природным ресурсам, материальным ресурсам, трудовым ресурсам и др.). Экономическое и социальное развитие предполагает постепенные изменения, как в структуре, так и в качестве экономики (в ее отдельных видах экономической деятельности), поиск факторов роста и развития движущих сил, использование достижений науки и техники, повышение культурно-образовательного уровня отдельных групп населения, улучшение качества и повышение уровня жизни широких слоев населения и т.п. Для такого развития характерным становится воспроизводство общественных отношений не только с устоявшимися моральными ценностями, но с ориентирами прогрессивной направленности.

В каждом отдельном случае (применительно к масштабам отдельного государства) экономическое и социальное развитие (основанное на воспроизводстве общественных отношений) приобретает исключительный вид своего становления. Чему во многом становится подспорьем практика осуществления политики территориального развития, которая в данном контексте превращается в инструмент успешного экономического и социального развития всех без исключения территориальных образований, входящих в состав того или иного государства.

Как правило, политика территориального развития основывается на укреплении и расширении базовых положений и институтов, как государственного управления, так и местного самоуправления, которые способствуют расширению возможностей для каждого активного члена территориального сообщества быть вовлеченным в формирование и реализации своих групповых и индивидуальных интересов. В первую очередь это достигается за счет вовлечения членов территориального сообщества в общественное производство. Доминирование в общественном производстве отдельных видов экономической деятельности в полной мере отражается и на возможностях формирования и реализации групповых и личных интересов.

От того, как государственные, региональные и местные власти способны реагировать на риски, угрозы и вызовы во внешней и внутренней среде существования территориального социума в полной мере зависит экономическое и социальное развитие территориального образования и возможное его положение в системе территориального разделения труда.

За рассматриваемый период времени (2014–2019 гг.) динамика основных показателей экономического и социального развития Луганской Народной Республики отличалась существенным разнообразием (табл. 1).

Более всего за анализируемый период времени выросли такие показатели, как: объемы оптового и розничного товарооборота – на 349,24 % и 248,91 %, соответственно; объемы перевозок (отправлений) грузов – на 180,05 %; объемы реализованной промышленной продукции – на 170,64 %. В то же время такие показатели, как: объемы капитальных инвестиции и пассажирооборот составили 32,74 % и 54,73 % довоенного уровня, соответственно. Причем все показатели экономического и социального развития Луганской Народной Республики имели устойчивую тенденцию к росту, за исключением показателей расчетной численности населения (наличное и постоянное население сократилось до 96,48 % довоенного уровня) вследствие ведения боевых действий и введения экономической блокады.

Таблица 1 – Основные показатели экономического и социального развития Луганской Народной Республики*) (базисные индексы), %

№ п/п	Показатели	Год				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Объем реализованной промышленной продукции, услуг	36,94	66,27	69,60	150,67	170,64
2	Производство основных видов продукции животноводства:					
2.1	мясо (реализация скота и птицы на убой в живом весе)	32,29	100,63	95,03	106,48	147,96
2.2	молоко	83,44	104,83	104,68	104,19	91,68
2.3	яйца	29,71	30,53	31,46	36,17	34,51
3	Капитальные инвестиции	21,34	22,42	25,43	34,00	32,74
4	Объем выполненных строительных работ	92,19	59,87	98,28	109,90	87,37
5	Перевезено (отправлено) грузов	94,41	139,03	99,70	199,80	180,05
6	Перевезено (отправлено) пассажиров	59,99	85,06	66,02	71,82	66,72
7	Грузооборот	6,73	175,39	85,05	110,30	99,06
8	Пассажирооборот	48,30	50,56	50,99	58,86	54,73
9	Объем розничного товарооборота предприятий	64,65	178,43	210,64	250,36	248,91
10	Объем оптового товарооборота предприятий	62,75	287,22	332,82	383,31	349,24
11	Расчетная численность населения (на конец года):					
11.1	наличное	99,83	99,12	97,78	96,77	96,48
11.2	постоянное	99,83	99,12	97,77	96,76	96,48
12	Естественный прирост (сокращение) населения	78,00	106,32	106,22	114,93	140,03

*) статистические данные, получены автором самостоятельно путем проведения полевых исследований

Как результат, в Луганской Народной Республике ее экономический потенциал может быть квалифицирован с акцентом на промышленную специализацию, а, следовательно, на то, что ее экономическое и социальное развитие в значительной мере сориентировано на использование возможных результатов промышленного производства. При этом под промышленным производством следует понимать такие технологические процессы, при которых максимально используются производственные мощности имеющегося в наличии технологического оборудования для создания востребованных в обществе (не только в границах отдельного территориального образования, но и за его пределами) товаров и услуг, в результате реализации которых возникает потребительная стоимость (прибыль – для предприятий и удовлетворенность населения в своих потребностей).

Промышленное производство во всем многообразии представляется как определяющий фактор экономического и социального развития Луганской Народной Республики, без учета которого формирование и реализация государственной политики территориального развития становятся проблематичными. В этом случае государственная политика территориального развития должна основываться на приоритетности интересов территориального социума, учитывать способность территориальных образований к экономическому саморазвитию и эффективному использованию производственного потенциала территории. При этом значительно возрастает роль механизмов реализации политики территориального развития на разных уровнях (государственном и местном), которые могут быть представлены как система конкретных экономических рычагов и организационно-экономических средств, при помощи которых может оказываться влияние на пространственную организацию производительных сил, обеспечиваться экономическое и социальное развитие территориальных образований, совершенствоваться структура их хозяйственных комплексов.

Выводы. Основываясь на анализе экономического развития хозяйственного комплекса Луганской Народной Республики, можно утверждать о том, что при разработке и реализации государственной политики территориального развития необходимо всем участникам общественных отношений (государственным органам власти, органам местного самоуправления, научному сообществу, представителям бизнес сообщества и др.) исходить из складывающейся ситуации в общественном производстве и учитывать: с одной стороны, имеющиеся в наличии результаты, с другой стороны, возможные изменения в развитии промышленности (объемов промышленного производства и объемов реализации промышленной продукции), строительства (объемов выполненных строительных работ, объемов капитальных вложений), транспорта (объемов грузовых и пассажирских перевозок, грузооборота и пассажирооборота), торговли (объемов оптового товарооборота и объемов розничного товарооборота) и др., которые до последнего времени выступают не только в качестве несущего каркаса всего хозяйственного комплекса, но и определяют возможные перспективы экономического и социального развития отдельных территориальных образований.

УДК 330.131.7

Сигал Анатолий Викторович

д.э.н., профессор

*Институт экономики и управления (структурное подразделение)**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия***ПРОИЗВОДЯЩИЕ ФУНКЦИИ НЕКОТОРЫХ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЕЙ ФИШБЕРНА¹***Производящей функцией (генератрисой) заданной последовательности чисел $\{a_0; a_1; \dots; a_k; \dots\}$* называют функцию переменной z $A(z) = \sum_k a_k \cdot z^k$, при этом в случае бесконечнойпоследовательности соответствующий ей бесконечный степенной ряд $\sum_{k=0}^{\infty} a_k \cdot z^k$ должен сходиться в интервале $z \in (-R; R)$, где радиус сходимости $R > 0$.Аналогично определяется понятие *производящей функции* целочисленной случайной величины (ЦСВ) X . *Производящей функцией* ЦСВ X называют функцию $\varphi(z)$ действительного аргумента z равную математическому ожиданию $\mathbf{C}B z^X$:

$$\varphi_x(z) = \mathbf{M}(z^X) = \sum_{i=0}^{\infty} (p(i) \cdot z^i) = \sum_{i=0}^{\infty} p_i \cdot z^i, \text{ где } |z| \leq 1.$$

Таким образом, производящая функция ЦСВ X представляет собой производящую функцию распределения вероятностей этой ЦСВ, т. е. последовательности $\{p_0; p_1; \dots; p_k; \dots\}$. Если область возможных значений ЦСВ X является конечным множеством целых чисел, т. е. множеством вида $\Omega_X = \{i \in \mathbf{Z}_0 \mid i = \overline{i_1, i_2}\} = \{i_1; i_1 + 1; \dots; i_2\}$, то производящая функция конечной ЦСВ X представляет

собой соответствующий многочлен порядка i_2 : $\varphi_x(z) = \mathbf{M}(z^X) = \sum_{i=i_1}^{i_2} (p(i) \cdot z^i) = \sum_{i=i_1}^{i_2} p_i \cdot z^i$.

В монографии А. В. Сигала, Е. С. Ремесник [1] приведено определение последовательностей Фишберна [1, с. 132]: *последовательностями Фишберна* будем называть последовательности $\{\hat{q}_j\}_{j=1}^n$, значения элементов которых вычисляются по формулам

$$\hat{q}_j = \frac{a_j}{\sum_{i=1}^n a_i}, \quad j = \overline{1, n}, \quad (1)$$

в которых участвуют члены монотонной последовательности неотрицательных чисел $\{a_j\}_{j=1}^n$, сумма которых является положительным числом, при этом последовательность $\{a_j\}_{j=1}^n$ будем называть *последовательностью, производящей последовательность Фишберна* $\{\hat{q}_j\}_{j=1}^n$.

На первый взгляд формула (1) полностью совпадает с формулой для вычисления значений точечных оценок Фишберна (см., например, [2, с. 85]) для случая усиленного линейного отношения порядка [2, с. 78]. На самом деле, приведенное понятие последовательностей Фишберна определяет класс последовательностей, являющийся гораздо более широким, чем класс последовательностей, элементы которых вычисляются по формуле точечных оценок Фишберна для случая усиленного линейного отношения порядка (эту формулу часто называют *третьей формулой Фишберна*). Во-первых, значения $\hat{q}_1, \hat{q}_2, \dots, \hat{q}_n$, вычисленные согласно третьей формуле Фишберна, обязательно должны удовлетворять усиленному линейному отношению порядка, а для последовательностей Фишберна этого не требуется. Во-вторых, третья формула Фишберна применяется совместно с дополнительными предположениями о справедливости равенств, в которых участвуют величины $\hat{q}_1, \hat{q}_2, \dots, \hat{q}_n$ и параметр λ , а для последовательностей Фишберна этого не требуется. В-третьих, любые значения $\hat{q}_1, \hat{q}_2, \dots, \hat{q}_n$, вычисленные по третьей формуле Фишберна (т. е. оценки Фишберна для случая усиленного линейного отношения порядка) — это частные случаи последовательностей Фишберна. В-четвертых, класс последовательностей Фишберна содержит последовательности, не являющиеся последовательностями,

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-010-00688.

элементы которых вычисляются по формуле точечных оценок Фишберна для случая усиленного линейного отношения порядка.

Очевидно, любую последовательность Фишберна можно применить в качестве оценки распределения вероятностей состояний экономической среды. В частности, последовательность Фишберна можно интерпретировать как распределение вероятностей некоторой ЦСВ X , область возможных значений которой или совпадает со всем множеством целых неотрицательных чисел $\Omega_X = \mathbf{Z}_0 = \{0; 1; 2; \dots\}$, или является множеством n первых целых неотрицательных чисел $\Omega_X = \{0; 1; 2; \dots; n\} \subset \mathbf{Z}_0$.

Рассмотрим несколько важных частных случаев последовательностей Фишберна:

1. обобщенная геометрическая прогрессия Фишберна [1, с. 109] $\hat{q}_j = \frac{x-1}{x^n-1} \cdot x^{j-1}$, $j = \overline{1, n}$, где параметр (знаменатель геометрической прогрессии) удовлетворяет соотношению $x > 0$, производящей последовательностью которой является геометрическая прогрессия с неотрицательными членами;
2. бесконечная обобщенная геометрическая прогрессия Фишберна [1, с. 130] $\hat{q}_j = (1-x) \cdot x^{j-1}$, $j \in \mathbf{N}$, знаменатель которой удовлетворяет соотношению $0 < x < 1$, производящей последовательностью которой является бесконечно убывающая геометрическая прогрессия с положительными членами;
3. последовательность Фишберна (1), производящей последовательностью которой является конечная последовательность $\{F_1; F_2; \dots; F_n\}$, где $F_0 = 0$, $F_1 = 1$, $F_2 = 1, \dots$, $F_n = F_{n-1} + F_{n-2}$ — числа Фибоначчи (см., например, [3, с. 98–102]), т. е. $\hat{q}_j = \frac{F_j}{\sum_{i=1}^n F_i} = \frac{F_j}{F_{n+2}-1}$, $j = \overline{1, n}$.

С учетом свойств геометрических прогрессий и чисел Фибоначчи можно найти производящие функции этих трех частных случаев последовательностей Фишберна:

1. $Q(z) = \sum_{k=0}^n \hat{q}_k \cdot z^k = \sum_{k=0}^n \frac{x-1}{x^n-1} \cdot x^k \cdot z^k = \frac{x-1}{x^n-1} \cdot \frac{x^{n+1} \cdot z^{n+1} - 1}{x \cdot z - 1}$;
2. $Q(z) = \sum_{k=0}^{\infty} \hat{q}_k \cdot z^k = \sum_{k=0}^{\infty} (1-x) \cdot x^k \cdot z^k = (1-x) \cdot \frac{1}{1-x \cdot z} = \frac{1-x}{1-x \cdot z}$, где $z \in (-R; R)$, $R = \frac{1}{x}$, $0 < x < 1$;
3. $Q(z) = \sum_{k=0}^n \hat{q}_k \cdot z^k = \sum_{k=0}^n \frac{F_k}{F_{n+2}-1} \cdot z^k = \frac{1}{F_{n+2}-1} \cdot \frac{z}{1-z-z^2}$.

Литература

1. Сигал А. В. Последовательности Фишберна и их применение в современной теории портфеля : монография / А. В. Сигал, Е. С. Ремесник. — Симферополь : Корниенко А. А., 2018. — 204 с.
2. Трухаев Р. И. Модели принятия решений в условиях неопределенности / Р. И. Трухаев. — М. : Наука, 1981. — 258 с.
3. Сигал А. В. Конкретная математика : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика / А. В. Сигал, Л. Ф. Яценко. — издание 4-е, дополненное и переработанное. — Симферополь: ИП Зуева Т. В., 2017. — 204 с.

Мари Сизерон
Университет «София-Антиполис»
г. Ницца, Франция

НЕЙРОЭКОНОМИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Развитие экономики знаний приводит к тому, что мыслительные процессы становятся объектом экономических исследований и понимание механизмов принятия решений экономическими агентами невозможно без учета как рациональной, так и эмоциональной компонент человеческой психики.

В начале 21 века получила свое рождение новое направление научных исследований — нейроэкономика, которое включило исследования по экономике, психологии, биологии и науке о мозге. Нейроэкономика объясняет поведение человека и как агента рынка, и как производственного агента, поскольку производства все больше зависит от индивидуального знания. Если до начала 2000-х на главным считалось рациональное поведение и все теории принятия решений строились на рациональном

общественном и индивидуальном выборе, то сейчас экономическое решение невозможно проанализировать без учета как рациональной, так и эмоциональной компоненты, поскольку в основе многих решений находится эмоциональное состояние человека. С точки зрения поведения, эмоция представляет собой мотив, реакцию на внешние или внутренние воздействия и, с точки зрения социальной культуры, является ответом индивидуума на вызов внешней среды. Эмоция существует одновременно и в личном, и в общественном проявлении, это связующее звено, регулирующее отношения индивидуума и социума и накладывающее свои особенности на эти взаимодействия.

Нейроэкономику можно определить как научное направление, связывающее экономику и когнитивные науки, учитывающее влияние эмоционального и рационального факторов при принятии экономических решений, таких как инвестиции, покупки, рисков и потребления [1]. При этом рациональность в контексте нейроэкономики понимается не столько как выгода, сколько как использование теоретического и практического опыта индивидуума, имеющихся у него знаний. Данное направление исследований основывается как на традиционных для когнитивной психологии и экономической теории методах и средствах, так и оригинальных, объединяющих эксперименты с анализом принятия решений.

Традиционные модели анализа поведения потребителя рассматривают потребителя как чисто рационального индивида и практически не уделяют внимания эмоциональным аспектам при описании процессов принятия решений. Между тем эти модели принятия решения, основанные на обработке данных, оказываются часто недостаточными для объяснения некоторого поведения при покупке товара и его потреблении. Исследователи в маркетинге сегодня не только включают, но даже предпочитают, учитывать в поведении потребителя эмоциональную составляющую. Традиционные модели поведения потребителя, основанные на когнитивном подходе, рассматривают три этапа формализации процесса решения: познание (изучение) товара во всех аспектах, включение полученных сведений в когнитивные структуры индивидуума, содержащие также ранее приобретенные знания о данной марке товара; в результате мыслительного процесса индивида, состоящего из проведенного анализа сведений о товаре и синтеза некоторого решения, у потребителя складывается благоприятное или неблагоприятное отношение к данному товару или данной марке, то есть рациональное мышление вызовет определенные эмоции и принятие решение перейдет в чувственный план; потребитель определит свое поведение и примет решение о покупке на основе своего отношения к товару или марке.

Начиная с 1970 г, очередность «рациональный (когнитивный) – эмоциональный» была поставлена под сомнение. Результат эмоционального воздействия мог быть первым элементом процесса принятия решения, который привел бы незамедлительно к соответствующему поведению, и только затем могли учитываться рациональные доводы (или они просто могли быть отброшенными). Последнее имеет место при приобретении предметов искусства, когда рациональным может быть только один довод – выгодное вложение денег. Поэтому потребителя нельзя рассматривать как чистого рационалиста, его поведением могут управлять различные чувства.

Нейроэкономика, исследуя эмоциональное воздействие и эмоциональную реакцию потребителя, позволяет строить модели экономического поведения и прогнозы функционирования рынка товаров и услуг.

Литература

1. Neuroeconomics: Decision making and the brain. – Academic Press, Elsevier, 2009. – 512 p.

УДК 330

Скоробогатова Татьяна Николаевна

д.э.н., профессор

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского
Республика Крым, Россия*

О КЛАССИФИКАЦИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ПОТОКОВ В ЛОГИСТИКЕ

Одним из стремительно развивающихся экономических направлений в современном мире является логистика. Не случайно развитие логистики, как отмечают компетентные авторы, входит в число приоритетных задач российской экономики [1, с. 5]. Кратко характеризуя логистику, представим ее как науку и практику управления потоками.

Основным потоком в логистике выступает материальный, включающий сырье, материалы, полуфабрикаты, готовую продукцию, которые перемещаются от первичного источника до конечного потребителя. Существует ряд классификаций материальных потоков. Например, А.И. Семененко и В.И. Сергеев предлагают 7 конкретных классификационных группировок материальных потоков [2, с. 149-152] и 11 более общих классификаций [2, с. 153-156]. Эти же 11 классификаций выделены М.Н. Григорьевым и С.А. Уваровым [3, с. 52-55]. Коллектив авторов под руководством Б.А. Аникина и Т.А. Родкиной разграничивает 6 конкретных классификаций материального потока [4, с. 25, 26]. Практически эти же классификационные группировки представлены в работе А.Д. Чудакова [5, с. 34].

Неоднозначный подход к классификации материальных потоков дают А.А. Чеботаев и Д.А. Чеботаев [6, с. 43-47]. Они выделяют 2 классификации материальных потоков и одновременно логистических центров (отраслевая и географическая классификации). Кроме того, указанные авторы предлагают 12 конкретных классификаций, из которых классификации с основаниями «емкости для хранения» и «условия производственного потребления», скорее, характеризуют запасы (известно, что запасы представляют собой потоки в стационарном состоянии или потоки с нулевой скоростью). Классификации материального потока в виде матриц (их приводится в количестве 7-ми) дает группа авторов (А.П. Тяпухин, В.А. Хайтбаев, В.К. Чертыковцев, Н.В. Ювица) [7, с. 76-82]. Указанные же авторы предлагают подробную классификацию траекторий материального потока [7, с. 83].

По направлению движения от поставщика к получателю (и назад) разграничивают прямые и обратные материальные потоки. Прямым считается направление, по которому движутся грузы от производителя (поставщика) к получателю (потребителю), часто такой поток идентифицируется как основной. Иное (противоположное) направление – обратное. При этом мы не согласны с мнением Лазарева о том, что «направление потока, противоположное прямому, еще не означает «обратный поток» [8, с. 14]. Обратные потоки образуют дефектные или просроченные товары, а также тара. Сюда же можно отнести те отходы, которые возвращаются в «свое» предприятие для переработки, (согласно статье калькуляции именуемые «возвратные отходы»). Б. Габош и К. Рихтер включают в состав обратных потоков также товары, которые отслужили свой срок (источник косвенный [8, с. 124]). По нашему мнению, это не совсем корректно, поскольку данные товары выбрасываются (утилизируются), а к своему предприятию не возвращаются.

До некоторой степени тождественным обратному является возвратный поток. Хотя понятие обратного потока шире, поскольку возвратный поток среди финансовых встречается редко, информационные же потоки возвратными практически не бывают. В подтверждение наших рассуждений добавим, что вышеназванная группа логистиков указывает на выделение среди обратных финансового потока и потока возвратов [7, с. 76, 77]. Поэтому, когда речь идет сугубо о материальных потоках, возможно использование термина «возвратный поток». При рассмотрении же и сопряженных потоков целесообразнее использовать более объемный термин «обратный поток».

Некоторые ученые подходят к понятию «обратный поток» не совсем корректно, отделяя его от возвратного потока. Например, коллектив авторов предлагает в состав возвратного включать перечисленные выше элементы (мы их включили в обратный поток) за исключением тары, что не возбраняется. Говоря же об обратном потоке, сами авторы указывают, что здесь «груз проходит по другому пути и направляется в точку назначения, отличную от той, из которой он поступил» [9, с. 50]. Следовательно, даже по определению такой поток не может считаться обратным.

Таким образом, на сегодняшний день имеется достаточное количество классификаций материальных потоков, как общего, так и конкретного порядка. Причем сравнительный анализ ряда соответствующих источников показал, что в них нередко наличествуют одни и те же классификационные группировки.

Согласно классификации по направлению, материальный поток может выступать в виде прямого и обратного. Более узкий смысл, чем «обратный поток», имеет термин «возвратный поток», что и ограничивает его использование.

Литература

1. Концептуальные и методологические проблемы логистики: монография / колл. авт.; отв. за выпуск О.Н. Зуева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. – 251 с.
2. Семененко А.И. Логистика. Основы теории / А.И. Семененко, В.И. Сергеев. – СПб.: Издательство «Союз», 2001. – 544 с.
3. Григорьев М.Н. Логистика Базовый курс / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. – М.: Изд-во Юрайт, 2011. – 782 с.
4. Логистика / Б.А. Аникин [и др.]; Под ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 408 с.
5. Чудаков А.Д. Логистика / А.Д. Чудаков. – М.: Изд-во РДЛ, 2003. – 480 с.
6. Чеботаев А.А. Логистика – синергическая качественная услуга в цене поставляемых товарных ресурсов / А.А. Чеботаев, Д.А. Чеботаев. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 262 с.
7. Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: учебник / А.П. Тяпухин, В.А. Хайтбаев, В.К. Чертыковцев, Н.В. Ювица. – М.: КНОРУС, 2019. – 318 с.
8. Лазарев В.А. Обратные и возвратные материальные потоки в логистике / В.А. Лазарев // Известия УрГЭУ. – 2011. – № 6 (38). – С. 123-126.
9. Левкин Г. Характеристика материальных потоков в логистических системах / Г. Левкин, П. Курыков, А. Шендалев, А. Орлов // Логистика. – 2019. – № 5. – С. 48-51.

УДК 330

Сурнина Катерина Станиславовна

д.э.н., профессор

*Институт экономики и управления***Попова Анна Михайловна**

обучающаяся

*Таврическая академия**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

МОНИТОРИНГ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ ПОЛУЧЕННЫХ НЕЗАКОННЫМ ПУТЕМ

Местом легализации денежных средств является как местонахождение самих субъектов хозяйствования, так и определенных финансовых учреждений (банков, страховых компаний, адвокатских фирм) или регистрационных учреждений (нотариальных контор, бюро технической инвентаризации), где осуществляются финансовые операции или заключаются сделки по приобретению прав собственности. Легализация может осуществляться как в сфере хозяйственной деятельности, так и в деятельности, не связанной с ведением хозяйства. При этом речь идет прежде всего о тех отрасли и сферы экономики, которые являются высокорентабельными, где вращаются большие финансовые и товарные потоки (топливно-энергетический комплекс, рынки сельхозпродукции, недвижимости, подакцизных товаров, ценных бумаг, сферы приватизации и внешнеэкономической деятельности).

Среди социально-экономических особенностей и институциональных факторов конкретной страны, обуславливающих возможность легализации преступных доходов, считаем следующие:

- особенности устройства современной мировой экономики;
- масштабное ежедневное перемещение активов на международных финансовых рынках;
- либерализация экономической политики и ослабления государственного регулирования;
- переход ведущих стран мира к постиндустриальному типу, в котором доминирует сфера услуг;
- высокая доля неофициальных доходов населения и бизнеса, существование параллельной экономики;
- несовершенство механизмов контроля и мониторинга за деятельностью финансовых институтов;
- несоблюдение международных стандартов регулирования финансовой деятельности, разработанных специализированными международными организациями;
- распространение коррупции среди чиновников исполнительных, контролирующих, правоохранительных и судебных органов власти;
- невозможность или ограничение возможности обмена финансовой информацией с иностранными правоохранительными органами;
- неадекватность процедур идентификации реальных собственников при основании финансовых и нефинансовых институтов;
- недостаточные требования к прозрачности финансовых операций и собственности на активы;
- упущения и просчеты в регулировании валютно-обменных операций и других сделок с наличными;
- наличие оффшорных юрисдикций;
- существование анонимных банковских счетов и финансовых инструментов, которые позволяют осуществлять выплату средств «на предъявителя»;

Кроме перечисленных выше, целесообразно выделить ряд специфических для России внешних и внутренних факторов, среди которых следует выделить следующие:

- 1) отсутствие до 2003 года специального законодательства по вопросам противодействия отмыванию преступных доходов и несовершенство и несоответствие актуальным международным стандартам действующего;
- 2) отсутствие целостной системы организационно-правового обеспечения мероприятий, направленных на предотвращение и противодействие использованию совокупности субъектов первичного финансового мониторинга (СПФМ) в операциях по легализации (отмыванию) преступных доходов;
- 3) просчеты в регулировании валютно-обменных операций и других сделок с наличными денежными средствами;
- 4) широкое использование предприятиями и банковскими учреждениями операций с привлечением контрагентов, зарегистрированных в оффшорных юрисдикциях;
- 5) наличие новейших технологий осуществления финансовых операций, которые актуализируют проблему анонимности клиента;
- 6) асимметричное внедрения рекомендованных и актуализированных международных стандартов в сфере предотвращения и противодействия отмыванию преступных доходов - различными юрисдикциями в разное время;
- 7) отсутствие обязательственной законодательной нормы об обязательности проверки институтом независимых аудиторов содержания и полноты имеющихся в СПФМ правил проведения и программ осуществления внутреннего финансового мониторинга в контексте противодействия отмыванию преступных доходов;

8) наличие бесконтрольных каналов отмывания преступных доходов - отсутствие государственного регулятора в целом ряде имеющихся СПФМ;

9) отсутствие системности в сфере предотвращения и противодействия отмыванию преступных доходов;

10) незавершенность в формировании и наполнении актуальными базами данных единой государственной информационной системы в сфере финансового мониторинга;

11) не проведена комплексная проверка действующих законодательных актов, включая ведомственными нормативно-правовыми актами, на предмет возможного их использования с целью лег

12) упущения и просчеты в регулировании валютно-обменных операций и других сделок с наличными;

13) наличие оффшорных юрисдикций;

14) существование анонимных банковских счетов и финансовых инструментов, которые позволяют осуществлять выплату средств «на предъявителя»;

15) незавершенность национальной политики, направленной на реструктуризацию и укрупнение банковских и небанковских финансовых учреждений;

16) отсутствие адекватной идеологии - совокупности философских, политических и институциональных взглядов, которые целостно характеризовали весь спектр общественной опасности такого феномена, как легализация (отмывание) преступных доходов;

17) отсутствие адекватного кадрового обеспечения национальной системы предотвращения и противодействия отмыванию преступных доходов.

Проблема оттока капитала остается одной из важнейших для России. Трансграничное движение капитала оказывает сильное влияние на экономику многих стран. Поэтому в целях защиты национальных интересов государства всегда тем или иным образом регулируют его.

Таким образом, говоря о незаконном выводе средств за рубеж подразумевается в том числе и уход доходов предприятий от налогообложения. При помощи фиктивных контактов с иностранными контрагентами — деньги переводятся за границу под видом аванса за поставку несуществующей продукции. За время с 1992 до 2019г. из России было вывезено более 2 трлн. долларов, которые работают в интересах стратегических конкурентов, финансируя у них модернизацию, инновации, научно-технический прогресс и социальные программы. Практика показывает, что в стабильные периоды функционирования экономики страны отток капитала из экономики страны не создает серьезных проблем, но в условиях кризиса такие действия негативно влияют на экономику всей страны. Кроме того, в периоды политического кризиса отток капитала более опасен, чем в период экономического кризиса.

УДК 339.543.62+ 336.1

Тарарышкина Любовь Ивановна

канд. эконом. наук, доцент,

доцент кафедры таможенного дела,

Белорусский государственный университет

г. Минск, Беларусь

АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ТАМОЖЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Основой функционирования Евразийского экономического союза (далее –ЕАЭС, Союз) и гарантом финансовой безопасности в Союзе является единая таможенная территория Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан, Республики Кыргызия и Российской Федерации. В соответствии со статьей 25 Договора о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г. (далее – Договор о ЕАЭС) на таможенной территории Союза осуществляется единое таможенное регулирование. Таможенные органы администрируют таможенные платежи на таможенной границе ЕАЭС при таможенном декларировании товаров. В соответствии со статьей 46 Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (далее – ТК ЕАЭС) к таможенным платежам среди прочих относятся: ввозная таможенная пошлина и вывозная таможенная пошлина. На таможенной территории ЕАЭС действует механизм зачисления и распределения ввозных таможенных пошлин, а также антидемпинговых, компенсационных, специальных пошлин.

Среди принципов и правил единого таможенного регулирования главным финансовым инструментом выступает Единый таможенный тариф ЕАЭС (далее – ЕТТ ЕАЭС). По ставкам ЕТТ ЕАЭС, действующим на день регистрации таможенным органом таможенной декларации, таможенные органы государств-членов ЕАЭС взимают ввозные таможенные пошлины. Собранные ввозные таможенные пошлины таможенными органами государств-членов ЕАЭС подлежат распределению между бюджетами стран Союза и обеспечивают финансовую безопасность их национальных экономик.

Механизм зачисления и распределения ввозных таможенных пошлин был введен в действие с 1 сентября 2010 г. и послужил в качестве одного из условий объединения таможенных территорий

Беларуси, Казахстана и России в единую таможенную территорию и завершения формирования Таможенного союза. Нормативы распределения ввозных таможенных пошлин рассчитывались на основании показателей объема импорта из стран дальнего зарубежья за 2007 -2008 гг. на базе статистических данных ООН по торговле товарами «Комтрейд ООН» в разрезе двузначных групп Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности с применением одинаковых расчетных среднеарифметических ставок Единого таможенного тарифа Таможенного союза. По результатам расчета установлены нормативы распределения сумм ввозных таможенных пошлин для Республики Беларусь в размере 4,70 %, Республики Казахстан – 7,33 %; Российской Федерации – 87,97 %, обеспечившие их поступление в бюджет государств- участников Таможенного союза.

При присоединении 2 января 2015 г. Армении и 12 августа 2015 г. Кыргызии к Договору о ЕАЭС нормативы распределения для всех стран-участниц ЕАЭС были пересмотрены и по итогам произведенных расчетов были установлены нормативы распределения ввозных таможенных пошлин в размере для: Республики Армения – 1,1 %; Республики Беларусь –4,56 %; Республики Казахстан – 7,11 %; Кыргызской Республики – 1,9 %; Российской Федерации – 85,32 % . С введением в действие Договора о ЕАЭС распределению подлежат также антидемпинговые, компенсационные, специальные пошлины.

С 1 января 2020 г. Протоколом о внесении изменений в Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года, а также об изменении и прекращении действия отдельных международных договоров (подписан в г.Ереване 01.10.2019) введены новые размеры нормативов распределения сумм ввозных таможенных пошлин, антидемпинговых, компенсационных, специальных пошлин, составившие для: Армении – 1,220%; Беларуси – 4,860%; Казахстана – 6,955%; Кыргызии – 1,90 %; России – 85,065%. Эти же размеры нормативов также определены в качестве долевых взносов государств-членов Союза в бюджет ЕАЭС, что выступает элементом финансовой безопасности государств-членов ЕАЭС.

По данным счетной палаты Российской Федерации общая сумма ввозных таможенных пошлин, поступивших в бюджеты государств-членов ЕАЭС, в 2015 г. составила 10,5 млрд долл. США, за 2016 г. – 9,8 млрд долл. США. Снижение поступлений в бюджеты государств-членов Союза ввозных таможенных пошлин в 2016 г. обусловлено уменьшением объемов импорта товаров из стран дальнего зарубежья, девальвацией национальных валют государств-членов ЕАЭС и в результате выполнения обязательств Российской Федерации перед Всемирной торговой организацией (далее – ВТО), а также санкций Запада, отразившихся на экономике стран евразийской интеграции. В 2017 г. и 2018 г. наблюдается рост поступлений ввозных таможенных пошлин в бюджеты государств-членов ЕАЭС, составив соответственно: 10,9 млрд долл. США и 11,7 млрд долл. США.

Следует отметить, что в применении ставок ввозных таможенных пошлин Республикой Казахстан имеются особенности. Связано это с тем, что наряду с применением ставок ЕТТ ЕАЭС Казахстан, исходя из обязательств перед ВТО, может применять и пониженные ставки ввозной таможенной пошлины. Такой порядок определен государствами-членами ЕАЭС с 11 января 2016 г. в соответствии с Протоколом о некоторых вопросах ввоза и обращения товаров на таможенной территории Евразийского экономического союза (подписан 16 октября 2015 г.). Пониженные ставки ввозной таможенной пошлины могут применяться в отношении товаров, перечень которых утверждается Евразийской экономической комиссией (далее – ЕЭК). Такие товары, помещенные под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления, являются условно выпущенными товарами в соответствии с ТК ЕАЭС. Соответственно Республика Казахстан должна принимать необходимые меры по недопущению вывоза товаров на территорию других государств-членов ЕАЭС. В случае же вывоза таких товаров на территорию других стран ЕАЭС казахстанский субъект хозяйствования должен обеспечить доплату ввозной таможенной пошлины с пониженной ставкой до уровня ставки ЕТТ ЕАЭС. Использование такого подхода обусловлено необходимостью контроля и полного сбора ввозных таможенных пошлин, подлежащих зачислению и распределению между бюджетами государств-членов ЕАЭС.

Таким образом, механизм распределения ввозных таможенных пошлин, антидемпинговых, компенсационных, специальных пошлин обеспечивает эффективное функционирование таможенной территории ЕАЭС и финансовую безопасность национальных экономик государств-членов ЕАЭС.

Вывозные таможенные пошлины в Союзе взимаются в соответствии с национальным законодательством государств-членов ЕАЭС. В Республике Беларусь вывозные таможенные пошлины взимаются в отношении экспортируемых за пределы таможенной территории ЕАЭС нефти и нефтепродуктов, калийных удобрений, кожевенного сырья и семян рапса, некоторых видов древесины. В рамках принятых договоренностей по нефти и нефтепродуктам Республика Беларусь и Российская Федерация применяют одинаковые ставки вывозных таможенных пошлин.

В целях выработки решения о перераспределении вывозных таможенных пошлин в Союзе на площадке ЕЭК экспертами государств-членов ЕАЭС разрабатывается проект соглашения о взимании вывозных таможенных пошлин при вывозе товаров, происходящих из государства-члена ЕАЭС и облагаемых в этом государстве-члене Союза вывозными таможенными пошлинами, с территории другого государства-члена Союза. Введение в действие такого соглашения позволит усилить финансовую безопасность государств-членов ЕАЭС.

УДК 330

Сергей Толкачев
Университет штата Миннесота
г. Миннеаполис, США

РЕВЕРСИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Наиболее благоприятное время для инвестиций в информационные технологии — это переходный период, когда в вычислительной технике происходят фундаментальные изменения. Именно это время закладываются архитектурные решения и платформы, которые определяют развитие компьютеров на десятилетия вперед. Это идеальное время для стартапов. Большинство гигантов компьютерной индустрии возникли именно в такие периоды: Apple и Microsoft были созданы в конце 70-х, одновременно вместе с первыми персональными компьютерами. Amazon и Google - в конце 90-х, как раз накануне появления первых вычислительных облаков.

2020-й год можно считать точкой отсчета нового этапа в эволюции компьютеров. Развитие информационных технологий в ближайшем будущем будет определяться «умными» устройствами и различными формами общения: с одной стороны, человек будет окружен разнообразными персональными датчиками, экранами, микрофонами, гаджетами, смартфонами и др., а с другой – ему будут доступны практически неограниченные ресурсы в «цифровых облаках». В результате появится новая информационно-вычислительная среда, в которой искусственный интеллект соединит вместе «Умный дом» и «Умное здоровье», «Профессионального помощника» с «Персональным» и т.п. Эта среда – «Персональное Облако», будет способна совершать физические действия, общаться на естественном языке и самое главное, понимать человека. И как следствие, у потребителя появится возможность прямой связи с производителем, что является одним из ключевых факторов для индивидуально-индустриального производства, а телемедицина станет рутинной составляющей в системе заботы о здоровье.

Реверсивная коммуникация означает фактически заказ со стороны потребителя на определенный товар или услугу и отклик со стороны производителей, что дает возможность потребителю не просто реагировать на рекламу и предложение, а формировать индивидуальный спрос. Схема реверсивной коммуникации представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Схема реверсивной коммуникации

Успех новых решений, в конечном счете, зависит от экономической целесообразности и один из важнейших показателей в нашем случае, это минимизация суммарных затрат при обмене между Потребителем, Производителем и Посредником в глобальной экономической системе. По данным Microsoft & IDC, рынок «умных» технологий составит около 2 триллионов долларов. На этом рынке потребуются новые инструменты для разработки принципиально новых решений, таких, например, как «фабрики виртуальных навыков», которые будут выпускать тысячи *помощников* для потребителей и *представителей* для миллионов коммерческих организаций и многое другое.

Литература

1. Толкачев С. Нейронное программирование диалоговых систем. – СПб.: КОРОНА-Век, 2007. –192 с.

УДК 339.138:159.9.7

Ярош Ольга Борисовна
профессор кафедры маркетинга
торгового и таможенного дела, д.э.н., доцент
ФГАОУ ВО Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского
г. Симферополь, Россия

ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ВЕБ-СТРАНИЦ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00473 А

Зрительная система человека устроена таким образом, что при рассматривании объекта обеспечивается фокусировка изображения на сетчатке глаза. Это происходит за счет того, что энергия света преобразуется в нейронные сигналы и затем обрабатывается мозгом. Перед тем, как попасть на сетчатку глаза, свет проходит через несколько прозрачных сред – роговицу, хрусталик и стекловидное тело, поэтому на сетчатке получается изображение уменьшенное и перевернутое сверху вниз и справа налево. При этом, в результате воздействия света на рецепторы в нейронах сетчатки генерируются электрические потенциалы [1]. Таким образом, просмотр объектов начинается внутренней светочувствительной оболочкой глаза. Она имеет два типа зрительных фоторецепторов – палочки и колбочки и несколько видов нервных клеток. В каждой сетчатке человека находится 6-7 млн. колбочек и 110–125 млн. палочек, распределённых неравномерно. Палочки более активны в условиях низкой интенсивности света, в частности в темноте, а колбочки – отвечают за цветное зрение. Минимальное количество квантов света, необходимое для видения в темноте, от 8 до 47. Одна палочка возбуждается 1 квантом света. Чувствительность палочек в 100 раз выше, чем колбочек. Большинство колбочек расположено в центральной ямке сетчатки, которая отвечает за наибольшую остроту зрения. Основную роль в аккомодации зрения имеет измерение кривизны хрусталика, а именно его преломляющей способности, так при близком рассматривании он становится более выпуклым за счет сокращения соответствующих мышц.

Из сетчатки нейронная информация по волокнам зрительного нерва попадает в мозг. Зрительная система человека позволяет воспринимать видимый свет в диапазоне волн между 379 и 730 нм от электромагнитного спектра. В поле зрения входят такие пояса как:

- фовеальное зрение, которое покрывает от 2-5 градусов зрительного поля. Оно четкое и красочное. Принято считать, что острота зрения равная 1,0 различает две точки, расстояние между которыми равно одной угловой минуте на удалении 5 метров. Поэтому острота зрения прямо пропорциональна расстоянию просмотра;

- парафовеальное составляет 8 градусов зрительного поля, оно находится по соседству с центром взгляда;

- близкое к периферийному находится в области середины поля зрения и составляет около 30 градусов зрительного поля. При этом, заметим, что острота зрения снижается примерно на 50% каждые 2,5 градуса от центра до 30 градусов;

- периферийное зрение находится в области, расположенной на краях поля зрения. Его внешние границы составляют для обоих глаз 130-135 градусов по вертикали и 200-220 градусов по горизонтали. Данный вид зрения довольно слабый в нем нет возможности видеть детали, что объясняется плотностью рецепторов и ганглиозных клеток на краях сетчатки.

Айтрекинг фиксирует перемещение взгляда, регистрирует движение глаз потребителей, порядок и продолжительность их взгляда, затем эти данные агрегируются в виде карт путей сканирования, которые представляют собой данные, показывающие, как смотрели пользователи на изучаемый объект. На графике каждая точка представляет одну фиксацию [2]. Это не означает, что данная точка была запомнена или правильно интерпретирована, но указывает на то, что эти части веб-страницы были видны достаточно четко, чтобы прочитать текст или увидеть детали изображений. Размер точек пропорционален продолжительности фиксаций. Трактовать это можно с двух позиций: либо потребитель заинтересован и внимательно рассматривал эту зону, либо он запутался и остановился, пытаясь понять и интерпретировать увиденное. Числа в точках означают порядок, в котором были просмотрены элементы. Линии между точками обозначают саккады между фиксациями. За время саккады человек фактически слепой и не регистрирует визуальное изображение. В соответствии с данной логикой, можно выделить четыре основных шаблонов сканирования веб-страниц.

В 2006 г. в Лаборатории Нильсон Норман Групп был выделен шаблон сканирования, который получил название F-паттерн (Рисунок 1.)



Рисунок 1 – Шаблон сканирования F-паттерн

Является одним из наиболее известных на сегодняшний день. Данная схема предполагает F-образную схему, которой характерны фиксации в верхней и левой части страницы. Это связано с тем, что потребители изначально читают горизонтальный текст в начале страницы – это формирует начальный элемент буквы F, затем они перемещаются на страницу и делают второе горизонтальное движение, которое охватывает неполную строку. Это нижняя планка буквы F и в конце сканируют левую сторону контента вертикальным движением, которое отображается на тепловой карте в виде полосы теплового эффекта. Иногда взгляд делает еще одно или несколько горизонтальных движений в конце страницы и тепловая карта напоминает букву E. Данный шаблон показывает, что веб-страница изучается потребителем недостаточно, пропущены значительные части контента, при этом пользователь этого не осознает.

Второй вариант пользовательского изучения веб-страниц включает фиксацию отдельных смысловых блоков, разбросанных по всей странице (Рисунок 2). Такое глазодвигательное поведение связано с задачей поиска, как правило слова, адреса или телефона. Подобное сканирование наблюдалось нами при изучении сайта ФГАОУ ВО КФУ [2].



Рисунок 2 – Шаблон сканирования пятнистый-паттерн

Пятнистый паттерн по эффективности близок к F паттерну. Обычно реализуется в случае визуального выделения текста (жирных шрифтов, маркированных списков). Это пример неверной смысловой организации сайта, большая часть контента не замечается в силу информационной перегрузки зрительного объекта.

Третий способ, с помощью которого потребитель рассматривает веб-страницы является одним из наиболее эффективных (Рисунок 3).

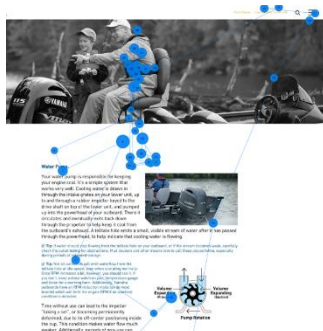


Рисунок 3 – Шаблон сканирования паттерн «слоеный пирог»

Данный паттерн состоит из фиксаций, размещенных в основном в заголовках и подзаголовках веб-страницы. Между ними есть промежуточные фиксации, свидетельствующие о том, что пользователь ищет интересующий его заголовок. Визуально он выглядит как набор горизонтальных полос и пустых пространств между ними, напоминающих слоеный пирог.

Последний из вариантов классического традиционного шаблона веб-страниц, чередует размещение изображения и текста в каждой горизонтальной строке (Рисунок 4).



Рисунок 4 – Шаблон сканирования Z -паттерн

Является одним из самых эффективных способов сканирования и чтения информации, представленной на веб-страницах, особенно при размещении торговых предложений или организации сайтов магазинов. Информационный контент рекомендуется размещать с левой стороны первого ряда. Имеет характерные черты – значительное количество рефиксаций, то есть возврата взгляда к одному и тому же визуальному объекту.

В заключении отметим, что шаблоны сканирования веб-страниц показывают, как потребители обрабатывают разный контент, при этом при этом мужчины и женщины статистически значимо не отличаются в паттернах рассматривания страниц. Благодаря богатству и гибкости графических сред, применяемых при дизайне веб-страниц новое интерактивное использование айтрекеров позволяет в условиях сложного контекста идентифицировать широкий спектр проблем, стоящий перед маркетологами при продвижении товаров и услуг в Интернете.

Литература

1. Основы психофизиологии: учебное пособие / Под ред. Ю.И. Александрова. – М: ИНФРА-М, 1998. – С.57-72.
2. Визуальный нейромаркетинг: фундаментальные и прикладные исследования / под. ред. О.Б. Ярош, В.Е. Реутова. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2020. – 270 с.

УДК 338.48

Ячменева Валентина Марьяновна

д. э. н., профессор

Ячменев Евгений Федорович

к. э. н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

КУРОРТООБРАЗУЮЩИЕ РЕСУРСЫ КАК ОСНОВА СТАНОВЛЕНИЯ КУРОРТОВ

Введение. Одним из направлений стратегии развития экономики в России является магистральное и инфраструктурное развитие курортных территорий. Следует отметить, что становление и развитие курортов имеют свои особенности и в отличие от туризма, целиком и полностью зависят от природно-климатических условий и курортообразующих ресурсов, наличие и качество которых определяет их специализацию. Разработка концепции развития курортной территории, направлена на решение задач экономического, экологического и социального характера, а также должна стать основой для формирования взаимоотношений государственно-частного партнерства [3]. Такая концепция должна ориентироваться на эффективное природопользование, и в современных условиях является весьма актуальной.

Цель исследования. Обоснование важности курортообразующих ресурсов в становлении курортов.

Результаты исследований. Природопользование — это эффективное использование природных ресурсов на отдельно взятой территории, в соответствии с её специализацией, которая позволяет сохранить эколого-экономический баланс, и обеспечивает комфортные условия жизнедеятельности человека [2]. Важно отметить, что чаще всего специализацию курортной территории определяют рекреационные ресурсы, которые выступают средствами производства для субъектов предпринимательства в санаторно-курортной сфере. Стратегическая зона хозяйствования субъектов предпринимательства в санаторно-курортной сфере неотрывна от бальнеологических ресурсов. И чем ближе санаторно-курортный комплекс находится к источникам бальнеологических ресурсов, тем эффективнее лечение и ценнее курортная услуга. Территории курортного и рекреационного назначения имеют ряд специфических признаков, которые обусловлены, прежде всего, курортообразующим потенциалом и условиями его освоения, что определяет функциональное назначение и специализацию курортов, например, бальнеологические курорты [1]. Курортообразующими ресурсами являются те

природные богатства, которые за короткий промежуток времени могут быть использованы в создании санаторно-курортной услуги без потерь их полезных свойств. Следовательно, для курортно-рекреационного региона в экономическом плане рекреационные ресурсы выполняют роль средств труда, предметов труда и являются благоприятными условиями не только воспроизводства трудовых ресурсов, но и жизни человека. Курортообразующие ресурсы являются важным фактором развития санаторно-курортного комплекса. От плодородия земель, особенностей климата, богатства недр во многом зависят темпы роста производства и благосостояние людей любой территории. Природно-климатические условия сами по себе ничего не создают, но они в той или иной мере используются на различных стадиях предоставления санаторно-курортных услуг. Для развития курортного региона важно, чтобы курортообразующие ресурсы и природно-климатические условия эффективно использовались при формировании основной санаторно-курортной услуги, что же касается дополнительных услуг, то это наличие и доступность объектов показа культурно-исторического наследия, природных памятников, заповедников, ботанических садов, морского побережья, горных троп, каньонов, музеев, парков, театров, картинных галерей и т. д.

В связи с этим при организации деятельности санаторно-курортного комплекса возникает три проблемы:

во-первых, при увеличении потребностей в рекреационных ресурсах, в частности бальнеологических, важно определить пути наиболее экономной и рациональной эксплуатации их месторождений, что позволит в дальнейшем решить многие экологические проблемы и проблемы обеспеченности ресурсами;

во-вторых, необходимо способствовать, а иногда и стимулировать воспроизводство природных курортообразующих ресурсов (не допускать истощения этих источников), эффективно планировать и управлять этим процессом;

в-третьих, осуществлять мониторинг состояния окружающей среды, поддерживать и обеспечивать её удовлетворительный уровень, необходимый для функционирования санаторно-курортного комплекса.

Курортный регион (район) — территория с компактно расположенными на ней курортами, объединенная общим округом санитарной (горно-санитарной) охраны. Курортная зона — это курортный регион с высокой концентрацией здравниц, объединенных общекурортным хозяйством: едиными зонами (хозяйственной, селитебной (жилой) и досугово-развлекательной), общим транспортным узлом, общекультурным парком и общекультурными медицинскими объектами: водо- и грязелечебницами, питьевой галереей, курортной поликлиникой, терренкурами (маршрутами дозированной ходьбы) и пр. [2].

Курортно-рекреационные комплексы отличаются сложной структурой. Их основу составляют природные лечебные ресурсы, санаторно-курортные комплексы различного профиля и специализации, вспомогательные и обслуживающие субъекты, трудовые ресурсы, магистральные и инфраструктурные объекты. Они характеризуются наличием устойчивых связей, особенностью функционирования, компактностью (целостностью) территории и единой системой управления. Курортно-рекреационные комплексы являются ярким примером государственно-частного партнерства на разных уровнях, а партнерские отношения между участниками комплекса можно охарактеризовать как отраслевую конвергенцию.

Поэтому, необходимыми условиями организации и развития санаторно-курортных комплексов и зон массового отдыха являются:

- наличие и качество бальнеологических ресурсов, эффективная эксплуатация месторождений;
- специальное медицинское зонирование территории, для её рационального использования [1];
- оценка их природно-ресурсного потенциала, который включает пляжи, минеральные источники, лечебные грязи, рельеф, водные источники, растительность и т. д.;
- определение и отведение зон санитарной охраны, оценка эффективности функционирования водоканализационных магистралей и очистных сооружений;
- создание условий для оздоровления и отдыха, магистрального и инфраструктурного обеспечения, благоустройство территории и т. д.;
- мониторинг состояния окружающей природной среды, как одно из основных условий функционирования курортно-рекреационного комплекса.

Контроль и регулирование природопользования субъектами предпринимательства осуществляется специально уполномоченными государственными органами путем разработки нормативно-правовых актов, стандартов, технических условий по отдельным аспектам формирования и продвижения курортных услуг.

Выводы. Важным фактором в становлении и развитии как курортной территории, так и санаторно-курортных комплексов являются курортообразующие ресурсы. Наряду с магистральным и инфраструктурным обеспечением, является важным для курортов эффективная эксплуатация месторождений бальнеологических ресурсов. Законодательными актами и Указами Президента РФ предусмотрен целый комплекс мер по сбережению природных ресурсов, имеющих высокую социальную значимость.

Перспективность исследования. Особенностью курортной территории является то, что курортообразующие ресурсы, которые используются при формировании санаторно-курортных услуг невозможно оценить количественно (например, природно-климатические ресурсы, воздух и т. д.), большинство из них обладают качественными характеристиками.

Поэтому разработка методики количественной оценки качества курортообразующих ресурсов является одной из первоочередных задач для исследователей.

Литература

1. Бальнеологическое применение лечебных грязей и рапы месторождений западного и Восточного Крыма в санаторно-курортной практике / А. С. Ивашенко, В. И. Мизин, В. В. Ежов, В. И. Васенко, В. В. Чабан, Д. А. Станкевич // Вестник физиотерапии и курортологии. – 2018. – № 1. – С. 43–51. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35122819> (дата обращения: 23.03.2020).

2. Закону Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗПК/2017 Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. – URL : https://www.nalog.ru/html/sites/www.rn91.nalog.ru/pub_322716.pdf (дата обращения: 23.03.2020).

3. Распоряжение Правительства РФ от 26 ноября 2018 г. № 2581-р О Стратегии развития санаторно-курортного комплекса РФ ГАРАНТ.РУ. – URL : <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72013422/#ixzz6JWirngx5> (дата обращения: 23.03.2020).

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Абрулгазиев Эмиль Таирович

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия***ИНТЕРНЕТ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

Как показывает ряд исследователей, увеличение использования Интернета положительно влияет на развитие следующих результатов: ВВП, экспорта, размеры внутренних фондовых рынков и общее благосостояние населения, измеряемое Индексом Развития Организации Объединенных Наций (HDI – Human Development Index) [1]. Отмечаются положительные тенденции, такие как повышение качества образования и улучшение жизни благодаря Интернет. Тем не менее, использование Интернета влияет на экономику по-разному в зависимости от уровня дохода страны. Этот эффект, вероятно, будет выше в странах со средним доходом, чем в странах с низким или высоким уровнем доходов. Это может быть связано, в частности, с отсутствием широкого использования Интернета в странах с низкими доходами и снижением маргинальных (*маргиналии* – заметки, сноски на полях, крайние) продуктов использования Интернета в развитых странах.

Появление и развитие глобальной сети вычислительных ресурсов, известных как Интернет, может быть столь же значительным в развитии человеческой истории, как создание печатного станка. Широкое применение и постоянный доступ к коллективным вычислительным ресурсам и Интернет устройствам навсегда изменил мир, в котором мы можем сами взаимодействовать, вести бизнес, учиться и управлять. Экономические последствия Интернет – это замечательно. Использование Интернета делает рынки более эффективными за счет снижения времени осуществления и стоимости операции и издержек поиска, а также расширения доступа к информации о товарах и услугах на внутреннем рынке и во всем мире. Доступ к информации вдохновляет на создание инноваций, облегчает внедрение новых технологий, а также повышает производительность.

Новости полны историй о том, как технологические решения меняют методы ведения бизнеса в развивающихся странах. Так, фермеры в Кении использовали мобильные телефоны для доступа к Интернет и подключения к своим страховым агентам, чтобы защитить свой урожай (DAWN Media Group 2019), индийской рыбак с помощью мобильного телефона использовал Интернет, чтобы найти рынки с наибольшим спросом на свою продукцию (Jensen 2017), данные о воздействии информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на экономический рост изобилует положительными примерами и кажутся бесконечными.

Частные лица и организации в частном и общественном секторах развивающихся экономик увеличивают использование Интернет, это стимулирует возможности для создания новых продуктов и услуг. В конечном счете, расширение доступа к информации предусматривает рыночные преобразования, где могут возникнуть новые рынки и могут развиваться существующие рынки, увеличиваться в размерах, и масштабах взаимодействия с рынками в других странах или регионах.

Огромный потенциал для преобразования управления путем использования информации, предоставляемой Интернет, это особенно проявилось во время беспорядков в арабском мире в начале 2019 года, перспективы влияния Интернет беспокоили самодержавных правителей, которые немедленно ограничили доступ к Интернету во времена социальных потрясений.

Литература

1. Human Development Report 2019. URL: <http://hdr.undp.org/en/2019-report>.

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Жорова Олеся Юрьевна

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия***РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ**

Главной особенностью рекламы в Интернете является, пожалуй, *разнообразие вариантов*. Возьмем, к примеру, рекламу на радио: к услугам рекламодателей здесь лишь рекламные ролики в передачах и брендированные передачи (спонсорство передач). Стоимость рекламы и порог входа на радиостанции одного уровня примерно одинаковы, а основной рекламодатель – компании среднего размера. В Интернете все не так. Разброс стоимости размещения составляет несколько порядков, охвата

– тоже. Благодаря доступности рекламы рекламодателями могут быть как крупные, так и совсем мелкие компании, а разнообразие форм позволяет создавать любую рекламу.

На эффективность интернет-рекламы оказывают влияние многочисленные факторы, далеко не все из которых к настоящему времени изучены. При оценке эффективности рекламы в Интернете необходимо использовать комплексный подход, который предполагает выявление основных стадий процесса коммуникаций между рекламодателем и интернет-пользователями, а также определение комплекса показателей, в наибольшей степени характеризующих экономическую и коммуникативную эффективность интернет-рекламы на каждой из этих стадий [1].

Использование комплексного подхода для оценки эффективности интернет-рекламы позволяет наиболее полно отразить степень экономического и коммуникативного воздействия на потребителей, выявить сильные и слабые стороны проводимых рекламных кампаний, повысить эффективность предпринимательской деятельности посредством комплексного анализа результатов проводимых рекламных кампаний.

Применение комплексного подхода предполагает определение эффективности интернет-рекламы на различных уровнях, а именно оценку эффективности: рекламной политики в Интернете; отдельных рекламных кампаний в Интернете; отдельных рекламных площадок, задействованных в рекламной кампании; отдельных элементов рекламной кампании: форматов рекламы, концепций рекламных сообщений, мест размещения.

Комплексный метод оценки эффективности рекламной деятельности в сети Интернет предполагает рассмотрение наиболее полного комплекса коммуникативных и экономических показателей эффективности и их взаимосвязи с использованием единого программного инструмента для сбора необходимых данных. В основе метода – идентификация программным инструментом уникальных интернет-пользователей, охваченных рекламой, с последующей фиксацией всех их перемещений, и действий на стадиях процесса коммуникаций между ними и рекламодателем.

Рынок интернет-рекламы имеет несколько существенных проблем. Во-первых, основной проблемой остается недостаток денежных средств у рекламодателя при наличии большого количества трафика, и телевизионная реклама опережает интернет-рекламу, охватывая большее число потребителей. Во-вторых, проблемой остается продажа собственного трафика через рекламные сети, а не продажа его напрямую. Сайту, который не имеет определенной узкой тематики, сложно привлечь внимание рекламодателя, т.к. большинству посетителей сайта реклама будет не интересна.

Литература

1. Савельева И.П., Никулин Д.Н. Оценка эффективности Интернет-рекламы с помощью систем веб-аналитики // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика». 2014. Т. 8. № 3. С. 99-105.

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Лысенко Анастасия Павловна

магистрант

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Реакция потребителя на тот или иной продукт содержит аффективную компоненту. Роли эмоций в поведении потребителей исследователи начали уделять особое внимание с начала 80-х годов и постепенно роль эмоций в принятии покупательского решений из второстепенной стала переходить в главенствующую. Эмоции стимулируют разум человека и ускоряют процесс его мышления в 3000 раз сильнее, чем обычные рассуждения.

Для индивидуума характерно производить эмоциональную классификацию объектов и явлений, в том числе, товаров и услуг. Данная классификация может отражать ценностные ориентации личности, степень его меркантильности, а также текущее эмоциональное состояние, настроение. То общее, что объединяет разные явления по их эмоциональному звучанию и представляет множество ценностных ориентаций личности.

Усиление эмоционального воздействия на потребителя, по нашему мнению, связано с общей деградацией ценностных ориентаций. Потребность имеет двойственную природу: она одновременно и не насыщаема, ее нельзя однажды удовлетворить раз и навсегда, и насыщаема, возможна степень удовлетворения на данный момент (затем уже может последовать перенасыщение).

Информация является связующим звеном эмоций и когнитивных процессов. Она инициирует и те, и другие процессы, создает память в когнитивных структурах и в эмоциональном поле, рождает новые образы и символы и приводит к новым выводам и решениям. Индивидуальная информативность эмоций состоит в создании новых переживаний, нового опыта и появлении новых целей, в том числе, гедонистических, заключающихся в поисках таких же или еще более сильных чувств данного типа.

Начиная со второй половины девяностых годов, маркетинговые исследования получили новое направление, основанное на постулате «очаровывания» потребителя и предоставления ему ряда эмоциональных знаков (сигналов). Речь идет об опережающей роли предложения, об учете пяти чувств потребителя, управлении его опытом [1].

Традиционные модели анализа поведения потребителя рассматривают потребителя как чисто рационального индивида и практически не уделяют внимания эмоциональным аспектам при описании процессов принятия решений. Между тем эти модели принятия решения, основанные на обработке данных, оказываются часто недостаточными для объяснения некоторого поведения при покупке товара и его потреблении. Исследователи в маркетинге сегодня не только включают, но даже предпочитают, учитывать в поведении потребителя эмоциональную составляющую.

Новое исследовательское течение в маркетинге начало развиваться с начала 1980-х годов. С этого времени эмоции стали считать важными поведенческими факторами и именно эмоциями стали объяснять принимаемые потребителями решения, обосновывать их выбор. В основе нового понимания экономической гедонистической концепции лежит модель исследовательского опыта потребителя, согласно которой поведение потребителя обусловлено имеющимся у него опытом взаимодействия с товаром. Исследовательский опыт сугубо индивидуален и именно он влияет на принятие решение потребителем. Начиная с восьмидесятых годов, парадигма исследовательского опыта пришла на смену господствующей до тех пор когнитивной модели обработки данных, основанной на символической природе принятия решения и замененной гедонизмом и эстетикой потребления.

Начиная с конца 60-х годов в центре маркетинговых исследований, специализированных на поведении потребителей, оказалось понятие предварительного поведения. Предварительное поведение находится в неразрывной связи с двумя другими понятиями, а именно: оптимальным уровнем стимуляции и стимуляцией с помощью окружающей среды. Новая идея состояла в том, что поведение потребителя могло быть ориентированным на исследование и поиск стимуляции.

В основе поведения лежит мотивация, а мотивация гедонистической покупки соответствует желанию доставить себе удовольствие.

Литература

1. Апатова Н.В. Гедонистический подход к поведению потребителей / Н.В. Апатова, М.В. Быстрова-Сизерон // Рефлексивные процессы и управление в экономике: тезисы докл. III Всеукр. науч.-практ. конф. (Севастополь, 26 – 29 сентября 2012 г.) / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти; ред кол.: Р.Н.Лепа (отв. ред.) и др. – Донецк, 2012. – С. 277 – 279.

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Покрепа Сергей Вадимович

магистрант

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

КОГНИТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Объектом когнитивных наук являются знания, память, восприятие и рассуждения, данные науки являются междисциплинарными и изучают получение, передачу и использование знаний, они включают в себя элементы биологии, психологии, лингвистики, логики и информатики. Как определил один из основателей когнитивной экономики, французский экономист Ж.Тиссо, одним из основных видов человеческой деятельности в новых условиях становится когнитивная, под которой понимаются следующие виды активности человека: изучение, понимание, оценка, критика, суждение, знание, планирование, анализ и выбор, рассуждение, умение объяснять, запоминать и общаться (осуществлять межличностные коммуникации).

Когнитивная экономика рассматривает эти виды деятельности для того, чтобы более реалистично объяснять экономические процессы. Когнитивная экономика рассматривает процесс «экстрагирования» информации из окружающей среды посредством восприятия и процесс развития знаний посредством коммуникаций, она сосредотачивается не на размещении существующих информационных ресурсов, а на производстве новых знаний.

Когниция как процесс познания и получения знания обусловлена и ограничена механизмами мозга и сознания, и невозможно понимать и интерпретировать информацию, а также осуществлять коммуникации без понимания процессов получения знаний человеком. Одним из главных положений в когнитивной экономике является освобождение сознания, которое понимается как осознание некоторого факта в процессе принятия решения. Следующим основным постулатом когнитивной экономики является то, что когниция, как мыслительная деятельность, неограничена и непрерывна. Определение когниции является сложным и многоплановым. Один из ее аспектов сформулирован следующим образом в «Кратком словаре когнитивных терминов»: «Когниция есть проявление умственных, интеллектуальных способностей человека и включает осознание самого себя, оценку себя и

окружающего мира, построение особой картины мира – всего того, что составляет основу для рационального и осмысленного поведения человека». [1, с. 81] В настоящее время многие исследователи считают, что когнития является сокращенным обозначением для понятия когнитивной обработки и переработки информации, но если раньше к этому добавляли, что этот процесс заключается только в достижении знания в виде репрезентаций и манипуляций с ними, то сегодня под когнитией понимают более сложные процессы, включают факторы социально-экономической эволюции и общественных отношений. Поэтому когнития, как междисциплинарная наука, в настоящее время нацелена на решение следующих проблем:

- определение поведенческих процессов, связанных с когнитией и характеризующих ее аспекты, в том числе, сложные процессы принятия решений;
- организация знания: системы, какими можно его представить; декларативное и процедурное представление знания; идентификация объектов и логический вывод;
- когнитивное моделирование, в том числе, многофункционального характера знаний.

Человеческие рассуждения осуществляются при помощи селективного поиска, и поиск прекращается, как только найдено удовлетворительное решение. Этот поиск основан на опыте и, следовательно, обусловлен существованием структур, в том числе экономических, которые развиваются во времени, благодаря взаимодействию с окружающей средой и с другими агентами. Такие структуры могут быть опосредованы культурой и другими институциональными факторами. Экономика нуждается в использовании языка как средства коммуникации и культуры, которые выступают в роли фильтров, а социокультурный контекст является в данном случае компонентой в процессе проявления рациональностей, правил и норм.

Термин «когнитивная экономика» (или «экономика знаний» или "экономика, базирующаяся на знаниях") ввел в оборот Фриц Махлуп в 1962 году, понимая под ним просто сектор экономики. Сейчас этот термин используется для определения типа экономики, где знания играют решающую роль, а производство знаний становится источником роста.

Экономика знаний как научная дисциплина развивалась, когда упрочнили свои позиции прогрессивные экономики различных стран, основанные на знаниях. То есть экономики, в которых значительно возросла доля занятых в производстве знаний, вклад в экономику информационных секторов стал определяющим, часть нематериальных активов превысила часть материальных в составе капитала.

Хозяйства, основанные на знании, исторически складываются под воздействием двух факторов: с одной стороны, это длительная тенденция к увеличению капиталовложений в производство и передачу знаний: в образование, обучение и подготовка кадров, НИОКР; с другой стороны – это приход к власти новых информационных технологий и коммуникаций. Таким образом, наука и технологии играют важнейшую роль в экономике, основанной на знании.

Литература

1. Краткий словарь когнитивных терминов. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. –М.: МГУ, 1997.

УДК 330

Апатова Наталья Владимировна

д.п.н., д.э.н., профессор

Пометько Данил Эдуардович

обучающийся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ПРЕИМУЩЕСТВА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Развитие Интернет привело к появлению большого числа экономических и социальных феноменов, увеличило количество контактов для пользователей сети и вовлекло их в новые рыночные отношения в виртуальной среде. Только во всемирной компьютерной сети в одной и то же время пользователь может быть покупателем и продавцом, организатором аукциона и бизнес-консультантом, преподавателем в киберпространстве и исполнять другие социальные и коммерческие роли. Изучение данных ролей и рыночных функций индивидуума и организации (фирмы) является актуальной задачей, поскольку теория вопроса недостаточно исследована, а практика развивается столь стремительно, что в сжатые сроки можно только фиксировать новые феномены, а изучать закономерности их развития и взаимодействия приходится постфактум.

До появления социальных сетей предпринимателю приходилось платить, чтобы получить информацию о своем бизнесе. Теперь у каждого человека и компании есть свой собственный медиа-бренд - и существует значительно меньше барьеров для привлечения клиентов. Это позволило более мелким брендам гораздо легче закрепиться на рынке. Когда мы видим такие тенденции, как крафтовое

пиво, фуд-траки и местная мода, это часто является результатом использования платформ социальных сетей для создания последователей экономически эффективным способом [1].

Социальные сети с относительно недавних пор, начали добавлять в свой функционал элементы, позволяющие вести и развивать бизнес. Российская социальная сеть ВК (В Контакте), лидирующая по количеству пользователей в странах СНГ, в 2016 запустила платформу для тех, кто собирается создать или уже ведет свою бизнес - страницу. Для предпринимателя доступна разнообразная статистика в виде таблиц и графиков, а также автоматическая аналитика данной статистики. На основании данных, с помощью встроенного функционала можно запустить рекламу, и эффективно продвигать интернет – бизнес [2].

До появления смартфонов и социальных сетей было гораздо сложнее (и дороже) привлечь клиента, особенно если ваше местоположение находится не на самой оживленной улице. Одного или двух небольших предприятий недостаточно, чтобы составить конкуренцию большому бренду, но миллионы из них по всей стране могут серьезно повлиять на их долю рынка.

Это разрушило традиционную рекламную модель, и в результате Facebook, YouTube и Instagram стали одними из крупнейших мировых компаний по рыночной капитализации. Даже несмотря на то, что эти платформы доминируют, они также обеспечивают целую новую экосистему для предпринимателей. На данный момент любая социальная сеть уже не является просто способом коммуникации между людьми, наравне с функционалом для обычного пользователя имеется столько же специального функционала для владельца бизнеса.

Литература

1. How Does Social Media Influence the Economy? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/quora/2017/08/02/how-does-social-media-influence-the-economy/#32367c4444d0/>
2. ВКонтакте для бизнеса: как изменилась платформа в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/vk/99771-vkontakte-dlya-biznesa-kak-izmenilas-platforma-v-2019-godu>

УДК 004:339.13

Герасимова Светлана Васильевна

д.э.н., профессор

Белоус Алексей Витальевич

обучающийся

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»*

Республика Крым, Россия

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) становится все более важным элементом современного общества, получившим широкое применение практически во всех сферах человеческой деятельности, в частности, бизнесе и социальной сфере. Интернет становится неотъемлемой частью культуры общества, представители которого регулярно обращаются к интернет-ресурсам для поиска разнообразной информации и совершения покупок. Разнонаправленность ИКТ обеспечивает образование и коммуникацию людей по всему миру, что и обуславливает все возрастающую роль этого нового ресурса. Реализация ИКТ возможна при определенных институциональных условиях, создать которые возможно на конкретном рынке – рынке ИКТ.

Сущность рынка ИКТ следует определять с рассмотрения таких составляющих этого понятия как информационные и информационно-коммуникационные технологии. Так, согласно действующему законодательству под информационными технологиями понимают процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов [1]. Главным предназначением таких технологий является совместная реализация информационных и коммуникационных процессов. Из этого можно заключить, что ИКТ включают в себя информационную и коммуникационную составляющие, связанные между собой технически и функционально. Следовательно, ИКТ представляет собою совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, которая предназначена для сбора, обработки, преобразования, хранения, защиты и передачи информации пользователям.

Место или сфера, где можно реализовать информационные продукты и услуги, а также средства коммуникации, традиционно называется рынком. В теоретическом понимании этот рынок представляет собою систему экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе [2, С. 9]. Более четкого подхода к определению самого термина «рынок ИКТ» в специализированной литературе не встречается, так как все остальные подходы базируются на структурировании (сегментировании рынка ИКТ). Приведем некоторые из наиболее распространенных подходов.

Например, по мнению представителей Международного Союза Электросвязи (МСЭ), рынок ИКТ включает услуги телерадиовещания и пользовательскую электронику, в то время как в трактовках Европейской обсерватории информационных технологий (ЕИТО) и Международной исследовательской и

консалтинговой компании (IDC) этих компонентов нет. В частности, МСЭ делит рынок ИКТ на несколько отдельных самостоятельных рынков и относит к ним:

- 1) ИТ-рынок (компьютерное аппаратное обеспечение, услуги в области программного и аппаратного обеспечения);
- 2) телеком-рынок (телекоммуникационное аппаратное обеспечение, телекоммуникационные услуги);
- 3) рынок телерадиовещания (услуги в области вещания, пользовательская электроника).

Заслуживает внимания подход, согласно которому рынок ИКТ подразделяется на две части: рынок коммуникационных технологий (ТК-рынок) и рынок информационных технологий (ИТ-рынок). ТК-рынок включает в себя программное обеспечение ТК, ТК-оборудование, ТК-каналы (Интернет, мобильная связь, радиовещание, IP-телефония), цифровое телевидение (кабельное и спутниковое). ИТ-рынок наполняется программным обеспечением ИТ (прикладным, общесистемным и инструментальным), ИТ-оборудованием (персональными компьютерами, серверами, сетевым ИТ-оборудованием и пр.), а также ИТ-услугами (ИТ-консалтинг, ИТ-решениями, ИТ-аутсорсингом, бизнес-аналитикой, поддержкой и обслуживанием) [3, С. 52].

Также нужно отдельно отметить, что Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации своим приказом в 2015 г. ввело в обиход термин «сектор ИКТ», представив его такими видами экономической деятельности, которые можно группировать следующим образом [4]:

- производство (элементов электронной аппаратуры и печатных схем (плат), компьютеров и периферийного оборудования, коммуникационного оборудования, бытовой электроники, незаписанных магнитных и оптических технических носителей информации);
- оптовая торговля (компьютерами, периферийными устройствами к компьютерам и программным обеспечением, электронным и телекоммуникационным оборудованием и его запасными частями);
- издание и разработка программного компьютерного обеспечения;
- деятельность в разных сферах (связь на базе проводных технологий, беспроводных технологий, в области спутниковой связи, в области телекоммуникаций, консультативная деятельность, деятельность по управлению компьютерным оборудованием, с использованием вычислительной техники и информационных технологий, по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации, web-порталов и пр.);
- ремонт (компьютеров и периферийного компьютерного оборудования, коммуникационного оборудования).

Конечно, представленная группировка не указывает на структурирование рынка ИКТ, но, по нашему мнению, конкретизирует содержание каждого из рассмотренных ранее сегментов. К тому же понятия «рынок» и «сектор» не синонимы. Так, рынок предполагает наличие товарно-денежных отношений между его участниками, а сектор – это часть чего-либо.

Обобщая эти подходы можно выделить основные сегменты рынка ИКТ: сегмент информационных и коммуникационных технологий; сегмент информационных продуктов и услуг; сегмент программных продуктов; сегмент телекоммуникаций и средств связи; сегмент средств информатизации. По мнению аналитиков, большая доля рынка ИКТ приходится на сегмент телекоммуникаций и средств связи (72 %), сегмент информационных и коммуникационных технологий составляет 16% всего рынка ИКТ, сегмент программных продуктов - 5%, сегмент информационных продуктов и услуг – 7%.

Рынок ИКТ в России находится еще в стадии формирования, но он необходим, так как выполняет ряд важных функций, среди которых исследователи выделяют [2, С. 11]:

- 1) информационную, заключающуюся в распространении информации об участниках рынка, спросе, предложении и т.д.;
- 2) посредническую, обеспечивающую возможность взаимодействия между участниками рынка;
- 3) функцию стимулирования, гарантирующую эффективное хозяйствование и рациональное использования ресурсов;
- 4) функцию соразмерности между производством и потреблением соответствующих видов товаров и услуг;
- 5) функцию санирования, обеспечивающую очищение рынка от неконкурентоспособных участников посредством конкурентной борьбы.

Таким образом, в настоящее время информационно-коммуникационные технологии развиваются очень активно и динамично. По всему миру растет число пользователей Интернета, благодаря чему ИКТ проникают во все сферы деятельности, в том числе экономические. Возможность распространения ИКТ появляется при условии наличия рынка, отсюда и появление соответствующего термина – рынок ИКТ. Продукты и услуги, предлагаемые на рынке ИКТ с целью реализации, позволяют людям и организациям упростить коммуникацию и совершение сделок различного рода. Рынок ИКТ представляет собой сложную и многокомпонентную систему, однако благодаря этому производители информационных услуг могут найти своего потребителя в конкретном секторе его деятельности.

Литература

1. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 31.07.2006 г. № 31 (Части I-II). Раздел I. Федеральные конституционные законы, федеральные законы, ст. 3448.
2. Дрокина, К. В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: учебное пособие / К. В. Дрокина. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – 76 с.
3. Наумов, В.Н. К вопросу классификации рынков информационно-коммуникационных технологий / В.Н. Наумов, М.И. Барабанова // Современная экономика: проблемы и решения. — 2016. — № 2 (74). - С. 47-57.
4. Об утверждении собирательных классификационных группировок «Сектор информационно-коммуникационных технологий» и «Сектор контента и средств массовой информации»: Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 7 декабря 2015 г. № 515.

УДК 001.895

Герасимова Светлана Васильевна

д.э.н., профессор

Москалёв Владислав Александрович

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия***ПРОЦЕСС И НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ**

Инновационная деятельность является важным фактором, влияющим на уровень развития предприятия, региона, а также всего государства. Поэтому анализ в этом направлении должен осуществляться с двух позиций: 1) анализ инновационной деятельности предприятий; 2) анализ инноваций как конечного продукта инновационной деятельности. Любой анализ начинается с исследования теоретических основ предметной области – обзора терминов и понятий.

Под инновационной деятельностью традиционно понимают совокупность научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленных на коммерциализацию инновационной идеи, в результате чего появляется инновация в виде товара, процесса, технологии, сырья, оборудования, услуги и пр. В свою очередь, термин «инновация» трактуют как конечный продукт научно-технических работ, который имеет существенные преимущества по сравнению с предыдущим аналогом, появление этого продукта инициировано необходимостью развития общества, а при внедрении инновация обладает способностью к диффузии [1, С. 107].

Анализ инновационной деятельности, инноваций должен быть системным. В настоящее время не существует стандартизированной методики в этом направлении, поэтому специализированные источники изобилуют разными подходами к решению данной проблемы. Комплексный анализ инновационной деятельности представляет собой взаимозависимую и взаимосвязанную систему всех видов анализа внешних факторов и инновационных возможностей предприятия, которые актуальны для реализации его инновационной стратегии. Анализировать инновационную деятельность можно с позиции рисков, затрат, инвестирования, потребительского рынка, а также оценивания экономических параметров, влияющих на распространение инноваций [2].

Основными направлениями анализа инноваций в экономике считаются следующие: анализ количественных и статистических характеристик инновационных процессов с точки зрения их влияния на социально-экономические системы и анализ взаимовлияния инновационных процессов и рынка. Такая направленность обусловлена тем, что, зная особенности функционирования, а также индивидуальные свойства и параметры развития и функционирования фирмы в конкретной отрасли, можно более грамотно спланировать ее инновационную политику. Кроме того, инновационный процесс реализуется в течение временного промежутка от 3 до 5 лет, в связи с чем, возникает потребность в средне- и долгосрочных инвестициях. Поэтому анализируя инновационный процесс необходимо анализировать не только все его основные этапы, а также деятельность тех организаций, которые осуществляют финансирование данного инновационного процесса.

Если оценивать официальные данные статистики, характеризующие инновационную сферу на макроуровне, то можно определить основные этапы данного исследования:

- 1) определение количества организаций (учебных, научно-исследовательских, производственных и пр.), осуществляющих инновационную деятельность;
- 2) определение количества специалистов, осуществляющих инновационную деятельность;
- 3) определение затрат, осуществляемых на инновационную деятельность;
- 4) определение объема выпускаемых инноваций.

Эта логика анализа инновационной деятельности и инноваций предопределяет ряд его показателей, а именно:

- инновационная активность предприятий (в динамике по годам, в разрезе видов их экономической деятельности, размеров, форм собственности);

- затраты на инновации (в динамике по годам, в разрезе видов и типов инноваций, величины и форм собственности предприятий, источников финансирования);
- объемы созданных и реализованных инноваций (в динамике по годам, в разрезе видов экономической деятельности, уровня рыночной новизны, по причине инициирования, в разрезе импорта и экспорта);
- эффекты от внедренных инноваций (в динамике по годам, в разрезе видов экономической деятельности, сфер проявления эффекта).

Анализировать все перечисленные показатели также можно в разрезе регионов и, сопоставляя их с аналогичными показателями других стран.

Анализ инновационной деятельности на микроуровне предполагает реализацию таких этапов: 1) определение целей и задач анализа; 2) анализ инновационного потенциала предприятия и его финансовых возможностей; 3) анализ инновационной деятельности предприятия в разрезе разных направлений; 4) анализ общей эффективности инновационной деятельности предприятия и в разрезе разных направлений; 5) обобщение и использование результатов анализа.

Но, как уже было отмечено выше, существуют разные подходы к анализу инновационной деятельности, обобщив которые мы можем выделить четыре основные группы показателей. Так, в первую группу входят показатели, которые дают общую оценку произведенным инновациям, к ним относятся: чистая приведенная стоимость (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), модифицированная внутренняя норма рентабельности (MIRR). С помощью данных показателей можно провести сравнительную оценку эффективности инноваций при ограниченном финансовом бюджете. Ко второй группе относятся такие показатели как финансовые коэффициенты оценки ликвидности, коэффициенты оценки структуры капитала и финансовой устойчивости предприятия. В третью группу входят показатели рентабельности и оборачиваемости, а четвертая группа представлена показателями оценки инновационных рисков, среди которых наиболее распространенными считаются такие показатели как β -коэффициент, среднее квадратичное отклонение, дисперсия [2].

Таким образом, анализ как метод научного исследования, предполагающий разделение системы на отдельные ее элементы или компоненты, может применяться во всех сферах деятельности, в том числе и инновационной. Проводя анализ выбранной предметной области необходимо четко определить объект изучения, его теоретическую составляющую, а затем выбрать направления анализа, которые обусловят и систему показателей, подлежащих обследованию. Выбор инструментов анализа и подходов к его организации зависит от поставленных в начале этого процесса целей и задач. Анализ инновационной деятельности, инноваций – это четко организованный процесс, который осуществляется посредством основных управленческих функций: планирование, мотивация, организация, контроль.

Литература

1. Монгуш, Ю.Д. Инновации: понятие, сущность, значение для экономики / Ю.Д. Монгуш // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 1-3. — С.104-107.
2. Дендак, Г.М. Методика проведения анализа инновационной деятельности промышленного предприятия / Г.М. Дендак, К.А. Проценко // Экономика и социум. — 2016. — № 11 (30) – С. 461-464.

УДК 330

Исайчиков Виктор Фёдорович
главный редактор
Журнал «Просвещение»
Россия

ОСОБЫЙ ХАРАКТЕР КРИЗИСА МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

Мировое хозяйство в настоящее время находится в небывало сложном состоянии. Его сложность заключается в том, что идёт наложение нескольких волн кризисов, причём часть этих кризисов никогда ранее в мировом масштабе не проявлялась. Самое явное – это приближение очередного периодического экономического кризиса капиталистической системы, который лукаво называется «кризисом перепроизводства», а на деле является очередным кризисом недопотребления, ибо в настоящее время подавляющая часть населения мира продолжает находиться на уровне потребления, недостаточного для нормального человеческого развития. В 2015 году этот уровень, установленный специалистами ООН, был превзойдён только в двух маленьких странах, Швейцарии и Люксембурге. На научной конференции в Финансовом университете (Москва) 26-28 ноября 2019 года ряд специалистов предсказывал начало кризиса в 2020 году, а сейчас, на фоне мировой пандемии коронавируса, об этом говорят и крупнейшие западные экономические организации.

Второй кризис – системный кризис капитализма, вызванный развитием производительных сил общества и отставанием производственных отношений. Этот кризис в общем виде более полутора веков назад предвидели К.Маркс и Ф.Энгельс, хотя его подробности в то время предсказать было невозможно. Острая фаза этого кризиса ещё не наступила, но его приближение специалистами уже чувствуется:

«...Человечество обречено пройти критическую эпоху смены парадигм развития, никогда прежде не переживавшуюся. ... Такой подход должен затронуть самые основы существования человечества» [1]; «Первое, что сейчас происходит, - кардинальным образом меняются отношения человечества даже не с окружающей средой, а с самим мирозданием, с природой. Никогда раньше этого не происходило. Процесс начинается, и мы ещё не знаем, что из этого получится» [2]. По мнению С.Д.Бодрунова: «В продуктах производства всё меньшую долю занимает материальная часть, и всё больший удельный вес приобретают знания, применяемые в процессе производства ... В результате происходит ... расширение возможностей удовлетворения потребностей людей ... В то же время растут угрозы неразумного применения новых технологий. Эти сдвиг, определяемые развитием технологий, неизбежно обуславливают и изменения в общественном строе» [3,с.2]. При этом существенным недостатком разрабатываемой Бодруновым концепции при признании: «...Наша цивилизация оказывается на развилке ...: либо социальная и техногенная катастрофа, (инерционный путь), либо ноономика (рациональный, гуманистический путь)» является упование на то, «что выбор между этими альтернативами очевиден» [3,с.7] – а это требует доказательства.

Связь развития технологий и изменений в общественном строе – не простая; попытки под видом материалистического понимания истории установить простые связи между уровнем экономического развития и общественным строем ведут к «экономическому детерменизму». Энгельс выступал против упрощённых подходов: «Экономическое положение – это базис, но на ход исторической борьбы также оказывают влияние и во многих случаях определяют преимущественно *форму* её различные моменты надстройки ... Существует взаимодействие всех этих моментов, в котором экономическое движение как необходимое в конечном счёте прокладывает себе дорогу сквозь бесконечное множество случайностей ... В противном случае применять теорию к любому историческому периоду было бы легче, чем решать простое уравнение первой степени» [4,с.271]. С другой стороны, нельзя и отрицать, что смена общественных формаций определялась уровнем развития производительных сил. Если (по Энгельсу) ручной зернотёрке соответствует первобытнообщинный строй, водяной мельнице – феодальный, в паровой – капиталистический, то какой общественно-экономической формации будет соответствовать такой уровень развития производительных сил, при котором происходит выход «человека из непосредственной трудовой деятельности ... и управлении технологией как внешней по отношению к человеку сферой реализации потенциала человеческого познания»? [3,с.318]

Маркс называл такой способ производства коммунистическим, однако у нас нет полной уверенности в том, что между нынешним капиталистическим обществом и обществом коммунистическим не может быть промежуточных и временных состояний. При этом речь не идёт о той переходной фазе в составе коммунистической формации, которая называется социализмом (точнее, пролетарским социализмом, ибо были и существуют и непролетарские социализмы). Ведь Маркс не предсказывал промежуточной и неустойчивой формации, какой является мелкобуржуазно-патриархальный социализм, существовавший в СССР и ряде других стран, и успешно развивающийся в КНР, Вьетнаме и др.

Можем ли мы сейчас безоговорочно утверждать, что эта промежуточная формация является единственной, и между ней и коммунистической формацией (даже в виде пролетарского социализма) невозможны другие промежуточные формации? При этом прогноз осложняется тем, что период развития человечества, происходивший, несмотря на ряд локальных катастроф и кризисов, в целом относительно устойчиво, приближается к состоянию сильной неравновесности – состоянию, ранее не достигавшемуся человечеством и угрожающему самому его существованию.

Поэтому мы не можем не обратиться к анализу ситуации, грозящей существованию человечества. Полвека назад группой Д.Медоуза было показано, что человечество приближается к небывалой глобальной катастрофе [5]. Причём речь идёт о катастрофе, вызванной неразумной экономической деятельностью человека. Вопрос о причинах и последствиях эколого-экономической катастрофы рассматривался многими специалистами, например [6,7]. Так как уровень нормального потребления не достигнут практически нигде (при том, что в развитых странах отмечается эффект перепотребления некоторых благ), то надежды на технические способы предотвращения эколого-экономической катастрофы путём более эффективного использования имеющихся ресурсов ничем не обоснованны [8,9]. Поскольку главная причина надвигающегося эколого-экономического кризиса – перенаселение, то есть, капиталистическая (и докапиталистическая) анархия в производстве рабочей силы (количество капиталистов при этом либо не растёт вообще, либо сокращается под воздействием конкуренции), то при решении проблемы перенаселения и будут возникать главные проблемы (упоминание в данном случае капиталистической анархии – не дежурная анафема, а отражение действительности, ибо КНР уже два года планомерно снижает численность населения).

Население в целом продолжает расти практически экспоненциально, экологическое воздействие на окружающую среду возрастает, и самый явный эффект – «парниковый» уже очевиден. В настоящее время по расчётам автора численность населения Земли уже более чем в 15 раз превышает допустимый уровень. Для снижения численности населения имеется два пути – один относительно ненасильственный и гуманный – это снижение рождаемости; при этом переход всего мира на однодетную семью решит эту проблему в течение 100 лет. Удастся ли при этом избежать серьёзного

кризиса – требует дополнительных расчётов. Но очевидно, что для этого потребуется единая мировая воля (единое мировое правительство) и резкое снижение уровня материального неравенства в мире (как между странами, так и внутри них). В первую очередь речь пойдёт о прекращении роскошного или псевдороскошного потребления богатыми классами. Лучшим мировым правительством было бы правительство коммунистическое, поскольку основной коммунистический принцип – «свободное развитие каждого как условие свободного развития всех» – является максимально гуманным. Главное препятствие на этом пути – слабость рабочего и коммунистического движения после гибели советского мелкобуржуазного социализма. Способна ли пойти по гуманному пути капиталистическая система – вопрос особый, поскольку у неё (точнее, у американского олигархата) имеется и второй вариант решения проблемы перенаселения – насильственное и относительно быстрое уничтожение «лишних» 7 миллиардов человек (а после этого всё равно ограничение рождаемости). Технические возможности для этого имеются – ядерного, химического, биологического и прочего оружия разработано и накоплено достаточно. При этом очевидно, что планы военного решения вопроса должны храниться в тайне его инициаторами. В связи с этим мы не можем раскрыть эти планы точно. Но скрыть их полностью тоже невозможно.

Что сделано за последние полвека в части ненасильственного решения проблемы путём перехода на однодетную семью, и по части военного решения? В части ненасильственного решения никаких действенных мер по ограничению рождаемости в странах капиталистической периферии не принималось. Ни одна из этих стран не устроила себе (с помощью богатых стран) эффективную систему соцобеспечения и не проводила политики снижения рождаемости. Хотя Индия провозглашала идею «Одна семья – один ребёнок», но без социальной поддержки эта политика провалилась.

А вот по части подготовки к войне, несмотря на снятие военного противостояния США и СССР (навязанного, кстати, США) никаких действенных мер по разоружению предпринято не было. За последние годы под разными предлогами были развязаны десятки военных конфликтов, с прямыми агрессиями против неудобных США стран (Югославия, Ирак, Иран, Сирия, Ливия и пр.). Западноевропейские страны (основные конкуренты США в капиталистическом мире) поражены позорной чемберленовщиной, не понимая, что США по своему обыкновению стараются достигать своих целей преимущественно чужими руками. США усиленно готовятся к войне; Трамп возвращает в страну промышленные предприятия не из любви к своему безработным, а для обеспечения промышленной независимости в случае войны, ибо не только транспортные потоки являются наиболее уязвимыми целями, но и часть необходимой промышленной продукции производится в странах, являющихся потенциальными противниками США. В прошлом году правительство США провело проверку готовности американской промышленности к войне. Оружием санкций и пропаганды уже ведётся подготовительный этап к горячей войне, при этом названы и потенциальные враги. Эпидемия коронавируса – вполне возможное испытание биологического оружия, разработанного в США.

Первейшая задача по противодействию планам мальтузианского «урегулирования» численности населения – раскрытие для широких масс и недалёковидных правительств планов по их уничтожению. Поскольку задачу выживания выполнить в одиночку не удастся ни одной стране (даже КНР), то вторая задача – необходимо создать мощную военно-политическую, военно-промышленную коалицию (ВПК), в которую должны войти все страны, не являющиеся надёжными союзниками США. А надёжных союзников у США не может быть; в политике давно господствует принцип, откровенно высказанный политиком ещё в 19 веке: «У Англии нет вечных союзников, у Англии есть вечные интересы».

Объективно у США имеются существенные противоречия с КНР, ЕС, Японией и другими экономическими конкурентами. Россия, имея ВВП на уровне нескольких процентов от общемирового, серьёзным конкурентом США не является. Более того, природные ресурсы России лишь в малой степени будут интересовать победителя: при уменьшении населения мира на порядок лишь малая часть российских ресурсов окажется конкурентноспособной. Поэтому центром противодействия планам США должны бы стать их главные конкуренты: КНР, ЕС, Япония. Однако из них только КНР понимает себя как противника США. ЕС в силу неоднородности состава не может проводить единой политики; в состав ЕС вошёл ряд стран, являющихся политическими клиентами США, а основной экономический противник США в ЕС – Германия не только (как и Япония) оккупирована США беспрецедентно долго в новейшей истории, но и во главе основного политического противника США – партии ХДС/ХСС – поставлена А.Меркель – бывший агент спецслужб ГДР, доставшаяся по наследству спецслужбам США.

Поэтому формирование антимальтузианской коалиции сразу в составе всех стран, которым угрожает уничтожение, нереально, такая коалиция могла бы формироваться вокруг некоторого ядра. Основой такой коалиции, её ядром, мог бы послужить БРИКС (ЕАЭС и прочие слабые союзы недостаточны), но при условии его существенного реформирования. В настоящее время БРИКС ограничивается экономическим сотрудничеством, причём весьма слабым; по уровню консолидации ему далеко даже до уровня ЕС (как известно, у ЕС имеется совместная валюта с механизмами валютного регулирования; совместное планирование и другие способы регулирования, и он в значительной мере включён в совместный военный блок НАТО). Однако, как и ЕС, даже в слабом виде БРИКС становится объектом воздействия со стороны США. США пытаются развалить его: организован политический переворот в Бразилии, где к власти пришли прямые ставленники США; при словесной

антиамериканской позиции практическая политика правительства России продолжает оставаться в русле окончательного превращения в сырьевой придаток развитых стран; не прекращаются попытки США бить клинья между оставшимися союзниками, например, выборочными экономическими санкциями...

Кроме того, параллельно межправительственным союзам и коалициям должны действовать союзы и коалиции на уровне партий, профсоюзов и других общественных организаций: экологических, гуманистических, научных, художественных и пр., ибо крайне опрометчиво доверять столь ответственное дело – выживание, политикам, которые не раз доказывали свою недалекость (или, что ничуть не лучше, являются агентами финансового олигархата и по собственной глупости надеются, что их допустят в заветное число «оставленных»).

Наша задача как учёных – не только разоблачить планы подготовки к новой мировой войне с новой целью уничтожения «лишнего» населения, но и выступить, не доверяя продажным и глупым политикам, организаторами нового движения за мир [10,11].

Литература

1. Алексей Бармичев. Глобальные риски современного человечества (электронное издание) ISBN 978-5-4483-3865-6 <https://books.google.ru/books?id=u8xvDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#vonepage&q&f=false>
2. Михаил Делягин. Трансформация современного человечества и императивы постсоветского пространства. 4 июня 2011. <http://www.odnako.org/blogs/transformaciya-sovremennogo-chelovechestva-i-imperativi-post-sovetckogo-prostranstva/>
3. Бодрунов С.Д. Общая теория ноономики М.: Культурная революция, 2019, 504с.
4. Маркс К., Энгельс Ф., Письма о «Капитале» – М., Политиздат, 1986, 352с.
5. Медоуз Донелла и Деннис, Рандерс Й., Беренс У. Пределы роста // М.: МГУ, 1991, 207с
6. Медоуз Донелла и Деннис, Рандерс Й. Пределы роста: 30 лет спустя. М.; БИНОМ лаборатория знаний, 2012, с.324
7. Данилов-Данильян В., Рейф И. За пределами роста. Компьютерная модель, всколыхнувшая мир / Наука и жизнь, 2015, №10, с.3-14.
8. Голицын Г.С. Парниковые эффекты изменения климата / Природа, 1990, №7, с.17-24.
9. Ягодин Г.А. Предисловие к книге :Медоуз Донелла и Деннис, Рандерс Й., Беренс У. Пределы роста // М.: МГУ, 1991, 207с
10. Исайчиков В.Ф. Ноосферно-коммунистический мир невозможен без перелома тенденции роста численности населения мира / Материалы VIII Международной научной конференции «Ноосферное образование в евразийском пространстве», 6-7 декабря 2018, Смольный институт РАО – СПб: Астерион, 2018, с.126-134.
11. Исайчиков В.Ф. Основные направления реструктуризации мирового хозяйства при выходе из системного кризиса / Проблемы конфигурации глобальной экономики XXI века: идея социального прогресса и возможные интерпретации. Сборник научных статей. Том 2, Краснодар, 2018, с.163-171.

Кусый Михаил Юрьевич

к.э.н., доцент

Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

УСТОЙЧИВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СООБЩЕСТВА В ЭКОНОМИКЕ*

** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
в рамках научного проекта № 19-010-00298*

Устойчивое экономическое сообщество (УЭС) – конечное множество экономических агентов (ЭА), которое имеет следующие атрибуты:

- 1) межсубъектные отношения в экономике (МСОЭ) между ЭА-членами УЭС имеют множественный регулярный характер в течение длительного промежутка времени;
- 2) МСОЭ внутри УЭС строятся на основе ряда принципов, принятых на вооружение в УЭС (принципы рассмотрены ниже);
- 3) актуальная институциональная система в экономике (АИС), которая существует для всех ЭА, внутри УЭС дополняется нормами, действующими лишь между ЭА-членами УЭС (СИУЭС – система институтов внутри УЭС);
- 4) СИУЭС формируется с максимальным учетом интересов каждого ЭА-члена УЭС за счет норм, которые: 1) предложены ЭА-членами УЭС; 2) приняты в УЭС (в процессе дискурса между ЭА-членами УЭС) на компромиссной основе и 3) закреплены в нормативных документах УЭС, что позволяет ЭА-членам УЭС экономить на трансакционных издержках по реализации СИУЭС за счет доверия, базирующегося на комплементарной солидарной основе организации МСОЭ;

В этом случае СИУЭС «выращивается снизу вверх» на основе лоурархии (lowrarchy) [1], когда «нижестоящие» элементы являются источниками ресурсов и власти для «вышестоящих», в отличие от иерархической патерналистской организации «сверху вниз», исходящей из диктата верховной власти.

Принципы формирования МСОЭ в УЭС (некоторые идеи предлагаемых принципов заимствованы из [2]):

1. Принцип комплементарной кооперации между ЭА: имея субъективные ожидания и предпочтения по поводу существующих МСОЭ внутри УЭС, ЭА-члены УЭС готовы поступиться индивидуальными интересами в угоду членству в УЭС (т.е. в системе ценностей каждого ЭА-члена УЭС институциональные и иные ценности самого УЭС доминируют над индивидуальными ценностями каждого ЭА из УЭС, и в этом они – ЭА-члены УЭС – солидарны). При этом ЭА-члены УЭС – не обязательно являются однородными по социально-психологическим, экономическим, ресурсным и иным признакам.

Прежде, чем рассмотрим остальные принципы, дадим определение: Интерсубъектность – это структура индивидуального сознания, реагирующая на факт существования других индивидов [2]. При этом интерсубъектность предполагает уважение права индивидов на гетерогенность и гетероморфность их поступков.

2. Принцип семантической интерсубъектности, который предполагает ясность и общее согласие между ЭА-членами УЭС относительно однозначности понятий и построенных на их основе суждений, т.е. они понимаются всеми ЭА-членами УЭС одинаково и потому могут употребляться солидарно.

3. Принцип операциональной интерсубъектности, который предполагает воспроизводимость образцов или механизмов действия или рассуждения. Предполагается, что некоторая последовательность действий всегда ясным и общеобязательно приемлемым образом (для всех ЭА-членов УЭС) основана на конкретном образце. Отдельные элементы такой технологии и их последовательность, составляющие конкретный образец, понимаются всеми ЭА-членами УЭС однозначно и в принципе могут быть воспроизведены ими в том же виде.

4. Принцип нормативной интерсубъектности, который предполагает общепринятость норм и правил поведения и оценки, нашедших свое отражение в СИУЭС, внутри УЭС. Если некоторая деятельность руководствуется нормами СИУЭС, это также рассматривается как рациональное обоснование.

В литературе УЭС имеют различные наименования: «холоны» [2], «рои» [3], «субсети» [4] и другие. УЭС является (по авторской версии) представителем мезоуровня системной иерархии в экономике. Типичным представителем УЭС являются финансово-промышленные группы (ФПГ) и саморегулируемые организации (СРО) по видам профессиональной деятельности. Эмпирическое значение УЭС в формировании МСОЭ и эволюции экономики нашло отражение, например, в [5] и [6].

В качестве иллюстрации значения УЭС для экономики страны можно вспомнить ФПГ под контролем АО «СКМ» (System Capital Management, SCM, Украина) Р.Л. Ахметова, которая неизменно возглавляет список самых успешных бизнес-сообществ Украины последние 10 лет, численность персонала которой измеряется в сотнях тысяч человек.

В качестве иллюстрации важности УЭС как субъекта, способного на равных конкурировать с государством по вопросам АИС, можно вспомнить ситуацию в начале октября 2002 года, когда Госкомиссия по ценным бумагам и фондовому рынку Украины (ГКЦБФР) своим решением (нормативный документ, регламентирующий некоторый механизм функционирования фондового рынка, обязательный для исполнения его участниками) утвердила максимальные тарифы на услуги по перерегистрации прав собственности на акции. Внедрение такой нормы в практику фондового рынка Украины привело бы к тому, что доходы регистраторов и депозитариев по этой статье доходов – существенно сократились. В свою очередь, регистраторы и депозитарии, обслуживающие обращение ценных бумаг по вопросам определения прав собственности на ценные бумаги и фиксацию изменений таких прав, наверняка, вынуждены были бы изменить свои тарифы на другие свои услуги, что могло привести к непредсказуемым последствиям для уровня инвестиционной привлекательности фондового рынка Украины в целом. В Украине в то время существовала СРО ПАРД (Профессиональная ассоциация регистраторов и депозитариев), которая – через суд – оспорила законность такого решения ГКЦБФР. И ГКЦБФР отменила – по решению суда – свое решение. Тем самым, действующая АИС на фондовом рынке Украины осталась без изменений.

Таким образом, УЭС может конструктивно влиять на трансформацию АИС, нормы которой регламентируются (нормативно закрепляются) на макроуровне экономики (как правило, регулятором).

Литература

1. Акофф Р. Л. За пределами социализма и капитализма: развивающееся общество / Р. Л. Акофф // Проблемы управления в социальных системах. – 2009. – Том 1, выпуск 1. – С. 112-140.
2. Vittikh V. A. Introduction to the theory of intersubjective management / V. A. Vittikh // Group Decision and Negotiation. – 2015. – Vol. 24, January, issue 1. – P. 67-95.
3. Ostrom E. Governing the commons: the evolution of institutions for collective action / E. Ostrom. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 280 p.
4. Freeman C. Structural crises of adjustment: business cycles and investment behaviour / C. Freeman, C. Perez // In: Dosi G., et al. (eds.), Technical change and economic theory. – London and New York: Pinter Publishers, 1988. – P. 38-66.
5. Маевский В. И. Эволюционная теория, макрогенерации и неравновесные процессы / В. И. Маевский // Очерки по экономической синергетике. – М.: ИЭ РАН, 2017. – С. 31-45.
6. Кирдина С. Г. Климат и институциональные матрицы / С. Г. Кирдина, А. Н. Кузнецова, О. В. Сенько // СОЦИС. – 2015. – № 9. – С. 3-13.

УДК 330.341.2

Линский Дмитрий Викторович

к.э.н., доцент

доцент кафедры экономической теории

Институт экономики и правления

(структурное подразделение)

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

**АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К КРИТЕРИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА СИСТЕМНОМ
МЕЗОУРОВНЕ В ЭКОНОМИКЕ***Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00298*

В современных условиях разработано большое количество разнообразных подходов, направленных на создание и внедрение разных методов оценивания эффективности функционирования социально-экономических систем (далее — СЭС). основополагающим условием в разработке и оценивании критериев является получение адекватной информации о состоянии СЭС.

Существенное количество методологических подходов к разработке критериев оценки СЭС создает необходимость их ранжирования по определенному критерию в исследовательских целях. В отображении большого количества характеристик СЭС мы согласны с мнением А. Г. Гранберга, который указывает на наличие 3-х базовых подходов:

- 1) сравнение по основному критерию, выделенному в качестве основополагающего;
- 2) сравнение по множеству критериев, выделенным как существенные для СЭС;
- 3) формирование системы совокупных социально-экономических критериев.

По мнению Баранова С. в качестве основного критерия, характеризующего СЭС, выступает валовой региональный продукт ВРП. ВРП отражает итоговый результат функционирования экономических агентов. ВРП сопоставим с валовым внутренним продуктом (ВВП) национальной экономики, т. к. является составляющей ВВП. Некоторые исследователи придерживаются мнения, что ВРП является степенью дифференциации СЭС.

Так, Т. Н. Мацкевич считает, что среди критериев, характеризующих СЭС, ведущее значение занимает агрегированный показатель — индекс развития человеческого потенциала.

Необходимо отметить, что в целях определения эффективности функционирования СЭС применяется индекс человеческого развития (ИЧР), который разработан аналитиками Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). Базу этого подхода составляет оценивание среды жизнедеятельности общества, которая способна формировать предпосылки для расширения реальных свобод индивида в отношении повышения уровня благосостояния, социальной справедливости и устойчивости общественного развития. ИЧР является комплексным критерием, который объединяет данные по таким областям жизнедеятельности, как медицина, образовательная деятельность и экономика

Согласно мнению Фрумкин Д.С. сопоставимо тому, как ВРП является совокупным критерием эффективности функционирования СЭС, показатель продолжительности жизни может служить характеристикой социально-экономического благополучия системы. Показатель продолжительности жизни находится в зависимости от разных критериев — природных, эколого-гигиенических, производственных.

Полынева А.О. в качестве комплексной характеристики СЭС определяет индекс реального благосостояния, который может использоваться в качестве показателя ранжирования систем по уровню социально-экономической дифференциации.

По мнению В.Н. Бобкова, Л.В. Костылевой, В. Куликова подход к оценке СЭС должен отражать характеристики процесса распределения и перераспределения доходов граждан как категории, которая отражает уровень материального благосостояния. В связи с чем основополагающими критериями оценки СЭС, по мнению ученых, являются среднедушевые денежные доходы населения, месячные доходы (денежные и натуральные), совокупные доходы, располагаемые, реальные, доходы в среднем на душу населения, средняя номинальная и реальная заработная плата, средняя пенсия, стипендия, пособия. Динамика показателя доходы населения демонстрирует степень как экономического, так и социального развития СЭС. Ведущее место в структуре доходов граждан выполняет зарплата.

Ю. М. Максимов, С. Н. Митяков и Е. С. Митяков разработали систему критериев по четырем направлениям для исследования тенденций развития социально-экономических систем. Проекция «Экономика», «Инновации», «Экология» и «Социальная сфера» включают в себя определенное количество критериев. На основе этой системы критериев возможно оценивать динамику развития социально-экономических систем.

В. Н. Тамашевичем предложена система критериев для характеристики СЭС, состоящую из 3-х групп: 1) «объемные» (ВВП, объем промышленного производства, розничный товарооборот и др.); 2) «качественные» (инвестиционные вложения, потребительские цены, удельный вес убыточных организаций в их общем числе и др.); 3) критерии устойчивости общественного развития, которые

характеризуют демографические процессы и тенденции преобразований в социальной сфере и окружающей природной среде (естественный прирост населения, средняя продолжительность жизни, соотношение числа браков и разводов и др.).

Оценку СЭС по единому базовому критерию использует также М. А. Исакин. Его разработки основаны на концепции качества жизни. Комплексный показатель качества жизни индивида М. А. Исакин представляет как критерий, который включает в себя значения ВВП (ВРП), индекс физического качества жизни, представляющий собой средневзвешенное индексов грамотности, детской смертности и ожидаемой продолжительности жизни в возрасте одного года.

Б. Б. Педанов в научном труде, посвященном формированию инструментария оценки эффективности муниципальных образований, все предлагаемые исследователем критерии, отражают динамику социально-экономического развития муниципальных образований, разделяет на 3 сферы: экономическую, финансовую и социальную. Несмотря на использование вышеприведенных критериев для муниципальных образований, основную часть из них можно применять для оценки СЭС.

Изучению экзогенных и эндогенных факторов также посвящены труды таких экономистов, как Г. В. Гутман, А. А. Мироедов. По мнению ученых, главной целью совокупной сравнительной оценки СЭС является выявление механизмов разрешения социальных и экономических задач на базе применения эндогенных резервов и возможностей к экономическому росту.

По мнению Т. В. Погодиной и С. А. Бренчаговой, СЭС характеризуют такие критерии: валовой региональный продукт; объем промышленной продукции; валовая продукция сельского хозяйства; объем работ по договорам строительного подряда; инвестиции в основной капитал; денежные доходы населения в среднем за месяц; розничный товарооборот.

Согласно мнению Ю. Н. Талалушкиной, для анализа эффективности СЭС целесообразно использовать следующие критерии: общеэкономическая характеристика ущерба; демографическая ситуация; финансовое положение; социальное развитие; промышленность и сельское хозяйство; торговля и сфера услуг; инвестиции.

Г.Г. Фетисов и В.П. Орешин отмечают, что интегральным критерием экономической эффективности СЭС, является отношение объема валового регионального продукта и суммы расходов, к которым относятся материальные расходы (М), амортизационные платежи (А), зарплата: $Эр = ВРП / (М + А + З)$. Необходимо отметить, что Г.Г. Фетисов и В.П. Орешин в рамках описанного ими алгоритма оценки эффективности СЭС не демонстрируют, как именно разные по размерности критерии эффективности могут быть сведены в единую систему координат.

М.С. Мальсагаров для оценивания эффективности и инвестиционной привлекательности СЭС разработал методику, которая включает такие основные этапы: 1) выбор критериев инвестиционной привлекательности системы; 2) ранжирование критериев по степени их значимости для эффективного развития СЭС; 3) оценка имеющихся тенденций изменения критериев; 4) расчет эффективности СЭС как суммы произведения фактических значений статистических показателей на уровень их значимости, который получен посредством экспертного мнения.

Однако, ученым не описана методологию выбора аналитиков и алгоритм определения уровня их профессиональных компетенций и, следовательно, достоверности итоговой оценки эффективности СЭС.

По мнению Шибаевой Н.А. и Глазкова О.В., есть потребность в усовершенствовании методики оценивания эффективности инвестиционных проектов с целью повышения результативности регулирования инвестиционными процессами в СЭС. Сделан вывод о определенной несостоятельности критериев оценки разработанных официальными методическими рекомендациями. Учеными предложено усовершенствовать концептуальную схему оценивания эффективности инвестиционных проектов и приведены практические рекомендации по использованию оригинальной блок-схемы анализа и оценки эффективности инвестиционных процессов в комплексном развитии СЭС. В основе данной методики лежит определение показателей NPV, IRR и других критериев эффективности инвестиционных проектов — тогда, когда вышеописанные критерии положительно воздействуют на макроэкономические параметры развития, их наличие в инвестиционной программе считается эффективным.

А.М. Коробейников сводит методику оценки эффективности развития СЭС к оцениванию динамики социального благополучия последнего. Социальное благополучие представляет собой состояние экономического агента (индивида, территориальной общности, общества в целом), которое характеризуется гармонией между ценностями, интересами, потребностями и возможностями для их удовлетворения, т. е. спокойной жизнью в довольстве и достатке. Показатель уровня социального благополучия возможно рассчитать, исчислив соотношение между показателем уровня жизни, который характеризует степень обеспеченности населения необходимыми им товарами, и показателем уровня социальной напряженности, характеризующим степень неудовлетворения данной обеспеченностью.

Ученые Центра социально-экономических проблем федерализма ИЭ РАН для оценки СЭС используют систему критериев, которая состоит из таких составляющих: 1) население; 2) рынок труда; 3) уровень жизни; 4) социальное обеспечение и социальные услуги; 5) экология и общественная безопасность.

Описанная система критериев, не дает возможность сформировать целостную картину эффективности функционирования СЭС, однако она (система) требует от исследователя использования непростого аналитического аппарата, чтобы отразить результаты агрегированного типа. Кроме этого, сбор информации по многим показателям, к примеру, удельный вес молодежи (до 30 лет) в общей численности осужденных, сложен.

Анализ описанных методик оценки СЭС на системном мезоуровне в экономике дает возможность отразить большую совокупность критериев, характеризующих данный уровень эффективности. По данным представленным в тексте статьи методик затруднительно выделить группу, в которых ясно возможно было бы отследить мнения ученых по какой-либо группе критериев. В методике, сформированной учеными Центра социально-экономических проблем федерализма ИЭ РАН, к примеру, для оценки СЭС используют такой критерий, как здоровье, который содержит в себе до четырнадцати показателей (по данным Ростстата). В связи с чем явной становится проблема выбора, основополагающих из данных критериев.

УДК 339.13

Митина Элла Александровна

старший преподаватель

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ по проекту «Исследование информационной асимметрии на основе методов и алгоритмов нейромаркетинга» №2001000473

Одной из ключевых проблем на современном рынке является информационная асимметрия - ситуация, в условиях которой участники рыночных отношений обладают различной информацией, необходимой для совершения потребительского выбора. Она может носить как объективный характер, возникая на рынках вопреки равномерному распределению ресурсов и возможностей по продвижению собственного товара, так и субъективный - например, когда отдельные участники хозяйственной деятельности, обладая и пользуясь своей рыночной властью, сознательно и агрессивно продвигают менее качественный товар с целью минимизации собственных затрат и максимизации прибыли.

О первом типе информационной асимметрии писал Дж. Акерлоф, объясняя на примере собственной «модели рынка лимонов», почему одни рынки являются благоприятными для использования информационной асимметрии, а другие - нет, и какие последствия для общественного благосостояния влечет отказ от их регулирования [1].

Второй тип описывал М. Спенс, разрабатывая собственную теорию сигналов на примере рынка труда. Механизм воздействия соответствующего типа информационной асимметрии на потребительском рынке на примере активного рекламирования удачно описывает модель Тремблэй-Поласки, согласно которой выбор стратегии рекламы и установление цены осуществляется субъектами хозяйствования на основе анализа поведения потребителей, поскольку окончательный выбор зависит именно от их платежеспособности и желания приобрести тот или иной товар [3].

Между двумя товарами-субститутами по одинаковой цене, потребитель выберет именно тот, который представляет большую силу бренда, заключающуюся в его узнаваемости, то есть в том, что указанная продукция постоянно находится в поле зрения потребителя благодаря активной рекламной кампании. Ситуация несколько может измениться тогда, когда цены на товар будут отличаться, а потребитель станет руководствоваться не только качеством и силой бренда, но и ценой, а также своей готовностью платить больше за указанное качество. В результате на рынке может возникнуть достаточно противоречивая ситуация, при которой, с одной стороны, будет функционировать фирма, активно рекламирующая свою продукцию и формирующая у потребителей представление о более лучшем качестве, что, соответственно, позволит устанавливать более высокие цены, а с другой, будет существовать фирма, не рекламирующая или недостаточно активно продвигающая свою продукцию, однако, цена на товары которой значительно будет ниже. Таким образом, информационная асимметрия, основанная на разнице в рекламировании и цене, которую готов установить производитель за однотипную продукцию, способна удовлетворить желания как потребителя, готового приобрести дорогой товар в компании с хорошей, с его точки зрения, репутацией, так и потребителя, который находится в поиске более бюджетного аналога [3].

Так, модель Тремблэй-Поласки применима в случае реализации на рынке продукции одинакового качества. Однако, ситуация может иметь больший негативный эффект, если рассматривать товары значительно отличающиеся по качеству. По мнению Ж. Тироля, производитель, продающий свой товар разовому потребителю, и который не может обеспечить гарантию качества своей продукции, не несет ответственности за такой товар, способен снизить его до минимально возможного уровня, поскольку рыночная цена не может соответствовать тому, что трудно оценить [3].

Активная рекламная кампания – важный инструмент, дающий возможность производителю сигнализировать на рынке о качестве своего товара. В случае, если оно действительно высокое, благодаря активной рекламе фирма несет достаточно большие производственные расходы.

Однако, на рынке может появиться игрок, который так же выбирает стратегию агрессивного рекламирования, но качество его товара на порядок ниже, а следовательно, и затраты на производство соответственные. Со временем интенсивное информирование потребителей о своей продукции этими субъектами хозяйствования приведет к тому, что перед производителем, который несет расходы не только на рекламу, но и на производство качественного продукта, встанет вопрос о снижении качества товара или прекращении рекламной деятельности, что в результате приведет к постепенному заполнению рынка исключительно некачественным товаром. Кроме того, выход на рынок новых субъектов, которые будут способны предложить товар лучшего качества, станет практически невозможным из-за формирования асимметричного восприятия рынка в воображении потребителей. Ситуация, когда все знают о способности доминирующего блага удовлетворить некоторую потребность, но мало известно о его действительных и потенциальных заменителях, может вызвать исчезновение не только конкуренции, но и самого рынка в целом [2].

На потребительском рынке наиболее распространенными инструментами, способствующими активному развитию информационной асимметрии, являются: сокрытие сведений об истинном качестве продукции; распространение ложной информации о товарах, их качестве, цене, эксплуатационных характеристиках и т.д.; неправомерное использование обозначений; копирование внешнего вида изделия конкурентов; дискредитация «соперников»; неправомерное использование их деловой репутации; создание помех другим субъектам хозяйствования в процессе конкуренции; неправомерный сбор, разглашение и использование коммерческой тайны. Как следствие, потребители практически лишаются возможности сделать эффективный экономический выбор, будучи вынужденными нести дополнительные транзакционные издержки на поиск и проверку информации, а также потери от неудачного выбора, а потребительское благосостояние сокращается из-за роста таких расходов. Если неравномерное распределение информации укоренится в рыночных институтах, то потери будут нести уже не только отдельные потребители, но и экономика в целом.

Литература

1. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Охота на простака. Экономика манипуляций и обмана. – М.: ООО Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 320 с.
2. Мациевский Н. С. Дисфункции рыночного механизма в условиях информационной асимметрии / Известия Томского политехнического университета. – 2011. – Т. 319. – № 16. – С. 46–50.
3. Tremblay V., Polasky S. Advertising with subjective horizontal and vertical product differentiation / Review of industrial organization, – 2002. – Vol. 20. – P. 253–265.

Узаков Тимур Константинович

соискатель

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

В условиях становления цифровой экономики, в которой доминируют информационно-коммуникационные технологии управления всеми сферами социально-экономического развития, появляется потребность в новой модели экономического роста, включающего инклюзивность, индустриализацию и устойчивое развитие. Инклюзивный экономический рост требует охвата участием в процессах производства и сервиса всех жителей, причем каждый должен внести свой посильный вклад в общее дело. Данный подход позволит обеспечить стабильное и долгосрочное улучшение жизни каждого члена общества, а способствовать этому призваны современные технологии. Соответственно, как отмечают в [1], инклюзивный экономический рост требует институционального согласования, расширения рамок взаимодействия формальных и неформальных институтов.

Таким образом, инклюзивный технологический рост, обеспечивающий устойчивость мирового развития, противостояние неизбежным кризисам в финансах и политике, является новой моделью мирового социально-экономического развития.

Основными компонентами модели являются:

- наука и технологии;
- гибкая инфраструктура, основанная на компьютерной сети Интернет и мобильной связи нового поколения 5G;
- механизмы диффузии инноваций через институциональные согласования и рынки.

Инновации сыграли решающую роль в быстром развитии развитых и развивающихся стран, однако выгоды от экономического роста, основанного на технологиях, не охватили всех членов общества. Кроме того, экономический рост привел к возрастающему спросу на невозобновляемые природные ресурсы и к изменению климата на планете. Распространение новых информационных

технологий привело к появлению этических проблем, проблем собственности и безопасности, а также доверия.

В настоящее время технологическое влияние проявляется в следующем:

- цифровизации и автоматизации производства, включая интеграцию различных технологий в реорганизации экономической деятельности;
- внедрению «умных» систем в использовании возобновляемых источников энергии, транспорте, человеко-машинном общении;
- использованию искусственного интеллекта, способного нарушить баланс всей жизнедеятельности общества, влияя на все ее сферы, особенно в здравоохранении и трансплантации органов;
- биомедицинские технологии, использующие новые знания в области генетики и уже приведшие к революции модификации растений и животных и пока к не выясненным последствиям их употребления для здоровья человека;
- устойчивые технологии, способные кардинально изменить производство и потребление и сохранить при этом природные ресурсы, уменьшить изменения климата и улучшить качество природно-социальной и экономической среды.

При этом основное внимание должно быть уделено: нано-, био-, квантовым технологиям, которые действуют на молекулярном и атомарном уровне материи и имеют многочисленные применения в промышленности, здравоохранении и в инфраструктуре; науке о данных, позволяющей извлекать новые знания и интегрировать анализ наборов разнообразных данных, накопление которых происходит в экспоненциальном темпе.

Развитие технологий и инклюзивный экономический рост требуют достаточно больших инвестиций со стороны государства и частного бизнеса. На реализацию Программы «Цифровая экономика Российской Федерации» первоначально был предусмотрен бюджет в размере 3,5 триллиона рублей с 2019 по 2024 гг., из которых государство готово выделить 1,2 трлн. руб., но эти данные планируется корректировать [2]. При этом на создание информационной инфраструктуры планируется выделить 627,9 млрд рублей, которые пойдут на создание сетей связи 5G, разработку мощных информационных систем для сбора, обработки и обмена данными между экономическими субъектами (цифровых платформ) и создание Центров обработки данных коллективного пользования. Вся цифровая инфраструктура РФ, которая будет создаваться в рамках Программы, оценивается в 427 млрд. рублей. Около 25 млрд рублей пойдут на обеспечение информационной безопасности и 1,5 млрд руб. – на совершенствование правовой системы Российской Федерации. также большая доля бюджета пойдут на цифровизацию государственных услуг и здравоохранение. В 2018 г. из бюджета РФ было выделено 3,04 млрд рублей на решение первоочередных задач Программы из резервного фонда Правительства, в том числе, помимо перечисленных мероприятий, на «Формирование исследовательских компетенций и технологических заделов», последние касаются, в основном, госкорпорации «Росатом» [2].

Литература

1. Пахомова Н. В. Инклюзивный устойчивый рост и стратегия новой индустриализации: институциональные рамки для согласования. / Н.В. Пахомова, К.К. Рихтер, Г.Б. Малышков // Экономика и управление. 2016. № 1. – С. 29-37.
2. Бюджет программы «Цифровая экономика» оценен в 3,5 трлн рублей. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php>

УДК 004.056.3

Шаталова Ксения Денисовна
обучающаяся

Научный руководитель:

Бойченко Олег Валериевич

д. тех. н., профессор

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»*

Республика Крым, Россия

БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

С начала 2000-х годов Интернет технологии прочно вошли в жизнь обычных людей. На сегодняшний день 59% населения Земли имеют доступ к интернет, из них 3,8 млрд человек активные пользователи социальных сетей. Возникает проблема обеспечения безопасности личности в интернет-среде.

Согласно работе Прончева Г.Б., Монахова Д.Н., Лонцова В.В., выделяют несколько способов получения злоумышленниками конфиденциальной информации: экранное время в приложении, метки местоположения, круг контактов, все размещенные фото- и видеоматериалы [1]. Разглашение этой информации ответственность пользователя, так как только он решает, какие данные о себе он может распространять. Возникает следующая проблема для неопытных пользователей интернет

(несовершеннолетние), подверженных влиянию людей (пенсионеры): фильтрация и сокращение информации о себе в интернет.

Однако, с развитием такой сферы занятости, как блогинг, появляется необходимость транслировать как можно больше информации о себе в интернет, чтобы удержать зрителя/читателя у себя на странице.

Возникает дилемма, ведь для продвижения себя и собственного бренда необходимо заинтересовывать людей количеством и качеством подаваемой информации о себе, своих увлечениях, местах посещения и т.д. Возникает необходимость подачи достоверной и уникальной информации. В той же работе было указано два важнейших в интернет-среде параметра информации: аутентичность, важная для блогеров, создающих и распространяющих инфо-продукты (необходима уникальность, чтобы защитить свои авторские права), и апеллируемость – для людей, которые хотят защититься от клеветы [1].

Помимо угрозы хищения реальных и виртуальных средств, совершения ограбления человека и его имущества, существует еще ряд опасностей, например, кибер-буллинг, когда за мнение человека, его внешность или по любой другой причине человек подвергается травле и агрессии со стороны других людей [2].

Из-за скорости распространения информации в интернет, человек, тем более, несовершеннолетний, может подвергнуться значительному психологическому давлению и другим негативным последствиям. Поскольку, такому явлению подвержены в основном несовершеннолетние, то в интересах их родителей обезопасить своих детей.

Для этих целей на многих крупных интернет-ресурсах существует «родительский контроль», где можно задать «черный» и «белый» список для контента, который будет демонстрироваться. Благодаря специальным алгоритмам, автоматически в соответствующий раздел фильтра будут попадать похожие по категориям и содержанию материалы [3]. В YouTube, к примеру, существует ответвление «YouTube для детей», а также встроенные в сам сервис ограничения по возрасту.

Таким образом, защита личности в интернет — это необходимая мера, требующая ответственности в первую очередь пользователя, а уже затем всех ресурсов, которые он использует. И многие ресурсы подходят к проблеме защиты пользователей с большим вниманием.

Литература

1. Прончев, Г. Б. Безопасность виртуальных социальных сред в информационном обществе / Г.Б. Прончев, Д.Н. Монахов, В.В. Лонцов // Пространство и Время. — 2013. — № 4(14). — С. 231—236.
2. Бойченко О.В. Современная проблематика киберпреступности в России / О.В. Бойченко, // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Юбилейная XV Междунар. науч.-технич. конф., 19-21 апреля 2016 г.: тезисы докладов. — Симферополь, 2016. — С. 10-11.
3. Бойченко О.В. Решение проблем сетевой информационной безопасности / О.В. Бойченко, // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: XVI Междунар. науч.-технич. конф., 20-22 апреля 2017 г.: тезисы докладов. — Симферополь, 2017. — С. 13-15.

УДК 336.748.12.021

Буценко Ирина Николаевна

к.э.н., доцент

Алексанова Адриана Дионисовна

бакалавр

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия***УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ СОПОСТАВЛЕНИЯ**

Инфляция представляет собой устойчивое непрерывное снижение покупательной способности денег, и оказывает непосредственное влияние на благосостояние и уровень жизни населения, финансовый рынок, производство и социально-экономическое развитие многих стран мира. По мнению многих экономистов, инфляция является одной из наиболее острых проблем современного экономического развития национальных экономик мира.

Для проведения сопоставительного анализа уровня инфляции нами выбраны следующие страны: США, Россия, Япония, Германия, Франция, Великобритания, Италия, Канада. Приведенные страны, кроме России, являются участниками группы «Большая семерка». В 2018 г. среди стран-участников группы «Большая семерка» позиции по уровню инфляции распределились следующим образом: на первом месте Япония – 19 место; на втором месте с небольшим отрывом – Италия, занявшая 27 место; Германия, опередившая Францию на 3 позиции, заняла 41 место; Франция на 44 месте; Канада опередила Великобританию на 2 позиции; и США на 5 позиций, заняв 61 место в рейтинге. Россия остается на последнем 79 месте среди стран-участников группы «Большая семерка».

Таблица 1 – Уровень инфляции стран-участников группы «Большая семерка» и России, %

Страна	Место в мире 2018 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Россия	79	4,8	9,0	7,7	7	4,2	2,9	4,5
США	66	1,6	1,8	1,1	1,3	2,1	2,4	1,8
Великобритания	63	1,9	1,6	0,6	0,7	2,6	2,3	1,7
Канада	61	1,6	1,9	-0,8	1,4	1,6	2,3	1,9
Франция	44	0,8	1,6	0,6	0,3	1,2	1,9	1,1
Германия	41	2,0	1,8	2,0	0,4	1,6	1,7	1,4
Италия	27	1,3	0,2	0,1	-0,1	1,4	1,1	0,6
Япония	19	-0,3	1,7	2,0	-0,1	0,4	1,0	0,5

Источник: составлено на основании данных Всемирного Банка[2]

На фоне приведенных стран, Россия выделяется с наиболее высокими значениями уровня инфляции. Самый высокий уровень инфляции в 2014 г. – 9,0%. На протяжении следующих лет, уровень инфляции достаточно высокий, в среднем за 7 лет – 5,7%. С 2015 г. ЦБ России перешел к режиму таргетирования инфляции (согласно данному режиму – для экономического развития и стабильного роста страны уровень инфляции должен быть снижен до 4%). Данный подход позволил в 2017 г. уровень инфляции сократить до 4,2%, затем в 2018 г. до 2,9%. Важно отметить, стабильность и динамика уровня инфляции России находится в значительной зависимости: от мировых цен на сырьевые ресурсы; от международных расчетов при экспортно-импортных операциях; от курса доллара США.

Уровень инфляции в разрезе стран-участников группы «Большая семерка» в динамике нестабильный. Например: в США уровень инфляция в среднем за рассматриваемый период составил 1,7%, наиболее высокий уровень инфляции отмечен в 2018 г. – 2,4 %, наименьший в 2015 г. – 1,1%. Япония, Канада и Италия на фоне представленных стран за анализируемый период выделяются отрицательным уровнем инфляции – дефляцией. В 2013 г. и 2016 г. в Японии наблюдается дефляция 0,3%. Достичь небольшого уровня инфляции получалось ценой колоссальной кредитной накачки. «В последние годы премьер-министр Японии Синдзо Абэ обозначил цель – достижение целевого показателя по инфляции в 2%»[1]. В 2014 г. инфляция составила 1,7%. В 2016 г. вновь наблюдается дефляция с показателем 0,1%. В 2018г. уровень инфляции был равен 1,0%, к 2019 г. показатель снизился до 0,5%. Поставленная цель и различные программы, направленные на стимуляцию экономики Японии, в том числе поддержание уровня инфляции дают весьма нестабильные показатели.

Приведем краткие характеристики изменения уровня инфляции:

1. По данным ЦРУ [4], в Германии с 2013 – 2015 гг. наблюдается достаточно стабильный уровень инфляции со средним показателем 1,9%. В 2016 г. произошло резкое снижение уровня инфляция на 1,6%, в 2017 – 2019 гг. произошло увеличение в среднем до 1,56%.

2. Наименьший уровень инфляции в 2016 г. во Франции составил 0,3%, наиболее высокий в 2018 г. – 1,9%. Средний уровень инфляции за анализируемый период во Франции равен 1,07%.

3. В Великобритании с 2014 по 2015 гг. наблюдается снижение уровня инфляции на 1 процентный пункт. Наименьший уровень инфляции в 2015 г. составил 0,6%, наиболее высокий в 2017 г. – 2,6%. Средний уровень инфляции за анализируемый период составил 1,6%.

4. В Италии в 2014–2015 гг. наблюдается снижение уровня инфляции, что обусловлено с большой долей теневого сектора в стране. В 2016 г. наблюдается дефляция со значением 0,1%, затем идет резкое повышение уровня инфляции до 1,4%. Снизившись почти вдвое в 2019 г. уровень инфляции равен 0,6%.

5. Достаточно стабильный уровень инфляции в Канаде, с показателем в среднем 1,6 %, Есть тенденции к дефляции в 2015 г. – 0,8%. С 2016 по 2018 гг. уровень инфляции увеличился до 2,3%.

Для полного анализа положительного или отрицательного влияния уровня инфляции и его динамики на экономическое развитие стран мира, важно сопоставить его с экономическим ростом в стране. При этом, экономический рост по отношению к динамике цен может быть двух типов: первый – рост, когда положительная динамика цен тормозит его темп; второй – рост, сопровождаемый повышением динамики цен. Для любой страны мира существует уровень инфляции, который отвечает наибольшему из возможных темпов роста экономики. Соответственно, чтобы обеспечить наибольший возможный темп роста экономики страны, необходимо рассчитывать соответствующий ему уровень инфляции. А затем необходимо формировать режим инфляционной политики, рассматривая его как неотъемлемую часть политики роста, а не самостоятельное условие для организации экономического роста в стране.

Подведем итог, Россия среди приведенных стран выделяется наиболее высокими значениями уровня инфляции и средним уровнем за последние годы. Средний уровень инфляции стран-участников группы «Большая семерка» за анализируемый период в пределах 1,25%, динамика уровня нестабильная. Наиболее низкие показатели уровня инфляции в Японии и Италии.

Литература

1. Анализ уровня инфляции и его динамики в странах Евразийского Экономического союза, Украины и странах «Большой семерки» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29311110>

2. Всемирный банк [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.vsemirnyjbank.org/>

3. Инфляционные и дефляционные тренды мировой экономики, или распространение «японской болезни» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22443299>

4. Кяжин, М.С. Опыт антиинфляционного регулирования за рубежом / М.С. Кяжин // Научный альманах. Экономические науки. – 2016. №3-1(17). – С. 191 – 196.

УДК 338.45

Василенко Наталья Валерьевна

д.э.н., профессор

Аль Саади Тахсин Абдулькарим Олейн

аспирант

Экономический факультет

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»

Санкт-Петербург, Россия

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИРАКА В КОНЦЕ XX ВЕКА – НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

Нефть была известна на территории современного Ирака с древних времен, когда ее применяли в процессе для постройки и окраски своих лодок, а также проведения для культовых обрядов, в частности с использованием «вечного огня» в Киркуке. Вавилоняне и ассирийцы, обнаружившие сырую нефть в твердых породах по обеим сторонам Евфрата, применяли ее для нужд строительства, водного транспорта, освещения и приготовления пищи. Добыча и экспорт нефти и в современный период играет в экономике Ирака существенную роль. Вместе с тем на развитие нефтяной промышленности Ирака в последние десятилетия оказывают воздействие различные, в том числе негативные факторы. Систематизации этих факторов и посвящена данная статья.

Основополагающим фактором развития любого сектора добывающей промышленности является состояние ее минерально-сырьевой базы, формируемой ресурсами и запасами, оцененными с разной степенью достоверности. Современный Ирак богат своими углеводородными ресурсами. Доказанные запасы нефти в Ираке, распределенные по 84 полям, в настоящее время составляют порядка 115 млрд баррелей [1], уступая, по оценке Организацией стран-экспортеров нефти (ОПЭК), лишь Саудовской Аравии. С точки зрения добычи, иракские месторождения характеризуются высоким качеством и неглубоким залеганием нефти, что обеспечивает высокой доход нефтедобывающих компаний [9]. Прогнозные запасы оцениваются до 200 млрд баррелей [4].

При этом следует отметить неравномерность запасов нефти северной, центральной и южной части страны. Запасы северных районов и провинции Курдистан составляют 45 млрд баррелей, занимают шестое место в мире по величине. Здесь среди крупных месторождений можно назвать Киркук. На юге в

районе провинции Басра суммарные запасы составляют около 65 млрд баррелей, а к числу крупнейших месторождений относятся Южная и Северная Румайла, включая Западную Курну (общие извлекаемые запасы — 20 млрд), Мажнун (12,6 млрд баррелей), Зубайр (6 млрд баррелей) [4].

Сильное государственное регулирование нефтяной промышленности Ирака, представляющее собой внутривластный фактор ее развития, обусловлено тем обстоятельством, нефтяные доходы составляют примерно 85-90% доходов государства. По данным Всемирного банка, в 2019 году состояние экономики Ирака улучшилось благодаря росту добычи нефти, и к концу года ВВП вырос на 4,6%. Ожидалось, что в 2020 году федеральный бюджет Ирака получит \$79 млрд нефтяных доходов, исходя из прогнозируемого экспорта в 3,88 млн баррелей в день по цене \$56 за баррель [5], но при снижении цены до \$28 за баррель это составит вдвое меньше.

Помимо удовлетворения внутреннего спроса, Иракская нефтяная промышленность, ориентированная на экспорт, зависит от конъюнктуры мирового нефтяного рынка, образующего внешнеэкономический фактор развития. По данным ОПЕК, на 2016 год Ирак являлся 11-м крупнейшим в мире экспортёром нефти и занимал четвертое место в списке стран по добыче нефти, уступая Саудовской Аравии, России и США. В последние десятилетия нефтяной экспорт из Ирака шел через два порта: Мина эль-Бакр в Ираке и турецкий средиземноморский порт Джейхан. Кроме того, часть нефтяного экспорта проходила через Иорданию, куда из Ирака в цистернах поступали 4 млн тонн сырой нефти и 1 млн тонн нефтепродуктов в год [6].

Важнейшим фактором, оказывающим влияние на развитие нефтяной промышленности Ирака, является внешнеполитический. Его содержание составляют, во-первых, участие Ирака в различных международных альянсах, прежде всего в ОПЭК, во-вторых, война в Персидском заливе в 1991 г., война 2003-2011 гг., террористические операции последних лет. Первая составляющая позиционирует Ирак как участника олигополистического регулирования международного нефтяного рынка. Вторая оказывает негативное воздействие на нефтяную промышленность, а также на ее инфраструктуру, прежде всего на транспортные и энергетические элементы инфраструктуры. По некоторым оценкам, убытки в результате первой войны составили \$100 млрд.

Следует отметить, что указанные негативные политические события вызвали колебания в объемах добычи сырой нефти, что отразилось на объемах ее экспорта, в том числе за счет разрушения танкерного флота [3], задержкой в выполнении инвестиционных программ, в частности в области использования попутного газа. Большая часть производственных мощностей в нефтяном и электроэнергетическом секторах после 2003 г. потребовала восстановления, предполагавшего удовлетворение прежде всего части внутреннего спроса на нефтепродукты и электроэнергию, в то время как остальная его часть была покрыта за счет импорта из соседних стран.

Особое внимание в рамках рассматриваемой темы следует уделить участию иностранных компаний в добыче иракской нефти. До 1972 года, когда иракская нефть была национализирована, иностранные нефтяные компании владели тремя четвертями государственной Иракской национальной нефтяной компании, созданной специальным законом еще в 1964 г. В 80-х и 90-х гг. XX в. усилилась конкуренция между Францией, Россией, Японией и Китаем за заключение нефтяных сделок в Ираке, однако международные санкции, введенные в отношении Ирака в период с 1990 по 2003 год, не позволили заключить эти соглашения.

Когда санкции начали терять международную поддержку, российская компания «Лукойл», французская компания «Total», «Китайская национальная нефтегазовая корпорация» (China National Petroleum Corporation, CNPC) и некоторые другие подписали нефтяные соглашения с правительством Ирака. «Лукойл» получил соглашение на разведку и добычу в Западной Курне и «Total» — на месторождении Меджнун, «CNPC» — в Румайле недалеко от кувейтской границы. Позднее операторами месторождения Меджнун стали британо-нидерландская «Royal Dutch Shell» и малайзийская «Petronas Nasional Berhad», а Румайлы — британская «British Petroleum» и китайская «CNPC», получившие право разработки на 20 лет на аукционе в 2009 году.

В последние годы «Иракская национальная нефтяная компания» [2] сотрудничает с другими независимыми местными нефтяными компаниями, включая: «North Oil Company» (NOC), «South Oil Company» (SOC), имеющими право на разработку месторождений, «State Organization for Oil Marketing» (SOMO) [7], занимающейся торговлей нефтью и обеспечивающей связи с Организацией стран-экспортеров нефти, «Нефтяной танкерной компанией» (IOTC) [3], «Oil Exploration Company» (OEC), отвечающей за геологоразведочные и геофизические работы, «State company for oil projects» (SCOP), осуществляющей развитие проектов по добыче нефти [8] и др.

Кроме экономических и политических факторов следует назвать еще социальный фактор развития нефтяной промышленности Ирака. Численность населения Ирака в 2020 г. составляет около 42 528 тыс. чел. со средней ожидаемой продолжительностью жизни при рождении 70,6 лет и уровнем грамотности среди мужского и женского взрослого населения 85,66% и 73,73% соответственно (<https://countrymeters.info/>). В результате войн и политической нестабильности Ирак классифицируется как одна из стран с самым низким уровнем в регионе Ближнего Востока и Северной Африки. По оценкам Всемирного банка, общая безработица в Ираке составляет около 11%, а 22% иракского населения живет в бедности. Треть иракской молодежи не имеет работы.

Таким образом, важнейшими факторам развития нефтяной промышленности Ирака следует считать наличие существенной минерально-сырьевой базы, сильное государственное регулирование, внешнеполитическую нестабильность, зависимость от мировой рыночной конъюнктуры, существенное участие иностранных компаний в разработке нефтяных месторождений, а также низкий уровень жизни населения. Все это свидетельствует о необходимости формирования и дальнейшего совершенствования государственной политики, направленной на усиление национальных позиций в нефтяной промышленности с целью повышения уровня и качества жизни населения Ирака.

Литература

1. Ахмед А.Н.С. Война в Ираке: основные причины и предпосылки // Ученые записки УО ВГУ им. П.М. Машерова. 2010. Т. 9. С. 118-124.
2. Ирак воссоздает национальную нефтяную компанию // Oil-Эксперт: URL: <https://www.oilexp.ru/news/world/irak-vossozdaet-nacionalnuyu-neftyanyuyu-kompaniyu/144778/> (Дата обращения: 15.01.2020).
3. Ирак намерен создать большой танкерный флот для экспорта нефти // ТАСС. URL: <https://tass.ru/transport/4032407> (Дата обращения: 15.01.2020).
4. Касаев Э.О. Нефтегазовая отрасль Ирака: текущее состояние и законодательные перспективы // Нефть, Газ и Право. 2010. №5. URL: https://www.lawtek.ru/analytics/645/neftegazovaya_otrasl_iraka_tekushcheye_sostoya (Дата обращения: 15.01.2020).
5. Куда в Ираке деваются нефтяные деньги // Вестник Кавказа. 5 ноября 2019. URL: <https://vestikavkaza.ru/analytics/Kuda-v-Irake-devayutsya-neftyanye-dengi.html> (Дата обращения: 15.01.2020).
6. ОПЕК: Ирак — вторые по нефти... URL: <https://neftegaz.ru/news/neftechim/314274-oppek-irak-vtorye-po-nefti/> (Дата обращения: 15.01.2020).
7. Пашкова Е.В., Аль-Халиди Хайдер Ибрагим Хассун Роль нефтяной отрасли в экономическом и политическом развитии Ирака // Вестник РУДН. Серия Международные отношения. 2014. № 3. С. 110-114.
8. Хаидер Салех Ази. Анализ состояния нефтегазового комплекса Ирака // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2014. № 3. С. 167-169.
9. Шамсутдинова Н.Р. Регулирование налогообложения нефтегазовой отрасли в республике Ирак // Современные исследования. 2016. № 12 (16). URL: <http://www.nauka.org.ru/wp-content/uploads/2018/12/%D0%A8%D0%B0%D0%BC%D1%81%D1%83%D1%82%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf> (Дата обращения: 15.01.2020).

УДК 339.562

Котунов М.А.

магистрант

Рыбников Андрей Михайлович

к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

МИРОВОЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Мировой опыт свидетельствует о различных способах государственной политики преодоления зависимости от импорта. Это и реализация протекционистской политики сдерживания импортных потоков, и либерализация хозяйственного устройства и социально-экономических отношений на внутреннем рынке. Каждый из них имеет свои преимущества и недостатки.

Стоит отметить, что влияние импорта на состояние экономики рассматривалось еще во времена Древнего Востока и античного мира, когда формировались законы торговли и утверждались основы товарно-денежных отношений. В трудах Платона «Государство», Аристотеля «Политика», Ксенофонта «Домострой» и других тогдашних мыслителей утверждалось, что государство не способно обеспечить все потребности своего населения в необходимых товарах и, соответственно, часть из них необходимо завозить из соседних государств или дальнего зарубежья. При этом происходил отбор импортных товаров (в соответствии с невозможностью их замены, внутренней стоимостью, а также по общественно-религиозным признакам), после чего они могли попадать на территорию государства и там продаваться.

В последующих исторических периодах изучения процессов насыщения внутреннего рынка импортными товарами предусматривался учет большего количества факторов. Так, в период средневековья во внешнеторговые отношения между государствами закладывались процедуры определения оптимальной цены, накопления торговой надбавки и прибыли, обмена общественных благ. В трактате Фомы Аквинского «Сумма теологии» определялась важность справедливого, по отношению к обществу и ради общей пользы, движения импортных товаров на территории государства. Это приводило к формированию среды, в которой импортные потоки товаров обусловлены привлекательностью (чаще военного, чем экономического характера) для государства, его общества и соответствующего обмена товаров, а также рядом других признаков.

Развитие меркантилистской модели государства утвердило все известные на сегодня и часто используемые протекционистские методы защиты внутреннего рынка от экспансии импорта. Представители этой школы (Т. Мен, А. Монкретьен, А. Смит, Д. Рикардо и другие) рассматривали государственную политику импортозамещения как важное направление государственной политики, в рамках которой государство стимулирует импорт дешевого сырья, усиливает тарификацию готовой импортной продукции, стимулирует экспорт товаров национальных производителей для обеспечения положительного торгового баланса. Так, А. Смит в теории «невидимой руки» закладывал фактор импортной зависимости и прогнозировал тенденции опережения темпов прироста потребности общества по сравнению с экономическим ростом страны. Заметим, что А. Смит заложил концептуальное содержание государственной политики импортозамещения, необходимость которой обусловлена деструктивными преобразованиями в экономической системе государства, имеющими длительное время негативные последствия и создающими угрозы национальной безопасности. Ее главным ориентиром было обеспечение защиты от любого проникновения на внутренний рынок импортных товаров, которые могли повлиять на уменьшение объемов внутреннего производства.

Интенсивное развитие внешнеторговых отношений, усиленное индустриализацией промышленного производства в XIX-XX вв., обусловило актуальность государственной политики импортозамещения в тех странах, которые не способны были использовать сырьевые ресурсы и экспортировали их, а взамен импортировали готовую продукцию. Именно в индустриальную эпоху активно применялись средства протекционизма странами Латинской Америки (Бразилией, Аргентиной, Мексикой, Чили), Азии (Китаем, Индией, Японией, Турцией, Индонезией, Южной Кореей, Малайзией, Тайванем, Таиландом, Камбоджей) и частично Африки (Египтом, Марокко, Нигерией, Тунисом). Впрочем, со временем во многих из этих стран (Китае, Бразилии, Чили, Индии, Японии, Турции и другие) политика протекционизма была заменена на либеральный формат.

На отдельных исторических этапах развития мировой экономики при реализации государственной политики импортозамещения многие страны использовали различные инструменты, перечень которых менялся в зависимости от приоритетности, технологического уровня развития, инвестиционной привлекательности национального хозяйства и тому подобное (Табл. 1).

Таблица 1 – Приоритеты, инструменты и результаты государственной политики импортозамещения в странах мира

Страны	Инструменты	Отрасли	Результаты
Обновление внутри торгового потенциала отраслей с низким темпом роста			
Китай, Бразилия, Аргентина, Чили, Мексика, Колумбия, Боливия, Перу, Белорусь, Казахстан, Киргизия	Протекционизм всех сфер экономики, долгосрочное бюджетное инвестирование инфраструктурного и образовательного развития, монополизация рынков и ресурсов	Легкая и пищевая промышленность, секторы общего и точного машиностроения	<u>Положительные:</u> рост ВВП, увеличение объемов промышленного производства, налаживание экспорта продукции машиностроения. <u>Угрозы экономической безопасности:</u> девальвация, рост инфляции, ухудшение внешне экономического баланса
Поддержка ключевых отраслей экономики			
Индия, Россия, Монголия, Пакистан, Турция и некоторые страны Африки	Протекционизм в ключевых отраслях экономики, выборочное предоставление бюджетно-налоговых льгот, государственная поддержка малого бизнеса, улучшение стандартов потребления	Тяжелое машиностроение, химическая и нефтехимическая промышленность, отрасли промышленного производства потребительских товаров	<u>Положительные:</u> рост ВВП, развитие внутреннего рынка, модернизация промышленного сектора, рост деловой активности. <u>Угрозы экономической безопасности:</u> рост себестоимости, снижение финансовой результативности предприятий, ослабление экспортного потенциала
Стимулирование развития высокотехнологичных отраслей экономики			
Япония, Сингапур, Гонконг, Южная Корея, Индонезия, Малайзия, Таиланд, Филиппины, Камбоджа	Интенсивная модернизация высокотехнологичных секторов промышленности, инвестирование и внедрение новых технологий, развитие стандартизации и сертификации продукции, проведение НИОКР, развитие рыночной инфраструктуры	Электротехническая промышленность, программное обеспечение, информационные услуги, химическая и химико-фармацевтическая промышленность, транспортное машиностроение	<u>Положительные:</u> рост экономики, ее диверсификация, увеличение доли в ВВП продукции отраслей высокотехнологичного производства. <u>Угрозы экон безопасности:</u> увеличение импорта потребительских товаров, увеличение зависимости от импорта технологий.

УДК 339

Побирченко Виктория Викторовна

к.геогр.н., доцент

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,**Республика Крым, Россия*

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕХОДА К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

Стремительные изменения, происходящие в современном обществе и, соответственно, его экономической организации, вызывают необходимость их теоретического осмысления, появления различных концепций, характеризующих особенности нынешнего этапа развития общества. В результате появились концепции «постиндустриальной экономики», «информационной экономики», «сетевой экономики», «экономики знаний» и многие другие. Несмотря на различия в названиях и методологических подходах к пониманию современных процессов, все эти теории и концепции пытаются объяснить новые общественные изменения влиянием научно-технического прогресса (НТП). Прогресс технологий закономерно привел к росту уровня профессионально квалификационных требований к человеческим ресурсам, технологий и материалов, методов управления производством, к качеству инфраструктуры, природопользования. Комплексные изменения происходят и в структуре современной мировой экономики, они сопровождаются зарождением новых отраслей и рынков, обострением конкуренции и появлением новых форм конкурентной борьбы. Вместе с процессом глобализации это приводит к формированию глобальной экономики, основанной на качественно новых технологиях, видах коммуникации и средствах взаимодействия. В основе всех этих процессов важная роль отводится знаниям.

Однако, сама по себе концепция экономики знаний остается недостаточно разработанной и теоретически и методологически, что, кроме всего прочего, подтверждается и использованием различных дефиниций («knowledge economy», «knowledge-based economy», «knowledge-driven economy», «экономика, основанная на знаниях», «экономика, ориентированная на знания», «знания-емкая (наукоемкая) экономика», «новая экономика» и др.). По нашему мнению, наиболее емкой и общей категорией, охватывающей все процессы и учитывающей все тонкости терминологии, является «экономика знаний». В широком смысле под экономикой знаний понимается такой тип экономической организации общества, при котором ключевым ресурсом выступают знания и это трансформирует всю структуру экономики, качество других ресурсов, характер и технологии производства, всю систему производственных отношений, объемы и характеристики производимых результатов. В узком смысле под экономикой знаний понимается сфера экономической деятельности, непосредственно занятая производством и распространением знаний.

Становление экономики знаний происходит в результате различных, асинхронных, но взаимосвязанных процессов экономических и общественных изменений, технологического прогресса, преобразования социально-экономических отношений, ценностей и парадигм мышления, социальных и политических институтов, культуры и духовности. Формирование соответствующей среды развития экономики знаний во многом определяется наличием государственной поддержки, развитой инфраструктуры, рынка труда, институтов и инвестиционных возможностей.

Концепция экономики знаний базируется на следующих ключевых положениях:

- знания становятся ключевым ресурсом создания благ, формирования стоимости, ценности и дохода;
- знания представляют динамический фактор экономического развития;
- результаты экономической деятельности все больше зависят от эффективности получения и использования знаний.

При этом нужно принципиально различать знания и информацию (как совокупность разнородных сведений, доступных человеческому восприятию). Формы проявления знаний и информации могут быть чрезвычайно разнообразными в зависимости от степени интеллектуальной обработки, сферы использования и т.п. Знания могут быть представлены в форме: научных законов, теорий, концепций, практик, навыков, компетенций, методологий, патентов, управленческих решений, технологических достижений, ноу-хау и т.п. В экономике знания могут выступать как: ресурс или фактор производства; актив или капитал; результат, продукт, товар; собственность.

Базовым компонентом генерирования, накопления и развития знаний, встроенным в экономику, выступает наука. В современных условиях наука формирует мощный сектор, в котором сосредоточен большой объем материально-технических, человеческих и финансовых ресурсов. Функционирование и развитие науки на современном этапе, с одной стороны, выступает необходимым и важным фактором социально-экономического прогресса, а с другой - требует постоянного совершенствования форм организации и механизмов обеспечения. Важнейшим условием развития науки, как показывает мировой опыт, является рациональная государственная поддержка, особенно фундаментальных исследований.

Обоснованность государственного регулирования науки предполагает определение приоритетов научной политики и форсирование научного прогресса.

Следующим компонентом экономики знаний является образование. Для привлечения в экономическую деятельность человеческие ресурсы требуют более интенсивной и качественной подготовки. Возможно даже в большей степени, чем наука, образование стало фактором формирования современного государства, общества и экономики, предпосылкой управления социально-экономическим развитием. Функции образования (познавательная, воспитательная, культурная, социальная, экономическая, гуманистическая и др.) касаются не только подготовки кадров, но и развития общества в целом, подготовки осознанных, свободных и ответственных граждан.

Новыми тенденциями [1] в образовании являются:

- 1) доминирование концепций: пожизненного образования, образования без отрыва от производства, индивидуализации образования, практика-ориентированности, наставничества;
- 2) тенденции к обязательности высшего образования;
- 3) акцент на получение и преобразование новых знаний, нетрадиционность, диверсификацию;
- 4) доступность и глобальность образования, вследствие применения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и развития on-line образования;
- 5) расширение самостоятельности, автономии образовательных учреждений;
- 6) усиление роли образования в инновационных процессах и развитии предпринимательского сектора, связь с научными исследованиями.

В последнее десятилетие функции науки и образования все больше сближаются и переплетаются, что наглядно прослеживается в процессе развития нового вида современных университетов. В современной экономике возрастает роль университетов в сфере генерации, концентрации, преобразовании знаний. Расширяется предпринимательская активность университетов.

Решающей силой в процессе абсорбции, трансфера и использования знаний в экономике выступает бизнес. Роль крупного, среднего и малого бизнеса в развитии научной и образовательной деятельности различается, но вместе все виды бизнеса взаимодополняют друг друга в инновационных процессах, обеспечивая гармоничное развитие всех форм хозяйствования.

Ключевым компонентом в экономике знаний выступают технологии. Увеличивающаяся значимость технологий, оформившихся в современном представлении в результате естественно-научной революции, стимулировалась развитием науки, предпринимательства, ростом, увеличением и усложнением потребностей, обострением дефицита природных ресурсов. Технологический аспект в экономике в начале XIX века приобрел определяющее значение. Основными тенденциями развития современных технологий являются:

- сращивание ИКТ, «интеллектуализация» технологий;
- повышение наукоемкости технологий при их разработке и использовании;
- технологизация сферы услуг;
- углубление технологического развития труда, в том числе на международном уровне.

Информационно-коммуникационные технологии рассматривают в качестве самостоятельного компонента в экономике знаний, поскольку им принадлежит ключевая роль в преобразовании всего экономического пространства на основе обеспечения и объединения в едином информационном поле всех процессов, связанных со знаниями.

С появлением современных ИКТ стала возможной тотальная информатизация экономики и других сфер общественной жизни. Наибольшую роль в информатизации играет Интернет, который сформировал новую коммуникационную среду, новый тип массовой коммуникации. Интернет, изменив коммуникации между людьми, создал новый способ взаимодействия, партнерства, информационного обмена. Также это изменило механизмы рынка, управления, модели организации, послужило источником новых конкурентных преимуществ. Рынки могут быть приближены к модели совершенной информации относительно цен, потребителей, конкурентов, производственных возможностей [2].

Необходимо учитывать также роль ИКТ в преобразовании производства (дальнейшая автоматизация, роботизация, системы управления производственными процессами). В этом случае, ИКТ выступают в единстве с «физическими» производственными технологиями и позволяют сокращать транзакционные, информационные и организационные расходы. ИКТ так же интегрируются с другими технологиями, например, производственными или медицинскими, обеспечивая получение и интенсивное использование знаний (например, Smart Manufacturing).

Наличие только одних компонентов не является достаточным условием для становления экономики знаний, необходима соответствующая среда. Такая среда формируется взаимосвязанной совокупностью институтов и элементов, образующих инновационную систему, в которой созданы условия для синергетического взаимодействия всех компонентов. Инновационные системы охватывают все стадии: от производства до конечного использования знаний.

Инновационные системы обеспечивают, прежде всего, превращение знаний в инновации [3]. Знание рассматривается как основной исходный ресурс, который получает инновационная система. В то же время системы начинают детерминировать получение новых знаний в науке. Также инновационные

системы, трансформируя существующие знания, создают новые знания (например, знания о потребностях, рынках, инженерные знания и др.),

Проявлением особенностей экономики знаний на уровне мирового хозяйства выступают:

- трансформация глобальных цепочек создания стоимости, усиление зависимости национальных замкнутых циклов от создания знаний (науки) к производству и потреблению конечной продукции;
- изменение структуры международной торговли, увеличение доли наукоемкой продукции и услуг, информации и знаний, включая технологии;
- усложнение международных экономических отношений, появление новых форм, изменение существующих механизмов их реализации;
- появление на международном уровне специальной инфраструктуры, обеспечивающей процессы получения, распространения и использования знаний;
- развитие инновационной, аналитической и научно-исследовательской деятельности международного бизнеса, появление его новых типов, связанных с получением, распространением и использованием знаний;
- рост иностранных инвестиций в сферу знаний, ускорение международного движения инвестиций, связанных с наукой, образованием, высокими технологиями, интеллектуальной собственностью;
- создание специальных институтов в сфере знаний на международном уровне;
- развитие мирового рынка СМИ, появление новых механизмов взаимодействия, в том числе на основе использования информационно-коммуникационных технологий, усиление интеграции национальных рынков;
- появление новой среды и новых форм миграции высококвалифицированных кадров и их виртуального привлечения.

В процессе становления экономики знаний происходят изменения в отдельных формах международных экономических отношений. На современном этапе активно развивается новое направление - международное информационное сотрудничество, в рамках которого создается глобальная инфраструктура сбора, обработки и обмена данных.

Литература

1. Nikitina M.G., Pobirichenko V.V., Shutaieva E.A., Barsegyan A.G., Dyatel V.N., Abibullaev M.S. Formation of the practice oriented educational paradigm on the basis of the competence approach // Opción, Año 35, Especial No.20 (2019): 2337-2365. URL: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/27588/28266>
2. Polyakov M., Khanin I., Bormatenko N. Paradigmatic model of innovative development and its application for solving the problems of information economy and society // Review of Strategic and International Studies. 2014. Vol. VI., No2. P. 98-104.
3. Urgal B., Quintas M.A., Arevalo-Tome R. Knowledge Resources and Innovation Performance: the Mediation of Innovation Capability Moderated by Management Commitment // Technology Analysis & Strategic Management. 2013. Vol. 25, No5. P. 543-565.

УДК 339.9

Фальченко Оксана Дмитриевна

к.э.н., доцент,

доцент кафедры мировой экономики
и внешнеэкономической деятельности

ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет"

Екатеринбург, Россия

К ВОПРОСУ О НАЛИЧИИ ПРЕПЯТСТВИЙ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ СТРАН ЕАЭС

Проблематика данной статьи заключается в том, что в условиях формирования единого рынка стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС) возникает необходимость в устранении существующих на внутреннем рынке ЕАЭС препятствий. Хейфец Б.А. (2019) выделяет два направления в деятельности ЕАЭС по устранению препятствий - это преодоление внешних и внутренних вызовов развития евразийского интеграционного проекта [7].

Согласно официальным документам Евразийской экономической комиссии (ЕЭК), все препятствия на рынке ЕАЭС классифицируются на три группы – барьеры, ограничения и изъятия (рисунок 1) [1]. Ковалев В.Е. (2019) разделяет данные категории по характеру на дискриминационные ("барьеры") и недискриминационные, но препятствующие более глубокой интеграции ("ограничения" и "изъятия") [5].



Источник: составлено автором по [7; 5; 1; 2].

Рисунок 1 – Классификация препятствий на внутреннем рынке ЕАЭС

В таблице 1 представлена динамика изменения препятствий на рынке ЕАЭС за 2017-2019 гг. Следует отметить, что реестр препятствий, формируемый ЕЭК, является "подвижным" и постоянно трансформируется (в основном, за счет барьеров). По данным ЕЭК, на 30.03.2020 г. на внутреннем рынке ЕАЭС существует 66 препятствий, а список устраненных препятствий составляет 57 позиций.

Таблица 1 – Динамика изменения препятствий на рынке ЕАЭС за период 2017-2019 гг.

Препятствия	2017		2018		2019		2019		2020	
	(данные на 03.03.2017)		(данные на 01.01.2018)		(данные на 01.01.2019)		(данные на 01.07.2019)		(данные на 30.03.2020)	
	Шт.	% от общего числа	Шт.	% от общего числа	Шт.	% от общего числа	Шт.	% от общего числа	Шт.	% от общего числа
Общее количество препятствий, в т.ч.:	60	100%	65	100%	71	100%	70	100%	66	100%
Барьеры	9	15%	11	17%	16	23%	18	26%	15	23%
Ограничения	34	57%	37	57%	38	53%	38	54%	37	56%
Изыятия	17	28 %	17	26%	17	24%	14	20%	14	21%

Источник: составлено и рассчитано по [1; 2; 3; 6; 4].

Так, на начало 2020 г. сложилась следующая картина по наличию препятствий на внутреннем рынке ЕАЭС по странам-участницам: Россия - 49, Казахстан - 48, Беларусь - 47, Армения - 46, Киргизия - 44 [4].

По статистике ЕЭК, на начало 2020 года препятствия на внутреннем рынке ЕАЭС охватывали все основные сферы регулирования (таблица 2). Наибольшее количество препятствий на внутреннем рынке ЕАЭС затронуло такие сферы, как техническое регулирование (15 препятствий), энергетическая политика (13 препятствий), налоговая политика (6 препятствий) и транспортная политика (6 препятствий). Наибольшее количество барьеров остается в сферах технического регулирования и налоговой политики. Основной причиной барьеров в данных сферах является наличие расхождений в нормативно-правовых актах стран-членов ЕАЭС и сложность приведения данных документов в унифицированный формат на уровне Союза.

Таблица 2 – Структура распределения препятствий по сферам регулирования (на 30.03.2020)

Сферы регулирования	Общее число препятствий	Ограничения	Барьеры	Изыятия
Агропромышленная политика	2	2	0	0
Внутренний рынок	1	1	0	0
Государственные закупки	4	2	2	0
Конкурентная политика	2	0	2	0
Налоговая политика	6	2	3	1
Нетарифное регулирование	1	0	0	1
Промышленная политика	1	0	0	1
Санитарные, ветеринарно-санитарные и карантинные фитосанитарные меры	3	2	1	0
Таможенное регулирование	2	1	1	0
Техническое регулирование	15	7	5	3
Торговля услугами	2	0	1	1
Транспортная политика	6	4	0	2
Трудовая миграция	3	2	0	1
Финансовые рынки	3	3	0	0
Энергетическая политика	13	11	0	2

Источник: составлено по [4].

К примеру, в рамках налоговой политики на начало 2020 года в реестр препятствий входило 3 барьера, 2 ограничения и 1 изъятие [4]. В качестве барьеров отмечены следующие: взимание государственной пошлины при экспорте лома и отходов черных и цветных металлов из Республики Армения (барьер действует в Армении); установление механизма «минимального уровня контрольных цен» на товары, ввозимые на территорию Кыргызской Республики, в том числе с территории государств-членов (барьер действует в Киргизии); применение Республикой Казахстан рентного налога при вывозе угля с ее территории на территории других государств-членов (барьер действует в Казахстане). Единственное изъятие в сфере налоговой политики, которое действует в РФ, касается отсутствия возможности помещения под таможенную процедуру свободной таможенной зоны товаров Союза, находящихся на территориях Калининградской и Магаданской свободных (специальных, особых) экономических зон Российской Федерации или ввозимых на территории таких СЭЗ. К ограничениям в сфере налоговой политики, которые действуют для всех стран-членов ЕАЭС относятся сложность для субъектов предпринимательской деятельности исполнения требований, предусмотренных механизмом контроля за уплатой косвенных налогов при экспорте и импорте товаров в рамках взаимной торговли, а также отсутствие гармонизации ставок акцизов по наиболее чувствительным подакцизным товарам.

Таким образом, на внутреннем рынке ЕАЭС сложилась система препятствий, сдерживающих эффективное развитие единого евразийского интеграционного пространства. Работа по устранению барьеров, изъятий и ограничений на межгосударственном уровне ведется. Однако реестр препятствий постоянно трансформируется в виду появления новых и ликвидации выявленных препятствий.

Литература

1. "Белая книга": Барьеры, изъятия и ограничения евразийского экономического союза // доклад Евразийской экономической комиссии. М., 2017. – URL: <https://barriers.eaeunion.org/ru-ru/Pages/documents.aspx> (дата обращения: 30.03.2020).
2. Евразийская экономическая интеграция: Цифры и факты 2019 год. – URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/3071-%D0%95%D0%AD%D0%9A%20%D0%91%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%8E%D1%80%D0%B0%20%D0%A6%D0%98%D0%A4_17.pdf (дата обращения: 30.03.2020).
3. Евразийский Экономический Союз (ЕАЭС) // Портал внешнеэкономической информации. – URL: http://www.ved.gov.ru/mdb/international_org/regional_org/eaeunion/ (дата обращения: 30.03.2020).
4. Карта реестра препятствий. Функционирование внутренних рынков // Портал общих информационных ресурсов и открытых данных. – URL: <https://barriers.eaeunion.org/ru-ru/Pages/obstacles.aspx> (дата обращения: 30.03.2020).
5. Ковалев В.Е. Экономико-правовые изъятия и их влияние на развитие национальных рынков Евразийского экономического союза // Экономический рост республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: мат-лы XII Международной научно-практической конференции, Белорусский государственный экономический университет, Минск, 16 мая 2019 г. – с.22-23. – eLIBRARY ID: 41436583.
6. Ликвидация барьеров, ограничений и изъятий во взаимной торговле в ЕАЭС // Министерство экономики Республики Беларусь. – URL: https://www.economy.gov.by/ru/likv_izjatij-ru/ (дата обращения: 30.03.2020).
7. Хейфец Б.А. Как модернизировать Евразийский экономический союз: Научный доклад. М.: Институт экономики РАН, 2019. – 45 с. – URL: https://inecon.org/docs/2019/Kheifets_paper_2019.pdf (дата обращения: 30.03.2020).

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Андрейчук Никита Сергеевич

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Инновационная модель развития Российской Федерации должна учитывать основные факторы инновационного развития, к которым относятся институциональный фактор, интеллектуальный капитал, фактор устойчивости развития и инновационная инфраструктура. Данные факторы действуют в различных секторах экономики, финансовой системы и общества в целом.

Компоненты инновационной модели можно разделить на внутренние и внешние по отношению к инновации как к готовой технологии, внедрение которой дает возможность получить инновационный продукт. Внутренние компоненты – это учреждения и организации, в которых может быть сформулирована новая идея, разработана технология и осуществлена коммерциализация инновации (продажа, регистрация, плановая передача к внедрению). Внутренние компоненты, как правило, к экономике не относятся, даже если инновация была создана сначала как новое знание, а потом как опытный образец в производственной лаборатории. Внешние компоненты – это сферы внедрения новой технологии, производство продукта и его реализация. Основными внешними компонентами являются: промышленность – как главный потребитель и реализатор инноваций; сельское хозяйство – как потенциальный участник инновационного процесса; инноваторы – как наиболее активная часть инновационного людского потенциала; финансово-кредитный механизм – как база развития инноваций и создания инновационного продукта; информационная поддержка в виде консалтинговых центров, системы регистрации и распространения интеллектуальных продуктов – как необходимый элемент диффузии инноваций и создания нового знания. К внешним компонентам модели относится также рынок инноваций.

Как указывают А.В. Кудинова и Д.А. Четопятов, развитие цифровой экономики в регионах предполагает: «1. Формирование цифровой инфраструктуры. 2. Реализацию информационной безопасности. 3. Широкий спектр онлайн-услуг. 4. Свободный доступ граждан к онлайн-коммуникациям. 5. Качественное управление потоками информации и цифровой экосистемой» [1, с. 269].

Группы факторов и соответствующие показатели инновационной экосистем: 1) социально-экономические факторы – показатели: индекс потребительских цен, среднемесячная заработная плата населения, среднедушевой доход населения, доля населения, среднемесячный размер льготных выплат; 2) инновационный потенциал – показатели: ВРП на душу населения, объемы промышленного производства, степень износа основных фондов, рентабельность промышленных предприятий, удельный вес производства товаров народного потребления; 3) человеческий капитал – показатели: численность экономически активного населения; среднегодовая численность мужчин, занятых в экономике; среднегодовая численность женщин, занятых в экономике; численность занятых в экономике, тыс. человек; численность безработных; коэффициент экономической нагрузки на одного экономически активного; 4) управленческий опыт – показатели: удельный вес затрат на управление, объемы производства и реализации продукции, показатели эффективности использования отдельных видов ресурсов.

Литература

1. Кудинова А.В., Четопятов Д.А. Теоретические основы развития инновационной экосистемы в условиях цифровой экономики // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 2 (36). С. 266-274.

УДК 339.13

Ганичев Максим Владимирович

магистрант

Резаев Алексей Александрович

старший преподаватель

*Институт финансов, экономики и управления**ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»**Россия*

АНАЛИЗ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЬ

Аннотация. В данной статье раскрывается актуальность и динамика развития розничной торговли г. Севастополь. Проводится изучение и оценка статистических данных, исследование отчетов, краткий обзор и анализ деятельности ключевых игроков сетевой розничной торговли. Целью данной статьи является изучение рынка в городе Севастополе. Задачей является анализ рынка, определенного темой, выявления конкретных форм использования изучаемых теорий на практике, разработка рекомендаций. В процессе исследования использовались

общенаучные методы познания, а именно методы главных компонент, метод анализа и синтеза, метод аналогии и дедукции. Результатом данной статьи послужило определение роли розничной торговли в экономике региона, а также определение лидера на рынке розничной торговли, были выдвинуты рекомендации по улучшению торговли с помощью омниканальной модели.

Ключевые слова: анализ рынка, сетевая розничная торговля.

Введение. Существует несколько определений понятия «торговля». Каждая научная школа дает свое определение, сущности торговли. Изучение истории развития, анализ динамики процессов, моделей такой отрасли народного хозяйства как торговля играет важную роль в экономической жизни любой страны, научные школы которых дают разное определение, выдвигая все новые идеи решения задач планирования. Функционирование торговых предприятий, связанные с обращением товаров и обеспечение продвижения на рынке из сферы производства к непосредственному потребителю. Являясь промежуточным звеном между производством и потреблением в форме обмена, торговля выступает в роли распределения ресурсами воспроизводства, представляя особую фазу процесса формирования ВВП государства [1]. В современных формах экономических связей необходимо учитывать роль торговли, которая по величине добавленной стоимости, и по числу занятых в отрасли многократно превосходит строительство, сельское хозяйство выступая наряду с промышленностью [2].

Информационно – аналитический материал «Анализ рынка розничной торговли города Севастополь» подготовлен на основании оперативных данных участников хозяйственной деятельности отрасли, в дополнение к официальным статистическим показателям Федеральных служб о состоянии бизнеса и основных тенденциях его динамики, сложившемся деловом климате.

1. Анализ розничной торговли города Севастополь

Основную долю валового регионального продукта города Севастополь 15,9% занимает оптовая и розничная торговля и пятое место 10,8% по числу занятых работников в экономике города [3]. Исходя из этих данных рынок торговли требует подробного анализа, далее в табл. 1 будет представлен оборот торговли в городе Севастополь.

Таблица 1 – Объем оборота торговли города Севастополя

Год	Оборот торговли, млн. руб.	Вид торговли	
		Оборот розничной торговли	Оборот оптовой торговли
2016	104143,4	61506,5	42636,9
2017	113688,8	63290,1	50398,7
2018	112909	65663,4	47245,6

Анализируя табл.1 можно сделать вывод что большую часть оборота торговли занимает розничная торговля. Далее в табл.2 будет рассматриваться динамика оборота розничной торговли и изменение в процентном отношении в зависимости от периода.

Таблица 2 – Объемы оборота розничной торговли города Севастополь

Год	Оборот розничной торговли, млн. руб.	оборот розничной торговли, в %	
		К соответствующему периоду предыдущего года	К предыдущему периоду
2016	61506,5	135,2	112,5
2017	63290,1	108,6	106,1
2018	65663,4	100,6	105,9

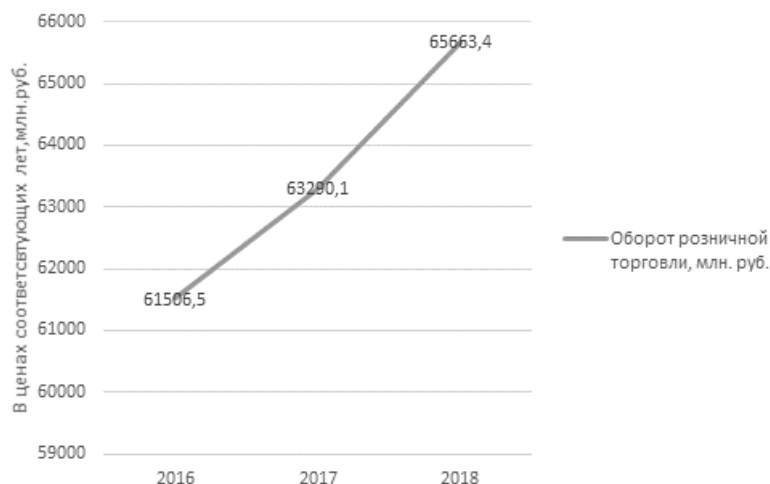


Рисунок 1 – Динамика оборота розничной торговли в городе Севастополь

Учитывая динамику роста оборотов розничной торговли города, можно подчеркнуть правильную политику управления отраслью, принятие своевременных решений в планировании стимулирования рынка с учетом динамики процессов в рамках требований, законопроекта бюджета.

Таблица 3 – Объемы оборота розничной торговли города Севастополь по виду товара

Год	Оборот розничной торговли, млн. руб.	Вид товара	
		Продовольственные товары, млн. руб.	Непродовольственные товары, млн. руб.
2016	61506,5	30268,5	31238
2017	63290,1	31034,8	32255,3
2018	65663,4	33234,2	32429,2

Рассматривая структуру общего оборота отрасли в сравнении по виду товара, возможно планировать хозяйственную деятельность с учетом спроса в целом по товарным группам. Ситуации динамики сезонных изменений требуют более детального анализа квартальных периодов, внутри предприятия что приведет к конкурентным преимуществам, применяемым стратегиям розничной торговли.

Остаются значимы уровень цен, параметры местоположения, транспортная доступность торгово-офисной недвижимости с учетом плановой застройки жилых микрорайонов, обеспеченных основными инженерными сетями и коммуникациями – электроснабжение, водоснабжение, канализация, централизованное теплоснабжение, газификация, связь телефонная и оптоволоконные сети интернета [4].

Пример падение спроса и доходов населения в 2015 по 2016 и стагнации 2017 года ряд объектов торговых розничных сетей не выдержали ценовой конкуренции и изменения покупательского поведения, управление ценовым портфелем недвижимости удастся преодолеть динамику изменений рынка, финансировать реструктуризацию предприятия.

В настоящее время осуществляется застройка многоэтажных жилых зданий, исходя из данных об объеме работ, выполненных по виду деятельности строительство в 2017 году, оно составило 10568 млн. рублей, а в 2018 году 38103 млн. рублей [3]. Цокольные и подвальные помещения во многих зданиях предусматривается для коммерческого использования. Такого вида помещения подходят для магазинов формата магазин у дома что характерно для многих розничных торговых сетей, к примеру ТС «Лидер».

С 2018 по 2019 происходит восстановление розничной торговли, обусловленное ростом объемов потребительского кредитования. Изменение модели маркетинговых мероприятий и стремления покупателей экономить время привело к сближению розничной торговли и активному развитию онлайн-продажи.

2. Анализ конкурентов ведущих торговых сетей города Севастополь

Современные условия хозяйственной деятельности на рынке розничной торговли в городе Севастополь характеризуются высокой степенью конкуренции, что вызвано внутренними факторами развития торговли, далее в таблице 1 представлены ведущие торговые сети города Севастополь, а именно ООО «ПУД», ООО «Ассорти-Крым», ООО «КРЫМТОРГ-С», ООО «Бизнес Юг», ТС Лидер, ООО «Делишес», ООО «Опт-маркет» [5].

Таблица 4 – Объемы товарооборота ведущих торговых сетей города Севастополь

Предприятие	Оборот млрд. руб.				Сотрудников чел.	Кол-во. филиалов
	2015	2016	2017	2018		
ООО «ПУД»	14,98	12,92	14,34	16,97	2847	105
ООО «Ассорти-Крым»	0,66	1,99	2,74	2,27	623	11
ООО «КРЫМТОРГ-С» Сильпо	3,5	3,57	2,71	2,66	721	9
ООО «Бизнес Юг» Фуршет	2,56	2,37	1,8	1,77	595	5
ТС ЛИДЕР	1,63	2,31	2	2,14	566	33
ООО «Делишес» Яблоко	0,91	1,274	1,474	1,051	500	4
ООО «Опт-маркет» Дикий мед	0,0003	0,054	0,065	0,223	61	6

В результате проведенного анализа на рынке города Севастополь. Можно констатировать, что, наибольшее развитие в последние годы получили сети «ПУД» 4 года компания работает на рынке, более 105 филиалов в 3 регионах включая Республика Крым и Севастополь, «КРЫМТОРГ-С» 5 лет компания работает на рынке 9 филиалов (Республика Крым и Севастополь) и (ЛИДЕР) 5 лет компания работает на рынке 53 филиала (Севастополь), особенно это касается прироста основных форматов торговли супермаркетов, магазинов у дома. Также можно отметить по числу занятых «ПУД» 2847 чел.; ООО «КРЫМТОРГ-С» 721 чел.; ООО «Ассорти-Крым» 623 чел.; ООО «Бизнес Юг» 595 чел.; ТС ЛИДЕР 566 чел.; ООО «Делишес» Яблоко 500 чел.; ПАО «Муссон» Яблоко 333 чел.

В целом развитие современного розничного рынка требует от его участников учитывать динамику отрасли и своевременно корректировать бизнес-процессы такие, как стратегическое управление, администрирование, финансовое управление, экономическое управление и управление персоналом.

Приобретать дополнительные конкурентные преимущества за счет проведения акций, увеличения скорости и качества обслуживания, повышение комфорта в торговом зале, что приведет к свободной конкуренции - экономической модели, состояния рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения.

3. Предложение по развитию торговли в городе Севастополь

Россия, Республика Крым и Севастополь в период с 2014 по 2019 год совершила прорыв в области онлайн продаж на розничном рынке и ничем не уступает большинству развитых стран Европы и Азии. Потенциал роста электронной коммерции обусловлен переходом к омниканальной модели взаимодействия с покупателем – это подход ориентирован на совершение клиентом конечной покупки товара как в офлайн, так и в онлайн-каналах коммуникации [7]. С учетом статистики 70% покупателей, придя забрать товар из интернет-магазина в розничную точку продаж, совершают дополнительную покупку, такое взаимодействие используют большинство крупных торговых сетей. По данным представленными IDC Retail Insights, предприятия розничной торговли с омниканальной моделью имеют следующие преимущества:

1. Увеличивается Средний чек на 15%-35%.
2. Прибыль от предоставляемых услуг клиентам увеличивается на 5%-10%.
3. Прибыль омни-ритейла с конкретного клиента LTV на 30% выше, чем у клиентов предприятий торговли с одним каналом.

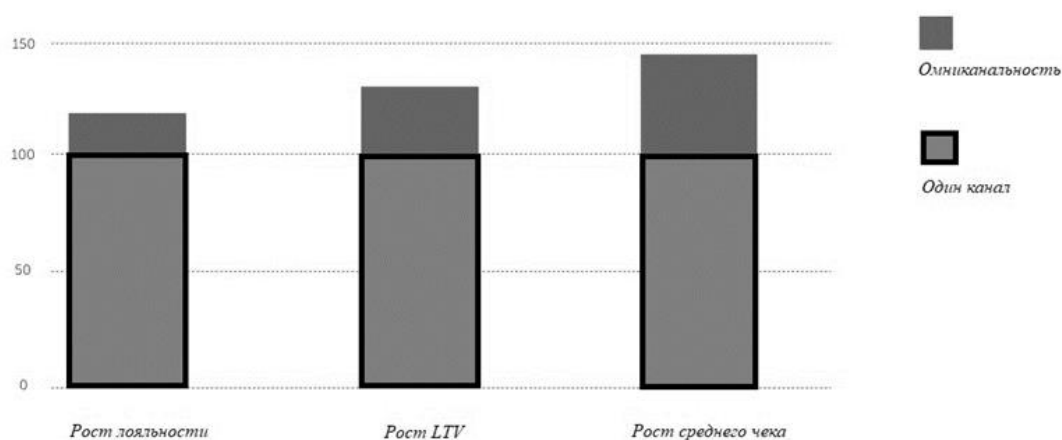


Рисунок 3 – Предприятия розничной торговли с омниканальной моделью и одним каналом

Увеличение количества каналов не просто привлекает клиентов, а способствует в дальнейшем их лояльности. Эффективность работы тенденции с возможностями роста омни-ритейла на 25% выше, гораздо активнее повторные визиты и больше положительных рекомендаций о предприятии.

Применения омниканальной модели, продвижения и реализации товаров и услуг с использованием возможных инструментов коммуникации, при которых оператор колл-центра общаясь с клиентом поможет получить необходимую информацию маркетинговых исследований по запросам покупателя до консультирования и сопровождения сделки (пример ООО «Контакт-Центр» 299011; Севастополь; ул. Луначарского 9; офис: 201).

Согласно стратегии развития торговли в Севастополе открыт центр поддержки «Мой бизнес» [8]. Прием в организации ведут специалисты МФЦ, фондов поддержки бизнеса, представители банков. Департамент экономического развития города Федерального значения Севастополя предоставляет всю необходимую информацию, о новых инструментах собранную в каталог, где более 70 региональных и федеральных мер господдержки.

В развитии отрасли такие площадки имеют немаловажную роль концентрируя не только инновационные проекты по развитию города, но и возможность участвовать в семинарах, круглых столах вести переговоры с бизнес-партнерами. Форумы, где организаторами выступает Минэкономразвития РФ и ряд Университетов в рамках Федеральных проектов по поддержке малого и среднего бизнеса, предоставляя возможность выйти на совершенно новый уровень взаимовыгодных отношений между производителями и торговыми организациями, быть более интуитивным к изменениям динамики колебания рынка розничной торговли. Совместное использование платформ электронной коммерции модели от бизнеса к потребителю B2C и модели с другим уровнем сложности с учетом специфики партнерства от бизнеса к бизнесу B2B ее функций с возможностью интеграции, системы документооборота и закупок OCM, PIM и CRM.

Заключение. Анализируя рынок розничной торговли города Севастополь можно сделать вывод что наблюдается динамика роста оборотов розничной торговли города, можно подчеркнуть правильную политику управления отраслью, принятие своевременных решений в планировании стимулирования

рынка с учетом динамики процессов в рамках требований, законопроекта бюджета. Так же следует учесть высокую конкуренцию что в целом развитие современного розничного рынка требует от его участников дополнительные конкурентные преимущества за счет проведения акций, увеличения скорости и качества обслуживания, повышение комфорта в торговом зале, что приведет к свободной конкуренции - экономической модели, состояния рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения.

Литература

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] Режим доступа <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online>
2. Макроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирязова и др.; под общ. ред. Л.П. Куракова. – М.:Изд-во ИАЭП, 2017. – 336 с.
3. Статистический ежегодник города Севастополя. 2018: Стат.сб. / Крымстат-Севастополь, 2019. - 275 с.
4. Анализ рынка торгово-офисной недвижимости в г. Севастополе [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://www.gkosev.ru/kadastrovaya-ocenka/analitika-rynka-nedvizhimosti/analiz-rynka-torgovo-ofisnoy-nedvizhimosti-v-g-sevastopole-.php>
5. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]//Режим доступа: <https://www.nalog.ru/rn92/>
6. Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://crimea.gks.ru/>
7. Ф.А. Антипин Омникальная торговля в России в реалиях современной экономической ситуации [Электронный ресурс] //Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/omnikanalnaya-torgovlya-v-rossii-v-realiyah-sovremennoy-ekonomicheskoy-situatsii/viewer>
8. Закон города Севастополя от 21 июля 2017 № 357-ЗС "Об утверждении Стратегии социально-экономического развития города Севастополя до 2030 года"[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://sev.gov.ru/city/strategiya.php>

УДК 339.5:33

Гафарова К.Э.

к.э.н., доцент

Осадчий Е.И.

к.г.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Со времени возникновения теории инноваций (Й.Шумпетер), нововведения как средства предпринимательства для получения прибыли, стали одной из составных и надежных функций предпринимательского сектора ряда экономически продвинутых стран. Не только ведущие исследователи (В.Белл, Э.Тоффлер), но и широкая производственно-коммерческая практика свидетельствуют: современная экономика, параметры ее хозяйственной деятельности основаны на разработке и внедрении нововведений, ставших условием хозяйственного роста и конкурентоспособности. Как результат, на рубеже веков большинство развитых стран пошли не только по пути инновационного развития, приступив к созданию национальных инновационных систем (НИС). По времени этот процесс совпал с возникновением и развитием глобальных инновационных систем (ГИС). В качестве основных субъектов ГИС объединяет сотни ТНК, международные научные центры, международные информационно-аналитические центры, которые внедрили новую систему норм и стандартов деятельности.

Все это дает право говорить о формировании инновационной экономики (ИЭ) двух уровней: национального и глобального. Несомненно, на высшем, мировом уровне тон инновационному развитию задают НИС развитых стран. Именно в развитых странах на долю новых знаний и высоких технологий приходится от 70 до 85% прироста ВВП[1, с.9]. Мировой опыт показывает, что для формирования модели ИЭ необходим ряд предпосылок: 1) эффективная система образования; 2) наличие значительного и продуктивного сектора академической и отраслевой науки; 3) создание базовых элементов инновационной инфраструктуры; 4) формирование новейших отраслей, продуцирующих и реализующих инновации.

Реализация указанных предпосылок требует колоссальных интеллектуальных, материальных и финансовых затрат. Исходя из последнего тезиса, исследования финансовых ресурсов ИЭ следует отнести к числу актуальных. Особую актуальность данный вопрос приобретает для экономики России, в которой переход к ИЭ избран по самому сложному пути - стратегии инновационного прорыва. Помимо важных правительственных документов, вопросы развития ИЭ России раскрыты в работах С.Глазьева, В.Горфинеля, О.Донцовой, Б.Мильнера, В.Попова и других российских исследователей. Гораздо меньше публикаций посвящено проблемам инвестиционного и финансового обеспечения

инновационной деятельности в РФ. К числу единичных следует отнести труды, отражающие структурную специфику финансовых ресурсов ИЭ. Между тем активность и успешность формирования ИЭ России в решающей степени зависит от содержания, направлений и объемов финансирования ее сфер и секторов.

«Моментом истины» в создании ИЭ для России стал 2011 год, когда Правительством была принята «Стратегия инновационного развития страны до 2020 года». Согласно положениям Стратегии на основе принятых дополнительных документов организационно-правового характера, в целом была заложена и очерчена финансовая база построения инновационной экономики.

Учитывая, что 50% российской промышленности относится к четвертому технологическому укладу, 4% - к пятому и лишь 1% к шестому [2, с.21], важным источником формирования ИЭ выступает бюджетное финансирование. Из Федерального бюджета выделяются средства, во-первых, в виде государственных ассигнований на реализацию национальных НИОКР. В 2016 году по расходам на НИОКР Россия вошла в десятку мировых лидеров (40 миллиардов долларов США), в то же время по доле затрат на науку в ВВП (1,1%) она заняла только 34-е место в глобальном рейтинге. В целях реализации курса на инновационное развитие с 2018 года государство существенно расширило возможности налогового учета расходов на НИОКР (ФЗ № 166).

Во вторых, ввиду высокой капиталоемкости таких мероприятий государство принимает участие в смешанном финансировании, в основном за счет бюджетного инвестиционного фонда, созданного в 2005 году. Из средств такой формы осуществляется инвестирование:

1. четырех технико-внедренческих зон (ТВЗ). Исследования, проводимые в ТВЗ, финансируются через систему госзаказов и льготных кредитов.

2. технопарков, обеспечивающих ускоренное развитие высокотехнологичных отраслей экономики. Для производственного освоения научных знаний и наукоемких технологий в технопарках источником финансирования выступают средства госбюджета, специального фонда содействия, а также ассигнования отраслевых министерств. Общая проблема для всех технопарков России заключается в недостаточном объеме финансирования и нехватки оборотных средств.

3. инновационно-технологических центров (ИТЦ), содействующих развитию малых форм инновационного бизнеса. В России уже действует 52 ИТЦ, в составе которых функционирует свыше тысячи малых инновационных фирм. Структуру источников финансирования ИТЦ следует признать устоявшейся: 15-50% - поступления из бюджета, 15-55% - арендные платежи, 10-40% плата за оказание услуг [3, с.20].

Безусловно, в рыночных условиях существенную роль в продуцировании нововведений выполняет сектор российского предпринимательства. Традиционными источниками финансирования их инновационной деятельности выступают собственные и заемные средства. В практике заемного финансирования активно используются помимо средств кредитных учреждений, государственные и корпоративные облигации. Отечественные предпринимательские структуры пока не играют ключевой роли в финансировании разработки и внедрения инноваций. Доля корпоративного сектора ныне составляет 1/5 общего объема капиталовложений в российские НИОКР.

В целом эффективность инновационной деятельности зависит помимо организационно-управленческих условий, производственно-технологических факторов, от накопившихся проблем. К общим проблемам развития российской инновационной экономики следует отнести: ее имитационный характер, не направленность на создание прорывных инноваций. Невысокая доля инноваций продукции (в промышленности – 6,7%, сфере услуг – 14,5%) негативно сказывается на параметрах национальной конкурентоспособности нововведений. В 2019 году в Глобальном инновационном индексе Россия заняла 49-е место, в Глобальном индексе конкурентоспособности – 43-е место. Наблюдается невысокий спрос на инновации, особенно в первичном секторе, что порождает низкую отдачу от их реализации. Отсюда - сохранение перекоса в сторону зарубежных закупок высокотехнологичной продукции (до 50% от всего импорта).

Как результат, внешние ограничения в виде внешнеторговых санкций и технологического эмбарго, как и проводимая новым Правительством России научно-техническая политика ориентируют на более активный переход к собственному продуцированию научно-технической продукции. Все это потребует кардинального изменения механизма финансирования инновационного сектора российской экономики.

Литература

1. Юсупов А. С. Инновационная экономика как фактор устойчивого экономического развития национальных хозяйств//инновации и инвестиции.-2018,-№10.с.-9-11.
2. Гужина Г. Н. Инновационное развитие как основа модернизации экономики//Инновации и инвестиции. -2018.-№8.С.19-24.
3. Экономика инноваций: Учебник под ред. В. Я. Горфинкеля.-М.:ИНФРАМ, 2015.-336 с.

Дедков Денис Александрович
обучающийся

Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна
к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики
и математического моделирования
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФОРУМЫ КАК МЕХАНИЗМ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Предпринимательство прочно вошло в жизнь общества, в том числе и в России. Государство должно поддерживать новых предпринимателей, открывающих свое дело в различных секторах экономики. Развитие малого и среднего предпринимательства невозможно без участия государства. Актуальность поддержки и развития малого и среднего предпринимательства заключается в том, что бизнес выполняет ряд необходимых функций для общества [1, с. 130].

Еще одним ключевым механизмом, который играет немаловажную роль в поддержке предпринимательства в России, являются международные экономические форумы. На территории нашей страны проводятся различные международные экономические форумы. Самыми известными и крупными являются [2]: Петербургский международный экономический форум; Российский инвестиционный форум; Красноярский экономический форум; Неделя российского бизнеса; Гайдаровский форум; Ялтинский международный экономический форум; Восточный экономический форум.

Проводить международные экономические форумы необходимо для привлечения инвестиций от иностранных компаний, а также для обмена опытом и знаниями в области предпринимательства. Например, на V Ялтинском международном экономическом форуме, который проходил 18-20 апреля 2019 года, было 4,5 тысячи участников из 89 различных стран, с которыми было заключено более 100 инвестиционных соглашений. Проведение таких мероприятий необходимо для поддержки и развития предпринимательства на территории как Республики Крым, так и Российской Федерации [2].

Участие в международных экономических форумах позволяет предпринимателям ознакомиться с новыми идеями, а также представить широкой общественности свои бизнес-проекты и найти партнеров по бизнесу. Также, благодаря поддержке и инвестициям других компаний, можно внедрять новые, инновационные технологии.

Предпринимательство будет развиваться сильнее и стабильнее, что может гарантировать развитие экономики нашей страны в лучшую сторону. Будут появляться новые идеи и технологии.

Компании в России должны постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы. Государство должно всячески развивать и поддерживать частную предпринимательскую инициативу. И проведение международных экономических форумов может помочь перенять опыт, умения и знания у зарубежных партнеров, а также заручиться их поддержкой.

Литература

1. Малачева В. Механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства в России / В. Малачева // *TRANSPORT BUSINESS IN RUSSIA*. – 2015. – № 3. – С. 130-133.
2. Бакуменко М. А. Экономические форумы как механизм улучшения инвестиционного климата Российской Федерации / М. А. Бакуменко // Финансовые рынки и инвестиционные процессы: сборник трудов по материалам VI научно-практической конференции с международным участием (15 мая 2019 г., г. Симферополь) – Симферополь: ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», 2019. – С. 14-17.

УДК 339.1

Круликовский Анатолий Петрович
доцент

Зекерьяева Динара Недимовна
обучающаяся

Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются модели развития туристского бизнеса в республике Крым. Дается обоснование актуальности электронного бизнеса в современных условиях развития информационных технологии. Описываются наиболее привлекательные места полуострова для туристов. Дается описание электронной модели B2B, на базе которой осуществляют свою деятельность туристические агентства. Кроме того, в статье рассматривается возможность предоставления желающим виртуального тура по республике Крым.

Ключевые слова: туристическая деятельность, рекреационная зона, электронный бизнес, туристическое агентство, виртуальный тур, полуостров Крым.

Annotation. This article discusses the development models of the tourism business in the Republic of Crimea. The rationale for the relevance of e-business in modern conditions of development of information technology is given. The most attractive places of the peninsula for tourists are described. A description is given of the electronic B2B model, on the basis of which travel agencies operate. In addition, the article considers the possibility of providing everyone with a virtual tour of the Republic of Crimea.

Key words: tourism activities, recreation area, electronic business, travel agency, virtual tour, Crimea peninsula.

На протяжении последних десятилетий возрастает влияние Интернета на мировую экономику, что приводит к всеобщей зависимости бизнеса от информационных технологий. Как показывает практика, большинство компаний полностью переносят свой бизнес в Интернет.

На современном этапе интернет-технологии предоставляют новые возможности, которые помогают выстраивать деловые отношения на информационной основе. Такая ситуация формирует предпосылки для становления информационного общества, предполагающего новый образ экономики или, так называемую экономику нового типа – NEW ECONOMY.

В настоящее время отечественные и зарубежные ученые, посвящающие свои работы разработке информационных технологий, говорят о новой экономике, как об экономике глобального характера, строящейся на базе электронном бизнесе и Интернет-технологий.

Экономику нового типа не обошла стороной и такую отрасль, как туризм. Это обусловлено тем, что туризм ориентирован на сетевые технологии, поскольку интернет-пространство обеспечивает потенциальным клиентам туристического бизнеса возможностью использовать неограниченное количество информации, перемещаться в туристическом пространстве на виртуальном уровне (например, экскурсии, путешествия) [2]. Кроме того, широко отмечается интерактивность в действие (дискуссии и виртуальные викторины, виртуальные демонстрации).

Обращаясь к статистическим данным, представляемым Росстат, можно прийти к выводу, что сочетание туристской деятельности и сетевых ресурсов стало залогом успешного развития и роста доли туризма на рынке электронной коммерции. Согласно данным Росстат, туристское обслуживание по денежному обороту занимает четвертую позицию, по количеству продаж – пятую позицию. Туризм в электронном бизнесе опережает многие высокодоходные сферы, где сектор финансовых услуг не является исключением [1].

В Российской Федерации на протяжении последних лет особой популярностью пользуются туристские рекреации республики Крым. Большинство туристов привлекает внимание не только теплое Черное море, но и разнообразие природы. Крымский полуостров представляет туристу степную зону и горы. Например, в городе Судак располагается гора Алчак, которая позволяет туристам самостоятельно забраться практически на ее вершину, или обойти по горной тропинке, спуститься к дикому пляжу, где наиболее чистая вода и нет большого скопления «желающих» позагорать.

Для любителей истории в Крыму, безусловно, найдется место. Туристы могут посетить город Бахчисарай, погулять по дворцу, где жили Крымские ханы и примерить традиционные наряды (рис.1).

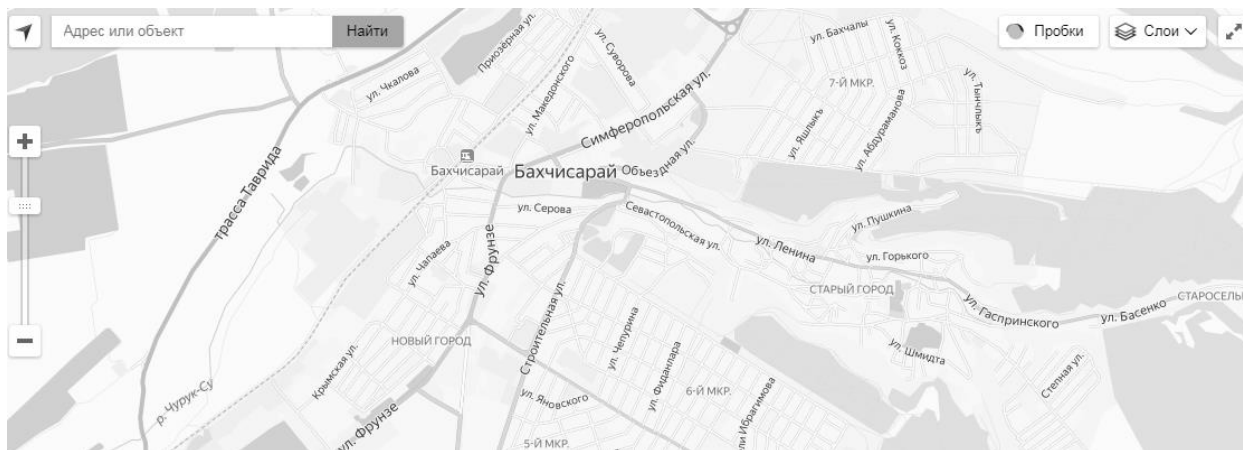


Рисунок 1 – Карта Бахчисарая

Источник: [5]

Многих туристов интересует тропа Голицына, которая тянется вдоль моря и постепенно переходит в горную дорогу. Она ведет внутрь горы, где сохранились каменные выступы в стенах для хранения шампанского, которое производил Голицын (рис.2). Тропа расположена в курортном городе Новый свет, там же находится знаменитый царский пляж.

Природа Республики Крым, безусловно, завораживает. Ежегодно увеличивается приток туристов. Но следует отметить, что туристическая отрасль Крыма, который стал частью Российской Федерации в 2014 году, имеет много проблем.



Рисунок 2 – Тропа Голицына
Источник:[9]

Существующие проблемы развития туристической отрасли в республике Крым решаются в рамках Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030г. [7] Цель программы направлена на формирование современного туристско-рекреационного комплекса, характеризующегося востребованностью и разнообразием предлагаемых услуг, а также конкурентоспособностью, высоким уровнем лечебно-оздоровительных услуг, в том числе высоким качеством обслуживания.

Добиться цели стратегической программы невозможно, если не прибегнуть к помощи Интернет. Именно поэтому большинство предпринимателей, чья деятельность строится на обеспечении досуга туристов и их комфортабельного пребывания на курортах Крыма, используют Интернет, как площадку для разработки рекламных проектов, маркетинга и делового общения с клиентами и партнерами.

В туристической отрасли Республики Крым, используется модель электронного бизнеса B2B [10]. Их многообразие можно квалифицировать следующим образом:

1. Модель агрегации, другими словами электронная торговая площадка, которая представляет собой универсальное место для закупок материально-технического обеспечения. Например, «Товары для туризма в Симферополе» [8]. Данная площадка позволяет, не выходя из дома или офиса, приобрести различные вещи и устройства для отдыха, такие как палатки, мобильные бани, оптические приборы, спальные мешки, туристическую посуду.

2. Доска объявлений – это электронная площадка, где продавцы и покупатели размещают различные объявления, привлекая внимание друг друга, после чего могут осуществлять взаимодействие вне структуры. Цель модели состоит в продвижении стандартизированных контактов. Например, «Доска объявлений Крым» [4]. На рис.3 приведен пример размещения разнообразных объявлений.

Форумы » ДОСКА ОБЪЯВЛЕНИЙ КРЫМ - туристическое снаряжение, одежда, обувь. » \$ Крым - Доска объявлений Крым. Одежда, обувь, снаряжение. [Перейти к мобильному режиму](#)

Активные темы • Сообщения:

\$ Крым - Доска объявлений Крым. Одежда, обувь, снаряжение.
Сейчас этот форум просматривают: нет зарегистрированных пользователей

Модераторы: Екатерина, Виктория

• Страница 1 из 1

Темы	Ответы	Просмотры	Последнее сообщение
Доска объявлений Крым. Правила публикаций объявлений Екатерина » Ср сен 23, 2016 10:54	1	1030	Ср сен 21, 2016 10:59 Екатерина ➡
В Симферополе. Шью на заказ пуховую одежду и снаряжение. дока » Вт фев 17, 2015 08:19	64	7308	Пн авг 19, 2019 06:40 дока ➡
Дегидратационная палатка NEMO GOGO ELITE I алексус » Пн июн 10, 2019 12:43	0	260	Пн июн 10, 2019 12:43 алексус ➡
Симферополь. Заправка одноразовых туристических баллонов PADLOCK » Ср ноя 13, 2013 11:31	3	1100	Чт мар 21, 2019 21:12 PADLOCK ➡
трекинговые ботинки Asolo Reston WP размер 47 (uk 12) 5 тыс. maks cooltravel » Ср янв 16, 2019 11:12	0	273	Ср янв 16, 2019 11:12 maks cooltravel ➡
Meindl Perfekt трекинговые горные ботинки 9,5UK 44EU новые gri » Пт дек 14, 2018 08:51	0	359	Пт дек 14, 2018 08:51 gri ➡
Продам рюкзаки Pinguin Explorer 75 AlexGng » Чт ноя 15, 2018 10:49	0	288	Чт ноя 15, 2018 10:49 AlexGng ➡
Тест Test user » Вт мар 13, 2018 13:08	2	377	Ср мар 21, 2018 19:50 Test user ➡
Кроссовки Montrail 42,5p-р 4300 р. сеточка gorog » Пн мар 14, 2016 20:18	2	748	Ср дек 27, 2017 00:16 gorog ➡
Кроссовки Scarpa Spark 43 p-р малометки 4300 р. новые gorog » Пн мар 14, 2016 20:42	4	890	Вт дек 26, 2017 23:51 gorog ➡
Трекинговые ботинки Asolo Reston WP 12UK(47) почти новые maks cooltravel » Ср дек 06, 2017 15:07	0	380	Ср дек 06, 2017 15:07 maks cooltravel ➡

Рисунок 3 – Доска объявлений Крым
Источник:[4]

3. Модель аукционов. На такой площадке продавцы и покупатели выставляют конкурирующие заявки. Например, Горящие туры в Крым [3]. На сайте представляются различные варианты путевок, которые может выбрать покупатель по условиям наиболее выгодным для себя.

4. Корпоративный сайт компании – площадка, которая создается для общения компании с другими партнерами контрагентами, а также действующими и потенциальными инвесторами [6]. На таком сайте можно ознакомиться с информацией о компании, ее руководстве, предоставляемыми услугами и продукцией. Например, корпоративный портал тур операторов Крыма. Наиболее известный туроператор – Ласпи, действует на рынке с 1992 года. На официальный сайт туроператора можно перейти по ссылке: <https://laspi.com/>.

Таким образом, можно сделать вывод, что электронный бизнес – это эффективный инструмент для развития туристической отрасли в Крыму. Используя электронные площадки, производители услуг могут совершить наибольший охват потенциальных клиентов, расширять клиентскую базу, взаимодействовать дистанционно с партнерами.

В заключении, хотелось бы обратить внимание на такую возможность, предоставляемую Интернет-технологиями, как виртуальный тур. Практика использования виртуального тура очень популярна среди молодежи, поскольку позволяет заранее выстроить необходимый маршрут и заочно ознакомиться с достопримечательностями, городскими улицами и т.д. Совершить виртуальное путешествие по Крыму можно с помощью сайта <http://www.virtual.crimea.ua/> - виртуальный тур по Крыму.

Литература

1. Ветитнев, А. М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг [Текст]/ А.М. Ветитнев, Я.А. Ашкинадзе. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 160 с.
2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст]/ Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с.
3. Горячие туры в КРЫМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.onlinetours.ru/goryashchie/russia/crimea> (дата обращения: 28.03.2020).
4. Доска объявлений Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurotourist.club/viewforum.php?f=108&sid=9835aae4836c8c7aa9972fe194a92006>(дата обращения: 27.03.2020).
5. Карта Крыма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://karta-kruma.ru/podrobnaja-karta-bahchisaraiskii-raion-r/podrobnaja-karta-gorod-bahchisarai-respu> (дата обращения: 30.03.2020)
6. Крымский туроператор Ласпи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://laspi.com/>(дата обращения: 28.03.2020).
7. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://invest-in-crimea.ru/crimea-strategy> (дата обращения: 28.03.2020).
8. Товары для туризма в Симферополе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://simferopol.sportcity74.ru/turizm-i-otdyh.html> (дата обращения: 28.03.2020).
9. Тропа Голицына – самое красивое место Крыма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/bepowerback/tropa-golicyna-samoe-krasivoe-mesto-kryma-5beaefd119cbc600a9a7e93d> (дата обращения: 30.03.2020).
10. Центр электронных торгов B2B [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.b2b-center.ru/>(дата обращения: 30.03.2020).

УДК 330.342.24

Митус Александр Александрович
кандидат экономических наук, доцент

Дребот Александр Михайлович
старший преподаватель

*Институт Финансов, экономики и управления
ФГБОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
г. Севастополь, Россия*

ПРЯМЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Теоретический анализ факторов инновационного развития позволяет сформировать организационно-экономический механизм управления инновационным развитием региона, который предусматривает использование целого ряда форм и методов стимулирования научно-технической и инновационной деятельности в регионе как государственными и муниципальными органами власти, так и со стороны частного, иностранного сектора и сектора некоммерческих организаций. Организационно-экономический механизм активизации инновационной деятельности на уровне региона включает:

– во-первых, организационный механизм содействия научно-технической и инновационной деятельности на основании создания и поддержания соответствующих благоприятных условий, в частности: прозрачной нормативно-правовой базы и эффективно действующей инновационной инфраструктуры;

– во-вторых, экономические механизмы активизации научно-технической и инновационной деятельности на основании использования прямых и косвенных инструментов.

Среди прямых инструментов управления инновационным развитием региона в первую очередь следует назвать непосредственное бюджетное финансирование инновационных научно-исследовательских разработок посредством осуществления государственных закупок новой продукции и технологий, а также услуг [1]. Государственные закупки должны осуществляться на основе принятых программ инновационного развития как на федеральном, так и на региональном уровне. Так, следует отметить, что мотивация к осуществлению закупок инновационного характера предусматривается статьей 10 Федерального Закона 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в которой говорится о необходимости приоритета закупок инновационной и высокотехнологичной продукции [2], критерии которой также определены нормативным документом [3]. Однако, частью 1 статьи 33 Закона № 44-ФЗ определены правила, которые упреждают попытки внесения различных условий или характеристик товара в закупки заказчиком, которые могут ограничивать количество участников закупки, т.е. конкурентную среду.

Также, после вступления в силу Федерального Закона № 44-ФЗ был расширен перечень методов определения поставщика. Так, например, были предложены новые способы проведения закупок, такие как конкурс с ограниченным участием и двухэтапный конкурс. В случае двухэтапного конкурса приобретение инновационной продукции упрощается, так как заказчик получает право вносить изменения в первоначальные требования к закупке в процессе переговоров с участниками торгов [4]. Именно такие преференции должны были обеспечить положительную динамику роста объемов инновационной продукции. Однако на практике такая процедура оказалась сложной и длительной по времени, поэтому стала редко использоваться государственными и муниципальными заказчиками. Также отметим, что приоритет ценовых критериев при анализе заявок поставщиков является тем недостатком, который нивелирует такие важные характеристики закупки, как функциональные и качественные её характеристики, а также квалификация участников конкурса. Такая ситуация является совершенно недопустимой при проведении государственных и муниципальных закупок инновационной и научно-технической продукции

Следующим прямым методом стимулирования инновационной деятельности на региональном уровне является реализация федеральных целевых программ (ФЦП), как инструмент управления и финансирования инновационной деятельности. Базовым документом, определяющим направления разработки целевых программ в сфере инноваций, является ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014 – 2020 годы» [5]. Данная программа предполагает софинансирование со стороны компании-партнера, в объеме от 30 до 70% от общего бюджета проекта в зависимости от уровня технологической готовности решения. Согласно ФЦП предельный размер субсидии составляет от двадцати до ста млн. руб. ежегодно при сроке реализации до 3 лет. Объемы финансирования федеральным бюджетом на реализацию госпрограммы предусматриваются в таких размерах: в 2020 году – 740,7 млрд. рублей, в 2021 году – 795,9 млрд. рублей. Причем федеральное финансирование госпрограммы планируется довести к 2030 году до более чем 1 трлн.рублей ежегодно.

Структуру источников финансирования научных исследований и разработок по Российской Федерации представим на рисунке 1.

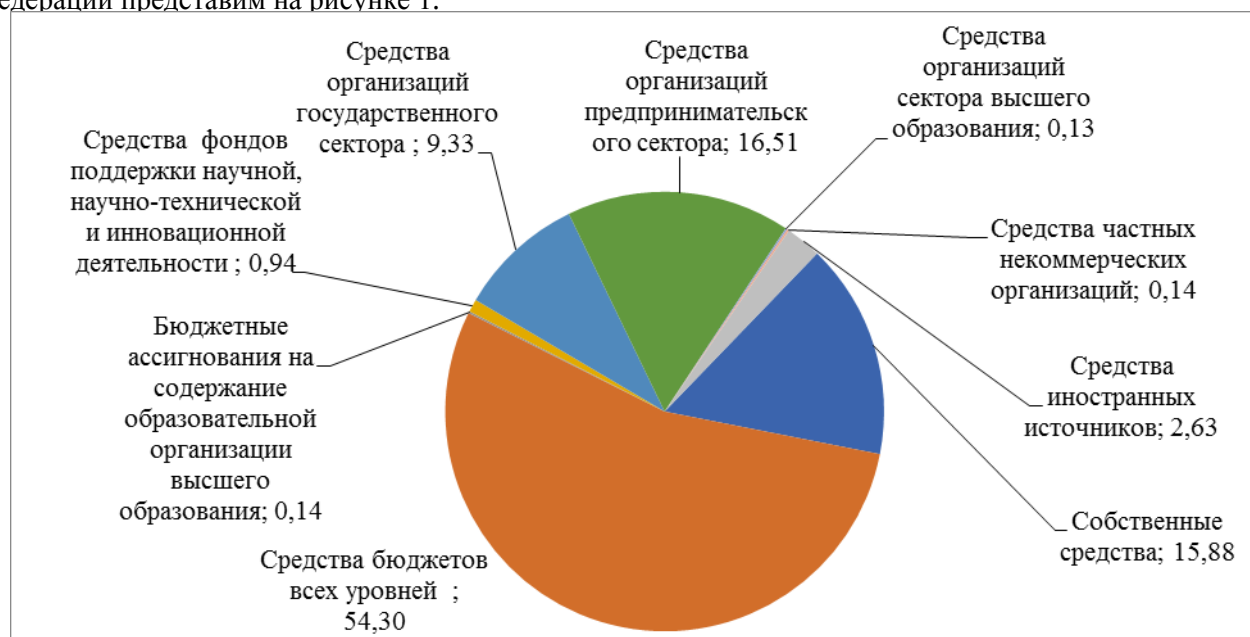


Рисунок 1 – Источники финансирования научных исследований и разработок в 2017 году по Российской Федерации, % [6]

Так, согласно данным 2017 года доля средств бюджета всех уровней в финансировании внутренних затрат на научные исследования и разработки в г. Севастополь составляют 90% при среднероссийском показателе 54%, научные исследования в Республике Крым финансируются за счет средств бюджета на 91%, в Южном Федеральном округе – на 53%. На рисунке 2 приведены для сравнения структура источников финансирования научных исследований и разработок в 2017 году в среднем по г. Севастополь. Различной является не только структура, но и состав источников финансирования.

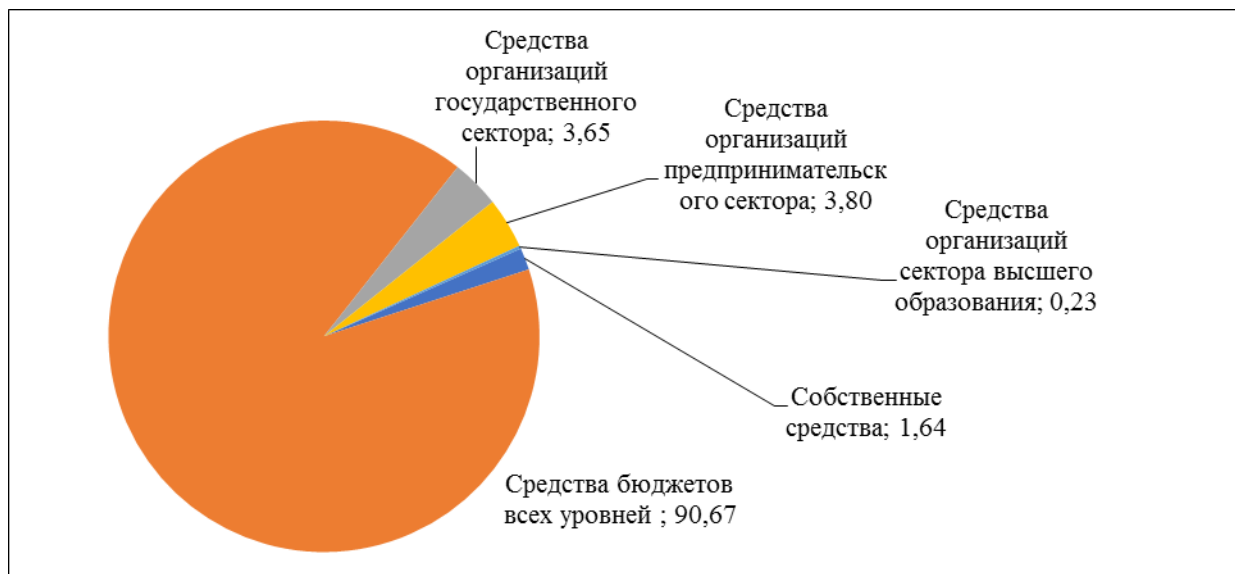


Рисунок 2 – Источники финансирования научных исследований и разработок в 2017 году в г. Севастополь, % [6]

Высокая доля средств бюджета в финансировании внутренних затрат на научные исследования и разработки в г. Севастополь связана с тем, что Республика Крым и г. Севастополь в последние годы получали денежные трансферты согласно федеральным целевым программам и по ряду других направлений. Также следует учесть, что по Республике Крым и г. Севастополь в 2014 – 2017 годах наука практически не финансировалась за счет частных инвесторов, некоммерческого сектора и зарубежных источников. Проблема вызвана санкционным давлением РФ и регионов в частности, а также низким уровнем инвестиционной активности частного сектора ввиду высоких рисков и неопределенности [7].

Отдельно отметим конкурсную поддержку государством инновационного развития, как на национальном, так и на региональном уровнях. Так, в РФ можно выделить Конкурс грантов 2019-2022 гг. по поддержке ведущих лабораторий (так, на 2019 год размер одного гранта составляет до 30 млн. руб.) [8]. Среди организаций, предоставляющих поддержку инновационному развитию посредством грантов, следует выделить: Российский фонд фундаментальных исследований или РФФИ, Российский научный фонд или РНФ, Фонд поддержки и развития научно-технического потенциала «Роснаука», Благотворительный фонд В. Потанина, Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере или ФГБУ, инновационный центр «Сколково» и другие.

Субсидии на инновационные проекты в Российской Федерации направляются на компенсацию:

- лизинговых платежей;
- затрат на приобретение оборудования;
- процентов по кредиту, в том числе для закупки отдельных видов необходимого производственного оборудования и др.

Правительство г. Севастополь предоставляет субсидии Центрам молодежного инновационного творчества (в размере 14 млн. рублей на 2019 год), на развитие молодежного малого и среднего предпринимательства (например, на 2019 год размер финансирования составил 323 млн. руб., в т.ч. 267 млн. руб. финансирования за счет средств федерального бюджета), доля в бюджете города таких субсидий чрезвычайно мала. В связи с этим по причине отсутствия в регионе крупных субъектов поддержки инноваций, а также незначительной региональной финансовой поддержки, на финансирование можно рассчитывать только от материковых фондов, федеральных программ или финансирования по линии министерств и ведомств (например, финансирование университетов Министерством науки и высшего образования РФ). Финансовая поддержка на муниципальном уровне в принципе отсутствует как явление.

Литература

1. Гармашова Е.П. Региональный аспект государственного регулирования инновационных процессов/ Е.П. Гармашова, А.М. Дребот // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVIII

Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. Под редакцией Н.В. Апатовой. – 2019. – С. 120-122. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41241119>

2. «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»: Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ.

3. «Об утверждении критериев отнесения товаров, работ, услуг к инновационной и высокотехнологичной продукции для целей формирования плана закупки такой продукции»: Приказ Министерства образования и науки РФ от 1 ноября 2012 г. N 881.

4. Смотрицкая И. И. Государственный заказ как механизм стимулирования инновационной деятельности предприятий-резидентов особой экономической зоны «Дубна» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.hse.ru/mag/gz/2010--22/42582557.html>

5. «О федеральной целевой программе «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014-2020 годы»: Постановление Правительства РФ от 21 мая 2013 г. N 426

6. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2018 г. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_14p/Main.htm

7. Гармашова Е.П. Анализ и определение ключевых проблем инновационного развития г. Севастополя/ Е.П. Гармашова, А.М. Дребот, А.Г. Баранов, А.А. Митус// Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Т. 9. – № 3. – С. 905-920. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41263356>

8. Конкурс грантов 2019-2022 гг. по поддержке ведущих лабораторий Президентской программы исследовательских проектов. – Электронный ресурс. – URL http://www.rsci.ru/grants/grant_news/297/241247.php

УДК 332.1

Мотина Валентина Григорьевна

старший преподаватель

АНО «ООВО» «Университет экономики и управления»

Республика Крым, г. Симферополь, Россия

О ВЛИЯНИИ ЧИСЛА ТУРИСТОВ НА СТАТИСТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КРЫМА

Цель работы – анализ некоторых результатов выполнения Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым [1] (сроки реализации Госпрограммы 2017 - 2022 годы) на основе данных официальной статистики Крымстат [2] и статистических данные Министерства курортов и туризма Республики Крым [3].

И хотя прошла только половина срока, о некоторых результатах уже можно судить.

В паспорте Госпрограммы [1] перечислены 18 целевых индикаторов и показателей. Некоторые из них:

- количество прибывших в Республику Крым туристов;
- количество круглогодичных коллективных средств размещения;
- налоговые поступления от деятельности субъектов санаторно-курортного и туристского комплексов Республики Крым.

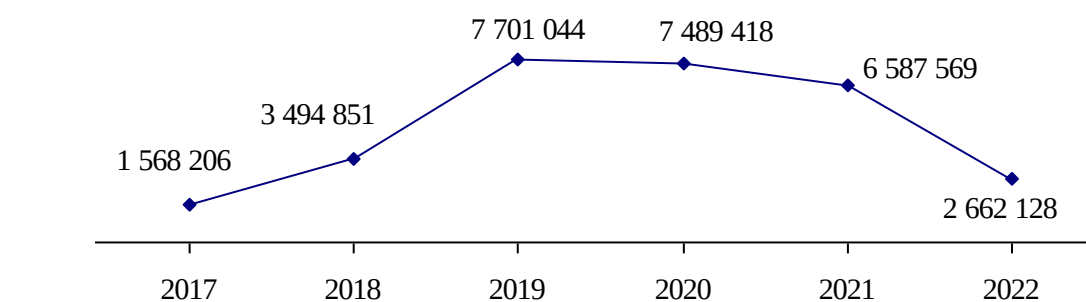


Рисунок 1 – Общий объем финансирования Госпрограммы (тыс. руб.)

В перечне ожидаемых результатов реализации Госпрограммы выделим:

- увеличение объемов реализации крымского туристского продукта;
- развитие видов туризма и санаторно-курортного лечения, направленных на круглогодичное функционирование санаторно-курортного и туристского комплекса;
- повышение качества предоставляемых туристских услуг;
- создание системы кадрового обеспечения туристской отрасли.

Как видим, большое внимание уделяется круглогодичному функционированию отрасли. В Госпрограмме отмечается негативное влияние сезонности на генерацию рабочих мест в сфере обслуживания, интенсивности загрузки транспортных средств, объектов размещения, ресторанов и аттракций.

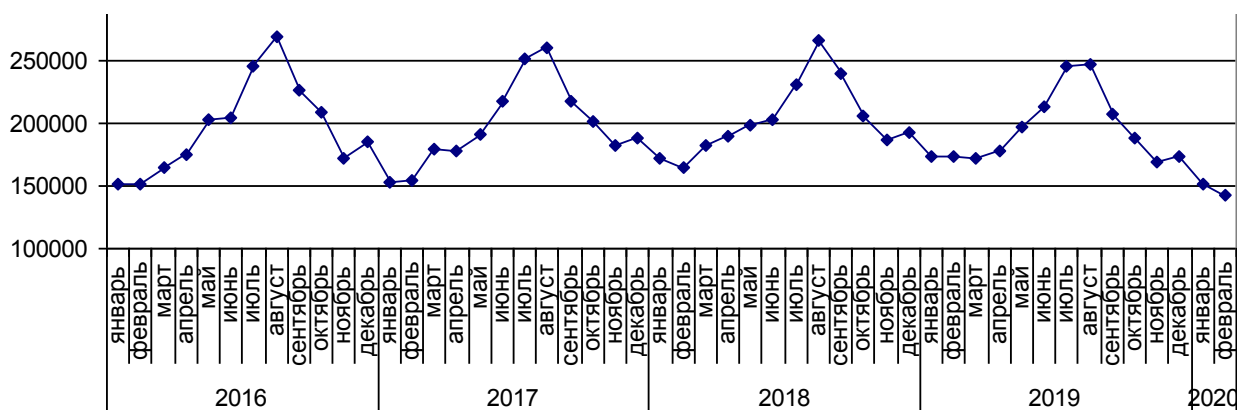


Рисунок 2 – Пассажирооборот автомобильного транспорта с учетом пассажироперевозок, выполненных индивидуальными предпринимателями, тыс. пасс.-км

На примере динамики пассажирских перевозок (рисунок 2) видим, что по сравнению с 2016 годом положительных изменений нет. Это, впрочем, подтверждается и динамикой количества туристов, представленной министерством курортов и туризма [3].

Как видим, интенсивность сезонных колебаний не уменьшилась, а с учетом увеличения количества туристов, прибывающих в летние месяцы, только усилилась.

И хотя министерство курортов и туризма отмечает, что «В период новогодних праздников 2019-2020 гг. по оценкам данных пассажиропотока, данных муниципальных образований туристских территорий Республики Крым о загрузке работающих средств размещения и оперативного мониторинга работающих средств размещения – в Республике Крым отдохнуло 209,7 тыс. туристов, что на 10% выше, чем за аналогичный период новогодних праздников 2018-2019 гг.», как видим на рисунке 3, эти 10% разглядеть трудно.

В летний период количество туристов, начиная с 2018 года, действительно, увеличилось, и связано это с открытием нового аэропорта и Крымского моста в апреле-мае 2018 года, что и наблюдаем на рисунке 3.

Изменилась и структура потока туристов: если из общего числа прибывших в Крым отдыхающих в 2017 г. 42 % прибыло авиатранспортом; 43 % паромной переправой; 15 % другими видами транспорта, то в 2019 г. авиатранспортом прибыло 28 %, по Крымскому мосту 57%, 15% через государственную границу на участке: Армянск, Джанкой, Перекоп [3].

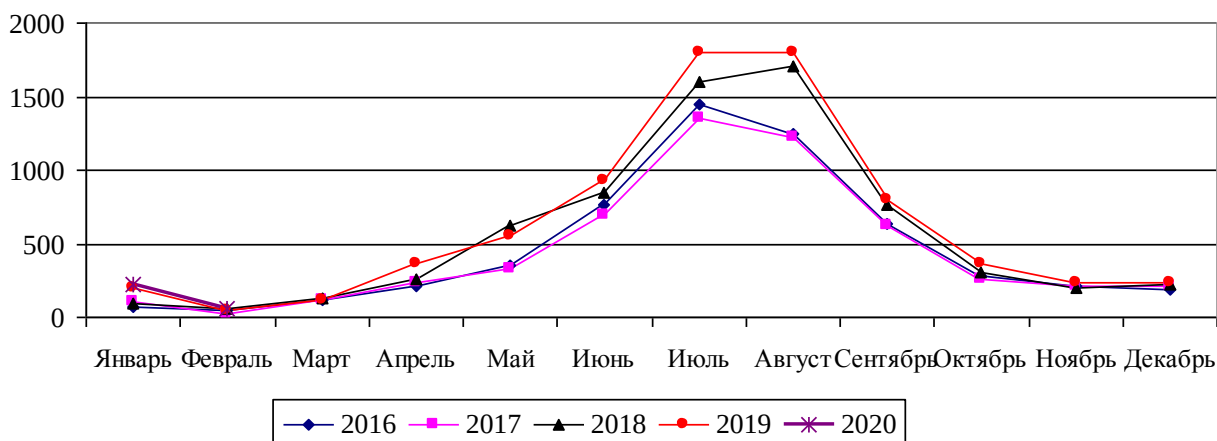


Рисунок 3 – Количество туристов, посетивших Республику Крым за месяц, тыс. человек

Увеличение доли прибывших по Крымскому мосту опять делает актуальной методику оценки числа отдыхающих в Крыму по косвенным показателям [4], поскольку точное число людей в каждом автомобиле неизвестно.

Что дает жителям Крыма увеличение количества туристов? На рисунке 4 представлен показатель «Среднедушевые денежные доходы населения», пересчитанный автором с учетом ИПЦ к декабрю 2016 г. (с 2019 года данные представлены только по кварталам) [2].

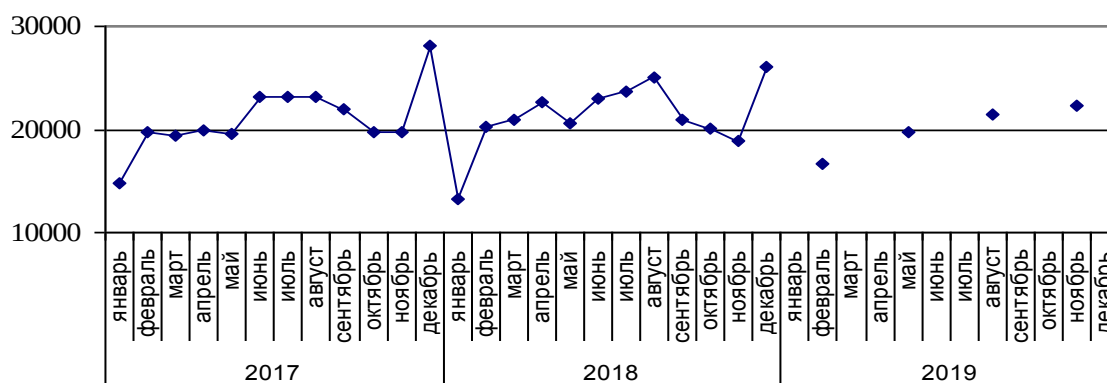


Рисунок 4 – Среднедушевые денежные доходы в Крыму с учетом ИПЦ, рублей

Как видим, среднедушевые доходы жителей Крыма с увеличением количества туристов не растут.

Рассмотрим еще один показатель – «Оборот розничной торговли». Розничная торговля – один из важнейших индикаторов социально-экономического развития и уровня жизни населения. На динамику оборота розничной торговли влияют множество факторов, связанных с изменением цен и объема продаж в натуральном выражении, с изменением численности населения, с объемом денежных доходов населения, с развитием торговой сети, с обеспечением товарными ресурсами и другие. В работе [5] построено уравнение регрессии, связывающее темп роста оборота розничной торговли к предыдущему периоду с темпом роста среднемесячной заработной платы, приростом количества туристов и индексом потребительских цен на товары и услуги.

В данной работе построена модель зависимости оборота розничной торговли y от среднемесячной заработной платы. На рисунке 5 представлена динамика этих показателей.

Как видим, оба показателя показывают небольшой рост. Динамика в некоторых месяцах похожа, но подъем в летние месяцы явно указывает на вклад туристов в оборот розничной торговли Крыма. Для сопоставимости данных также пересчитаем их с учетом ИПЦ к декабрю 2016 г. Кстати, корректировка с учетом ИПЦ показывает, что в 2019 году по сравнению с 2018 роста нет (рисунок 6).

Для моделирования сезонной компоненты применим метод фиктивных (dummy) переменных, принимающих значение 1 в данном месяце и 0 в остальных. Кроме того, введем фиктивную переменную «Аэропорт и мост», принимающую значение 1, начиная с мая 2018 года и 0 в предшествующие периоды. Результат моделирования представлен на рисунке 6.

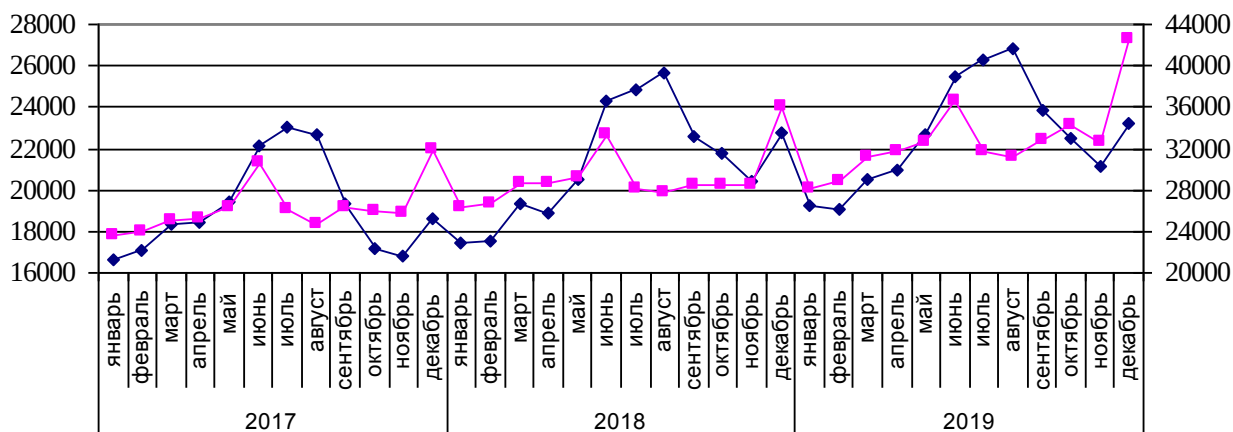


Рисунок 5 – Оборот розничной торговли, млн.рублей и Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций, рублей (по вспомогательной оси)

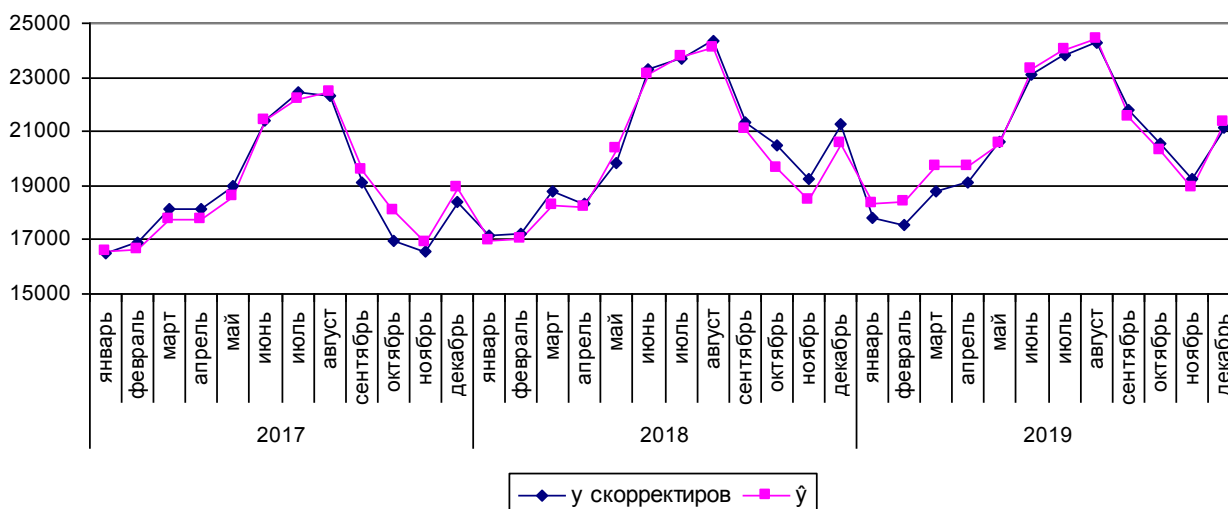


Рисунок 6 – Оборот розничной торговли и результат моделирования.

В таблице 1 представлены коэффициенты при статистически значимых фиктивных переменных (млн. рублей).

Таблица 1

март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	декабрь	аэропорт и мост
968	911	1645	3870	5292	5709	2601	1177	1063	1337

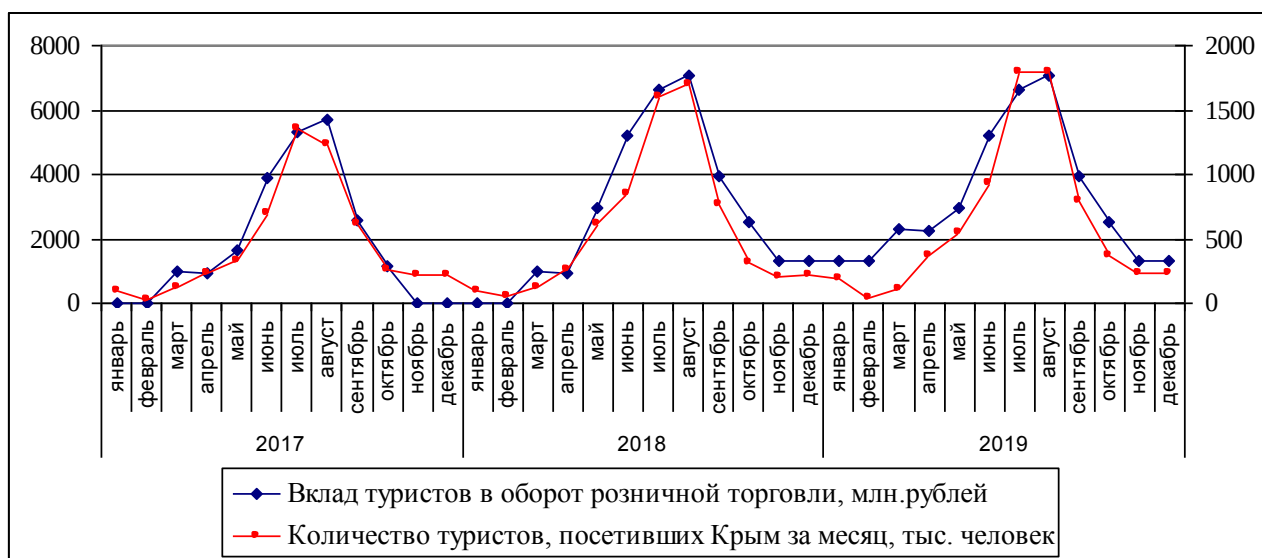


Рисунок 6 – Расчетный вклад туристов в оборот розничной торговли и оценка числа туристов по данным Министерства курортов и туризма

На рисунке 6 (на разных осях) представлено для сравнения (на разных осях) часть расчетных значений модели розничной торговли, связанная с турпотоком, количество туристов, посетивших Крым, по оценке Министерства курортов [3].

Полученная модель может быть использована для оценки числа туристов, посетивших Республику Крым, по объему розничного товарооборота.

Литература

1. Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/245>
2. Официальная статистика Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/crimea/ru/statistics/
3. Статистические данные Министерства курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>
4. Канаева Н.Н., Матвеев В.В., Мотина В.Г., Титаренко В.Н. Об оценке количества отдыхающих в Крыму по косвенным показателям // Тезисы докладов VIII Всеукраинской научно-методической конференции «Проблемы экономической кибернетики» - г. Алушта – 6-8 октября 2003 г.
5. Мотина В.Г. О факторах, влияющих на динамику оборота розничной торговли в Республике Крым // Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса: сборник материалов III научно-

практической конференции молодых ученых, аспирантов, студентов / – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», 2017. – С. 25-29.

УДК 332.1.

Мохова Елена Александровна

старший преподаватель

кафедра экономики и социальной работы

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный медицинский университет»

Министерства здравоохранения Российской Федерации,

г. Ставрополь, Россия

АКТИВИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РЕГИОНОВ СКФО ПУТЕМ КЛАСТЕРИЗАЦИИ

В условиях асимметрии в развитии российских регионов, одной из важнейших проблем является повышение их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности. Одной из приоритетных на сегодняшний день отраслей, способных решить данную проблему и диверсифицировать как региональную, так и экономику страны в целом, является туристическая отрасль. Как свидетельствует мировая практика, именно с помощью туризма можно «преодолеть неравномерность развития отдельных территорий региона, оживить региональную экономику за счет привлечения инвестиций, дополнительных поступлений доходов в местный бюджет; улучшить инфраструктуру; обеспечить занятость населения и предотвратить внешнюю миграцию трудоспособного населения; поддержать предпринимательство и местную промышленность, обеспечив спрос на товары местных товаропроизводителей; улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ» [1]. Причем, наиболее эффективным будет создание не просто туристических фирм, а формирование туристических кластеров. Поскольку именно кластерное развитие экономики является сегодня оптимальным, о чем неоднократно отмечал автор [например, 2].

Число организаций, включая санаторно-курортные организации и организации отдыха, гостиницы, детские оздоровительные лагеря в регионах Северо-Кавказского Федерального округа (СКФО) за период 2015-2018 годы представлены на рисунке 1.

Таким образом, общее число организаций за исследуемый период увеличилось на 32 процента. При этом та же тенденция наблюдается в Кабардино-Балкарской Республике, где число организаций увеличилось 1,4 раза, в Республике Северная Осетия-Алания, где рост составил 14 процентов, Республика Ингушетия – 35 %, Ставропольский край – 82 процента. В Республике Дагестан число организаций снизилось на 34 процента, а в Карачаево-Черкесской Республике – 2 процента.

Однако, как отмечают В.В. Побирченко и Н.И. Фахретдинова, создание и функционирование туристических кластеров благодаря «национальному колориту, русскому гостеприимству, сохранившейся исторической среде в сочетании с высоким качеством обслуживания и инфраструктуры» [3] позволяет привлечь не только российских, но и иностранных туристов.

В регионах СКФО начато формирование нескольких туристических кластеров. Так в Кабардино-Балкарской Республике в целях создания и функционирования современного туристско-рекреационного комплекса развитие туркластера происходит на площадках «Приэльбрусье» и «Джылы-Су».

В Карачаево-Черкесской Республике целью создания туристско-рекреационного кластера является создание современного эффективного и конкурентоспособного межотраслевого туристского комплекса. Для этого планируется создать туристско-рекреационных комплекс «Всесезонного горного курорта «Архыз»; создать туристско-индустриальные парки и комплексы с этнографическими деревнями и оздоровительными комплексами и др. Формирование кластера планируется территории следующих районов Республики: Урупский район (экотуризм и этнотуризм), Зеленчукский район (экотуризм и этнотуризм, лечебно-оздоровительный туризм), Абазинский район (экотуризм, лечебно-оздоровительный туризм), Карачаевский городской округ (экотуризм, спортивный туризм, рекреация), Карачаевский район (экотуризм, рекреация), Малокарачаевский район (экотуризм, туризм выходного дня, этнотуризм), Хабезский район (туризм выходного дня, рафтинг).

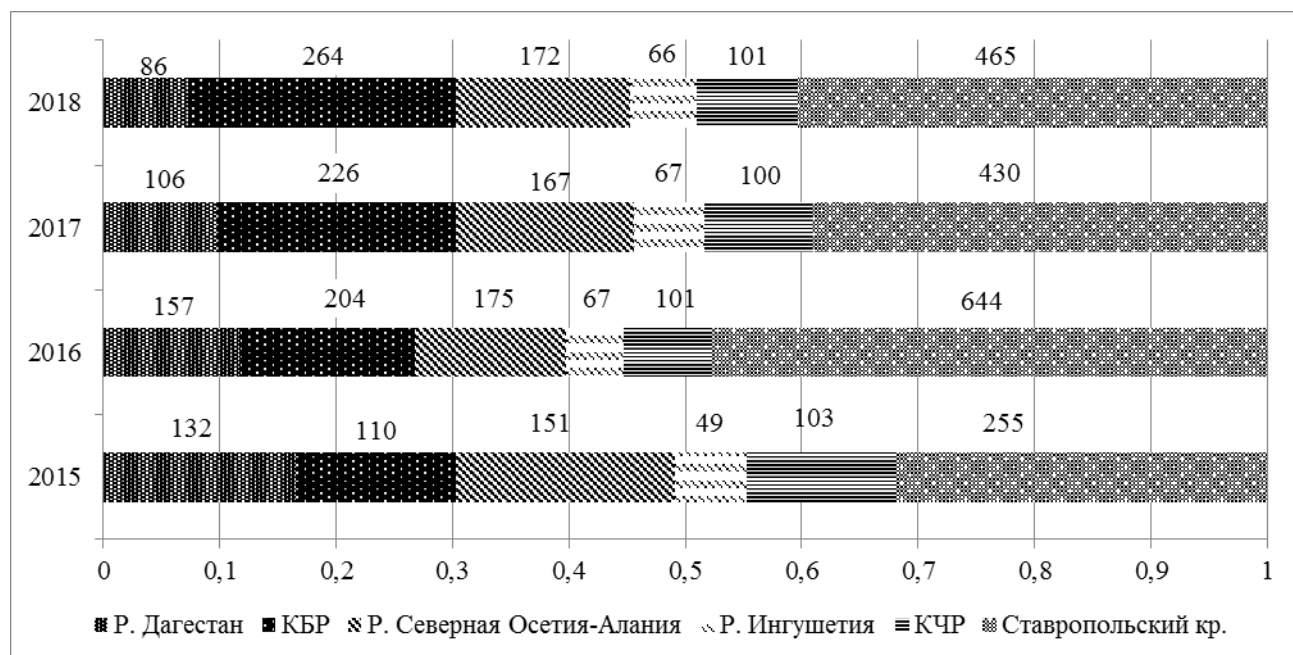


Рисунок 1 – Число организаций, включая санаторно-курортные организации и организации отдыха, гостиницы, детские оздоровительные лагеря

В Республике Ингушетия идет формирование туристического кластера «Ачалуки» (Малгобекский район). В состав кластера входят два центра: лечебно-оздоровительный (имеющий лечебные и грязевые ванны, а также бассейн с минерализованной водой) и туристско-инновационного.

В рамках проекта «Новая Алания» в Республике Северная Осетия-Алания должно быть сформировано восемь кластеров, одним из которых является туристско-рекреационный кластер «Солнечный пояс Алании». Целью его создания являются создание и развитие коммунальной и социальной инфраструктуры поселений и снятие инфраструктурных ограничений, внедрение единых стандартов сервиса, комплексное развитие регионального туризма с учетом уникальных рекреационных ресурсов республики и уникальной культуры осетинского народа, создание единой информационной системы территории. В рамках формирования кластера планируется создание 7 субкластеров: первый – в г. Владикавказе, созданный для развития культурно-исторического центра города и реализации проекта «Водная станция»; второй – «Цей» предназначен для разработки и утверждения стратегической концепции, поиска источников финансирования и разработки портфеля инвестиционных площадок; третий – «Горная Дигория», четвертый – «Куртатинское ущелье», пятый – «Тагаурия», целью этих трех субкластеров является разработка и утверждение стратегической концепции, схемы размещения мест туристского показа, схемы размещения объектов придорожного сервиса, программы обеспечения инженерной и иной инфраструктурой; шестой – «Урсдон» создан для разработки стратегической концепции; седьмой – «Мамисон» создается для разработки и утверждения стратегической концепции, подготовки портфеля инвестиционных площадок.

В регионе Кавказских минеральных вод Ставропольского края должен быть сформирован санаторно-курортный кластер Федерального уровня, в котором предлагается формирование масштабного развлекательного кластера в г. Кисловодске, включающего такие виды развлечений, как экстрим-парк, зону зимних видов спорта, гольф-парк, сафари-парк и др. А на территории района в с. Прикумка рассматривается размещение туристического лечебно-оздоровительного комплекса «Город здоровья», многофункциональных комплексов туристско-развлекательного и спортивного назначения и курортный комплекс для детей у горы Верблюд.

Кроме того, под управлением АО «Курорты Северного Кавказа» создан туристический кластер, охватывающий 9 туристско-рекреационных зон на территориях всех субъектов Северо-Кавказского федерального округа, а также в Краснодарском крае и Республике Адыгея [4]. В рамках его развития формируются 3 всесезонных туристско-рекреационных комплекса, расположенных в республиках Северного Кавказа: «Архыз» в Карачаево-Черкесской Республике, «Эльбрус» в Кабардино-Балкарской Республике и «Ведучи» в Чеченской Республике. Деятельность кластера будет способствовать созданию, развитию и эффективной эксплуатации инфраструктуры туризма в макрорегионе; привлечению инвестиций, в том числе иностранных; использованию новейших технологий в отрасли и пр.

Таким образом, формирование туристических кластеров в регионах СКФО приведет к повышению их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Литература

1. Егорова Л.А., Диденко Д.А. Кластерный анализ туризма Южного федерального округа // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 35. С. 28-32 [Электронный ресурс]. URL: <http://e-koncept.ru/2016/56727.htm>.
2. Мохова Е.А. Сформированность инфраструктуры развития кластеров малых и средних предприятий в регионах Юга России // Устойчивое развитие социально-экономической системы РФ: сборник трудов XXI Всероссийской научно-практической конференции, г. Симферополь, 14-15 ноября 2019 г. Симферополь: ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», 2019. С. 82-87.
3. Побирченко В.В., Фахретдинова Н.И. Роль туристско-рекреационных кластеров в развитии туристической отрасли Республики Крым // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/66031>.
4. Северо-Кавказский туристический кластер [Электронный ресурс]. URL: http://investkavkaz.ru/tourist_cluster.

УДК 330.322

Ольховская Александра Александровна
обучающаяся
Научный руководитель:
Бакуменко Мария Александровна
к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики
и математического моделирования
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КРЫМА

В последнее время Крымский полуостров привлекает значительное внимание со стороны других государств, но это внимание чаще всего имеет негативный характер. Но, тем не менее, на территории полуострова реализуются достаточно крупные инвестиционные проекты, в том числе и с участием частных (в том числе, зарубежных) инвесторов, которые хотят осуществлять хозяйственную деятельность на территориях Республики Крым и города Севастополя.

Инвестиционная привлекательность территории – экономический индикатор, который объединяет в себе совокупность факторов, определяющих приток инвестиций в регион или отток капитала из региона. Факторами, влияющими на уровень инвестиционной привлекательности территории, являются экономическое, социальное и политическое состояние региона. Именно от этих факторов зависит заинтересованность любых инвесторов (не только зарубежных), которые готовы вложить свои активы в различные инвестиционные проекты. Инвестиционная привлекательность региона для каждого конкретного потенциального инвестора – это достаточно субъективная оценка, которая появляется в точке соприкосновения возможностей и рисков, сильных и слабых сторон конкретного проекта на территории региона. Инвесторов очень беспокоят административные барьеры и высокая стоимость создания производства.

Крымский полуостров является местом с уникальными природными ресурсами. Данный регион всегда славился своей туристической и рекреационной деятельностью. Но предприниматели полуострова на данный момент сталкиваются со значительными трудностями из-за международных санкций. К сожалению, в сложившейся ситуации регион не очень привлекателен для предпринимателей из других регионов страны, ведь многие из них боятся наложения на их бизнес-проекты международных санкций, что является достаточно существенной проблемой [1].

Но несмотря на санкции, на территории полуострова реализуются инвестиционные проекты, в том числе в сфере строительства и реконструкции гостиниц, а также санаторно-курортного лечения, ведь Крым имеет огромный потенциал для развития туристической отрасли [2]. В регионе проводятся крупномасштабные строительные работы по восстановлению дорог (в первую очередь, строительство трассы «Таврида» и завершающие работы по проекту возведения Крымского моста). В столице региона реализуется проект по созданию большого медицинского комплекса, объединяющего в себя многие медицинские учреждения. Федеральное финансирование позволило построить необходимые электроэнергетические станции, благодаря которым Крым находится на собственном энергообеспечении. И этих проектов не было бы без поддержки федерального бюджета, ведь у самого полуострова средств недостаточно. Данные проекты способствуют повышению инвестиционной привлекательности региона.

Объем инвестиций может увеличиться за счет деятельности финансовых учреждений посредством кредитования. Но, к сожалению, санкционный режим не позволяет крупным финансово-кредитным организациям начать работу на территории региона.

Подводя итог можно сказать, что даже в нынешней ситуации, Крым все равно привлекает предпринимателей, которые участвуют в реализации многих инвестиционных проектов, тем самым повышая уровень социально-экономического развития территории. Правительство, в свою очередь, реализует ряд существенных мероприятий для активизации инвестиционной деятельности на

полуострове (к данным мероприятиям относится, в частности, создание режима свободной экономической зоны) [3]. После прекращения санкционного режима, привлекательность Крымского полуострова для инвесторов резко возрастет.

Литература

1. Бондарь А. П. Проблемные вопросы инвестиционной деятельности в Республике Крым / А. П. Бондарь, Н. А. Борзова. – Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2015. – № 4. – С. 133-138.
2. Цветкова И. И. Анализ инвестиционной привлекательности туристской отрасли Республики Крым / И. И. Цветкова, Ю. Э. Муждабаев // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2016. – № 7-8. – С. 147-150.
3. Бакуменко М. А. О мерах по активизации инвестиционных процессов на территории Республики Крым / М. А. Бакуменко // Анализ, моделирование, управление, развитие социально-экономических систем: сборник научных трудов X Международной школы-симпозиума АМУР-2016. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2016. – С. 22 – 29.

Остапенко Ирина Николаевна

к. э. н., доцент

Таенкова Виктория Викторовна

обучающаяся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЫМСКОГО ТУРПРОДУКТА

Основной целью создания и проведения рекламной кампании является организация эффективного общения между продавцом и покупателем. Эта рекламная цель определяется маркетинговыми и корпоративными целями компании. Реклама – часть маркетинговых коммуникаций с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему. Проектирование рекламных технологий – сложный процесс, требующий от организаторов больших творческих усилий, а также времени и средств. Реклама, которая не отражает суть продукта и не дает полезную информацию потребителю, можно считать неудачной, так как, скорее всего она не привлечёт клиентов в фирму, но если деньги из бюджета уже были затрачены на её реализацию, предприятие потерпит убытки или недополучение прибыли. Правильно составленная реклама может стимулировать сбыт. Развитие туризма сложно представить без яркой, меткой и эффективной рекламы. Она осуществляет психологическое и социокультурное влияние на общество. Специфика успешной рекламы в туризме предполагает «заманчивые» предложения для потенциальных клиентов, чтобы дать им уверенность в том, что именно эта фирма поможет им сэкономить деньги на путешествия и в то же время может качественно удовлетворить потребности. В сфере туризма реклама выступает как один из самых интересных сегментов продвижения в целом, именно туристическая реклама подразумевает большое количество тонкостей и особенностей. Важную роль играет профессионализм в создании рекламной кампании и опыт работы в рекламной сфере по реализации рекламных кампаний. Необходимо различать понятия «метод рекламы» и «метод рекламной деятельности». В первом случае – это метод предоставления рекламы потребителю независимо от формы (средства). Во втором, – метод рекламной деятельности исходит из функций: экономической, рыночной, коммуникативной, информационной, контролирующей, корректирующей. Каждый метод рекламной деятельности имеет свои особенности реализации и направлен на определенный результат. Комплексный учет особенностей реализации методов рекламной деятельности позволяет одновременно использовать все методы и тем самым существенно повысить эффективность рекламной деятельности на основе рациональных и эмоциональных посылов. Рассмотрим сферу туризма Республики Крым. Характер потенциала, исторические традиции хозяйственного освоения и социокультурные приоритеты в течение многих лет определяли туристско-рекреационную специализацию Крыма как основное направление его регионального развития. Эффективное взаимодействие всех видов организаций в рамках межотраслевого туристического комплекса Крыма является основой для создания качественного конкурентоспособного туристического продукта. Специалисты используют комплекс методов продвижения крымских турпродуктов, предусматривающих: размещение рекламы на международных туристских выставках, консолидированных брендированных стендов; создание и распространение на выставках брендированного рекламно-информационного продукта и сувениры; организацию и презентацию на ежегодных выставках «Открытый Крым» рекламно-информационных туров для инвесторов, туроператоров, турагентов и журналистов; организацию выставок в туристских информационных центрах. Регион потенциально интересен различным социальным группам с разными пристрастиями и увлечениями, что объясняется и развитием разнообразных видов туризма в Крыму.

УДК 338.054.23

Святохо Наталья Валентиновна

к. э. н., доцент,

доцент кафедры менеджмента

Овчинникова Арина Евгеньевна

обучающаяся группы М-6-о-163

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия***ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА**

Введение. Теневая экономика оказывает прямое негативное влияние на процесс осуществления деятельности субъектами предпринимательства и, как следствие, на ее финансовые результаты. Следует отметить, что данное явление охватывает всю национальную экономику и всех ее участников, независимо от отраслевой принадлежности, организационно-правовой формы, размера и формы собственности; снижает эффективность социальной политики государства; препятствует внедрению цифровых технологий и т. д. Актуальность исследования заключается в том, что теневая экономика в тех или иных формах, том или ином масштабе характерна для всех без исключения государств, т. е. по сути представляет собой неотъемлемый элемент любой национальной экономики. Ее характерными особенностями, помимо масштабности, являются также сложность учета и контроля теневых денежных потоков вследствие их сокрытия; многофункциональность и разнородность, что проявляется в охвате чрезвычайно широкого спектра социально-экономических явлений, имеющих порой различную природу и не всегда сопоставимые основы функционирования. По оценкам специалистов, по состоянию на 2018 год объем теневой экономики Российской Федерации составил 20,7 трлн рублей (около 20 % ВВП), что обуславливает необходимость изучения сущности, причин и структуры теневой экономики с целью выработки системы мер противодействия данному негативному экономическому явлению со стороны государства для повышения уровня национальной безопасности и, в том числе, экономической безопасности страны.

Цель исследования состоит в изучении сущности и структуры теневой экономики с точки зрения различных подходов.

Результаты исследования. В экономической науке на данный момент нет единого определения понятия «теневая экономика». Ее сущность рассматривается с позиции различных подходов, а именно:

- 1) в соответствии с экономико-статистическим подходом теневая экономика рассматривается, как экономика, укрытая от статистического учета;
- 2) юридический подход трактует данное понятие как экономические процессы, идущие вразрез с действующими правовыми нормами (противоправные действия);
- 3) этический подход раскрывает теневую экономику как экономическую деятельность, нарушающую общепринятые моральные нормы, подчеркивая отсутствие долгосрочного социального эффекта от деятельности в границах теневой экономики [3].

Также можно выделить теоретический, операционный, экономический, социологические и кибернетические подходы к определению сущности теневой экономики (таблица 1).

Таблица 1 – Подходы к определению теневой экономики

Название подхода	Характеристика
Теоретический	Теневая экономика рассматривается как экономическая категория, которая отражает сложную систему экономических отношений
Операционный	Теневая экономика определяется через измерительные действия. Подход используется для решения прикладных, статистических задач, а также разработки рекомендаций по совершенствованию нормативно-правовой базы с целью противодействия теневым явлениям и процессам
Экономический	Теневая экономика рассматривается на глобальном уровне (например, наркобизнес), макроуровне (влияние на структуру экономики) и микроуровне (концентрация внимания на изучении экономического поведения субъектов). В рамках подхода исследуется эффективность экономической политики государства, распределение ресурсов, а также разрабатывается методика оценки уровня теневой экономики
Социологический	Рассматривает взаимодействие социальных групп, которые имеют разное положение в системе теневых институтов
Правовой	Теневая экономика рассматривается как сфера отклоняющегося от существующих норм поведения экономических субъектов. В рамках подхода исследуются опасные формы экономической деятельности

Источник: составлено авторами по материалам [2].

При этом наиболее распространенным является юридический подход к объяснению теневой экономики, потому что он основан на отношении экономических явлений к нормативной системе регулирования. Данный подход оперирует такими критериями идентификации теневой экономической деятельности, как уклонение от официальной регистрации и противоправный характер деятельности.

Таким образом, теневая экономика — это противоправные, неучтенные и неконтролируемые государством виды хозяйственной деятельности в производстве, распределении, обмене, потреблении товарно-материальных ценностей и услуг [2].

Структура теневой экономики может быть представлена на основе выделения ее сегментов согласно определенным классификационным признакам (таблица 2).

Таблица 2 – Структура теневой экономики

Классификационный признак	Сегменты теневой экономики
Степень легальности деятельности	– подпольная экономика; – скрытое производство; – неофициальная экономика
Характер результатов экономической деятельности	– продуктивная; – фиктивная; – криминальная
Социально-нормативные характеристики поведения субъектов экономики	– теневая экономика формальных связей; – теневая экономика неформальных связей; – экономика традиционных связей; – экономика криминальных связей
Отношение к официальной экономике	– встроенная, или внутренняя экономика; – параллельная, или вторгающаяся экономика

Источник: [1].

Несмотря на множественность классификационных признаков, в структуре теневой экономики ученые-экономисты в общем виде выделяют неофициальную, подпольную и фиктивную экономику. Неофициальная экономика подразумевает отсутствие официальной статистики производства товаров, услуг для того, чтобы скрыть данную деятельность от налогообложения. Фиктивная экономика, в свою очередь, описывается хищениями, спекуляциями, коррупцией, а подпольная — осуществление запрещенной законом экономической деятельности.

Выводы. Теневая экономика как неотъемлемая часть экономической системы любого государства возникает и существует в связи с целым рядом проблем, например, несовершенством нормативно-правовой базы, системы взимания налогов и др., что побуждает предпринимателей осуществлять теневую деятельность и становиться ее субъектами. Все секторы теневой экономики наносят значительный ущерб экономической безопасности страны, поэтому важность изучения данного явления невозможно переоценить. Знание сущности и структуры теневой экономики позволит, во-первых, дать максимально релевантную оценку ее уровня, и, во-вторых, разработать и внедрить систему эффективных инструментов противодействия ее негативному влиянию на функционирование национальной экономики.

Литература

1. Ахмедуев, А. Ш. К вопросу определения структуры теневой экономики / Ахмедуев А. Ш., Абдулаева З. З. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 11 (часть 1). – С. 59–61. – URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=6073> (дата обращения: 02.04.2020).
2. Купрещенко, Н. П. Теневая экономика : учебное пособие / Н. П. Купрещенко. – Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2015. – 199 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446493> (дата обращения: 02.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02466-0.
3. Юнусова, П. С. Сущность теневой экономики в современных условиях / Юнусова П. С. // Вопросы структуризации экономики. – 2014. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-tenevoy-ekonomiki-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 02.04.2020).

УДК 351

Смерницкая Евгения Владимировна

доцент, к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ДОРОЖНАЯ КАРТА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ В РЕГИОНЕ

В современной системе государственного управления все чаще встречаются термины: «инновационное управление», «проектное управление», «дорожная карта» и др.

Отметим, что термин «дорожная карта» встречается в системе проектной работы, проектировании бизнеса, развитии отрасли конкретного региона и самого региона в целом. Для более точного понимания необходимости дорожной карты в проектах, попробуем разобраться, какой смысл имеет данный термин.

Дорожная карта – это наглядное представление пошагового сценария развития определённого объекта, с подробным описанием действий, сроков реализации на заданный этап, с конкретным заявленным результатом. Дорожные карты служат информационной поддержкой в процессе принятия решений в рамках проектного управления, они отражают стратегию развития отрасли экономики, социальной сферы конкретного региона, и составляются по принципу «прошлое – настоящее – будущее».

В Республике Крым практикой применения Дорожной карты в процессе принятия решений госвластью в регионе является Дорожная карта по внедрению в Республике Крым лучших практик национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ и целевых моделей упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности региона. Документ содержит основные разделы по реализации поэтапного осуществления перечисленных в дорожной карте мероприятий: информация, отображающая текущие данные региона по целевой модели, описание проблем, на решение которых направлены действия, а также описание ранее предпринятых шагов в конкретном из направлений, представленных в карте.

Дорожная карта по инвестиционной привлекательности региона представлена целевыми моделями, которые охватывают не только экономическое состояние республики, но и социальную ее сферу. Такими целевыми моделями являются:

- «Получение разрешения на строительство и территориальное планирование»;
- «Регистрация права собственности на земельные участки и объекты недвижимого имущества»;
- «Постановка на кадастровый учет земельных участков и объектов недвижимого имущества»;
- «Осуществление контрольно-надзорной деятельности в субъектах РФ»;
- «Поддержка малого и среднего предпринимательства»;
- «Технологическое присоединение к электрическим сетям»;
- «Подключение (технологическое присоединение) к сетям газораспределения»;
- «Подключение (технологическое присоединение) к системам теплоснабжения, подключение (технологическое присоединение) к централизованному водоотведению»;

Внецелевые показатели:

- Оценка доступности необходимых трудовых ресурсов;
- Качество и доступность трудовых ресурсов.

Дорожная карта является визуальным образом стратегии, это визуальный прогноз на будущее, который позволяет его четко увидеть и оценить, что поможет принимать более конкретные решения в рамках реализации государственных решений в субъектах федерации, т.е. регионах.

УДК 311 JEL O40

Хабиб Марина Далхатовна

доцент, к.э.н., доцент по кафедре статистики

Институт экономики и финансов

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

г. Москва, Россия

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Стратегия экономического роста, провозглашенная многими странами, определяет необходимость разработки системы основных социально-экономических показателей развития.

В системе международной статистики для этих целей применяются показатели валового внутреннего продукта (ВВП), валового национального дохода (ВНД) и конечного потребления и соответствующие аналитические показатели, исчисленные на их основе. Вместе с тем, в последние годы специалисты в области макроэкономики стали отмечать, что «анализ экономического роста не может опираться только на данные о ВВП» [1, с. 4]. При этом даже специалисты ведущих международных организаций, таких как Всемирный банк и Статистическая Комиссия ООН, отмечают, что на основе ВВП можно получать только сравнимые оценки уровня экономического развития стран и определять место стран в региональной и мировой экономике.

В силу разных условий функционирования национальных экономик существенно отличаются и слагаемые их экономического роста. В этой связи особый интерес представляет разработка критериев и индикаторов устойчивого развития, отражающих вклад отдельных факторов. Среди них следует выделить изучение инвестиций, как наиболее важного фактора экономического роста.

Для стимулирования экономического роста могут быть привлечены инвестиции из внутренних и зарубежных источников. По данным Росстата (таблица 1), объем инвестиций в нефинансовые активы за период 2014-2018 гг. вырос на 3 237,2 млрд. руб. или 30,7 %, в том числе инвестиции в основной капитал соответственно - на 3 238,8 млрд. руб. или 31,2 %, а инвестиции в произведенные нефинансовые активы сократились на 1,2 млрд. руб. или на 0,8 %.

Таблица 1 – Основные показатели инвестиций в экономику России за 2014-2018 гг.

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018
Инвестиции в нефинансовые активы, млрд. руб.	10532,9	10730,8	11427,5	12433,9	13770,1
В том числе:					
- инвестиции в основной капитал	10379,6	10485,0	11282,5	12262,2	13618,0
- инвестиции в непроизведенные нефинансовые активы	153,3	245,8	145,0	171,7	152,1
Прямые иностранные инвестиции – всего, млн. \$	22031	6478	32539	28557	8785
Инвестиции на душу населения, руб.	95165	94922	100555	109146	119832

Объем прямых иностранных инвестиций в экономику России имел неустойчивую динамику, и в целом за период сократился почти на 40 % или на 13 246 млн. \$.

Объем инвестиций на душу населения показал устойчивый рост и составил 119, 8 тыс. в 2018 г. против 95,2 тыс. руб. в 2014 г., прирост составил 24,7 тыс. руб. или 25,9 %.

В качестве аналитического индикатора на международном уровне применяется доля инвестиций в основной капитал к ВВП, значение которого за приведенный период не претерпело существенных изменений и находилось в границах от 20,0 до 21,4 %.

Изучение и анализ инвестиций в экономику в настоящее время с методологической точки зрения обеспечивается положениями «Официальной статистической методологии определения инвестиций в основной капитал», разработанной отдельно для федерального уровня (Приказ Росстата от 25.11.2016 № 746 (в ред. Приказа Росстата от 19.04.2018 № 205) и для регионального уровня (Приказ Росстата от 25.11.2016 № 746 (в ред. Приказа Росстата от 19.04.2018 № 205).

В соответствии с принятыми методическими подходами учет инвестиций осуществляется по организациям всех видов экономической деятельности и форм собственности, по индивидуальным предпринимателям и населению и разрабатываются по: видам основных фондов; направлениям воспроизводства основных фондов; видам экономической деятельности; источникам финансирования; институциональным секторам экономики.

Общий объем инвестиций в основной капитал по полному кругу хозяйствующих субъектов за отчетный год определяется на основе данных формы № П-2 «Сведения об инвестициях в нефинансовые активы». Затем осуществляется корректировка полученных данных на капитальные затраты, осуществляемые малыми и микропредприятиями, на объемы финансового лизинга и объемы инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами.

Для формирования объема инвестиций в основной капитал используют два методологических подхода [2; 3]: «балансовый метод», предполагающий сравнение данных о производстве и распределении ресурсов, и «комбинированный метод», суть которого состоит в сочетании данных из различных источников.

Балансовый метод применяется на макроуровне и его информационной базой служат данные форм федеральных статистических наблюдений, данные таблиц «затраты-выпуск», данные платежного баланса и таможенной статистики.

Комбинированный метод используется на территориальном уровне.

Как показывает практика расчетов, результаты, полученные на территориальном уровне, агрегируются на федеральном уровне и затем сравниваются с объемами, полученными балансовым методом.

Сопоставление результатов, полученных разными методами, показало, что существует ряд проблем с получением точных оценок объемов инвестиций в основной капитал. Во-первых, различается периодичность представления данных: для крупных предприятий – месячная на регулярной основе, для средних и малых – только квартальная на репрезентативной выборочной основе, а сплошные обследования – один раз в пять лет, для микропредприятий – один раз в год на выборочной основе. Во-вторых, существует расхождение данных первичного бухгалтерского учета и данных формы статистического отчета, вызванное разными сроками их представления. В третьих, вышеизложенное приводит к проблеме порядка и точности объемов досчета квартальных и годовых показателей.

Существующие проблемы сказываются и на получении оценок инвестиций не только в текущих, но и в постоянных ценах. В соответствии со стандартом СНС 1993 года для получения оценок в постоянных ценах базового периода рекомендуется применение средних цен конкретного базового периода и на этой основе осуществлять ежегодную цепную увязку. Для данной процедуры предусмотрен расчет сводного индекса цен на продукцию инвестиционного назначения, и в том числе индексы цен: производителей на строительную продукцию, приобретения машин и оборудования инвестиционного назначения и на прочую продукцию инвестиционного назначения.

Для определения индексов цен на продукцию (затраты, услуги) инвестиционного назначения используются данные федеральных статистических наблюдений по формам № 9-КС «Сведения о ценах на приобретенные основные строительные материалы, детали и конструкции», № П-2 (инвест) «Сведения об инвестиционной деятельности», № 1-цены производителей «Сведения о ценах производителей промышленных товаров (услуг)», 1-ТАРИФ (жел) «Сведения о тарифах на перевозку

тонны грузов железнодорожным транспортом», а также результаты специально организованных статистических обследований.

Как показывает практика статистических расчетов, индексы цен на продукцию (затраты, услуги) инвестиционного назначения применяются на макроэкономическом уровне для анализа экономических процессов, оценки динамики инвестиций, осуществлении расчетов таблиц «затраты-выпуск», расчетов ВВП и составления прогнозов развития экономики.

За период 2014-2018 гг. сводный индекс цен на продукцию инвестиционного назначения показал тенденцию роста с разной интенсивностью. Максимальный рост цен по сравнению с предшествующим годом отмечен в 2015 г. – 110,3 %, минимальный – в 2017 г. – 103,1 %; в том числе индекс цен производителей на строительную продукцию показал максимальный рост в 2016 г. – 106,6 %, а минимальный – 104,1 % в 2015 г., максимальный индекс цен приобретения машин и оборудования инвестиционного назначения отмечен в 2015 г. (120,1 %), минимальный – в 2017 г. (101,1 %) (см. рис. 1).

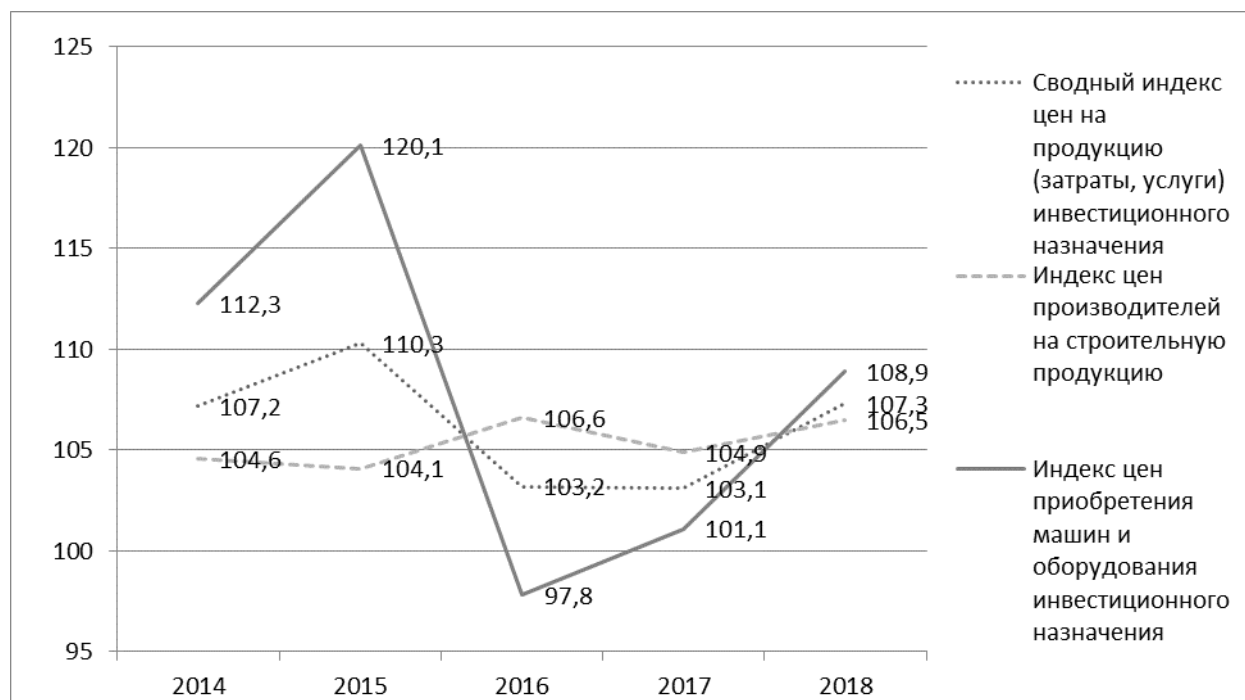


Рисунок 1 – Индексы цен на продукцию инвестиционного назначения

Для оценки реальных инвестиций на макроуровне осуществляется расчет сводного индекса физического объема инвестиций в основной капитал (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика инвестиций в основной капитал за 2014-2018 гг.

	2014	2015	2016	2017	2018
Инвестиции в основной капитал, в % к предыдущему периоду	98,5	89,9	99,8	104,8	104,3
Инвестиции в основной капитал в ценах 2014 г., млрд. руб.	10379,6	9331,3	9312,6	9759,6	10179,3

Расчеты динамики реального объема инвестиций в основной капитал в среднегодовых ценах 2014 г. на основе применения индекса физического объема показали, что последствия мирового финансового кризиса еще не преодолены и даже к 2018 г. объем инвестиций 2014 г. еще не достигнут: отставание составляет 200,3 млрд. руб.

В исследовании инвестиций важное значение имеет изучение источников их финансирования. За последние пять лет произошло увеличение доли собственных источников инвестиций как в целом по экономике, так и в разрезе федеральных округов (табл. 3). Так, если в целом по экономике доля собственных средств выросла с 45,7 % до 53,1 % - рост на 7,4%, то минимальный прирост отмечен в Южном федеральном округе – 2,7%, максимальный – в Северо-кавказском – 14,0%.

Анализ динамики инвестиций в основной капитал в территориальном разрезе показал, что средний по экономике темп роста инвестиций в 126,6 % превышен в Дальневосточном (152,1%) , Северо-Западном (148,5 %) и Центральном (136,5 %) федеральных округах. Минимальный темп роста отмечен в Южном федеральном округе – всего лишь 101,6 %. Изменения в структуре распределения инвестиций отмечены также в вышеперечисленных федеральных округах, доля которых выросла на 2 % в Центральном, на 1,8 % в Северо-Западном и на 1,3 % в Дальневосточном федеральных округах. Наиболее заметное снижение территориальной доли (- 3,1 %) отмечено в Приволжском федеральном

округе. Полученные результаты указывают на крайне неравномерный рост и распределение инвестиций в территориальном разрезе и на существующую их дифференциацию.

Таблица 3 – Структура источников инвестиций в экономику России за 2014-2018 гг.

	Собственные		Привлеченные	
	2014	2018	2014	2018
Российская Федерация	45,7	53,1	54,3	46,9
Центральный	44,6	53,5	55,4	46,5
Северо-Западный	43,6	49,7	56,4	50,3
Южный	32,5	35,2	67,5	64,8
Северо-Кавказский	30,8	44,8	69,2	55,2
Приволжский	52,9	63,1	47,1	36,9
Уральский	52,1	57,3	47,9	42,7
Сибирский	46,5	58,2	53,5	41,8
Дальневосточный	40,6	46,4	59,4	53,6

Таким образом, исследованные нами макроэкономические аспекты изучения инвестиций позволили сделать вывод о том, что необходим комплексный подход к их изучению, учитывающий как ресурсный потенциал инвестиций, так и результативный аспект, который позволил бы оценить вклад инвестиций в устойчивый рост экономики. Кроме того, анализ информационного обеспечения указывает на необходимость согласования данных бухгалтерского и статистического учета инвестиций.

Литература

1. Иванов Ю.Н. Вопросы измерения экономического роста в странах СНГ. // Вопросы статистики. 2014. № 10. С. 3-13.
2. Официальная статистическая методология определения инвестиций в основной капитал на региональном уровне. Утверждена приказом Росстата от 18.09.2014 N 569. Режим доступа: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/invest/met-inv-reg.pdf
3. Официальная статистическая методология определения инвестиций в основной капитал на федеральном уровне УТВЕРЖДЕНА приказом Росстата от 25.11.2016 № 746 (в ред. Приказа Росстата от 19.04.2018 № 205) . Режим доступа: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/invest/met-inv-fed.pdf/
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – www.gks.ru

Апатова Наталья Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Зосименко Евгений Витальевич

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ВИРТУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Для виртуальных предприятий на рынках Интернет возможны случаи различного установления цен, их динамика зависит от многих факторов, в том числе, сезонности и наличия товара у конкурентов. Ценовая политика предприятия определяется не только рыночными факторами спроса и предложения, но и его собственным потенциалом, технической базой, наличием достаточного финансового капитала, квалификацией кадров и организацией производства. «Организация самостоятельно определяет схему разработки ценовой политики исходя из целей и задач развития фирмы, организационной структуры и методов управления, установившихся традиций, уровня издержек производства и других внутренних факторов, а также состояния и развития предпринимательской среды, т.е. внешних факторов» [1, с. 62].

Для определения долгосрочных целей ценовой политики предприятию необходимо сделать выбор: максимизировать прибыль или сохранить свою долю рынка. Поэтому ценовая политика состоит в том, чтобы иметь возможность варьировать ценами в зависимости от ситуации на рынке.

Современная экономическая теория изучает категорию цену в следующих аспектах: экономическая категория; стоимость товара, выраженная в денежном эквиваленте; отношения между продавцом и покупателем; денежная сумма, образованная в результате спроса и предложения и предназначенная для оплаты единицы товара (розничная цена) или некоторого количества товара (оптовая цена) [2, с. 187].

Этапы формирования ценовой политики: постановка цели; определение спроса; анализ внутренних возможностей; анализ конкурентной среды; выбор методов ценообразования; установка окончательной цены. На виртуальных рынках ряд этапов значительно ускоряется и упрощается, это относится к определению спроса и анализу конкурентной среды.

Большую роль в определении цен и взаимодействия с покупателем играет реклама, которая все больше переходит в виртуальное пространство компьютерной сети Интернет. Агентами рынка рекламных услуг являются рекламодатели, производители рекламы, распространители и потребители рекламы, но в случае Интернет рекламы сюда также включается программный комплекс, способствующий работе первых трех групп агентов. Исследователями выявлены существенные характеристики Интернет рекламы и произведена ее классификация. Интернет реклама трактуется как способ маркетинговых коммуникаций в интерактивной среде, который оказывает влияние на осведомленность потребителей, обеспечивает удовлетворение их потребностей в товарах или услугах, изменяет поведение покупателя в отношении товара и принуждает к его приобретению. Реклама классифицируется по признакам широты охвата целевой аудитории, вида представления рекламной информации и занимаемой ею площади (баннера на экране дисплея), способу воздействия на потребителя, продолжительности эффекта от просмотра рекламы, технологии подачи, размещении на сайтах, способам обращения к потребителю рекламы.

Литература

1. Пронина Н.Н., Миряева Д.А., Усанова И.А. Ценовая политика организации в современных условиях // Энигма. 2019. Т. 1. № 3-1. С. 61-66.
2. Шулико Е.В., Ковалев И.П. Современная ценовая политика организации: теоретические аспекты // Вестник Академии знаний. 2019. № 1 (30). С. 186-193.

УДК 658.336

Богуславская Екатерина Викторовна

сертифицированный бизнес-тренер

г. Симферополь, Россия

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

С каждым годом все больше организаций озадачиваются вопросом развития у себя корпоративной культуры, осознавая ее как основу эффективного менеджмента. Сильная, уверенная на рынке и не нуждающаяся в представлении компания всегда характеризуется высоким уровнем корпоративной культуры. А это говорит о прямом влиянии последней на эффективность и результативность работы организации и каждого ее сотрудника в том числе. Именно поэтому тема формирования правильной корпоративной культуры, способствующей процветанию бизнеса, остается актуальной всегда.

Практика показывает, что в отечественных компаниях не всегда уделяется должное внимание формированию ценностей и идеологии, направленных на создание благоприятной атмосферы среди сотрудников, во взаимодействии подразделений между собой, а также с внешними подрядчиками.

Зачастую эти процессы никак не контролируются и «пускаются на самотек», в чем состоит определенная «опасность» для менеджмента: создается дисбаланс в управлении персоналом, нарушаются связи субординации, репутация компании напрямую зависит от малейших колебаний в настроении персонала и т.п. Таким образом, некая корпоративная культура существует независимо от того, занимаются ли ее формированием, и в таком случае она не является устойчивой и может даже навредить производительности организации.

В России постоянные изменения в политической и экономической сферах требуют более гибкого подхода в организации бизнес-процессов. Особенно остро нехватка прогрессивных форм регулярного менеджмента видна на работе крупных промышленных предприятий, перед которыми стоят задачи конкурентоспособности и самосохранения, а также развития на международном и отечественном рынках. Сложность состоит в затруднении поиска новых кадров и переобучении существующих, а также в недостатке материальных средства на переоснащение технической базы. В таких условиях крайне остро замечается потребность в сплоченном, крепком духом коллективе.

Актуальность проблемы обостряется, если посмотреть на деятельность отечественных компаний в контексте взаимовлияния национальных культур. В этом ключе корпоративная культура становится необходимостью как фактор социализации индивида в компании.

Современные рыночные условия определяют, что управление персоналом на предприятии должно быть четким и контролируемым процессом. И при наличии высокой корпоративной культуры он отчасти становится саморегулируемым и способен улучшать продуктивность труда без применения дополнительных ресурсов. Кроме того, для любой организации система корпоративной культуры становится очень важным конкурентным преимуществом, а вместе с тем – фактором развития.

Цель данной работы определить составляющие корпоративной культуры, а также ее значимость в развитии организации.

С позиции бизнеса можно охарактеризовать корпоративную культуру как внутреннюю политику компании. Это совокупность целей, правил, стереотипов поведения, принятых ритуалов, особенностей взаимодействия между подразделениями и отношения каждого сотрудника к работе и друг к другу, а также восприятие компанией окружающего мира и себя на рынке. По сути, это все ценностные установки, которым руководствуются сотрудники, когда выполняют те или иные действия и рабочие процессы, связанные с деятельностью компании. Это может быть не только их непосредственный функционал и должностные обязанности, а также их уровень лояльности и приверженность своему делу даже не в рабочее время. Корпоративная культура, если она организована эффективно, непосредственно влияет на отношение сотрудника к себе, к своим коллегам, другим людям и к деятельности разного рода компаний, где он пребывает в роли клиента. Это мощный имиджевый инструмент.

Влияние корпоративной культуры на репутацию компании, а также ее место среди конкурентов на рынке, очень велико. У каждой организации есть своя история, свои ценности и способы решения задач, определенные принципы, которыми она руководствуется в тех или иных обстоятельствах и бизнес-процессах. Именно это создает ее уникальность и отличие от остальных. В итоге компания получает узнаваемость и положительную репутацию. Это, в свою очередь, привлекает к ней внимание клиентов и создает хороший HR-бренд.

К основным составляющим корпоративной культуры относятся: миссия и ценности компании, социально-психологические связи внутри коллектива, условия и организация труда, система коммуникаций, личностное развитие индивида, маркетинговые мероприятия. Каждая составляющая отвечает за определенный вектор развития компании и играет важную роль в повышении показателей эффективности работы персонала.

Миссия и ценности компании – ключевые постулаты деятельности, которыми должен быть подкреплён абсолютно любой процесс в организации. В первую очередь они направлены на все сферы, в которых так или иначе задействованы клиенты, поскольку отражают динамичность компании и желание оказывать пользу для других. Миссия определяет смысл деятельности. Она говорит о важности приносить пользу. Именно это позволяет сотрудникам чувствовать себя частью чего-то значимого, и это воодушевляет персонал на качественный труд. Миссия и ценности позволяют наполнить огромным смыслом ту часть жизни, которую сотрудники проводят на работе. Это значительно подкрепляет моральный дух коллектива, который становится мощным единым механизмом, работающим ради общей цели. Здесь важно, чтобы следование ценностям четко контролировалось менеджментом с момента подбора и адаптации персонала и вплоть до протяжения всего рабочего цикла. Благодаря этому люди, работающие в организации, становятся клиентоориентированными. Ценности должны быть понятны для всех и реалистичны.

Из предыдущего вытекает еще один компонент корпоративной культуры – социально-психологические связи внутри коллектива. Они представляют собой ту ментальную атмосферу, которая царит в компании. Она касается отношений между коллегами, и их отношения к тому, чем занимается компания. Когда весь персонал ориентирован на общие цели, а во взаимоотношениях сотрудников друг с другом царит доверие, компания максимально комфортно для себя и клиента будет достигать поставленных целей. Бизнес-процессы становятся слаженными и оперативными. В свою очередь

компания должна способствовать развитию максимально положительного и даже позитивного климата внутри коллектива.

Условия труда, безусловно, играют в этом ключевую роль. Все, от комфорта на рабочем месте до распределения зон ответственности будет влиять на выполнение задач, стоящих перед персоналом. Хочется отметить также и личность руководителя в данном аспекте: способы постановки им задач, контроль над выполнением, мотивация, четкость и наличие инструкций, - все это, так или иначе, занимает важное место в продуктивности труда.

К системе коммуникаций относится организованная система обратной связи. Она включает в себя такие составляющие как собрания, корпоративные мероприятия, стенды, журналы, встречи с руководством, анонимные «ящики обратной связи» и т.п. При этом, хотелось бы подчеркнуть исключительную роль конкретных мероприятий для персонала, проводимых организацией, в формировании идентичности с предприятием. Целью таких событий является командообразование, эмоциональный заряд, увеличение объема неформального общения между коллегами, что в дальнейшем позволяет использовать человеческие ресурсы более эффективно для реализации стратегии компании. Корпоративные ценности выступают стратегическим мотивирующим фактором, который способствует достижению общеорганизационных целей.

Безусловно, в центре вопроса становления корпоративной культуры стоит сам индивид. Реализуя себя в деятельности той или иной компании, он развивается личностно, а также выходит на качественно новый уровень своей компетентности. Развитие каждого сотрудника, его личностный рост, а также непосредственное обучение его за счет ресурсов компании является одной из составляющих корпоративной культуры. Групповые обучения по функциональным задачам, тренинги по компетенциям способствуют поднятию корпоративного духа, что является одним из показателей высокой культуры корпорации.

Маркетинговые мероприятия хоть и нацелены на изучение рынка и привлечение, прежде всего, внешнего клиента, так или иначе влияют на отношение сотрудников к стратегии компании и к тому, следует ли она своим ценностям и миссии. Потому каждая запущенная рекламная компания – это не только инструмент заявить о себе потенциальным клиентам и соискателям, а также подкрепить серьезность намерений в глазах собственных сотрудников. Некоторые исследования показывают, что чем прогрессивней рекламная компания, запущенная фирмой, тем больше чувства единения и воодушевления она вызывает у ее сотрудников, с условием, что учтены все элементы корпоративной культуры.

Если мы говорим о высокой корпоративной культуре, то все ее составляющие очень тесно связаны между собой, и только внимание к каждой способствует созданию полноценного и мощного стратегического инструмента в развитии организации. Каждая составляющая не может рассматриваться по отдельности, также как и нельзя оставить без внимания хотя бы одну из них.

Корпоративная культура наделяет организацию определенными характеристиками, на которые она влияет. Так, это упорядоченность процессов, понятность (внешним клиентам и сотрудникам понятно, чем занимается компания, кто за что отвечает, какие каналы связи существуют т.п.), стабильность, предсказуемость, узнаваемость. Также, как правило, компании с развитыми корпоративными ценностями отличаются сплоченностью сотрудников и минимальным количеством конфликтных ситуаций как внутри коллектива, так и за его пределами.

Существует несколько специфических особенностей культуры корпораций, которые стоит учитывать при построении системы ценностей, правил и установок.

Во-первых, ключевую роль в их создании и внедрении, а также в дальнейшем применении, играет ТОП-менеджмент. Руководитель организации, а также руководители подразделений должны принимать и личным примером демонстрировать соблюдение всех принципов, лежащих в основе культуры компании. При возникновении противоречий в действиях руководства с ценностями компании необходимо незамедлительное обсуждение сложившихся обстоятельств, вплоть до изменения ценностей. У сотрудников и посторонних наблюдателей ни в коем случае нельзя допустить возникновения ощущения непоследовательности в действиях организации, поскольку это может привести к дисбалансу и противоречиям внутри коллектива, и неизменно негативно повлияет на рабочую атмосферу и репутацию.

Во-вторых, корпоративная культура делает компанию видимой. Безусловно, это очень хорошее качество, создающее подкрепление для бренда. Однако это означает, что нужно учитывать множество факторов: точность и соответствие ценностям рекламных кампаний, реакцию конкурентов, видение компании потенциальными соискателями и т.д.

В-третьих, корпоративная культура постоянно влияет на все процессы в компании. И в этом ключе также хочется отметить ряд положительных, вытекающих из этого обстоятельств. Так, стоит сказать, что высоко развитая культура компании привлекает в нее действительно подходящие, близкие по духу, трудовые кадры. В свою очередь, она также «отталкивает» людей, которые не разделяют ценности компании. Вновь пришедшим сотрудникам намного легче и быстрее адаптироваться именно в той организации, где корпоративная культура хорошо развита, у них появляется чувство приобретения «своего» места работы. Благодаря разработанным постулатам и правилам, компании намного легче

делать правильный выбор в сложных ситуациях, где задействованы реалии рынка: каждый сотрудник и линейный руководитель сам понимает, какие действия предпринять в сложной или кризисной ситуации. Таким образом, чем правдивее удастся управляющему компании создать ее «характер», описать ее ценности и подобрать нужных сотрудников, тем точнее совпадет решение сотрудника или линейного руководителя с тем, которое принял бы сам управляющий.

Итак, корпоративная культура, по сути, является самодвижущимся механизмом в управлении персоналом, если ее организовать правильно, учитывая все составляющие. Если один из элементов не учтен или работает не правильно, в компании могут ощущаться некие «сбои» в управлении. Одними из признаков потери устойчивости являются нереалистичные цели, поставленные для сотрудников, преобладание индивидуальных правил и норм, повышенные требования, концентрация власти в руках одного руководителя. Как следствие, внутри трудового коллектива может возникнуть психологическое напряжение.

Высокая корпоративная культура призвана создавать двустороннюю связь «руководитель-подчиненный», где в качестве объекта управления выступает персонал предприятия.

Все компоненты корпоративной культуры можно официально закрепить документально. С этой целью в компании разрабатываются кодексы корпоративной этики, однако корпоративная культура может существовать и без формального оформления. В любом случае, если ее составляющие правильно выстроены, то она будет работать эффективно. Носителями корпоративной культуры могут быть: традиции, формирующиеся исторически; постулаты и нормы, разработанные и утвержденные для всех сотрудников; язык, а именно терминология, профессиональный сленг; символы в виде одежды, стиля проводимых собраний, дизайна продукции и т.п.; руководящая политика, такая как поощрения, мотивация персонала, санкции и т.п. Однако на больших предприятиях, в том числе на тех, где есть несколько функциональных руководителей, задокументированная корпоративная культура способствует лучшему внедрению ее норм, правил и принципов в работе организации.

Таким образом, корпоративная культура имеет стратегическую роль в стабильности любой компании и влияет на ее гибкость в условиях экономических колебаний, возможность быстро справляться с трудностями, трудоспособность и моральный дух коллектива, долговечность и финансовое состояние.

Благодаря высоко развитой культуре корпорации персонал, ориентированный на общие цели, обеспечит постоянное проявление инициативы в процессе своей трудовой деятельности, будет взаимодействовать продуктивно, создаст положительный имидж для компании. Немаловажную роль в этом играет управляющий компании и руководители, в зону ответственности которых входит обеспечение применения всех корпоративных ценностей без исключений.

Если в основе деятельности лежит коллектив, где каждый сотрудник заинтересован в процветании компании, это всегда будет способствовать увеличению материального состояния компании и эффективности ее деятельности.

Если в основе организации лежит хорошо развитая корпоративная культура, ей обеспечена устойчивая позиция на рынке, а также огромные возможности для дальнейших шагов к развитию.

УДК 338.332

Маслич Евгений Александрович

к.э.н., доцент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И МЕТОДЫ В СИСТЕМЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

Объективная необходимость разработки прогнозов и планов в условиях экономики вызвана действием большого количества динамических факторов: научно-технического прогресса, увеличением роли социальных и рыночных факторов, появлением природных и экологических факторов. Поэтому важна методология прогнозирования и планирования, которая позволяет разработать достоверные планы и прогнозы для обеспечения эффективной работы хозяйственной системы.

Плановые расчеты применяются, как в текущем, так и перспективном планировании. Наиболее рациональным считается следующий алгоритм осуществления бизнес-планирования деятельности предприятий (рис. 1).

Таким образом, реализуется принцип единства между долгосрочными планами предприятия и среднесрочными и краткосрочными. В процессе прогнозирования и планирования применяются различные группы методов.

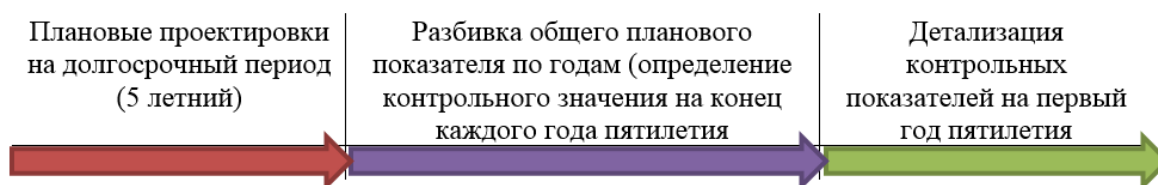


Рисунок 1 – Алгоритм планирования долгосрочных и текущих планов

Прогнозирование

1. Метод экспертных оценок – предусматривает изучение мнений экспертов о развитии планируемого вопроса. В эту группу входят методы коллективной генерации идей («мозговой атаки»); метод «Дельфи»; матричный метод.

С учетом различных мнений экспертов, экспертным путем определяют 3 вида прогнозов изменения прогнозируемого показателя: оптимистический, пессимистический и наиболее вероятный. Это дает возможность определить ожидаемое прогнозное значение. Любой прогноз имеет вероятностный характер, поэтому дополнительно целесообразно рассчитать доверительный интервал прогнозируемого показателя (стандартное отклонение).

2. Экономико-статистические методы.

Эффективность применения статистических моделей и методов дает точный результат в экономической системе, характеризующейся стабильными тенденциями и темпами развития экономических явлений, которые имеют инерционный характер функционирования. Однако применение статистических моделей имеет смысл при разработке текущих и среднесрочных планов, так как эти модели аналитически выражают тенденции и закономерности развития планируемого процесса, включают факторы, условия и ограничения наблюдаемого процесса.

Статистическая обработка экономической информации непосредственно не приводит к получению прогнозов, однако является важным звеном в общей системе их разработки. Прогнозирование по одному временному ряду осуществляется на основе среднегодовых коэффициентов изменения, временных функций и с помощью метода экспоненциального сглаживания.

3. Методы обоснования миссии и целей развития предприятия.

Разработка долгосрочного прогноза развития предприятия в условиях рынка и формирование стратегии его функционирования должна базироваться на определении миссии и постановке основной стратегической цели. В условиях рынка основным критерием развития предпринимательской деятельности является обеспечение доходности и получение определённого размера прибыли. Расчет прибыли минимальной проводится по формуле.

$$П_{\text{м}} = \frac{K * МУР}{100 - С_{\text{Н}}}$$

где $П_{\text{м}}$ – размер минимальной прибыли, тыс. руб.;

K – величина капитала (стоимость основных и оборотных фондов затраты по аренде земли, тыс. руб.;

$МУР$ – минимальный уровень рентабельности, % (соответствует годовой депозитной ставке по вкладу в банке, как альтернатива вложения капитала в производство);

$С_{\text{Н}}$ – доля прибыли, отчисляемая в бюджет в качестве налога на прибыль, %.

Планирование

4. Нормативный метод. Основной метод, который используется при составлении текущих и среднесрочных планов предприятия. Основой этого метода является широкое применение научно-обоснованных нормативов: нормы использования основных фондов, нормы использования оборотных средств, нормы затрат труда, нормы расхода материальных ресурсов (семян, топлива) и т.д. Этот метод позволяет определить плановую величину материальных ресурсов, на основе использования нормативов расхода ресурсов на осуществление этого процесса.

5. Балансовый метод – основной метод планирования. Заключается в увязке потребностей и ресурсов на предприятии. В аграрной сфере составляется большое количество балансов. Система балансовых расчетов делает показатели плана достоверными. План получается обоснованным, устойчивым и надежным. Основные виды балансов в планировании сельского хозяйства: баланс трудовых ресурсов, кормов, удобрений, годовые и помесные обороты стада, семян, баланс готовой продукции, с.-х. угодий, энергетических мощностей и др.

Эффективность разработанных прогнозов и планов характеризуется показателями устойчивости, надежности и эффективности. Надежность плана $Н_{\text{к}}$ по показателю $Р_{\text{к}}$ определяют через математическое ожидание невыполнения плана по этому показателю:

$$H_K = 1 - \frac{M(\Delta P_K)}{P_K^o} = 1 - \frac{1}{E_{Kj}} * \frac{\Delta S_j}{S_j^o}$$

где P_K^o - плановое задание по к-му показателю;

$M(\Delta P_K)$ - математическое ожидание недовыполнения плана;

S_j^o - объем поставок ресурсов j- вида по плану;

ΔS_j - возможная недопоставка j- вида ресурса.

Напряженность плана характеризуется степенью использования производственных ресурсов: фондоемкость, материалоемкость, затраты труда на единицу продукции. Систематизация теоретических и методических основ прогнозирования и планирования позволили установить следующее. Важное место в деятельности предприятия отводится текущей плановой работе и разработке текущих планов, в виде годового плана производственно-финансовой деятельности. Система индикаторов, позволяет качественно обосновать плановые показатели.

УДК 658

Ольховая Галина Викторовна

доцент, к.э.н., доцент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ЦИФРОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

В связи с активным проникновением цифровых технологий во все сферы человеческой деятельности в академической среде и деловых кругах массово обсуждаются проблемы цифровой трансформации социально-экономических систем различных уровней. На микроуровне адаптация к процессам цифровой трансформации превращается в решение проблем выживания, обеспечения конкурентоспособности и развития организаций в условиях динамических темпов технического прогресса и инноваций, которые вызывают кардинальные изменения в процессах взаимодействия продавца и покупателя, поведении потребителей. В этом ключе актуальным является выявление наиболее существенных характеристик новых бизнес-моделей, которые становятся общими чертами все большего количества организаций по мере распространения цифровизации.

Семантически термин «бизнес-модель» является синтезом двух слов: 1) бизнес – как инициативная, рискованная деятельность, направленная на получение прибыли, и 2) модель – как «абстрактное представление реальности в какой-либо форме, предназначенное для представления определенных аспектов этой реальности и позволяющее получить ответы на изучаемые вопросы» [4]. Объединение этих двух смыслов на практике привело к возникновению многочисленных подходов, которые, с различной степенью детализации, – с фокусом на отдельном продукте, организации или даже отрасли – определяли бизнес-модель как утверждение, описание, представление, архитектуру, набор элементов, метод, концептуальный инструмент или структурный шаблон бизнес-деятельности. В любом случае, практическая ценность бизнес-модели, как бы она не определялась, очень высока – описывая логику деловых процессов организации, структурные элементы бизнеса и их взаимосвязь, она дает ответы на вопросы «Какую ценность предлагает организация?», «Как ее создает?», «Как доставляет свои предложения потребителю?» и, в результате, связывая стратегию с бизнес-процессами, облегчает планирование и внедрение изменений.

В условиях цифровизации сама бизнес-модель становится источником изменений. Широкое распространение Internet, появление новых способов осуществления транзакций, снижение затрат на коммуникации и удельных затрат на обработку данных, увеличение скорости их обработки обеспечили условия для возникновения новых форматов взаимодействия поставщиков и потребителей, новых способов создания и доставки ценностных предложений, снизили барьеры входа в отрасли и территориальные ограничения. В результате передовые достижения в области информационно-коммуникационных технологий создали предпосылки для трансформации традиционных бизнес-моделей. Основными направлениями трансформаций являются внутренняя оптимизация на основе более эффективного использования информации, изменение структуры существующих бизнес-моделей, отказ от традиционных и переход на новые – цифровые бизнес-модели [2].

Бизнес-структуры так или иначе используют в своей деятельности цифровые технологии. Вместе с тем можно выделить наиболее существенные черты, которые отличают традиционные бизнес-модели от цифровых (табл. 1). В цифровых бизнес-моделях на смену физическим активам приходит интенсивное создание и/или использование цифровых активов, в частности программного обеспечения и алгоритмов,

поддерживающих работу платформ, сайтов и обеспечивающих функциональность бизнес-модели. Платформы позволяют потребителям обмениваться информацией и совершать сделки в режиме реального времени, поставщикам – в режиме реального времени собирать и анализировать данные, предлагать персонализированные продукты, оптимизировать бизнес-процессы и пространственно расширять свою деятельность без физического присутствия на той или иной территории.

Таблица 1. – Отличительные особенности традиционных и цифровых бизнес-моделей

Критерий	Традиционная бизнес-модель (обобщенно)	Цифровая бизнес-модель (обобщенно)
Ресурсы	Физические имущественные ценности – здания, сооружения, машины, оборудование, транспортные средства, сырье, топливо и т.п.; природные ресурсы; трудовые ресурсы; интеллектуальная собственность, базы данных, программные решения	Цифровые активы - имущественные ценности, которые доступны и хранятся в цифровой форме – документы в различных форматах (аудио, видео, графика, текстовые), учетные записи пользователей, пакеты данных, доменные имена и средства сетевой инфраструктуры, криптовалюты и пр.; мобильные приложения; умные устройства; биометрические технологии
Группы потребителей	Сегментирование потребителей по географическому, демографическому, поведенческому, психографическому критериям	Появление новых сегментов цифровых потребителей: аудитория сайта, интернет-сообщества, блогеры, геймеры и пр. Необходимость в новых критериях сегментации (по теории поколений, по активности аудитории и пр.)
Планирование	Разработка стратегии на основе рыночных тенденций	Выявление трендов посредством анализа больших данных, социальных сетей
Производство	Разработка, производство и вывод на рынок продукта определенного качества, в определенном количестве в обусловленные сроки и с соблюдением запланированных затрат	Создание, поддержка и обслуживание платформ, сайтов, приложений; поддержка автоматизации процессов и интеграции участников в режиме реального времени; поддержка потока инноваций, оптимизация процессов в он-лайн режиме
Хранение	Хранение готовой продукции	Оптимизация инвентаризационных данных в режиме реального времени
Транспорт и логистика	Планирование, реализация и контроль эффективности логистических операций	Контроль и точный прогноз транспортировки товаров в режиме реального времени через технологические инструменты
Взаимодействие с клиентами, маркетинг	Коммуникации с целевой аудиторией персонально, средствами печатной продукции, телефонии, наружной рекламы, видеотрансляций, почтовых рассылок	Любые коммуникации с использованием цифровых каналов и цифровых устройств; использование систем управления идентификацией и доступом, омниканальность
Продажи	Распределение товаров по сети сбыта (через точки продаж)	Прямой контакт с потребителями посредством платформенных технологий
Ключевые ориентиры цепочки создания ценности	Качество; соотношение цена/качество (производительность); дифференциация; новизна; диверсификация поставщиков ресурсов и каналов распределения; экологичность; сила бренда; безопасность	Массовая кастомизация и гипер-персонализация; DevOps; микросервисные архитектуры; мультисервисные платформы, кибербезопасность
Доходность	Низкие темпы роста и норма прибыли	Высокие темпы роста и норма прибыли
Ограничения взаимодействия	Территориальные, страновые	Никаких территориальных ограничений

Источник: составлено автором по материалам [1], [3]

Трансформация бизнес-моделей – это необратимый процесс, требующий постоянной оценки соответствия сложившейся практики ведения бизнеса трендам цифровых преобразований. Изменения могут затрагивать ценностное предложение, всю, либо часть цепочки создания ценности – в любом случае отсутствие изменений, учитывающих возможности цифровых технологий, сродни потере рынка и гибели бизнес-структуры. С другой стороны, внедрение цифровых компонентов является затратным инвестиционным процессом, поэтому должно гармонично вписываться в действующую бизнес-модель и усиливать ее конкурентные преимущества.

Литература

1. Гарифуллин, Б.М. Виды бизнес-моделей компаний в цифровой экономике / Б.М. Гарифуллин Б.М., В.В. Зябриков // Креативная экономика. Т.13. № 1. – 2019. https://www.researchgate.net/publication/331455255_Vidy_biznes-modelej_kompanij_v_cifrovoj_ekonomike
2. Digital business-model innovations/ International Association of controllers

3. TPA Global (2018). Analyzing Value Chains in Business Models Impacted by the Digital Economy <https://www.tpa-global.com/nieuws/2018-08-02/analyzing-value-chains-in-business-models-impacted-by-the-digital-economy>
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Модель>

УДК 338.24

Остапенко Ирина Николаевна

к.э.н., доцент

Хабилов Смаил Надирович

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

МЕТОДЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современной практике инновационное развитие предприятия рассматривается как форма проявления научно-технического прогресса на микроуровне, способствующая обновлению номенклатуры выпускаемой продукции, повышению ее качества в целях удовлетворения потребностей потребителей и максимизации прибыли предприятий. Так же инновационное развитие предприятия можно назвать фундаментальным переосмыслением и радикальным перепроектированием всех бизнес-процессов предприятия при помощи новаторских идей для повышения эффективности во всех сферах предприятия, начиная от производственно-хозяйственной сферы до работы с нормативными документами [3]. Инновационное развитие предприятия является основой движущей силы предприятий. Детальное описание внутренних бизнес-процессов предприятия дает возможность четко понять и определить его стратегию, тем самым позволяя предприятию быть эффективным и конкурентоспособным как на внутренней, так и на международной арене. Основной причиной изменений в бизнес - моделях является изменение состояния среды предприятия, в котором оно непосредственно функционирует, и, если необходимость таких трансформаций очевидна и обоснована, то становится актуальным вопрос инновационного развития. Необходимость инновационного развития связывается с высокой динамичностью современного делового мира. Постоянные и довольно существенные трансформации в технологиях, рынках сбыта и потребностях клиентов стали обычным явлением, и предприятия, стремясь сохранить свою конкурентоспособность на рынке, вынуждены непрерывно перестраивать корпоративную стратегию и тактику[4]. В результате проведения мероприятий по инновационному развитию предприятия повышается его конкурентоспособность: растёт скорость производства внутреннего или рыночного продукта; происходит переход от функциональной структуры управления предприятием к проектной, наблюдается снижение затрат; создается новая система профессионально - должностного роста работников; повышается качество исполнения трудовых функций за счет большей мотивации труда работников; видящих результаты достижения своих целей; решаются проблемы конфликтности поставленных целей; упрощается документооборот при использовании современных информационных технологий. Имеется основная проблема, связанная с инновационным развитием предприятий, - это Высокая стоимость данных мероприятий. В подобной ситуации требуется найти четкий баланс между эффектами, получаемыми в ходе инновационного развития, и совокупностью финансовых средств и усилий, потраченных на достижение этих эффектов. Целью данного исследования является конкретизация роли методов инновационного развития предприятия. Задачами исследования выступают: 1) уточнение параметров инновационного развития; 2) определение роли инновационного развития в дальнейшем развитии бизнеса и самого предприятия; 3) формирование перечня мероприятий по инновационному развитию предприятий. Успешность инновационного процесса напрямую зависит от востребованности нового продукта на рынке и формирования на него платежеспособного спроса. Чтобы товар заинтересовал покупателей, оправдал их ожидания, компания нуждается в изучении тенденций рынка, потребностей целевых сегментов, что обуславливает значение маркетинговой информации при принятии инновационных решений.

Маркетинговые исследования, связанные с выявлением потребностей потребителей и оценкой перспектив спроса на новый продукт, актуальны на всех этапах инновационной деятельности, однако особая необходимость в них возникает на стадии генерирования идеи и разработки концепции продукции и в период подготовки к выведению товара на рынок. В процессе инновационной деятельности в зависимости от конкретных целей и особенностей инновационного проекта и целевого рынка, а также текущих проблем создания товара могут быть использованы разные методы маркетинговых исследований, которые применяются и при решении задач, не связанных с новыми продуктами.

Некоторые методы маркетинговых исследований актуальны именно в инновационной деятельности [2]. Метод «голос покупателя» (voice of the customer) возник в рамках методики развертывания функций качества (Quality function deployment – QFD) как часть этого процесса. Метод

позволяет соединить функции маркетинга, проектирования и производства продукта. Данный метод включает определение покупательских нужд, их структурирование и оценку приоритетов, а также сопоставление систематизированных таким образом потребительских требований с техническими и конструктивными характеристиками разрабатываемого товара. *Визиты к покупателю* (Customer Visits). Данный метод предполагает использование этнографии. Визит к покупателю осуществляют подготовленные сотрудники, которые наблюдают процесс использования продукта, а также задают потребителю вопросы. Такие интервью направлены на выявление потребительского опыта и покупательских инсайтов. *Метод «ведущего пользователя»*. Метод используется для разработки новых продуктов производственного назначения. Промышленные пользователи очень часто не покупают готовые изделия, которые им требуются, и не ожидают, когда они будут разработаны, если таких товаров нет на рынке, а сами разрабатывают или дорабатывают их для себя. В некоторых отраслях фактическими разработчиками многих новых продуктов являются сами пользователи. Эти продукты в итоге коммерциализируются изготовителями. «Ведущие пользователи» осознают потребности, которые в перспективе будут носить широкий характер, но ощущают их раньше, чем основная часть рынка. Сущность метода заключается в выявлении ведущих пользователей, изучение уже используемых ими способов решения проблем, а затем разработка и внедрение в производство соответствующего продукта [1].

Определяя роль методов инновационного развития в развитии бизнеса предприятия, стоит отметить, что само инновационное развитие представляет собой переосмысление и перепроектирование бизнес-процессов, что способствует достижению резких улучшений ключевых показателей деятельности предприятия, таких как стоимость, качество, сервис и темпы. В то же время, достижение перечисленных показателей снижает риски предприятия, связанные с потерей финансовой устойчивости и конкурентоспособности.

Таким образом, инновационное развитие является способом снижения рисков предприятия, действенность которого гарантируется при условии принятия двух глобальных управленческих решений: определение эталонного вида инновационного развития предприятия, определение эффективного способа построения и реализации эталонной модели, исходя и затрат, существующего потенциала и времени.

Литература

1. Жукова, Т.Н. Маркетинг инноваций : учебное пособие / Т.Н. Жукова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 64 с.
2. Трефилова И.Н. Маркетинговые модели поддержки инновационной активности компаний в сетях ценности: дис. д-ра экон. наук. – СПб., 2018.
3. Кострома, Е.И. Реинжиниринг бизнес-процессов / Е.И. Кострома // г. Екатеринбург. 2015. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/32908/1/pz_2015_01_17.pdf.
4. Никитин, П.В. Важность реинжиниринга бизнес-процессов на современном предприятии / П.В. Никитин // Символ науки. 2015. №11-1. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vazhnost-reinzhiniringa-biznes-protsessov-na-sovremennom-predpriyatii>.

УДК 331.1

Романюк Елена Витальевна
к.э.н., доцент кафедры экономической теории
Кондратьева Анастасия Сергеевна
магистр специальности «Экономика фирмы»
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА РАБОТНИКОВ

Проблемы производительности труда стали интересовать экономическую науку ещё во второй половине XIX века. Так, за рубежом производительность труда стали рассчитывать в натуральном выражении на одного производственного рабочего, затем перешли к расчету производительности труда в денежном выражении. В конце 1950-х гг. производительность труда стали рассчитывать с учетом действия не только производственных рабочих, но и всех работников, не только предприятиях промышленной отрасли, но и на предприятиях других сфер экономики [1, с. 117; 2 с. 76]. Во второй половине XX века производительность труда стали применять как инструмент анализа и планирования производственного процесса, но методика расчета производительности в различных странах значительно отличалась. В России рассматривали производительность труда на всех исторических этапах по-разному: в советское время производительность труда считали основным показателем расчета результативности производства; в процессе перехода к рыночным отношениям экономики (с 1992 г.) показатель производительности труда стал выполнять другую важную роль, которая заключалась в том, что данный показатель стал дополнительным показателем по отношению к эффективности, при этом появились новые показатели расчета прибыльности и рентабельности, активно применяющиеся на предприятиях.

На данном этапе времени в экономике России наблюдается значительно невысокий уровень производительности труда по сравнению с развитыми зарубежными и развивающимися странами.

Повышение производительности труда работников можно достичь с помощью следующих мероприятий: интенсификации производства, технического перевооружения хозяйствующих субъектов, применение совершенствованной техники и новых технологий, роста уровня качества и конкурентоспособности производимой продукции, увеличения ассортимента товаров, рациональной организации производственного процесса, своевременной оплаты труда, снижения вредных факторов на труд работников, а также повышения корпоративной культуры, вовлечения работников в бизнес-процессы.

Кроме этого, каждому предприятию необходимо разрабатывать и внедрять специальные программы повышения производительности персонала, которые будут включать анализ данного показателя, виды резервов и установленные методы и способы достижения их роста, временные периоды их выполнения. Кроме этого, программа повышения производительности труда должна включать запланированные расходы на мероприятия по повышению резервов её роста, а также предполагаемый рассчитанный эффект от внедрения их.

Литература

1. Чупина И.П. Влияние внешних и внутренних факторов на развитие российской экономики / И.П. Чупина // Аграрный вестник Урала. – 2011. – № 3. – С. 117.
2. Романюк Е.В. Совершенствование мотивационного механизма управления персоналом предприятия / Е.В. Романюк, Е.В. Трусевич, О.С. Олексюк // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2018. – № 4 (34). – С. 75-81.

УДК 338.439.6

Сулыма Александра Иосифовна

к. э. н, доцент

Субботина Александра Дмитриевна

обучающаяся группы М-б-о-163

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИНИ-ПЕКАРЕН В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Современное предприятие является открытой социально-экономической системой, которая находится в непрерывном взаимодействии с внешней средой. Для обеспечения выживания и развития в условиях усиления неопределенности и динамичности внешней среды предприятию необходимо оперативно отслеживать угрозы, оценивать их и выбирать наилучшую ответную реакцию, способствующую достижению его целей. Не является исключением и деятельность мини-пекарен. Таким образом, исследование факторов внешней среды, влияющих на деятельность мини-пекарен в Республике Крым является актуальным.

Под внешней средой предприятия понимают силы и явления, возникающие за его пределами и оказывающие на него прямое или косвенное воздействие. При анализе внешней среды всю совокупность факторов, которые ее формируют, принято разделять на две группы: макросреду и микросреду. Макросреду целесообразно исследовать на трех уровнях: международном, национальном и региональном. Данные факторы создают общие условия деятельности мини-пекарни. В свою очередь, элементы микросреды формируют факторы внешней среды прямого факториального влияния на деятельность мини-пекарни [8].

Проведем анализ внешней среды для мини-пекарен Республики Крым, исследуя факторы мега-, макро-, мезо- и микроуровня. Следует отметить, что на деятельность мини-пекарен в Республике Крым факторы мега уровня внешней среды не оказывают существенного влияния. На данном уровне внешней среды возникают глобальные угрозы, которые формируются под воздействием событий, которые происходят в мировой глобальной экономике. Можно отметить такие отрицательные факторы внешней среды данного уровня, как санкции, увеличение курса доллара в связи с резким снижением цены на нефть [4], распространение нового вида вируса. Однако, данные угрозы не затрагивают деятельность мини-пекарен, поскольку в производственном цикле не используется импортное сырье и производимая продукция относится к продуктам первой необходимости.

На макроуровне внешней среды формируются факторы национального характера. К их числу относят: социально-экономические, технические, технологические, технические, информационные, экологические и форс-мажорные [8]. Среди экономических факторов можно выделить снижение уровня инфляции. «В феврале 2020 г. индекс потребительских цен составил 100,3%, с начала года – 100,2% (в феврале 2019 г. – соответственно 100,5% и 101,5%)» [2]. Это порождает возможность для развития деятельности мини-пекарен, так как можно говорить об увеличении уровня потребления продукции данных предприятий. Так же данный фактор приведет к снижению себестоимости продукции, что

позволит сократить конечную цену. В этой ситуации мини-пекарни могут планировать расширение деятельности, наращивание производства, повышение качества продукции. Снижение уровня безработицы влечет за собой удорожание рабочей силы, повышения затрат на оплату труда, увеличение спроса на рынке труда. Ответная реакция мини-пекарен на данную угрозу заключается в совершенствовании кадровой политики. Деятельность предприятий регулируется государством посредством введения обязательных государственных стандартов. Изменение или издание новых стандартов относится к политико-правовым факторам внешней среды. В период 2004 – 2010 годов ГНУ ГОСНИИХП Россельхозакадемии разработаны и утверждены Госстандартом национальные стандарты [3] (ГОСТ Р 52462-2005, ГОСТ Р 52697-2006, ГОСТ Р 52811-2007, ГОСТ Р 52961-2008, ГОСТ Р 53882-2010, ГОСТ Р 54645-2011). Так же в 2018 году был введен ГОСТ Р 57607-2017 (Изделие хлебобулочное из пшеничной муки. Хлеб сдобный в упаковке. Технические условия [1]), который описывает все технологические этапы производства хлебной продукции. Наличие достаточного количества нормативных актов, регулирующих производственную деятельность мини-пекарен, позволяет поддерживать достаточный уровень качества продукции, и если оно ниже установленного уровня, то продукция не может выйти на рынок. Это стимулирует предприятия на поддержание качества выпускаемой продукции на высоком уровне. В свою очередь, такой социальный фактор, как снижение численности населения приводит к уменьшению объема спроса и реализации продукции. Данная угроза влечет за собой такие действия предприятий, как активизация работы PR-отдела и усиление конкурентной борьбы.

Мезо уровень внешней среды предполагает формирование факторов регионального характера, которые являются производными от мега- и макроуровней. Однако, учитывая определенное положение Республики Крым и достаточно обособленную экономическую ситуацию, макро- и мезо уровни целесообразно изучать совместно. Причиной данного предположения является нахождение региона под санкциями, что мешает зайти на региональный рынок предприятиям с континентальной части России. Но при это можно отметить ряд региональных факторов, оказывающих влияние на деятельность мини-пекарен. Выявлена динамика увеличения оборота общественного питания. Это свидетельствует о том, что возрос процент населения, питающего в заведениях общественного питания. «Оборот в январе-июле 2019 года составил 6731,3 млн. рублей, что в сопоставимых ценах на 1,2 % больше, чем в январе-июле 2018 года» [5]. Это оказывает на мини-пекарни определенное влияние – увеличение конкуренции на отраслевом рынке, в связи с увеличением объемов спроса. К тому же, усложняются потребительские предпочтения. Потребитель становится более избирательным, что стимулирует мини-пекарни наращивать уровень контроля качества продукции, совершенствовать ценовую политику, проводить различные маркетинговые программы в виде акций и специальных предложений, а также улучшать инфраструктуру и внешний вид зданий.

Также выявлена такая региональная угроза деятельности мини-пекарен, как дефицит квалифицированного персонала. Профессии «повар-кондитер» обучают в трех колледжах – два из них находятся в Керчи, и один – в Севастополе. Высшее образование по профилю производство хлебобулочных изделий в Крыму не представлено [7]. В данных условиях, предприятиям необходимо заниматься обучением персонала самостоятельно и привлекать специалистов из других регионов Российской Федерации с помощью совершенствования системы оплаты труда и предоставления социальных пакетов, что в свою очередь увеличивает затраты мини-пекарен.

При исследовании микроуровня внешней среды необходимо изучить конкурентов, покупателей, внешних партнеров и поставщиков мини-пекарен. Сильнейшими конкурентами для мини-пекарен являются крупные хлебозаводы (АО «Крымхлеб» (г. Симферополь), ЗАО «Крым» (г. Керчь), ООО «СВХ» (г. Симферополь), ООО «Царь хлеб» (г. Симферополь) [7]) и супермаркеты с наличием собственной линией выпуска хлебобулочных изделий (ООО «Яблоко», ООО «АШАН», ООО «Крымская корзина»). Наличие сильных конкурентов на региональном рынке приводит к необходимости на мини-пекарнях поддерживать качество продукции и обслуживания на высоком уровне, чтобы иметь преимущество перед конкурентами с более дешевыми товарами. Поставщиками крымских мини-пекарен являются только местные предприятия, что обуславливается дороговизной перевозок с материка и сложностью организации логистики сырья. В ходе исследования выявлены такие отрицательные факторы внешней среды, как изменение структуры потребления продукции мини-пекарен и снижение платежеспособности населения. Спрос падает на дорогие сорта хлеба и сдобу и смещается в более дешевый сегмент [6]. Это приводит к снижению объемов реализации и, как следствие, к снижению объемов производства. В таких условиях мини-пекарням сложно удерживать уровень качества на высоком уровне и одновременно снижать розничную цену продукции. Действие данной угрозы можно минимизировать путем проведения маркетинговых мероприятий по стимулированию спроса, совершенствования ценовой политики.

Таким образом, в ходе исследования определено, что несмотря на достаточное количество угроз, выявлены и возможности для развития мини-пекарен в Республике Крым, что делает данный вид деятельности привлекательным и перспективным. Организация и проведение регулярного мониторинга внешней среды даст возможность мини-пекарне выявлять как возможности, так и угрозы, своевременно

приспосабливаться к ним и предпринимать корректировочные действия по исправлению нежелательных отклонений параметров своей деятельности.

Литература

1. ГОСТ Р 57607-2017 Изделие хлебобулочное из пшеничной муки. Хлеб сдобный в упаковке. Технические условия. – URL : https://allgosts.ru/67/060/gost_r_57607-2017 (дата обращения: 15.03.2020)
2. Индекс потребительских цен в Республике Крым в феврале 2020 г. // Росстат. Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю. – URL: <https://crimea.gks.ru/folder/27359> (дата обращения: 16.03.2020)
3. Корзун Л. Н. Система государственного регулирования ее роль в повышении эффективности развития хлебопекарной отрасли / Л. Н. Корзун // Актуальные проблемы современной России в условиях трансформации общества. – 2016г. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-gosudarstvennogo-regulirovaniya-i-ee-rol-v-povyshenii-effektivnosti-razvitiya-hlebopekarnoy-otrasli> (дата обращения: 11.03.2020)
4. Кузнец Д. Курс рубля рухнул после обвала нефти. В России снова кризис? / Д. Кузнец // Электронный журнал Медуза. – 2020. – URL: <https://meduza.io/feature/2020/03/09/rubl-ruhnul-do-75-za-dollar-v-rossii-snova-krizis> (дата обращения: 13.03.2020)
5. Пресс-выпуск: Социально-экономическое положение Республики Крым в январе-июле 2019 года. – URL: https://razdolnoe-rk.ru/files/2019/press_vypusk_v_yanvare_iyule_2019_g_.pdf (дата обращения: 18.03.2020)
6. Российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий: итоги 2018 г., прогноз до 2021 г. // Аналитический отчет. – 2019г. – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10934/> (дата обращения: 18.03.2020)
7. Сулыма А. И. Тенденции развития хлебопекарного производства в Республике Крым / А. И. Сулыма, А. Д. Субботина // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: сборник трудов XXI Всероссийской научно-практической конференции, г. Симферополь, 14-15 ноября 2019г. / научн. ред. В. М. Ячменевой. – Симферополь : ИТ «Ариал», 2019. – С. 245-249. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_41443782_79113290.pdf (дата обращения: 15.03.2020).
8. Ячменьова В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз. / В.М. Ячменьова, М. В. Височина, О. Й. Сулима // Симферополь: ВД «Аріал». – 2010. – 472 с.

УДК 004.9

Таран Виктория Николаевна
канд. техн. наук, доцент кафедры информатики и ИТ
Щербина Иван Олегович
магистрант 2 курса,
направления подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика»
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского» в г. Ялте
г. Ялта, Россия

АНАЛИЗ АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ PLAYRIX

Аннотация. В статье проводится анализ архитектуры предприятия, выпускающего компьютерные игры, разрабатывающего их и тестирующего, а также приведена схема организационной структуры указанного предприятия и его технологическая структура. Рассмотрены наиболее значимые факторы, влияющие на текущие результаты (прибыль) работы подразделений, и факторы, влияющие на организационную структуру предприятия. Проанализированы основные принципы политики предприятия по отношению к спросу (потребителям), позиция кадровой политики, оценка направления структурных изменений, условия прироста прибыли.

Ключевые слова: архитектура предприятия, организационная структура, технологическая структура, разработка компьютерных игр, принципы политики предприятия, кадровая политика предприятия.

Taran V.N.
Cand. tech. Sciences, Associate Professor, Department of Informatics and IT
Shcherbina I.O.
undergraduate, training directions 09.04.03 “Applied Informatics”
Humanitarian and Pedagogical Academy (branch)
of “V.I. Vernadsky Crimean Federal University” in Yalta
Yalta, Russia

ANALYSIS OF PLAYRIX BUSINESS ARCHITECTURE

Abstract. Annotation. The article analyzes the architecture of the enterprise that produces computer games, develops and tests them, and also gives a diagram of the organizational structure of the said enterprise and its technological structure. The most significant factors affecting the current results (profit) of the units, and factors affecting the organizational structure of the enterprise are considered. The basic principles of enterprise policy in relation to demand (consumers), the position of personnel policy, the assessment of the direction of structural changes, and the conditions for profit growth are analyzed.

Keywords: *enterprise architecture, organizational structure, technological structure, development of computer games, principles of enterprise policy, personnel policy of the enterprise.*

Введение. Игры в жизни современного человека играют немаловажную роль. С одной стороны – это снятие стресса, напряженности, некоей неудовлетворенности, с другой – развитие реакции, быстроты мышления и принятия решений, с третьей – это развитие, познание некоторой новой информации, умение ее применять на практике. Игры интересны и детям, и взрослым, а значит существует на них спрос, который в свою очередь рождает предложение, поэтому существуют организации, разрабатывающие и выпускающие компьютерные игры. Одной из таких организаций является Playrix. Для успешной работы предприятия и его конкурентоспособности на рынке товаров и услуг необходимо постоянно совершенствовать архитектуру предприятия, оптимизируя его бизнес-процессы и процессы управления. При описании и проектировании ИС в первую очередь исследуются и прорабатываются информационные потоки, гарантирующие функционирование системы, при этом часто не учитывается возможное изменение условий функционирования системы в будущем, например, директивное изменение тех или иных потоков информации новым руководством [1].

Для анализа архитектуры предприятия была выбрана Playrix, которая предлагает на рынке товаров и услуг компьютерные игры. Playrix является крупнейшим разработчиком мобильных игр в мире. Выпускаемая продукция – мобильная игра, которая публикуется в электронных магазинах: Google Play, Amazon Store, AppStore. Выпускаются казуальные игры с механикой “три-в-ряд” и симулятор развития города (другие названия жанра – ферма или “ситибилдер”).

Playrix не является монополистом. Согласно исследованию AppAnnie она входит в топ 10 издателей мобильных игр в мире (<https://tpa.appannie.com/en/>). Конкуренция сильная со стороны других компаний, разрабатывающих игры в таком же жанре. Если считать сбытом загрузку в магазин приложений, то этому ничего не мешает. Если считать сбытом загрузку на устройство конечного пользователя, то это конкурентная борьба за пользователя и его время.

Рассмотрим схему организационной структуры указанного предприятия (рис.1).

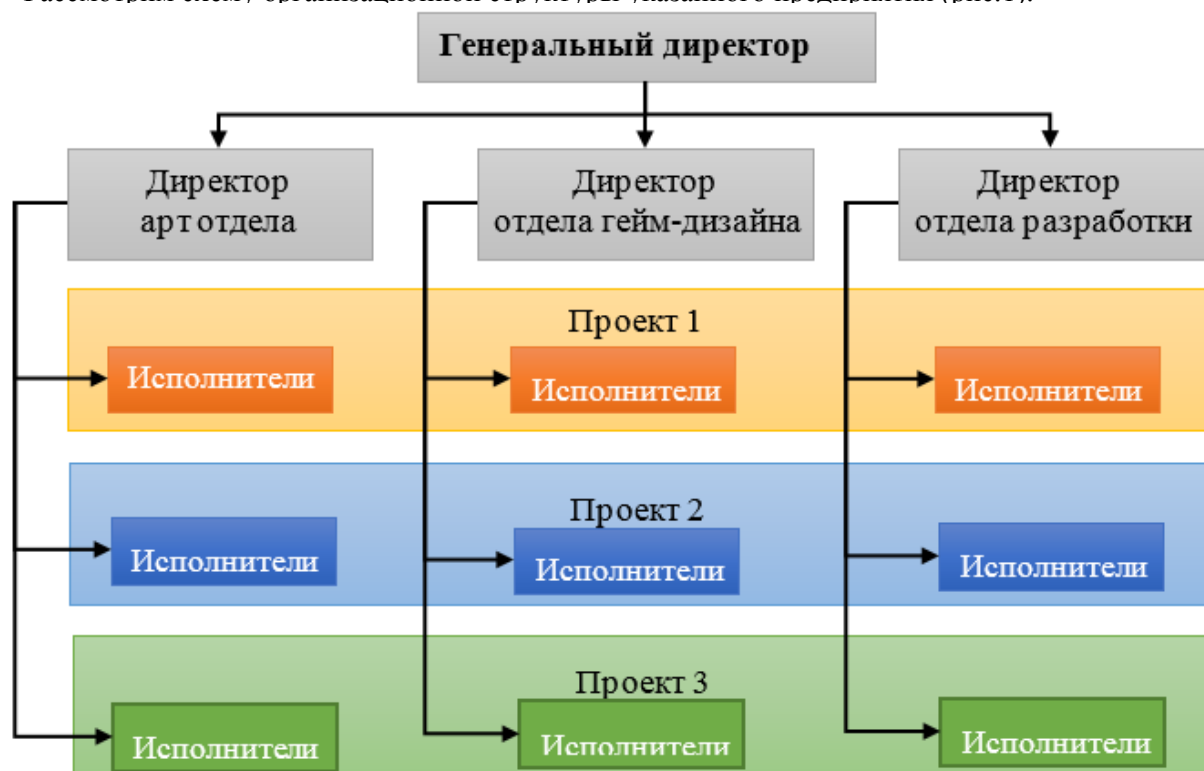


Рисунок 1 – Организационная структура

Кроме того, на фирме имеются следующие подразделения:

- отдел графики: загружает на сервер подготовленные текстуры в поставленный срок с заданными параметрами графики;
- отдел программирования: выполняет задачи на достаточном уровне, низкое количество багов, низкий процент возврата задач после отметки “выполнено”;
- отдел звукового производства: загружает на сервер подготовленные звуковые файлы в установленный срок;
- отдел UI/UX: подготавливает графику и шаблоны окон для взаимодействия с пользователем в установленный срок;

- отдел гейм-дизайна: составляет ТЗ для нового функционала, увеличение метрик игры в магазинах, процент положительных отзывов игроков о механиках;
- отдел непрерывной интеграции: поддержка приемлемого времени сборки проектов, низкий процент сфейленных сборок из-за ошибок инфраструктуры.

На фирме нет хозяйственных подразделений и отделов вспомогательного производства.

Рассмотрим технологическую структуру процессов фирмы (рис. 2). Анализ наиболее значимых факторов, влияющих на текущие результаты (прибыль) работы подразделений показал следующее:

- организационная структура позволяет быстро реагировать на изменения рыночных требований к играм и принимать быстрые решения;
- инфраструктура предприятия позволяет добиваться успешного взаимодействия между отделами;
- развитие инфраструктуры и процессов внедрения лучших практик разработки и тестирования позволяет проектам держать высокие показатели качества продукции и темпов его производства.

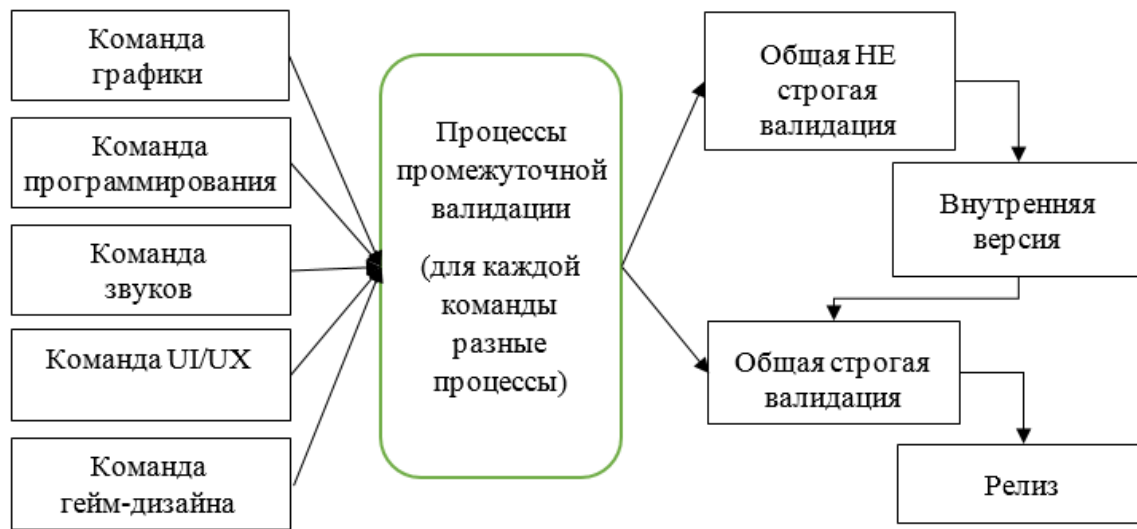


Рисунок 2 – Технологическая структура

На организационную структуру предприятия имеют влияние:

- специфика выпускаемой продукции: из-за частых релизов необходимо быть максимально мобильным и гибким в принятии решений на проектах;
- условия рынка труда: найти специалистов в одном городе или регионе является большой проблемой. Свободные специалисты могут закончиться, соответственно это остановит рост компании;
- конкуренция на рынке: тоже самое, что в первом пункте - необходимость максимально быстро принимать конкретные решения на проекте.

Рассмотрим макроэкономические тенденции, оказывающие влияние на деятельность предприятия, т.е. определим, в какой степени благополучие (неблагополучие) предприятия определяется общеэкономической конъюнктурой и политикой правительства. Во-первых, наблюдается общее снижение качества подготовки специалистов и сильное отставание программы и уровня образовательных учреждений от требований отрасли. Во-вторых, общее состояние экономики - потребность в играх, это социальная потребность согласно пирамиды Маслоу, и когда нет первых «слоёв» в виде безопасности и еды, то в игры заходят меньше.

Таким образом, основные принципы политики предприятия по отношению к спросу (потребителям) можно сформулировать следующим образом: необходимо постоянно поддерживать интерес пользователей к игре, при этом привлекая новых пользователей.

Из этого следует два тезиса (направления развития предприятия):

- создание контента для «старых» игроков, которые уже прошли много уровней - это события, кланы, социальное взаимодействие, рейтинги, расширение «коллекционного» контента;
- создание маркетинговой стратегии – таргетированная реклама, создание рекламных роликов, показ их на разных платформах.

При падении спроса определяются его причины, после чего происходят попытки найти решения: новый контент, нет новых игроков, нужно обновить внешний вид элементов из-за их «старого» вида, добавить множество новых популярных механик в игру.

Позиция кадровой политики (всех крупных и успешных IT компаний) - нужны сильные специалисты, которым готовы платить хорошую зарплату и обеспечить хороший социальный пакет, а

также комфортную среду для работы. Поэтому персонал подбирается не только по его техническим знаниям, но и по их характеру. К примеру, хорошему разработчику (с технической стороны) могут отказать из-за того, что он хам, так как с ним будет сложно работать. При росте предприятия было несколько пересмотров внутренней структуры: либо была сильная нехватка людей, либо их избыток на проектах. Есть постоянный процесс оценки качества и производительности работы в отделах и его постоянная оптимизация. Это решается распределением сотрудников по структурным единицам, а также за счет поиска новых специалистов на рынке труда.

Оценка направления структурных изменений, произошедших на предприятии, за последние три-пять лет показала, что необходима:

- оптимизация отделов - перераспределение обязанностей, найм новых специалистов, передача большей ответственности внутри отделов;
- налаживания процессов взаимодействия между отделами;
- внедрение общего технологического стека на все проекты;
- унификация используемых средств и подходов на проектах и отделах со схожим направлением деятельности.

Прибыль растёт от количества установок и привлечение игроков к покупке чего-то в игре за реальные деньги. Это достигается маркетинговой стратегией и качеством игры. Нет цели сделать много, есть цель сделать качественно.

Технологический стек позволяет переключиться на выпуск игр практически любого жанра и не является определяющим. Определяющим в данном случае является опыт сотрудников - разные жанры сильно отличаются, как с точки зрения программного кода, так и с точки зрения подхода к разработке уровней, меты, сюжета. На данный момент, к примеру, в Playrix нет специалистов, которые могли бы сделать AAA-проект уровня World of Warcraft или подобной MMO РПГ, или FPS.

Выводы. В Playrix работают профессионалы, поэтому используется управление методом делегирования полномочий. Только высокоуровневые цели и задачи согласуются с высшим начальством. Предприятие успешно развивается и показывает рост много лет подряд во всех аспектах: количество сотрудников, готовых и успешных проектов, доходность.

Организационная структура очень гибкая и она постоянно совершенствуется, что позволяет делать больше и качественней.

Проблемы существуют в коммуникации между отделами и разработке одного и того же функционала в разных командах. Например, функционал нужен срочно и пишется "решение в лоб", а времени узнавать есть ли у кого-то нет. Эта проблема решается регулярными встречами главных тех. специалистов проекта и обсуждения необходимых вещей. У каждого отдела свои задачи и свои критерии выполнения задания.

Литература

1. Таран В.Н., Савченко О.Ю., Максимова-Федорцова И.А. Анализ требований при проектировании информационной системы // Информационные системы и технологии в моделировании и управлении: Сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Ответственный редактор К.А. Маковейчук. 2018. С. 398-403

УДК 338.2, 330.4

Яцкова Екатерина Геннадьевна

обучающаяся

Ремесник Елена Сергеевна

ассистент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА С ПОМОЩЬЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ

Оптимизация и улучшение деятельности является важной частью в работе любого предприятия, заинтересованного в получении прибыли. Нерациональное потребление средств, приводит к тому, что расходы не покрываются доходами, организация несет убытки. Этот вопрос актуален и для торговых центров.

Торговые предприятия в развитии своей деятельности должны иметь для себя всю существенную информацию, потребительские свойства, а также параметры реализуемого товара. Необходимо владеть знаниями о предпочтениях своих покупателей и их запросах. Поэтому, на наш взгляд, одной из главных задач по оптимизации предприятия является формирование ассортимента.

Процесс формирования ассортимента товаров на торговом предприятии заключается в подборе набора товаров, который даст возможность удовлетворить реальные, а также прогнозируемые

потребности. К тому же будет способствовать достижению целей и задач, поставленных перед организацией.

Данный процесс можно разделить на несколько этапов.

Первый этап: подготовка. Установка групп ассортиментов товара. Предполагает разделение общей массы товаров на ряд крупных групп по базовой потребности. Одна из групп включает товары, которые, возможно, идентичны по способу использования, по качеству и по удовлетворению потребностей потребителя. На данном этапе осуществляется дальнейшая сфера работы с ассортиментом.

Второй этап: общее планирование. Этот этап охватывает анализ данных о продажах товаров по разным направлениям. Здесь осуществляется анализ общей динамики товарооборота и показателей за прошедшие периоды. Проводится анализ изменений, темпы роста и прироста относительно предыдущего и базового периодов.

Третий этап: сортировка товара по категориям. Определение факторов, влияющих на конкретную деятельность рассматриваемого ассортимента, должны быть обеспечены с учетом нормы предлагаемого ассортимента товаров, соответствующих спросу покупателей [1].

Формирование ассортимента товаров должно базироваться на заранее определенных целях и задачах, которые будут создавать направление развития ассортимента. Это определяет ассортиментную политику организации, т.е. цели, задачи и основные направления формирования ассортимента товаров, определяемых её руководством.

Существует ряд задач, определяющих сущность ассортиментной политики:

- установка реальных и возможных потребностей в определенных товарах;
- определение основных показателей ассортимента и анализа его рациональности;
- определение основных направлений товарного ассортимента;
- оценка финансового состояния торгового центра для определения возможности реализации отдельных товаров [2].

Спрос населения является основным фактором, влияющим на формирование ассортимента. Покупательский спрос и формирование ассортимента в общем развитии взаимосвязаны. При значительных изменениях в спросе должны следовать изменения в уже сформированном ассортименте.

Выявление предпочтений различных категорий покупателей, реакции на специальные предложения и акции, изучение особенностей рынка проводятся различными методами, одним из которых является интеллектуальный анализ данных (ИАД) или Data mining. Data mining — совокупность методов обнаружения в данных нетривиальных, неизвестных до этого, полезных для практического применения и доступных интерпретации знаний, которые необходимы для принятия решений в определенной сфере деятельности, в частности, в экономике.

Методы ИАД позволяют выявить следующие типы закономерностей: ассоциация, последовательность, классификация, кластеризация, прогнозирование. Данные методы применимы в маркетинговых исследованиях, например, выявление новых потенциальных клиентов и анализ покупательской корзины. А также помогают найти ответы на поставленные вопросы относительно поведения потребителей, например, когда и почему клиенты уходят к конкурирующим предприятиям.

Процесс управления ассортиментом является главным звеном в деятельности предприятия, от его результатов зависит, какой товар и в каком объеме будет предложен потребителю. Планирование ассортимента — это процесс, который продолжается в течение всего жизненного цикла продукции, начиная от создания новой продукции и заканчивая снятием с производства. Повышение качества товарного ассортимента — это одна из важных задач, в процессе управления товарным ассортиментом. Поэтому при повышении его качества, предприятие должно учитывать и его развитие [3].

Таким образом, решения по совершенствованию товарного ассортимента должны проводиться с учетом:

- материальных и производственных ресурсов предприятия, сбыта товаров и уровня классификации персонала;
- потребностей и ожидания покупателей;
- возможности создания перспективного продукта, который будет максимально соответствовать требованиям рынка [4].

Литература

1. Ильин А.И. Планирование на предприятии: учеб. пособие / А.И. Ильин. — М.: Новое знание, 2011. — 672 с.
2. Шibaков В.Г. Методика оперативного управления товарным ассортиментом предприятия на основе изучения потребительских предпочтений / В.Г. Шibaков // Экономический анализ: теория и практика. — 2011, № 11.
3. Николаева М.Ю. Основные вопросы и задачи исследования производственного потенциала предприятия / М.Ю. Николаева // Балтийский гуманитарный журнал. — 2016. № 2.
4. Кобец Е.А. Планирование на предприятии: Учебное пособие / Е.А. Кобец. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. — 130 с.

УДК 332

Бахова Яна Сергеевна

аспирант

*Адыгейский государственный университет,
Республика Адыгея, Россия***О РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Контроль за состоянием окружающей среды, реализуемый на различных уровнях, направлен на обеспечение провозглашенного Конституцией РФ права каждого на благоприятную среду, достоверную информацию о ее состоянии и на возмещение ущерба, причиненного здоровью индивидов или имуществу экологическим правонарушениями.

Порядок осуществления муниципального экологического контроля устанавливается нормативными правовыми актами органов муниципальной власти в рамках действующего законодательства РФ. При этом роль муниципального экологического контроля и его задачи определяются самой правовой природой местного самоуправления, органы которого несут непосредственную ответственность за решение вопросов местного значения в пределах определенной территории.

Наибольшая потребность в формировании систем муниципального экологического контроля объективно существует в крупных городских поселениях, представляющих собой зоны сильно измененной природной среды. В рамках подобных зон отмечается преобладание искусственно измененных условий природной среды, для которой характерен более высокий уровень загрязнения воздуха, почв и водных объектов, обеднение флоры и фауны, значительное скопление отходов производства и потребления, повышенный уровень шума, вибрации и электромагнитных излучений.

Отметим, что на законодательном уровне предусмотрена возможность наделения органов местного самоуправления полномочиями по осуществлению экологического контроля за теми объектами хозяйственной деятельности, которые не подлежат федеральному государственному экологическому контролю. В муниципальных образованиях могут создаваться специализированные органы муниципальной власти, органы местной администрации или структурные подразделения органов, осуществляющие муниципальный контроль в сфере экологической обстановки района.

При этом могут быть реализованы несколько моделей практической реализации механизма осуществления муниципального экологического контроля.

В рамках первой из них система экологического контроля на муниципальном уровне по своим функциональным характеристикам достаточно близка к системе общественного экологического контроля. При подобном подходе в полномочия муниципальных экологических инспекторов входит проведение проверок, о результатах которых они должны проинформировать уполномоченные государственные органы, в функции которых входит осуществление экологического контроля. Муниципальные инспектора при этом не обладают правом привлечения виновных к ответственности, приостановки деятельности нарушителей либо применения к ним каких-либо других принудительных мер. Отметим, что в настоящее время схожая модель реализуется в отношении организации систем лесного и земельного контроля на муниципальном уровне.

Вторая модель основывается на том, что в отношении органов местного самоуправления реализуется делегирование полномочий по осуществлению государственного экологического контроля. Как правило, подобный подход применяется в отношении тех видов экологического контроля (надзора), осуществление которых законодательно закреплено за органами государственной власти, например, надзора в области охраны атмосферного воздуха.

Задействование данной модели помогает снять определенный круг правовых, организационных и финансовых ограничений. Однако оно предполагает, что реализация природоохранных функций не входит в собственную компетенцию органов местного самоуправления.

Суть третьей, смешанной, модели состоит в том, что органы местного самоуправления, имея собственные полномочия, связанные с осуществлением экологического контроля на муниципальном уровне, также исполняют и отдельные полномочия в данной сфере, которые делегированы со стороны государственных органов.

Реализация данного подхода представляется наиболее целесообразной вследствие того, что он позволяет использовать в процессе осуществления природоохранной деятельности как собственные, так и в случае необходимости государственные ресурсы, учитывать интересы местного сообщества и государства и, в конечном счете, наиболее эффективно обеспечивать право жителей муниципального образования на благоприятную окружающую среду.

Реализация полномочий в сфере муниципального экологического контроля предполагает обязательное нормативно-правовое закрепление как порядка его проведения, так и функций органов, осуществляющих данный контроль.

УДК 368.5

Мещанинова Елена Германовна

канд. э. н, доцент

Рагрин Андрей Сергеевич

студент

*Новочеркасский инженерно-мелиоративный**институт им. А.К. Кортунова**ФГБОУ ВО «Дон ГАУ»**г. Новочеркасск, Россия***РАЦИОНАЛЬНОЕ АГРАРНОЕ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ ДЗЗ**

В настоящее время в сельском хозяйстве все чаще начинают использоваться технологии аэрофототопографии и фотограмметрии. Технологический прорыв обеспечил устойчивое развитие программного обеспечения и оборудования для широкого применения дистанционного зондирования в аграрном природопользовании.

Дистанционное зондирование (ДЗ) возможно передать как процесс, с помощью которого собирается информация о предмете, местности или явлении в отсутствии непосредственного контакта с ним. Методы ДЗ базируются на регистрации в аналоговой либо цифровой форме отраженного или собственного электромагнитного излучения зон поверхности в широком спектральном спектре. Космическое зондирование, интенсивно формирующиеся в минувшие десятилетия, дало наукам о Земле новейшие возможности с целью исследования земной поверхности. За данный промежуток значительно возросли объемы, многообразие и качество использованных материалов ДЗ. К настоящему времени накоплен большой актив (более 100 млн.) аэрокосмических фотоснимков, целиком покрывающих всю плоскость Земли, а для существенной доли областей с многократным перекрытием [1].

Часть сведений ДЗ (ДДЗ) одновременно поступает в цифровом виде, что дает возможность напрямую использовать для их обработки инновационные компьютерные технологические процессы. Снимки в фотоносителях могут быть реорганизованы в цифровую растровую форму представления с поддержкой специализированных сканирующих приборов (сканеров). Цифровое изображение в форме растра представляет из себя матрицу чисел. Любой компонент данной матрицы, называемый пикселом, отвечает какой-либо характеристике (отражательной способности, температуре и т.д.) участка территории в определенной области электромагнитного диапазона. Необходимо выделить, то что размер этого участка находится в зависимости от разрешения снимка. Сведения многозональной съемки в цифровом варианте возможно анализировать как многомерную матрицу, в данном случае каждому участку плоскости будет соответствовать целый набор значений, именуемый вектором характеристик. Необходимо выделить, что основные методы тематической обработки ДДЗ, специфичные для многозональной съемки, базируются в действиях с многомерными матрицами [2].

Применение сведений дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) в аграрном хозяйстве представляет собой стремительно развивающееся и многообещающее направление. Значимым превосходством спутниковой съемки считается оперативность извлечения информации о пространственном размещении применяемых пахотных территорий, а кроме того объективность и независимость получаемой информации.

Так каким же образом ДЗЗ помогает в развитии сельскохозяйственной отрасли? Обширные аграрные угодья трудно контролировать по ряду факторов. Это экономические трудности, взаимозависимость с капиталом иных структур, например, метеорологических отраслей, но в значительной степени это различные перемены природного характера [3]. Рассмотрим два направления аграрного природопользования, в которых успешно используются материалы ДЗЗ.

1 Агрострахование.

Основные принципы общегосударственной политики в сфере применения результатов космической деятельности в интересах модернизации экономики Российской Федерации и формирования ее регионов на промежуток вплоть до 2030 г., утвержденными Президентом РФ 14.01.2014 г. № Пр-51 [4], установлено, что вопросами общегосударственной политики в сфере развертывания и функционирования инфраструктуры применения итогов мировой деятельности считаются, в том числе, создание перспективных технологий единого информационно-навигационного обеспечения и космического мониторинга; формирование и управление федеральным фондом сведений дистанционного зондирования Земли и продуктов их обработки, предоставление равноправного и беспрепятственного доступа к сведениям дистанционного зондирования Земли юридических и физических лиц (со учетом условий законодательства Российской Федерации о защите государственной тайны), обеспечение его взаимодействия с иными специализированными информационными фондами Российской Федерации.

В случае судебных диспутов в области сельскохозяйственного страхования нередко особо остро стоит проблема с предоставлением доказательной основы о состоянии посевов. В НСА (Национальный союз агростраховщиков) в этой связи особенно акцентируют внимание, что в настоящий период основным считается результат миссии придания современным технологиям космического мониторинга официального статуса, прикрепленного в действующем законодательстве в области агрострахования,

поскольку, применяя возможности мониторинга, страховая компания может установить состояние формирования культур согласно показателям вегетационного индекса, являющегося основным аспектом при оценке состояния застрахованных культур. Для рассмотрения изменений этого индекса применяются метеорологические сведения (такие как суточные температуры воздуха, высота снежного покрова, суточные осадки, сила ветра и прочие), а кроме того оценивается их воздействие на формирование культур. Для страховых компаний весьма немаловажно, что сведения согласно данным показателям существуют за последние 17 лет и имеется вероятность получить прогноз в ближайшие 10 суток. Наблюдение возможно осуществлять по многим характеристикам, к примеру, по субъектам РФ либо каждому конкретному полю и в нужную дату. Поскольку сведения рассмотрения оформляются в виде доклада, использованные материалы в электронном варианте можно предоставлять аграрию (страхователю) для информации, а при решении потерь использовать в качестве использованных материалов экспертизы для выплатного дела.

2 Инвентаризация и мониторинг земель

Спутниковая съемка Земли предоставляет возможность решать с помощью сведений ДЗЗ в сельскохозяйственном секторе экономики Российской Федерации такие значимые проблемы и задачи как инвентаризации сельхозугодий и формирование специализированных предметных карт. Сельскохозяйственные угодья, заброшенные, засоренные и зарастающие земли хорошо дешифрируются согласно текстуре изображения.

В наличии имеется огромный массив архивных фотоснимков, который может оказать значительную помощь. При сопоставлении фотоснимков с космических агрегатов Landsat 1990-х гг. с современными нетрудно обнаружить территории, пришедшие в непригодность и которые невозможно вернуть в оборот при отсутствии дополнительных экономических инвестиций [5].

Как и во многих государствах, в Российской Федерации значительно большое внимание уделяется мониторингу сельскохозяйственных территорий. Среди его задач выделяются предоставление текущего контроля за состоянием посевов аграрных культур, ранее прогнозирование урожайности сельхозкультур, мониторинг темпов уборки урожая и установление продуктивности покосов и емкости пастбищ различных видов. Эти задачи решаются систематическими съемками, которые обеспечивают наблюдение за динамикой развития сельскохозяйственных культур и прогнозирование урожайности. Используя при дешифрировании различия в спектральных яркостях растительности в течение вегетационного периода и индекс NDVI, по тону изображения полей делается вывод об их агротехническом состоянии и т.д.

Регулярная космическая съемка может помочь совершать высококачественную оценку всхожести и созревания урожая, выявить болезни в ранней стадии. По итогам обрабатывания сведений дистанционного зондирования могут быть составлены карты неоднородности состояния посевов, а кроме того рекомендации для дифференцированного внесения роттизитовых и базисных удобрений. Благодаря этому Департамент сельского хозяйства способен удаленно осуществлять контроль всех без исключения процессов, а кроме того давать прогноз урожайности.

Данные проблемы находят решение регулярными повторными съемками, которые гарантируют мониторинг за динамикой формирования сельскохозяйственных культур и моделирование урожайности. Используя при дешифрировании отличия в спектральных яркостях растительности в течение вегетационного периода и индекс NDVI, согласно тону изображения полей делается заключение об их агротехническом состоянии и т.д. Необходимо отметить, то что нынешние результаты прогноза становятся значительно объективнее и точнее, если они сочетаются с актуальными и довольно точными картами сельхозугодий. Сами же по себе задачи прогноза находят решение на этом фоне эффективнее и с значительно меньшими затратами, таким образом нет необходимости применять наземные полевые измерения с целью установления границ полей и значительно легче выполняется выделение эталонных участков [6].

Если не брать в расчет такой сельскохозяйственный сектор как «точное земледелие», то с целью комплекса вопросов аграрного мониторинга вполне подойдут сведения, приобретенные с спектрорадиометра MODIS. Хорошая перспектива в плане сельскохозяйственного мониторинга и у группировки из пяти спутников RapidEye. Мобильность аппаратов, большие площади съемки, возможность ежедневного прогноза, а кроме того высокое пространственное разрешение делают применение данных, в особенности перспективными в сельском хозяйстве Российской Федерации [7].

Таким образом на основе всего вышесказанного можно сделать следующие выводы по данной статье:

1. Применение сведений дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) в аграрном хозяйстве представляет собой стремительно развивающееся и многообещающее направление, которое уже сейчас приносит весьма хорошие результаты как в РФ, так и в зарубежных странах.
2. Данные ДЗЗ помогают решать многие споры в судебных или иных разбирательствах при агростраховании.
3. Спутниковая съемка Земли предоставляет возможность решать с помощью сведений ДЗЗ в сельскохозяйственном секторе экономики Российской Федерации такие значимые проблемы и задачи как инвентаризации сельхозугодий и проведение мониторинга.

4. Учитывая большие площадные съемки, мобильность аппаратов и другие характеристики, ДЗЗ является перспективным направлением в развитии сельского хозяйства Российской Федерации.

Литература

1. Мышляков С.Г. Как космические технологии помогают сельскому хозяйству [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/agro-space/> Загл. с экрана (дата обращения: 20.03.2020).

2. Мещанинова Е.Г., Ткачева О.А. Фотограмметрия и дистанционное зондирование территории: учебное пособие для студентов специальностей 120301 «Землеустройство», 120302 «Земельный кадастр» / Министерство сельского хозяйства РФ; Департамент научно-технологической политики и образования; ФГБОУ ВПО «Новочеркасская государственная мелиоративная академия». Новочеркасск, 2013-109 с.

3. Зачем агробизнесу космические технологии? [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://propozitsiya.com/zachem-agrobiznesu-kosmicheskie-tehnologii> (дата обращения: 20.03.2020).

4. Основы государственной политики в области использования результатов космической деятельности в интересах модернизации экономики Российской Федерации и развития ее регионов на период до 2030 года (утв. Президентом РФ 14 января 2014 г. N Пр-51) [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.garant.ru>

5. Рекс Л.М., Тимохин В.М. Практические основы агрокосмического мониторинга. Часть III // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. 2009. №48. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prakticheskie-osnovy-agrokosmicheskogo-monitoringa-chast-iii> (дата обращения: 20.03.2020).

6. Мещанинова Е.Г., Постоляко А.Г. Использование БПЛА для решения задач рационального использования земель // В сборнике: Теория и практика экономики и предпринимательства XVI Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция. Под редакцией Н.В. Апатовой. 2019. С. 148-150.

7. Применение данных ДЗЗ для повышения эффективности сельского хозяйства в странах СНГ // vuzlit.ru URL: https://vuzlit.ru/404193/primenenie_dannyh_povysheniya_effektivnosti_selskogo_hozyaystva_stranah (дата обращения: 20.03.2020).

УДК 631.6:004.9

Ткачева Ольга Александровна

канд. с-х наук, доцент

Кобушева Нина Сергеевна

магистрант

НИМИ Донской ГАУ

Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ В ЦЕЛЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЛИОРАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Введение. Земли сельскохозяйственного назначения являются особо ценными и выступают не только как пространственно-операционный базис, но и как основное средство для производства сельскохозяйственной продукции. Особое место здесь занимают мелиорируемые земли. До внедрения механизмов рыночной экономики государство строго следило за этой категорией земель. С реорганизацией экономики прежние механизмы перестали действовать, появились новые формы собственности, функции были переданы в разные ведомства, что привело к сложной ситуации в формировании качественной информации: разные формы и форматы представления информации, состав и содержание показателей, способы и методы получения, обработки и предоставления данных [2]. Накопился большой объем информации, который невозможно эффективно использовать, поэтому необходимо исследовать существующий инструментарий для формирования качественного информационного обеспечения мелиоративной деятельности.

Основное изложение материалов. С принятием государства курса на цифровую экономику разрабатываются отраслевые проекты [1, 6], например в сфере агропромышленного комплекса, «Цифровое сельское хозяйство». Цифровизация подразумевает комплексный подход – от сбора и структурирования исходных данных, до обучения специалистов нового образца. Технологии и ступени цифровизации АПК приведены на рисунке 1.

Методы получения, обработки и хранения агро-данных, ориентированы на применение ЭВМ с графическими комплексами, в том числе ГИС-технологии и методами дистанционного зондирования [4, 5]. Как видно из рисунка одним из базовых инструментов в цифровизации АПК выступают ГИС-технологии, позволяющих работать с пространственно-распределенной информацией, привязанной к единой картографической основе. Исходя из требований цифровой экономики акцент необходимо делать на WEB- ГИС, с их помощью получать оперативную пространственную экспресс-информацию о текущем состоянии территории и объектах мелиорации. ГИС-технологии выступают основой формирования информационной системы, входящую в информационно-аналитическую систему регионального управления. Эта информационная система будет предназначена для: для учета объектов мелиорации; количественной и качественной оценки состояния мелиорируемых земель; информационной поддержки процесса принятия решений по управлению мелиоративными системами и процессами.



Рисунок 1 – Технологии и ступени цифровизации АПК [3]

Заключение. Именно цифровизация позволит сформировать единую технологию сбора количественных и качественных характеристик земель сельскохозяйственного назначения. Поскольку технологии получения информации о мелиорируемых землях базируется на точном знании границ и характеристик сельскохозяйственных угодий необходимо активное применение современных технических средств и программного обеспечения, которое обеспечивается функционалом ГИС-технологий.

Литература

1. Апатова Н.В. Тренды цифровой экономики / Н.В. Апатова // Тенденции развития Интернета и цифровой экономики : Труды I Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. Министерство науки и образования РФ, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», ФГБУН Центральный экономико-математический институт РАН, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева». 2018. С. 3.
2. Долматова Л.Г. Сущность социо-эколого-экономических систем в процессе формирования устойчивого использования земельных ресурсов // Л.Г. Долматова, И.А. Петрова // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2013. № 2. С. 115-119.
3. Есполов Т.И. Цифровизация – ключевой фактор развития АПК [Электронный ресурс] / URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_agroprom/actions/Documents/4%20Есполов.pdf (дата обращения: 02.03.2020).
4. Мещанинова Е.Г. Управление земельными ресурсами с использованием ГИС-технологий / Е.Г. Мещанинова // Молодежная аграрная наука: состояние, проблемы и перспективы развития сборник научных трудов. ФГОУ ВПО Ставропольский государственный аграрный университет, Всероссийский совет молодых ученых и специалистов аграрных образовательных и научных организаций Южного федерального округа; ответственный за выпуск А.Ю. Крыловский. 2007. С. 550-551.
5. Тарасов, А.С. Пути развития кадастра мелиорируемых земель в общей системе кадастра недвижимости на основе ГИС-технологий / А.С. Тарасов, О.А. Ткачева, Е.Г. Мещанинова // Терра, № 2 (11), 2011. – С.4-9.
6. Юрченко И.Ф. Цифровые технологии как фактор конкурентоспособности предприятий мелиоративного сектора экономики / И.Ф. Юрченко // Известия НВ АУК. 2019. №1 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-kak-faktor-konkurentosposobnosti-predpriyatiy-meliorativnogo-sektora-ekonomiki> (дата обращения: 02.03.2020).

УДК 336.1

Богданова Оксана Юрьевна

к.э.н., доцент

*Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)**г.Ростов-на-Дону, Россия***ПУТИ РЕШЕНИЯ МАССОВОЙ БЕДНОСТИ В РОССИИ**

Любое государство должно выполнять свою социальную функцию, а российское государство в соответствии с частью 1 статьи 7 Конституции РФ – является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Сегодня социальная политика российского государства направлена на решение большого количества задач, одной из которых является повышение жизненного уровня населения и недопущение массовой бедности, что нашло отражение в подписанном в 2018 году Указе «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», где Президент выделил одну из национальных целей развития страны – двукратное снижение уровня бедности к 2024 году. В 1992 году численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума составляла 49,3 млн.чел., в 2018 году этот показатель уменьшился почти в три раза – 18,9 млн.чел., а во втором квартале 2019 года – 18,6 млн.чел. В процентном отношении это составило 33,5% от общей численности в 1992 году и 12,5% в 2018 году. После повышения прожиточного минимума выше инфляции во втором квартале 2019 года уровень бедности в России составил 12,7%. Это говорит о том, что постепенно количество граждан находящихся за чертой бедности неукоснительно снижается. Так, например, самые высокие зарплаты в России наблюдаются в Ямало-Ненецком, Ненецком и Чукотском автономных округах. Совсем плохо обстоят дела в Якутии, Красноярском крае и на Камчатке. А за крайней чертой бедности, согласно исследованию, живут жители Тувы и Ингушетии. Если сравнивать с развитыми и богатыми странами, то они отличаются, прежде всего, тем, что в них, как правило, высокий уровень жизни, а также число населения с высокими доходами выше. Тем не менее, в таких странах также есть часть населения, которая живет за чертой бедности. Так, например, в Ирландии, где численность населения составляет 4,84 млн. чел. доля населения, живущего за чертой бедности составляет 8,2%. В Объединенных Арабских Эмиратах население 9,4 млн.чел, а доля бедных более 19%. Благополучная Швейцария тоже не отличается идеалом. При населении 8,48 млн. чел., за чертой бедности живут 6,6%. В других странах коэффициент бедности продолжает медленно, но ползти вверх: в Латвии – 27%, Румынии – 24%, Болгарии – 22%, Литве – 21%, Германии – 16%, Швеции – 13%, Дании – 13%, Австрии – 12%, Чехии – 9%.

Считается, что Соединенные Штаты Америки относятся к богатейшим, сильным и развитым странам, но, к сожалению, эти преимущества не используются для борьбы с нищетой. Численность населения США составляет 325,72 млн.чел., доля населения, живущая за чертой бедности 15,1%. С каждым годом все больше людей, вынуждены жить в картонных коробках, палатках или в приюте для бездомных. Порог бедности в США составляет 12 140 долларов в год. 40 млн. американских граждан получают меньше условного «прожиточного минимума», причем 18,5 млн. из них располагают вдвое ниже порогового значения. А уровень жизни 5,3 млн. чел. можно сравнить только с уровнем самых отсталых стран «третьего мира». Одной из основных проблем Америки является имущественное неравенство. По неофициальным данным, в стране проживает 10% самых богатейших людей мира. Их ежегодно растущее богатство раздражает среднестатистических американцев и приводит к накоплению социального протеста.

Под бедностью понимается состояние человека, при котором он не способен удовлетворить минимальный уровень своих потребностей. По мнению социологов и экспертов в области финансово, сегодня определение «уровень бедности» довольно размыто. Для 1/3 россиян бедность – это невозможность иметь личное авто и посещать «заграницу». Для большей части населения – это жизнь от «зарплаты до зарплаты», довольствование недорогими, некачественными продуктами, наличие долгов. По мнению независимых экспертов, масштаб бедности в России серьезно занижен. Это обусловлено двумя факторами:

Во-первых, властями страны назначается паталогически низкий прожиточный минимум, существующий в отрыве от инфляции.

Во-вторых, заработная плата подавляющего количества граждан РФ не позволяет им вырваться из бедности.

В течение последних пяти лет можно наблюдать устойчивую тенденцию смещения бедности в сторону деревень и сел. Порог бедности в селах составляет 30,7%, в малых городах с населением до 200 тыс. – 24,3%.

На уровень жизни воздействуют множество факторов: с одной стороны — состав и величина постоянно изменяющихся потребностей населения; с другой стороны — ограничения в возможностях удовлетворения потребностей исходя из положения на рынке товаров и услуг, доходов населения, заработной платы работников, которые определяются масштабами и эффективностью производства, сферы услуг, состоянием НТП, культурно-образовательным уровнем населения и его структурой, национальными особенностями, политической и экономической обстановкой в стране.

Все факторы тесно взаимосвязаны, взаимозависимы и требуют комплексного рассмотрения при решении проблемы повышения уровня жизни в стране.

Основным решением проблем с бедностью населения по нашему мнению является действенная и своевременная государственная политика по профилактике и сокращению этого явления. В связи с этим в 2019-2020гг. проблема бедности в регионах относится к наиболее приоритетным в сфере социальной политики.

Считаем, что необходимо бороться с неблагоприятным явлением при помощи ускорения темпов производительности общественного труда, обеспечить всем категориям граждан получение необходимых социально важных услуг и товаров. В бюджетной сфере необходимо реально оценивать квалифицированный труд работников и повысить оплату труда с учетом оценки их деятельности на более высокую нежели в настоящее время.

Литература

1. Указ Президента РФ №204 от 7 мая 2018г. «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»// <https://base.garant.ru/71937200/>
2. Богданова О.Ю. Проблемы адресности социальных выплат// Материалы международной научно–практической конференции «Актуальные проблемы финансовой политики, права России и Украины в современных условиях». / - Гуково: Изд-во ООО «АзовПринт», 2016. – с.14-15
3. Богданова О.Ю. К вопросу о понятии «социальная выплата»// Материалы международной научно–практической конференции «Актуальные вопросы финансов, бухгалтерского учета и корпоративного управления»/ РГЭУ (РИНХ). – Ростов н/Д, 2012. – с. 37-41
4. Каира Ю.В., Кузнецов Д.Н. Анализ основных направлений государственного регулирования снижения уровня бедности в России// <https://cyberleninka.ru/>
5. Остапенко Ю.М. Сущность уровня жизни и факторы его определяющие// Экономика труда. - М. ИНФРА-М: Государственный университет управления, 2007. 272 с.

УДК 336.71

Землячев Сергей Викторович

К.Э.Н.,

доцент кафедры гуманитарных

и социально-экономических дисциплин

*Крымский филиал ФГБОУ ВО «Российский
государственный университет правосудия»*

Россия

ДЕПОЗИТНОЕ ФОРМИРОВАНИЕ БАНКОВСКИХ РЕСУРСОВ

Привлечение средств во вклады является одной из первичных операций банков. В эволюционном развитии депозитной деятельности можно выделить несколько этапов. Первый этап (XII-XV вв.) характеризуется тем, что банки предоставляли депозитные услуги своим клиентам преимущественно путем хранения золотых, серебряных слитков и других ценностей. Второй этап (XV-XIX вв.) определяется привлечением денежных средств и расширением круга клиентов. Если на первом этапе банки предоставляли депозитные услуги только физическим лицам, то на втором – спектр депозитного обслуживания распространился и на юридических лиц. Третий этап начинается со времени формирования центральных банков как банков второго уровня. Особенностью этого этапа является формирование ресурсной базы банков не только за счет собственного капитала и депозитов, но и благодаря межбанковским кредитам и кредитам центрального банка. Появление кредитных средств в ресурсах банков существенно повлияло на формирование и условия привлечения депозитных средств, а также на их целевое назначение в финансовом механизме банков: снизилась потребность в депозитных средствах и их доля в ресурсах банков, снизилась рыночная цена (процентная ставка) депозитных средств, их назначение сосредоточилось преимущественно на обеспечении кредитных вложений банков и др.

В рыночной экономике важную роль в формировании депозитных ресурсов банков занимают сбережения населения. Это проявляется в том, что депозиты населения занимают ведущее место в ресурсах банков, а также в том, что они являются высокочувствительными к мероприятиям ресурсной политики банков. Это обуславливает необходимость начать анализ депозитных ресурсов с определением общих факторов, которые влияют на формирование сбережений населения.

В рыночной экономике на формирование сбережений населения влияет много факторов, которые действуют как непосредственно в сфере экономики, так и в сфере государственной политики: экономические; фискальные (уровень налогов); политика доходов; развитие финансового рынка и финансовой культуры; политический климат в стране; демографическая ситуация.

В сфере экономики важнейшими факторами, которые влияют на сберегательную ситуацию, является безработица, темпы экономического развития, уровень развития регионов, уровень цен, тарифов и инфляции, состояние рынка товаров и услуг, доступность потребительского кредита. В странах, экономика которых быстро развивается, наблюдается тенденция к росту уровня сбережений.

Одновременно уровень сбережений в большей мере зависит от темпов экономического роста. Другими словами, экономический рост и сбережение населения взаимозависимы. В условиях стабильного экономического роста предельная склонность граждан к сбережению повышается.

Объем сбережений зависит от фискальной политики государства, в частности, от уровня налогов, которые влияют на уровень доходов после уплаты налогов. Речь идет об уровне налогового давления на население, о налоговых стимулах, в частности, от освобождения от налогов личных пенсионных счетов, льготное налогообложение инвестиций в капитал корпораций и др. Активизации процесса сбережений содействует также активная бюджетная политика, которая обеспечивает финансирование крупных экономических проектов, реализация которых увеличивает занятость, уровень доходов населения.

Важное место среди факторов, которые влияют на формирование сбережений, занимает политика доходов населения, поскольку сбережения формируются непосредственно из доходов населения после уплаты налогов. С увеличением доходов, как правило, возрастает и потребление, и сбережение. Поэтому рост доходов населения должен рассматриваться как одна из главных задач экономической политики государства.

На размер сбережений, а также на способы привлечения их в хозяйственный оборот определенным образом влияет уровень финансовой культуры общества, степень развития соответствующих финансовых посредников. В развитых странах сложилась разветвленная система аккумуляции личных сбережений, в которой особенно важную роль играют банки. В этом плане развитие коммерческих банков, совершенствование форм и методов привлечения средств банковскими учреждениями делает выгодным для населения сбережение средств, что особенно актуально в период, когда в РФ необходимо всячески ускорять развитие экономики.

На процесс сбережений существенно влияет и стабильность политической и социальной ситуации в стране. При нестабильной ситуации гражданам труднее сформировать свои доходы и сбережения, выгоднее вкладывать деньги в стабильные валюты или ценности, вывозить их за границу и выводить в тень, остерегаясь их обесценивания. В условиях политической стабильности население всегда активнее работает, зарабатывая свои доходы и размещая свои сбережения в банки в национальной валюте.

Формирование сбережения зависит также и от демографической ситуации – численности населения, среднего возраста и состава семьи, половозрастного состава населения, пенсионного возраста, миграции.

Формирование сбережений у физических лиц не означает автоматической трансформации их в банковские депозиты. У собственников сбережений есть определенный выбор для размещения их в финансовые активы: держать в наличной форме, купить долговые обязательства (государственные или корпоративные), разместить в обязательствах небанковских финансовых посредников (страховых компаний, частных пенсионных фондов, инвестиционных и финансовых компаний и др.), разместить в депозиты или ценные бумаги банков. Другими словами, за сбережения населения ведется активная конкурентная борьба на денежном рынке и побеждает тот, кто предлагает лучшие условия для продавцов сбережений. В условиях РФ, благодаря низкому уровню развития финансового рынка, лучшие позиции занимают коммерческие банки, их условия лучше всего устраивают сберегателей и именно они получают в свое распоряжение (депозиты) преимущественную часть сбережений физических и юридических лиц. Не менее активная конкурентная борьба за сбережения населения ведется и между отдельными банками. Тем больших успехов в своей борьбе достигнет тот банк, который лучше будет знать потребности вкладчиков в депозитных услугах и сможет лучше их удовлетворить.

Проведенные исследования мотивов выбора банка клиентами показывают, что не первое место они ставят качество и количество предоставляемых банковских услуг, потом цену таких услуг в данном банке и в сравнении с другими финансово-кредитными учреждениями, реклама и финансовое состояние банка из официальных и неофициальных источников, скорость проведения операций и потом только учитывается то, что клиент пользовался услугами этого банка ранее.

Население заинтересовано держать сбережения в банках до тех пор, пока процентные ставки по ним выше темпов инфляции. Если же последняя превышает уровень процентных ставок, граждане отдают предпочтение операциям с недвижимостью, больше денег расходуют на приобретение автомобилей, предметов роскоши, на потребление или вкладывают в валюту. Но такие изменения в спросе на деньги (запасы денег) могут еще ускорить рост инфляции.

В экономической литературе нет четкого разграничения между понятиями депозит и вклад. Чаще всего депозиты (от лат. depositum – вещь, переданная на хранение) трактуется как денежные средства или ценные бумаги, переданные физическими или юридическими лицами банковским учреждениям для хранения или временного пользования на определенных условиях. Приблизительно также определение дается в литературе и банковскому вкладу.

Таким образом, понятия «вклад» и «депозит» отождествляются. Однако в банковской практике понятие «вклад» часто используется только по отношению к средствам физических лиц, размещенным на текущих счетах, то есть значительно уже, чем понятие «депозит». На наш взгляд, поскольку в современной банковской практике денежные средства, размещенные на текущих и срочных счетах, используются для формирования банковских активов на одинаковых принципах, нет экономических

оснований для различения понятий «депозит» и «вклад» и ими можно пользоваться как тождественными.

Операции по привлечению вкладов в депозиты задевают интересы обеих сторон – сберегателей (вкладчиков) и банков. Это обстоятельство должны учитывать в своей деятельности как банки, так и вкладчики, чтобы своими действиями (или бездействием) не причинить ущерб партнеру. Особенно актуальным это положение является для банков, которые должны учитывать его при разработке своей депозитной политики. В частности, они должны руководствоваться при этом следующими принципами:

- процентные ставки по депозитам должны устанавливаться на реальном уровне, то есть с превышением уровня инфляции, иначе вкладчики будут нести убытки;

- депозитные средства должны использоваться банками эффективно (прибыльно), иначе убыточность банка нанесет ущерб престижу банка и повредит интересам вкладчиков;

- должна осуществляться гибкая депозитная политика с целью поддержки оперативной ликвидности баланса банка;

- особое внимание в процессе организации депозитных операций необходимо уделять срочным вкладам, которые способны наилучшим образом обеспечить прибыльность и ликвидность баланса банка;

- необходимо обеспечить взаимосвязь и взаимосогласованность между депозитными операциями и операциями по выдаче кредитов по срокам и суммам;

- следует принимать меры по развитию банковских услуг, которые будут содействовать комплексному обслуживанию клиентов, стабилизации клиентской базы банка и стабильному наращиванию их депозитных ресурсов.

Литература

1. Землячева О.А. Модели организации финансового посредничества // Финансовые рынки и инвестиционные процессы: сборник трудов IV Международной научно-практической конференции (Симферополь, 12 мая 2017) / под ред. Ю.Н. Воробьева, М.Ю. Куцкого. – Симферополь: ИП Корниенко А.А., 2017. – 212 с. – с.119-122

2. Землячева О.А. Составляющие системы финансовой безопасности // Проблемы информационной безопасности: труды VI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, (Симферополь-Гурзуф, 13-15 февраля 2020 г.) / под ред. проф. Бойченко О.В. – Симферополь: ИП Зуева Т.В., 2020. – 158 с. – с.82-84

УДК 336.717

Землячева Ольга Андреевна

К.Э.Н.,

старший преподаватель кафедры гуманитарных
и социально-экономических дисциплин

*Крымский филиал ФГБОУ ВО «Российский
государственный университет правосудия»*

Россия

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ В КОНТЕКСТЕ СОВМЕСТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ

Залог успеха сотрудничества банков и страховых компаний заключается в предложении необходимой финансовой услуги за разумную цену в правильном месте и в подходящий момент, т.е. решение проблемы клиента. Такой подход не только обеспечивает эффективность бизнес-процессов и получение дополнительного дохода банка от сотрудничества со страховщиком, но и формирует максимально лояльное потребительское поведение.

Ключевыми компонентами механизма успешного взаимодействия банковского и страхового бизнеса, требующими детального и пристального рассмотрения участниками, выступают: организация, продукт, модель продаж, каналы дистрибуции, человеческие ресурсы, компенсация и стимулы, системы поддержки.

Правильно разработанный продукт и модель его продвижения является ключевым фактором успеха.

Банк и страховая организация априори сотрудничают в процессе размещения резервов страховой компании, а также при страховании имущества заемщиков, передаваемого в залог при получении кредитов. Банк, получая в свое управление активы страховщика, обеспечивает сохранность и возвратность его средств (рис.1).

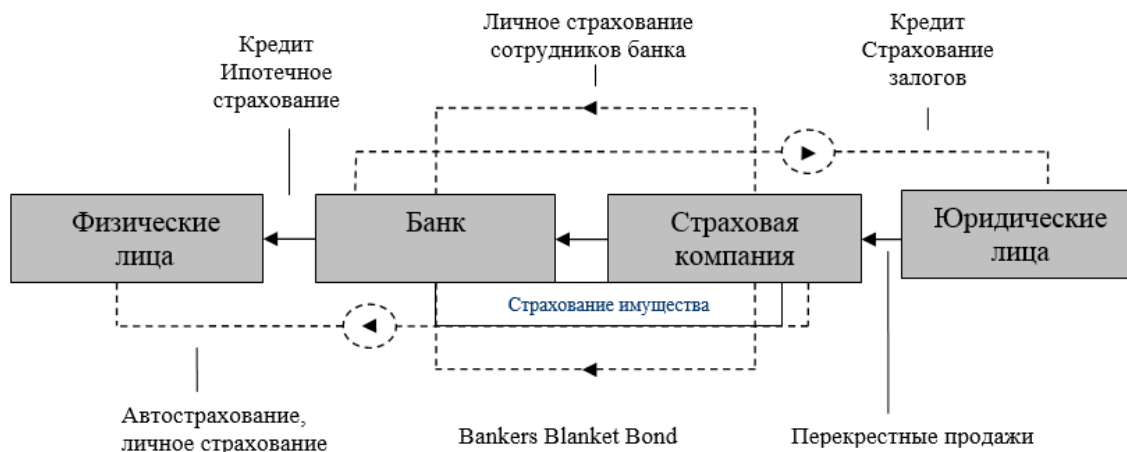


Рисунок 1 – Совместные программы продвижения финансовых продуктов

Страховщик, получая от клиента банка страховую премию, обеспечивает страховое покрытие ущерба по ряду рисков. Однако о партнерских отношениях банка со страховой организацией принято говорить, начиная со страхования имущественных интересов самого банка. Чаще всего совместная деятельность начинается именно в рамках осуществления страховой защиты имущества банка и страхования банковских рисков.

В международной практике сложилась четкая классификация дистрибуции страховых продуктов через каналы продаж банков (рис.2).

Группу сопутствующих услуг составляют традиционные страховые и банковские продукты, не сильно отличающиеся от аналогичных услуг, которые предлагаются банками и страховыми компаниями самостоятельно. Это продукты, не требующие глубокой оценки рисков, которые банковские менеджеры после минимального тренинга могут предлагать клиентам. В частности, к ним относятся полисы страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхования профессиональной ответственности, страхования от несчастного случая, ДМС, отдельные виды имущественного страхования.



Рисунок 2 – Классификация страховых услуг в системе банкострахования

Такие продукты должны соответствовать квалификации банковского персонала и его способности провести андеррайтинг и оценку риска. Кроме того, они должны быть понятными клиентам с тем, чтобы не перегружать менеджеров банка специальной подготовкой для продажи этих страховых услуг.

Связанные услуги являются наиболее распространенными страховыми услугами, реализуемыми через банки. Причина этого заключается в том, что в данном случае банк, помимо получения

комиссионных от продажи полисов страхования, расширяет поле деятельности для продвижения своих собственных продуктов. К «связанным» услугам, в первую очередь, относятся страховые продукты, снижающие кредитные и платежные риски банков. В их числе – страхование залога, страхование жизни и от несчастного случая заемщика, а также несколько комплексных видов страхования, объединяющих эти и другие риски, такие как страхование кредита, страхование овердрафта и т.д.

Продукты, которые включают в себя покрытие рисков (таких, как дожитие, недееспособность, несчастный случай и т.д.) и инвестиционные качества (сберегательные, накопительные и др. финансовые элементы), представляют собой следующую группу продуктов – интегрированные продукты. При работе с физическими лицами это, прежде всего, разнообразные услуги по страхованию жизни. В этом случае bancassurance представляет собой некую систему личного финансового планирования клиента, инструментами которой являются кредитные, расчетные, накопительные и страховые услуги. Это позволяет не только построить индивидуальную схему страховой защиты клиента, но и оптимизировать всю систему управления личными финансовыми активами.

Часто банковские страховщики, разрабатывая интегрированную услугу, «начинают» ее слишком большим количеством подробностей и опций, увеличивая, таким образом, время на продажу, сложность восприятия ее клиентом и вероятность того, что такая услуга приведет потенциального потребителя в замешательство. Все это в комплексе часто приводит к отказу клиента от приобретения услуги. Гораздо более эффективным является подход, называемый «пакетирование», при котором уже известные и привычные продукты и услуги предлагаются совместно, «в одном пакете».

Данный прием использует стремление клиента получить одновременно несколько услуг. Например, банковский страховщик может предложить состоятельному домовладельцу и возобновление полиса автострахования, и страхование жилья, и обслуживание полиса страхования жизни с ежегодным перерасчетом премии и ее перечислением с банковского счета клиента, и управление инвестициями – при этом осуществлять контакты с клиентом будет один и тот же менеджер, который полностью в курсе дел и привычек данного клиента.

Задача состоит в том, чтобы сделать продажи страховых продуктов эффективными, научиться использовать их для ускорения развития бизнеса банка. Залогом успеха такого проекта в конкурентной банковской среде является разумное соотношение ценности дополнительных услуг для клиента и возможностей дополнительного дохода для банка, обеспечения клиентов персонализированным комплексным сервисом и эффективного использования розничной сети банка. Иными словами, при разработке системы продвижения банковского страхования необходимо обеспечивать баланс интересов в цепочке "клиент - сотрудник банка - банк - страховщик".

В целом среди условий эффективного взаимодействия банков и страховых компаний далеко не последнее место занимает и эффективность продаж страховых продуктов, реализуемых через банковскую сеть распространения (табл.1).

Таблица 1 – Условия эффективного взаимодействия банка и страховой компании

Чего хочет банк	Чего хочет страховая компания
Наличие «коробочных» стандартизированных продуктов	Наличие стратегической линии в отношении со страховой компанией
Высокая технологичность процесса продаж страховых продуктов через банки	Детальное соглашение о сотрудничестве и регламент взаимодействия
Отсутствие роста трудозатрат, усложнения документооборота и отчётности	Контроль за соблюдением положений соглашения
Надёжность страховой компании, финансовая стабильность, репутация, конкуренция	Куратор по работе со страховыми компаниями в банке
Оперативное выполнение обязательств	Трансляции совместных со страховой компанией продуктов головного офиса банка в филиалы регионов

С целью анализа эффективности продаж страховых продуктов через банковские учреждения необходимо соотнести объем поступлений страховых премий через банковские каналы и расходы, понесенные страховой компанией для налаживания данного канала сбыта.

К указанным расходам можно отнести комиссию банка за распространение страховых продуктов, расходы на стандартизацию страховых услуг/разработку новых страховых продуктов, внедрение программных продуктов в основную базу данных банка с целью оперативного обмена информацией и др.

Вступление клиентов в программу страхования может быть построено на добровольной основе. При этом банк вправе выбрать наиболее достойных партнеров-страховщиков, услуги которых и будут предлагаться клиентам банка. Важно при этом установить приемлемую цену услуги и добиваться как можно большей доли клиентов, участвующих в данной программе. Баланс цены и качества услуги, удобство оформления комплексного продукта непосредственно в банке в совокупности с активным продвижением страховых опций как важной составной части сервиса финансового института могут принести банку значительный безрисковый доход.

Страховой продукт для продажи через банк должен быть серьезно модифицирован - как по дизайну, набору рисков, процедуре вступления в силу, так и по технологиям продажи и обслуживания. Он должен быть простым и понятным клиенту и сотруднику банка, качественным и прозрачным в отношении условий выплат страховых возмещений, удобным в оплате и - что самое важное – соответствовать потребностям конкретного клиента. Этого можно достичь путем разработки наборов продуктов и услуг для предложений различным группам розничных клиентов, поддержанных соответствующей технологической платформой для продажи и обслуживания. Например, кредитное страхование жизни может предлагаться клиенту как полезная и удобная опция банковского продукта - кредита или кредитной карты. С другой стороны, накопительное страхование жизни может предлагаться клиенту как один из важных инструментов финансового планирования. Для создания максимально конкурентоспособных и привлекательных банковско-страховых продуктов наиболее эффективна их совместная разработка командой специалистов банка и страховой компании.

Таким образом, после создания линейки качественных банковско-страховых продуктов и внедрения эффективных технологий их поддержки ключевым фактором успеха становится правильное управление продажами.

В этой области необходимо сделать комплекс определенных действий. Во-первых, перед запуском проекта по продвижению банковско-страховых продуктов необходимо провести тщательную оценку существующей системы продаж банка (включающей отделения и точки продаж, их продуктивность, систему мотивации, документооборот, IT-поддержку и т.д.), изменить и/или дополнить ее в связи с внедрением новых страховых услуг.

Во-вторых, при развертывании внедрения совместных продуктов банка и страховой компании из центрального офиса в региональные филиалы очень важны налаженные коммуникации, процедуры и регламенты взаимодействия. В этом случае филиалы банка и страховая компания будут работать в рамках согласованных и отлаженных процедур при полной финансовой прозрачности и под централизованным контролем банка, предлагая продукты единого формата, что обеспечивает стандарты качества страхового продукта, а в конечном счете - и удовлетворенность клиентов.

В-третьих, при создании системы продаж комплексных банковско-страховых продуктов очень важно правильно выстроить систему учета результатов и мотивации персонала банка. Безусловно, сотрудник банка должен знать основные параметры страховой услуги, порядок ее оформления и предложения клиенту. Немаловажна и его уверенность в полезности продвигаемого продукта для клиента. Большую поддержку в достижении этого может оказать страховая компания – партнер банка.

Необходимо включить продажи страховых продуктов в план продаж банка/филиала/сотрудника наравне с банковскими продуктами. При этом банк должен быть готов встроить мотивацию продаж страховых продуктов в свою внутрибанковскую систему мотивации: сотрудники банка должны заранее знать, как будет сказываться на их личном доходе и карьерных перспективах выполнение или невыполнение плана продаж в части страховых продуктов. Также весьма эффективна и нематериальная мотивация сотрудников (поощрение лучших, конкурсы и пр.).

Литература

1. Землячев С.В., Банева И.Н. Страховой рынок Российской Федерации: анализ конкурентной среды // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2015. – №1 (30). – с.51-56
2. Землячев С.В. Информатизация коммуникаций страховщика // Проблемы информационной безопасности: Труды III Международной научно-практической конференции, Симферополь-Гурзуф, 16-18 февраля 2017 г. – Симферополь: ИП Зуева Т.В., 2017. – 190 с. – С.46-47

УДК 338.434

Круликовский Анатолий Петрович
к.ф-м.н, доцент

Косюк Никита Сергеевич
магистрант

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИИ КРАУДФАНДИНГА В РОССИИ

Краудфандинг – это коллективное добровольное объединение людьми денежных и других средств при помощи Интернет для поддержания и финансирования проектов и стартапов других людей, получая взамен различные товары или услуги от реализованной идеи. В настоящее время применение Интернет-технологий позволяет финансировать индивидуальные бизнес-идеи маленькими взносами от большого числа участников, тем самым позволяя реализовать данную идею и внедрить какую-либо инновацию. [1]

В 2008 году на просторах интернет-сети появляется площадка Kooigi.ru, работа которой основывалась на технологии краудфандинга. На площадке можно бесплатно размещать свои аудиофайлы, а другие пользователи могли прослушать и скачать файл, заплатив автору сколько могут. На сайте функционировал полноценный интерфейс социальной сети: зарегистрированные пользователи

могут обмениваться сообщениями, создавать группы, проводить голосования. [2]

В последнее время данный сегмент финансового рынка вырос настолько, что государству стало необходимым регулировать эту сферу. В 2016 году правительство заявило, что планирует разработать законодательную базу для регулирования и функционирования краудфандинговых проектов. В 2019 году президент Российской Федерации В.В. Путин подписал законопроект о краудфандинге. Федеральный закон от 2 августа 2019 года, регламентирующий привлечение инвестиций, работу инвестиционных платформ. При этом получателем инвестиций могут выступать только индивидуальные предприниматели или юридические лица. За календарный год получатели денежных средств, с помощью инвестиционных платформ, могут привлечь не более 1 миллиарда рублей, а инвестор, в свою очередь, может инвестировать не более 600 тысяч рублей. Контролирующим органом является Центробанк. Данный законопроект вступил в силу 1 января 2020 года. [3]

Применение технологии краудфандинга в России началось в 2008 году с появлением крауд-площадки Kooigi.ru для сбора средств на реализацию музыкальных проектов. Площадка ThankYou была создана в 2010 году для финансирования музыкальных проектов по разнообразным категориям.

С тех пор в России наблюдается развитие краудфандинга и увеличение объемов финансирования. Наибольшую популярность имеют благотворительные проекты творческого и социального значения. Меньшую популярность имеют проекты научной и технологической сферы. Согласно статистике, проведенной Центральным Банком России в 2016 году, объем финансирования проектов посредством краудфандинговых платформ имеет тенденцию роста. В сегменте рынка P2B (финансирование юридических лиц средствами физических лиц) объем финансирования составляет 173 миллиона рублей. В то время, как сегмент рынка P2P (финансирование физическими лицами проекты физлиц) объем финансирования составляет 46 миллионов рублей. При этом участниками краудфандинговых платформ являются около 10 тысяч человек.

На российских краудфандинговых площадках в 2013 году каждый пользователь в среднем тратил около 600р. На данный момент этот показатель вырос до 1500р. Как говорил владелец интернет-магазина Madrobots Николай Белоусов: «В России у продуктового краудфандинга нет будущего. Потому что компаний, которым удалось бы собрать на запуск производства физических товаров хотя бы 1 млн руб., в российской истории меньше десяти. Причем почти все они проводились именно на Boomstarter» [3].

Перспективному развитию краудфандинга будет способствовать активное участие государства, обеспечивая поддержку участников рынка. Разработка законодательной базы позволит привлечь новых участников к народному финансированию и поднимет уровень доверия к новой развивающейся технологии среди населения. Эксперты отмечают, что после вступления в силу закона о краудфандинге с 2020 года, может вырасти ВВП России. [4]

Деятельность краудфандинговых платформ, исходя из разработанного законопроекта, основывается на двух видах договоров:

- 1) договор привлечения инвестиций;
- 2) договор содействия в инвестировании.

Условия данных договоров индивидуальны и зависят от платформы. Обязательным условием является то, что условия договоров должны быть доступны всем пользователям для ознакомления до момента запуска проекта или внесения спонсорских средств. Помимо договоров, краудфандинговые платформы должны соответствовать следующим требованиям:

- 1) минимальная сумма собственных средств платформы должна составлять 5 миллионов рублей;
- 2) организатор платформы не имеет право совмещения своей деятельности с другой финансовой деятельностью компании;
- 3) обязательное включение условий договора в перечень правил пользователя платформы;
- 4) правила размещения проектов на портал.

В России краудфандинг еще находится на стадии развития, и предприниматели только привыкают к появлению новой технологии. Экономический кризис стал одной из причин, по которой предприниматели стали искать альтернативные источники финансирования для своих проектов. [5]

Литература

1. Привлечение инвестиций в проект с помощью краудфандинга или создание собственной краудфандинговой платформы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pcfs.eu/sozдание-kraudfandingovoj-platforny/> (Дата обращения 10.02.2020)
2. Попова, И. В. Использование краудфандинговых платформ в России и за рубежом / И. В. Попова, А. С. Безвесельная // Молодой исследователь Дона. 2017. №6 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-kraudfandingovyh-platforn-v-rossii-i-za-rubezhom> (дата обращения: 12.03.2020).
3. Закон о краудфандинге [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cnews.ru/news/top/2019-08-07_v_rossii_prinyali_zakon_o_kraudfandinge (дата обращения: 13.03.2020).
4. Кошкина, И.В. Кредитование начинающего предпринимателя / И.В. Кошкина // Финансы и кредит. 2017. №30 (750). [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreditovanie-nachinayuschego-predprinimatelya> (дата обращения: 24.02.2020).
5. Закон о краудфандинге [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.pgplaw.ru/analytics-and-brochures/alerts/in-the-third-reading-adopted-the-law-on-crowdfunding-retail-financing/> (дата обращения: 13.03.2020).

УДК 330

Туманова Елена Анатольевна

к.э.н., доцент

Захарова Марина Геннадиевна

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

СИСТЕМА МОНИТОРИНГА РИСК МЕНЕДЖМЕНТА В БАНКЕ

Банки являются субъектами первичного финансового мониторинга. Федеральная служба финансового мониторинга Российской Федерации получает от финансовых посредников информацию о финансовых операциях, которые согласно законодательству подлежат обязательному финансовому мониторингу или относительно которых есть подозрения в причастности к отмыванию средств и финансирования терроризма. Основную часть информации о подозрительных сделках Федеральная служба финансового мониторинга получает от коммерческих банков. Учитывая это, трудно переоценить роль, которую играют банки в процессе финансового мониторинга.

Положение Банка России № 375-П от 2 марта 2012 «О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» определяет общие требования Центрального банка Российской Федерации относительно осуществления финансового мониторинга банковскими учреждениями:

- требования к Правилам внутреннего финансового мониторинга;
- требования к программ осуществления финансового мониторинга;
- порядок идентификации клиентов;
- порядок регистрации операций, подлежащих финансовому мониторингу;
- порядок предоставления информации Уполномоченному органу;
- права и обязанности ответственного работника банка (филиала);
- порядок приостановления финансовых операций.

Как правило, внутренние нормативные документы банковских учреждений определяют порядок и условия выполнения функций финансового мониторинга, которые направлены на предупреждение и противодействие использованию банка для легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем. Распределение функций по осуществлению финансового мониторинга системы риск менеджмента в банке представлено на рис. 1.

Программы осуществления внутреннего финансового мониторингу разрабатываются с учетом организации основных направлений деятельности банка, его клиентской базы и уровня рисков, связанных с клиентами и их операциями.

Система риск -менеджмента в банке предполагает выделение следующих уровней:

Уровень 1 (более низкий). Руководители подразделений, которые осуществляют операции, связанные с высокими рисками:

- осуществление контроля выполнения со стороны работников отдельных подразделений процедур, которые предусмотрены внутренними нормативными документами Банка;
- мониторинг соответствия параметров управления рисками конкретных инструментов внутри отдельного подразделения текущему состоянию, целям и заданиям данного подразделения;
- мониторинг показателей, характеризующих эффективность управления отдельными банковскими рисками;
- мониторинг соответствующих коэффициентов, которые характеризуют уровень определенных рисков;
- осуществление предупредительных мероприятий, направленных на недопущение повышения уровня соответствующего риска;
- постоянный контроль выполнения работниками подразделений предусмотренных внутренними нормативными документами Банка соответствующих процедур, влияющих на состояние и размер операционного и других рисков;
- контроль за выполнением предупредительных мероприятий, направленных на недопущение использования Банка с целью легализации доходов, полученных преступным путем, а также финансирования терроризма.



Рисунок 1 – Распределение функций финансового мониторинга по осуществлению системы риск менеджмента финансового мониторинга в банке

Уровень 2. Сектор рискового менеджмента, Отдел информационной безопасности, Управления внутреннего контроля, Управления финансового мониторинга (в пределах полномочий по управлению отдельными видами банковских рисков) :

- осуществление контроля адекватности параметров управления определенными рисками текущего состояния Банка;
- мониторинг состояния и размера определенных рисков;
- предотвращение нахождения Банка под одновременным влиянием различных видов рисков;
- недопущение существенного увеличения части активов, качество которых заметно отличается от среднего по направлению деятельности или группе инструментов;
- недопущение длительного ухудшения одного или нескольких параметров управления определенным риском;
- недопущение непропорционального увеличения размера риска по отношению к изменению размера актива.

Уровень 3 (более высокий). Правление Банка:

- недопущение непропорционального развития одного бизнеса (напрямую развитию) Банка по отношению к другим видам бизнеса (направлений деятельности);
- недопущение длительного ухудшения одного или нескольких параметров управления одновременно за несколькими рисками;
- осуществление контроля соответствия состояния и размера определенных рисков прибыльности Банка;

- предотвращение использования Банка с целью легализации доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма;
- предотвращение длительного нахождения определенного вида бизнеса (направлений деятельности) Банка под воздействием соответствующего риска;
- недопущение длительной несбалансированности пассивов и активов Банка;
- осуществление контроля адекватности параметров управления банковскими рисками (финансовыми рисками) текущему состоянию и показателям стратегического плана развития Банка;
- контроль соответствия прибыльности определенного бизнеса уровнем соответствующих рисков;
- прекращение деятельности подразделений Банка (или ограничение их заданий и функций), функционирование которых сопряжено с высоким уровнем банковских рисков.

Исключительный уровень. Совет директоров Банка:

- предотвращение возможности нахождения Банка в целом под одновременным влиянием различных видов рисков
- недопущение непропорционального увеличения (одновременного) размера риска увеличения прибыльности соответствующего бизнеса;
- общий контроль функционирования системы управления банковскими рисками и капиталом.

Решения, принятые одним из уровней системы контроля управления рисками в пределах своих полномочий, являются обязательными для всех субъектов низших уровней.

В целях реализации в АО «БАНК ЧБРР» функций субъекта первичного финансового мониторинга и в соответствии с требованиями Федерального Закона от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», Положения Банка России от 2 марта 2012 г. № 375-П «О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», разработан ряд внутренних нормативных документов, в частности:

- Программа организации системы ПОД/ФТ в АО «БАНК ЧБРР»;
- Программа идентификации и изучения клиентов в АО «БАНК ЧБРР»;
- программа выявления в деятельности клиентов операций, подлежащих обязательному контролю, и операций, в отношении которых возникают подозрения, что они осуществляются в целях легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма;
- программа управления риском легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма;
- программа, определяющая порядок приостановления операций с денежными средствами или иным имуществом;
- Программа обучения и повышения квалификации работников АО «БАНК ЧБРР» по вопросам финансового мониторинга.

Программа организации системы ПОД/ФТ в АО «БАНК ЧБРР» регламентирует организационную структуру системы финансового мониторинга, требования в отношении кадрового обеспечения, права и обязанности ответственного работника Банка и специалиста по финансовому мониторингу, а также содержит основные направления деятельности отдела финансового мониторинга, порядок принятия решения о предоставлении информации об операциях, которые подлежат финансовому мониторингу, порядок обращения и обеспечения конфиденциальности информации относительно финансовых операций, порядок хранения информации по вопросам финансового мониторинга, порядок отказа в обслуживании клиента и требования относительно установления и осуществления корреспондентских отношений с иностранными финансовыми учреждениями. Типовая структура финансового мониторинга в банковском учреждении приведена в Приложении В.

Правила внутреннего финансового мониторинга в Банке является документом с ограниченным доступом. Порядок и режим доступа к Правилам работников Банка (филиала) определяется внутренними нормативными актами Банка. Программа осуществления финансового мониторинга в АО «БАНК ЧБРР» разработана и реализуется для обеспечения функционирования внутрибанковской системы предотвращения легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма.

Программа регламентирует выявление операций по направлениям деятельности Банка (филиала), содержащих признаки обязательного и внутреннего финансового мониторинга, порядок формирования реестра финансовых операций отнесенных к финансовому мониторингу и порядок предоставления информации Уполномоченному органу.

Выявление и отнесение финансовых операций к финансовому мониторингу осуществляется Работниками в пределах их компетенции и полномочий на проведение соответствующих операций перед или после их осуществления и Специалистом по результатам анализа проведенных операций за соответствующий операционный день.

Регистрация финансовых операций, подлежащих финансовому мониторингу, осуществляется в соответствующем реестре, который формируется и ведется Банком (филиалом) и является электронным документом определенной структуры. Реестр финансовых операций является документом с ограниченным доступом. Доступ к информации, содержащей реестр, имеют: Ответственный сотрудник за финансовый мониторинг Банка (филиала), Специалист по финансовому мониторингу Банка (филиала), работники отдела финансового мониторинга Банка, работники Банка, уполномоченные на проведение проверки выполнения требований законодательства Российской Федерации относительно финансового мониторинга в полном объеме.

Согласованная и подписанная ответственным работником Банка, печатная форма реестра финансовых операций является основанием для выполнения Специалистом подготовки информации для передачи в Уполномоченный орган. Подготовка Специалистом информации для передачи в Уполномоченный орган заключается в проверке соответствия информации, содержащейся в реестре, установленным Банком России требованиям.

Количество операций, отслеживаемых кредитной организацией и передаваемых в Федеральную службу финансового мониторинга (ФСФМ) постоянно растут, что связано с общим ростом количества финансовых операций. В структуре сообщений наблюдается тенденция к увеличению доли сообщений с признаками обязательного финансового мониторинга. Одновременно уменьшается доля сообщений с признаками внутреннего мониторинга, что свидетельствует о более детальном изучении финансовых операций.

В структуре сообщений по признакам обязательного финансового мониторинга весомую долю составляют операции с наличными, что связано с значительной массой наличных денег в обращении и свидетельствует о наличии более широких возможностей для осуществления операций по их отмыванию.

Эффективность системы финансового мониторинга в течение исследуемого периода повышалась при этом самый высокий уровень эффективности системы финансового мониторинга был достигнут в 2017 г

Торопова Ирина Семеновна
к.э.н, доцент кафедры учета, анализа и аудита
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия
toropova_ira@list.ru

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Аннотация. Рассмотрены вопросы сущности учетной политики организации, как элемента организации и ведения бухгалтерского и налогового учета. Дана характеристика нормативно-законодательного регулирования данного вопроса с точки зрения отечественного законодательства и МСА. В статье охарактеризованы основные элементы, формирующие организационные и методические составляющие учетной политики организации

Ключевые слова. Учетная политика, организация бухгалтерского учета, рабочий план счетов, формы первичных документов, элементы учетной политики.

В соответствии с Законом «О бухгалтерском учете», организация самостоятельно определяет порядок ведения бухгалтерского учета исходя из особенностей производственной структуры и технологии производства[1]. Организационные и методические аспекты ведения бухгалтерского учета, организация закрепляет в учетной политике, которая утверждается приказом руководителя организации. Последовательность и порядок формирования учетной политики организации в Российской Федерации регулирует ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации»[2]. Данный ПБУ был разработан с использованием положений МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки»[3]. Однако, ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» отражает и особенности национальной практики и законодательного регулирования ведения бухгалтерского учета и поэтому имеет ряд отличий от МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки»(таблица 1).

Организация должна разработать и утвердить такую учетную политику, как совокупность способов ведения бухгалтерского учета, которая позволит сформировать достоверную финансовую отчетность, данные которой позволят внутренним и внешним пользователям принимать оптимальные управленческие решения. Согласно п.2 ПБУ 1/2008 под способами ведения учета понимается «способы группировки и оценки фактов хозяйственной деятельности, погашения стоимости активов, организации документооборота, инвентаризации, применения счетов бухгалтерского учета, обработки информации»[2]. При этом, организация должна сделать выбор из нескольких способов в пользу одного и закрепить это в приказе об учетной политике.

При формировании учетной политики организации должны найти свое отражение следующие организационные аспекты: характеристика нормативных документов, на основании которых сформирована учетная политика организации; на кого возложено ведение бухгалтерского учета; характеристика программного обеспечения ведения бухгалтерского учета и носителей первичных документов и учетных регистров; характеристика сумм отражения операций (с копейками, округление до целых рублей, с последующим учетом разницы); наличие рабочего плана счетов и другие прилагаемые организационно-технические элементы; методические аспекты: порядок отнесения и начисления амортизации основных средств и нематериальных активов; организация учета затрат на производство, и осуществление ремонтных работ с основными средствами; порядок калькулирования себестоимости изготавливаемой продукции, отражение в учете приобретения материально-производственных запасов и методы оценки их выбытия; порядок определения момента реализации готовой продукции для целей бухгалтерского и налогового учета; подход к оценке дебиторской задолженности; порядок учета общехозяйственных расходов организации, учет и оценка незавершенного производства; порядок учета коммерческих расходов; подходы к оценке задолженности по кредитам и займам; порядок распределения прибыли и формирования различных резервов.

Разработанная и утвержденная учетная политика организации, в соответствии с законодательством, должна использоваться последовательно, из года в год, ее изменение возможно раз в году при возникновении следующих обстоятельств: «изменения законодательства РФ и (или) нормативно-правовых актов по бухгалтерскому учету; разработка организацией новых способов ведения бухгалтерского учета; существенного изменения условий хозяйствования организации, связанного с реорганизацией, изменением видов деятельности»[2].

Таблица 1 – Сравнительный анализ положений учетной политики в отечественной и международной практике. Источник – составлено автором [2, 3]

Признак сравнения	ПБУ 1/2008 «Учетная политика»	МСФО 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки»
1. По принципу ориентации	На ведение бухгалтерского учета	На составление финансовой отчетности
2. Отражение способов ведения бухгалтерского учета	– оценка фактов хозяйственной деятельности; – погашение стоимости активов; – организация документооборота, – инвентаризация и т.д.	Отсутствуют, находят отражение в МСФО 1 «Представление финансовой отчетности»
3. Изменение учетной политики	– изменение требований, предусмотренных законодательством РФ о бухгалтерском учете, федеральными и (или) отраслевыми стандартами; – разработка новых способов ведения бухгалтерского учета; – существенное изменение условий хозяйствования	– требуется каким-либо МСФО; – приведет к тому, что финансовая отчетность будет представлять более надежную информацию, способную оказать влияние на финансовые результаты, финансовое положение и движение денежных средств
4. Ограничения для ретроспективного применения учетной политики	1. Оценка в денежном выражении изменений учетной политики предшествующих периодов не может быть произведена с достаточной степенью надежности 2. Для категории субъектов малого предпринимательства, за исключением эмитентов рынка ценных бумаг	Невозможно определить влияние изменения учетной политики, относящейся к определенному периоду
6. Возможность заимствования положений других стандартов	П. 7 ПБУ 1/08. Разрешено применять положения МСФО при выборе способа учета	–

Учетная политика является важным элементом системы управления организацией и напрямую влияет на достоверность формируемой финансовой отчетности, что в свою очередь впоследствии определяет инвестиционную привлекательность и деловую репутацию организации.

Литература

1. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/
2. Учетная политика организации (ПБУ 1/2008): Положение по бухгалтерскому учету утв. 06.10.2008 № 106н Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_81164/2d52707f5a4d5314b9e470a9bf59cb826ec848dd/
3. Международные стандарты финансовой отчетности и разъяснения к ним Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140000/
4. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие/под общ. Ред.Н.А. Лытневой. – М.: ИД «Форум»; ИНФРА-М, 2015. – 656 с.
5. Полковский А.Л. Бухгалтерское дело: Учебник для бакалавров/ А.Л. Полковский; под. Ред. проф. Л.М. Полковского. – М.: Издательско-торговая корпорация

УДК

Торопова Ирина Семеновна

к.э.н., доцент

Здорова Екатерина Олеговна

обучающаяся 4 курса

Подгорная Александра Вячеславовна

обучающаяся 4 курса

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»*

Республика Крым, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА И УЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМАХ

В современном мире туризм является одной из наиболее быстро развивающейся отраслью экономики Российской Федерации и мира. Часто оценивают общий уровень развития экономики государства, исходя из показателя развитости туристической индустрии в стране. Это возможно, поскольку во многих странах туризм является важнейшей составляющей внутреннего валового продукта, а также формировании рабочих мест и обеспечения занятости населения [1].

Туристическая сфера является одной из главных отраслей, предоставляющих рабочие места, поскольку формирование туристического продукта является достаточно трудозатратным процессом. Об этом может свидетельствовать удельный вес фонда оплаты труда в составе расходов туристической фирмы. Обычно он составляет более 30% [2]. Поскольку в туристической деятельности особое влияние на организацию работы оказывает колебание спроса, связанное с сезонностью, то является важным разработка и применение особой политики учета доходов и затрат в межсезонные периоды, что обуславливает важность управленческого учета на предприятиях туристической отрасли.

Учет личного состава в туристических организациях не отличается от организаций других отраслей и ведется с применением таких документов, как приказ о приеме на работу, личная карточка, приказ о предоставлении отпуска, лицевой счет, штатное расписание, приказ о прекращении трудового договора и т.д.

Туристическая фирма сама определяет форму и систему оплаты труда, исходя из своих специфических условий. Так, например, рассмотрим варианты начисления заработной платы для менеджера туристической фирмы.

Первым и самым простым вариантом является установление оклада. Этот вариант не раскрывает все условия деятельности турфирмы, поскольку как упоминалось ранее необходимо вести особую политику учета затрат в межсезонье. Также этот вариант не позволяет заработной плате выполнять одну из важнейших ее функций, а именно стимулирование заинтересованности сотрудника в выполнении большей части работ.

Вторым вариантом является установление оклада и процента. Этот вариант является более приемлемым, поскольку у сотрудников появляется стимул получения большей заработной платы прямо пропорциональной объему сформированных и проданных туристических продуктов. Однако при этом имеется три возможных варианта установления процента, а именно:

- процент от суммы стоимости проданных работником туров;
- процент от суммы стоимости проданных туров, в случае превышения определенной установленной суммы (например, оклад 20000 руб. и 10% от реализации туров более чем на 200000 руб.);
- процент от выручки проданных туров всеми работниками, разделенный между ними поровну (например, оклад 20000 руб. и 10% выручки от реализации всех туров разделены между 5 менеджерами).

И третьим вариантом является плановая система, которая предусматривает фиксированную заработную плату при выполнении установленного плана, определенные проценты при перевыполнении плана, в зависимости от уровня перевыполнения.

Учет заработной платы в бухгалтерском учете ведется на счете 70 с детализацией по каждому сотруднику. Ее начисление отражается по кредиту счета 70 в корреспонденции с соответствующими затратными счетами, предусмотренными организацией.

При начислении заработной платы работникам туристических фирм, используют следующие бухгалтерский проводки:

Дт	Кт	Содержание
20	70	Начислена заработная плата работнику основного производства.
26	70	Начислена зарплата управленческому персоналу.
44	70	Начислена зарплата работникам, занятым в процессе продвижения турпродукта.

Выплата заработной платы работникам туристических организаций оформляется следующими проводками:

Дт	Кт	Содержание
70	50	Выплачена заработная плата из кассы организации.
70	51	Перечислена заработная плата по безналичному расчету на банковский счет работника.

Таким образом, туристическая фирма определяет наиболее оптимальный способ начисления заработной платы, исходя из минимизации затрат.

Для учета расчетов с персоналом по оплате труда используется счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» в корреспонденции со счетами затрат 20 «Основное производство» (заработная плата менеджеров и т.п.) и 26 «Общехозяйственные расходы» (заработная плата административно-управленческого персонала, бухгалтерии и т.д.).

Основным учетным регистром, используемым для отражения информации о расчетах с персоналом по оплате труда является расчетно-платежная ведомость. Она составляется ежемесячно и содержит информацию в разрезе каждого сотрудника, а именно его табельный номер, ФИО, должность, тарифную ставку, количество оплачиваемых дней (часов), сумму начисленной заработной платы, сумму удержаний и зачетов, сумму задолженности за работником и за организацией, а также рассчитываемую на основании вышеперечисленного сумму заработной платы к выдаче.

Все организации, которые имеют в своем штате сотрудников, обязаны платить НДФЛ за них. Туристические организации не являются исключением, и выступают налоговыми агентами для своих работников. Налоговый агент – это организация или индивидуальный предприниматель, результатом взаимодействия с которым является получение налогоплательщиком дохода. Налоговый агент обязуется начислить, удержать и перечислить в бюджет сумму налога в отношении всех доходов налогоплательщика, источником которым является данный налоговый агент. Соответственно для своевременных расчетов с бюджетом необходимо правильно вести учет. Синтетический учет расчетов ведется на счете 68 «Расчеты по налогам и сборам», для аналитического учета открывается субсчет.

На фонд оплаты труда организация начисляет взносы по обязательному социальному страхованию в ФСС. Состояние расчетов с ФСС находит свое отражение на счете 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению».

Общий размер страховых взносов в 2020 году – 30 процентов:

- 22 % – на обязательное пенсионное страхование с выплат, не превышающих предельную базу для начисления взносов + 10 процентов с выплат сверх базы;
- 5,1 % – на обязательное медицинское страхование, предельной величины выплат нет;
- 2,9 % – на обязательное социальное страхование с выплат в пределах лимита, платежей сверх лимита нет.

Таким образом, оплата труда в туристической фирме является одной из важнейших статей затрат, поскольку вся деятельность турфирмы основана на человеческих ресурсах. Поэтому туристической организации крайне важно правильно рассчитать сумму заработной платы для своих работников, чтобы она была конкурентоспособной на рынке труда, а также важно правильно её отражать в бухгалтерском учете. Это необходимо ввиду того, что туристическая фирма является налоговым агентом для своих сотрудников, а также уплачивает за них страховые взносы, а соответственно, на основании начисленной заработной платы осуществляются расчеты с бюджетом.

Литература

1. Тайгибова Т. Т. Влияние индустрии туризма на экономику страны и социально-культурную сферу [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы Междунар. науч. конф. (г. Уфа, октябрь 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. — С. 125-128. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/11/1106/> (дата обращения: 12.03.2020).
2. Маркова И. Д., Наконечная Ю. А., Стенюшкина С. Г. Особенности бухгалтерского учета и налогообложения в сфере туризма [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 161-163. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/92/4440/> (дата обращения: 12.03.2020).

УДК 336.2:631.16

Цыдыпова Алена Викторовна

к.э.н.

кафедра «Экономика и организация АПК»

ФГБОУ ВО БГСХА имени В.Р. Филиппова

Россия

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ АПК: НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ

Налогообложение сельскохозяйственных организаций усложняет его специфику: сезонность, зависимость от природных условий, разнообразие видов деятельности, особенности реализации и хранения товаров. Общий льготный подход к налогообложению аграрного сектора экономики.

Распределение сельскохозяйственных предприятий республики по применяемым режимам налогообложения представлено в табл. 1.

Таблица 1 – Распределение сельскохозяйственных предприятий Республики Бурятия по системам налогообложения [7]

Показатель	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	ед.	%	ед.	%	ед.	%
Всего сельскохозяйственных предприятий, ед.	3203	100,0	3023	100	3160	100
В том числе: находящиеся на ЕСХН	881	27,5	888	29,4	966	30,6
На иных режимах налогообложения	2322	72,5	2135	70,6	2194	69,4

Приведённые данные позволяют сделать вывод, что в республике количество и удельный вес предприятий, применяющих ЕСХН, не изменяется и составляет около 30%. Небольшая доля предприятий, перешедших на специальный налоговый режим объясняется тем, что ряду предприятий региона такой режим невыгоден по причине отказа в возмещении НДС.

Рассмотрим объем поступлений по единому сельскохозяйственному налогу в Консолидированный бюджет РФ (табл. 2). На повышение финансовой деятельности предприятий АПК, перешедших на

ЕСХН по республике, в то время как по округу и в целом по стране наблюдается спад

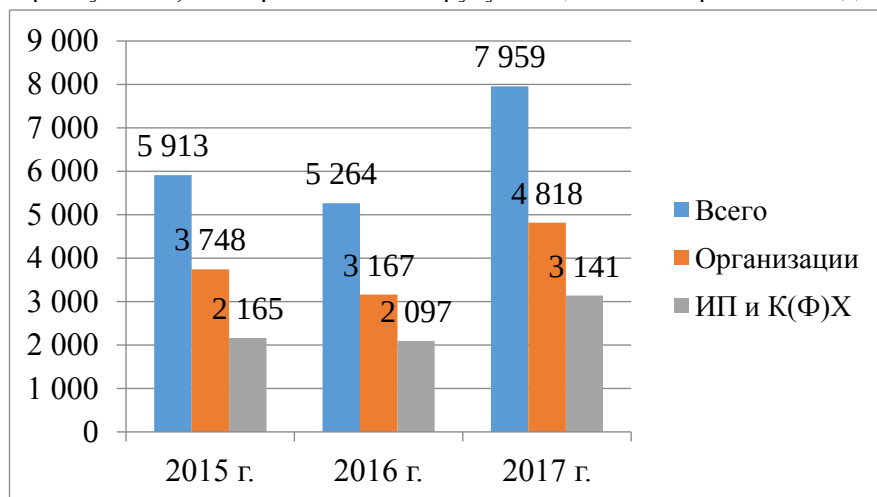


Рисунок 1 – Динамика поступлений по ЕСХН по республике Бурятия, тыс. руб.

Большая часть налоговых поступлений по ЕСХН приходится на организации, так в 2015 г. организациями сельскохозяйственными товаропроизводителями было выплачено в бюджет 3 748 тыс. руб. налоговых поступлений по ЕСХН. Большая доля оплаты налога организаций связано с тем, что выручка у организаций сельскохозяйственной отрасли намного превышает выручку ИП и крестьянских (фермерских) хозяйств. В 2016 г. выплаты по ЕСХН организаций снизились до 3 167 тыс. руб. Снижение поступлений связано с сокращением числа организаций отрасли. В 2017 г. увеличились выплаты ЕСХН как у организаций так и у ИП и К(Ф)Х. Однако многие предприятия используют общий режим налогообложения и не переходят на ЕСХН (табл.2).

Таблица 2 – Доля налоговых поступлений от применения специальных режимов налогообложения в общей сумме налоговых поступлений по отрасли сельского хозяйства. [7]

Годы	Поступило налоговых платежей от применения ЕСХН, тыс. руб.	Поступило налоговых платежей по отрасли – всего, тыс. руб.	Доля поступлений от применения специальных режимов в общей сумме налоговых поступлений, %
2015 г.	259 459	5 913	2,28
2016 г.	199 104	5 264	2,64
2017 г.	231 667	7 959	3,44

Доля поступлений от применения специальных режимов в общей сумме налоговых поступлений незначительна и в 2015 г. составила всего 2,28%. За рассматриваемый период доля налогов по ЕСХН увеличилась незначительно и связано в основном с повышением доходов организаций. Практика применения единого налога в течение анализируемого периода выявила неспособность значительной части сельскохозяйственных производителей использовать специальный налоговый режим. Доля налоговых платежей сельскохозяйственных товаропроизводителей, применяющих специальный режим налогообложения занимает в среднем менее 2-3% общей суммы налоговых платежей. В целом по России также не наблюдается увеличение количества предприятий. Использующих ЕСХН (табл. 3).

Таблица 3 – Количество налогоплательщиков по ЕСХН[8]

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменения 2016 г. к 2015 г.	
				тыс. руб.	%
Российская Федерация	98 310	99 716	100 673	2 363	2,40
Сибирский Федеральный округ	14 019	14 255	14 462	443	3,16
Республика Бурятия	881	888	966	85	9,65

Согласно представленным данным, количество налогоплательщиков в 2017 г. по сравнению с 2015 г. увеличился, темп роста количества налогоплательщиков по Республике Бурятия выше, чем по Сибирскому Федеральному округу и Российской Федерации. Если по России количество налогоплательщиков увеличилось на 2,40%, по Сибирско-Федеральному округу на 3,16%, то по республике Бурятия на 9,65%. Рассмотрим структуру налогоплательщиков ЕСХН по Республике Бурятия (рис. 2).

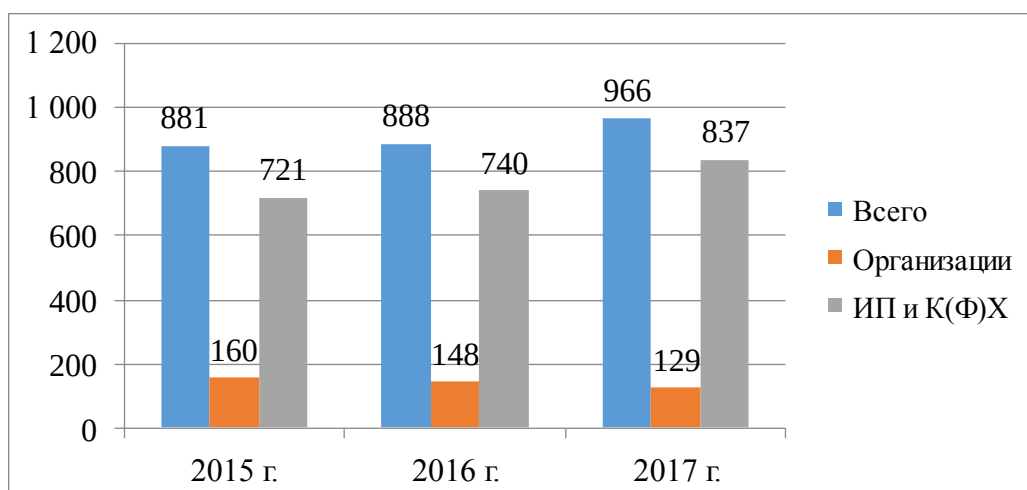


Рисунок 2 – Количество налогоплательщиков ЕСХН по республике Бурятия, ед.

За рассматриваемый период структура налогоплательщиков не изменилась, большую часть налогоплательщиков составляют ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства, их число в 2017 г. составило 837 ед., за рассматриваемый период число увеличилось с 721 ед. до 837 ед.

Большое число крестьянских (фермерских) хозяйств в отличие от организаций связано с рядом преимуществ. [5]

Однако несмотря на рост численности предприятий отрасли сельского хозяйства, 18% предприятий предоставляют нулевую налоговую отчетность (рис. 3).

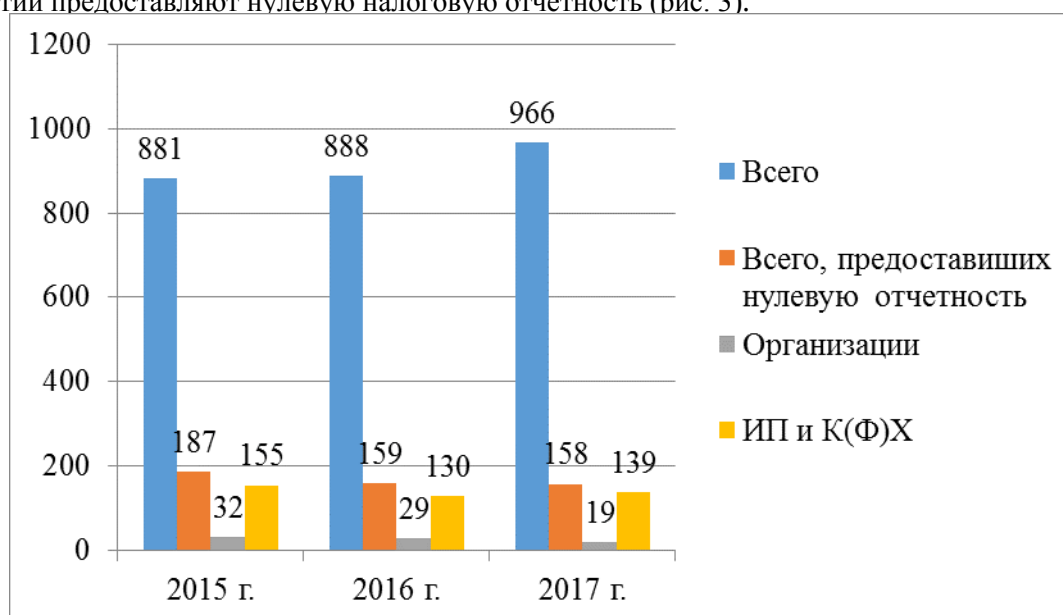


Рисунок 3 – Количество налогоплательщиков ЕСХН по республике Бурятия, предоставивших нулевую отчетность, ед.

За рассматриваемый период число предприятий не ведущие финансово-хозяйственную деятельность сократилось с 187 ед. до 158 ед. связано с развитием агропромышленного комплекса по республике, государственной поддержкой сельскохозяйственных товаропроизводителей. Предприятия получают больше выручки, налоговая база по ЕСХН увеличивается. Анализ налоговой базы представлен в табл. 4.

Таблица 4 – Налоговая база по ЕСХН[8]

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменения 2017 г. к 2015 г.	
				тыс. руб.	%
Российская Федерация	195 838 537	212 471 741	206 626 319	10 787 782	5,51
Сибирский Федеральный округ	14 625 317	14 649 139	11 177 418	-3 447 899	-23,57
Республика Бурятия	131 474	115 613	153 838	22 364	17,01

Согласно представленным данным, налоговая база по ЕСХН по Республике Бурятия в 2017 г. увеличилась на 17,01%, в то время как в целом по стране налоговая база по ЕСХН увеличилась всего на 5,51%, по Сибирскому Федеральному Округу наблюдается резкое снижение налоговой базы на 23,57%. Данные обстоятельства указывают на замедление темпов развития сельского хозяйства по республике в сравнение с развитием сельского хозяйства по стране. Рассмотрим структуру налоговой базы ЕСХН по республике Бурятия (рис. 4).

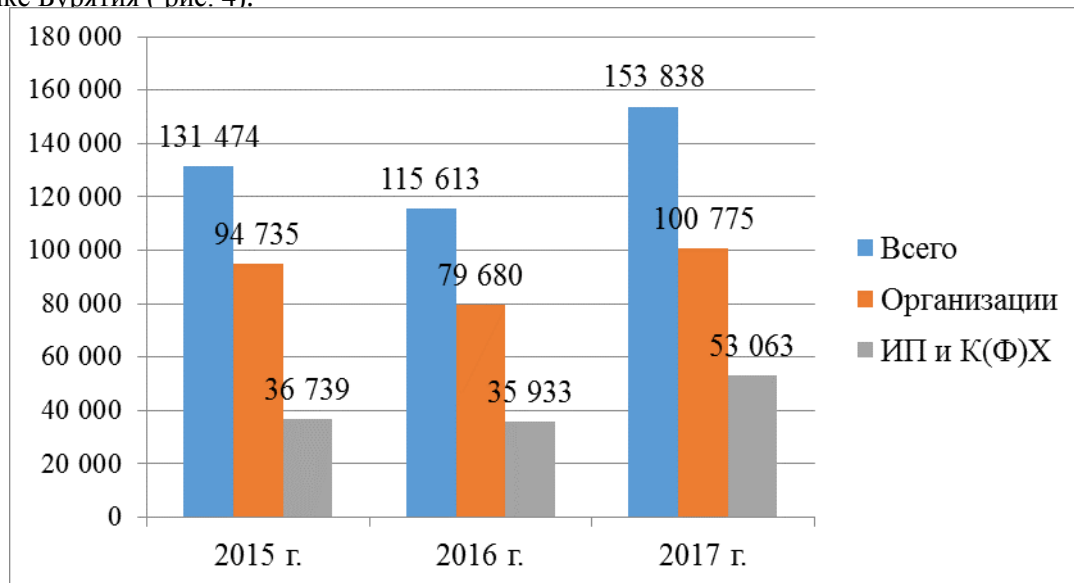


Рисунок 4 – Налоговая база по ЕСХН по республике Бурятия, тыс. руб.

Как отмечалось ранее, несмотря на то, что численность организаций значительно ниже численности ИП и крестьянских (фермерских) хозяйств, организации более крупные по размерам активов и получаемой прибыли, соответственно налоговая база организаций в 2017 г. составила 100 775 тыс. руб., когда налоговая база ИП и крестьянских (фермерских) хозяйств составила всего 53 063 тыс. руб. Более подробно рассмотрим формирование налоговой базы по ЕСХН по республике Бурятия (табл. 5).

Таблица 5 – Анализ налоговой базы и структуры начислений по ЕСХН по Республике Бурятия, тыс. руб. [8]

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменения 2017 г. к 2015 г.	
				тыс. руб.	%
Сумма доходов всего	2 515 254	2 255 139	2 592 612	77 358	3,08
В т.ч. организации	2 047 977	1 722 982	1 773 865	-274 112	-13,38
ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства	467 277	532 157	818 747	351 470	75,22
Сумма расходов сего	2 431 329	2 215 708	2 484 715	53 386	2,20
В т.ч. организации	1 993 880	1 686 630	1 699 468	-294 412	-14,77
ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства	437 449	529 078	785 247	347 798	79,51
Налоговая база всего	131 474	115 613	153 838	22 364	17,01
В т.ч. организации	94 735	79 680	100 775	6 040	6,38
ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства	36 739	35 933	53 063	16 324	44,43
Сумма убытка, полученного в предыдущем (предыдущих) налоговом (налоговых) периоде (периодах), уменьшающая налоговую базу за налоговый период	32 923	27 916	6 497	-26 426	-80,27
В т.ч. организации	32 273	26 973	5 698	-26 575	-82,34
ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства	650	943	799	149	22,92
Сумма исчисленного единого сельскохозяйственного налога всего	5 913	5 264	7 959	2 046	34,60
В т.ч. организации	3 748	3 167	4 818	1 070	28,55
ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства	2 165	2 097	3 141	976	45,08

Согласно представленным данным, сумма доходов предприятий сельского хозяйства снизилась на 3,08%, причем снижение доходов наблюдается у организаций в размере 13,38%, в то время как ИП и крестьянские (фермерские) хозяйства получили доходы в 2017 г. больше на 75,22% чем в 2015 г. Сумма расходов в целом по отрасли сократилась на 2,20%, расходы ИП и крестьянских (фермерских) хозяйств увеличились на 79,51%

Налоговая база за рассматриваемый период увеличилась на 17,01% и составила 153 838 тыс. руб. Сумма убытка, уменьшающая налоговую базу, составила 6 497 тыс. руб., что ниже показателя 2015 г. на 80,27%. Соответственно сумма исчисленного единого сельскохозяйственного налога составила 7 959 тыс. руб. в 2016г., что выше показателя 2015 г. на 2 046 тыс. руб. или на 34,60 %

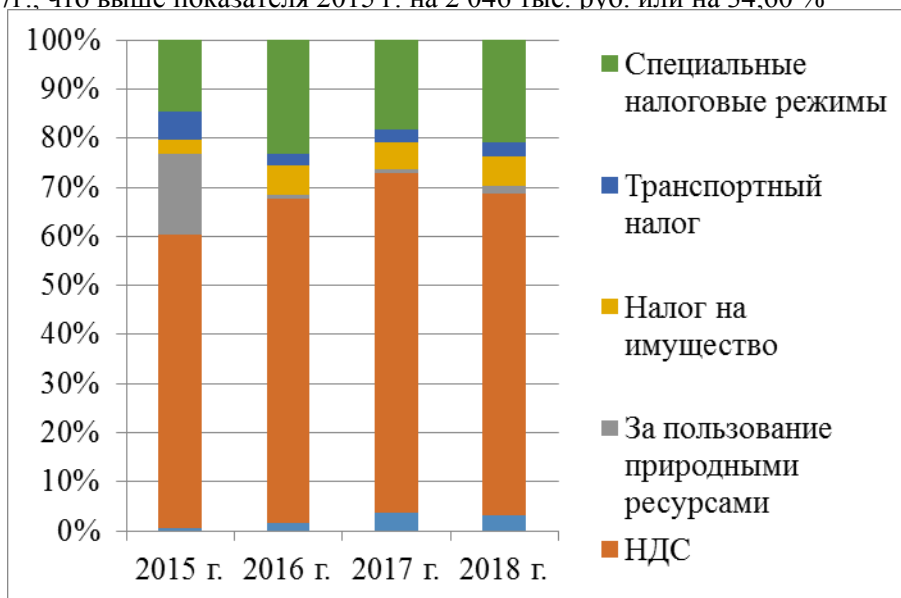


Рисунок 5 – Структура налоговых платежей сельскохозяйственных организаций по Республике Бурятия, %

Небольшая доля налога на прибыль связано с тем, что предприятия, находящиеся на общем режиме налогообложения, освобождаются от налога на прибыль, полученные в результате сельскохозяйственной деятельности. В структуре налоговых платежей большая доля приходится на косвенные налоги (рис. 6).

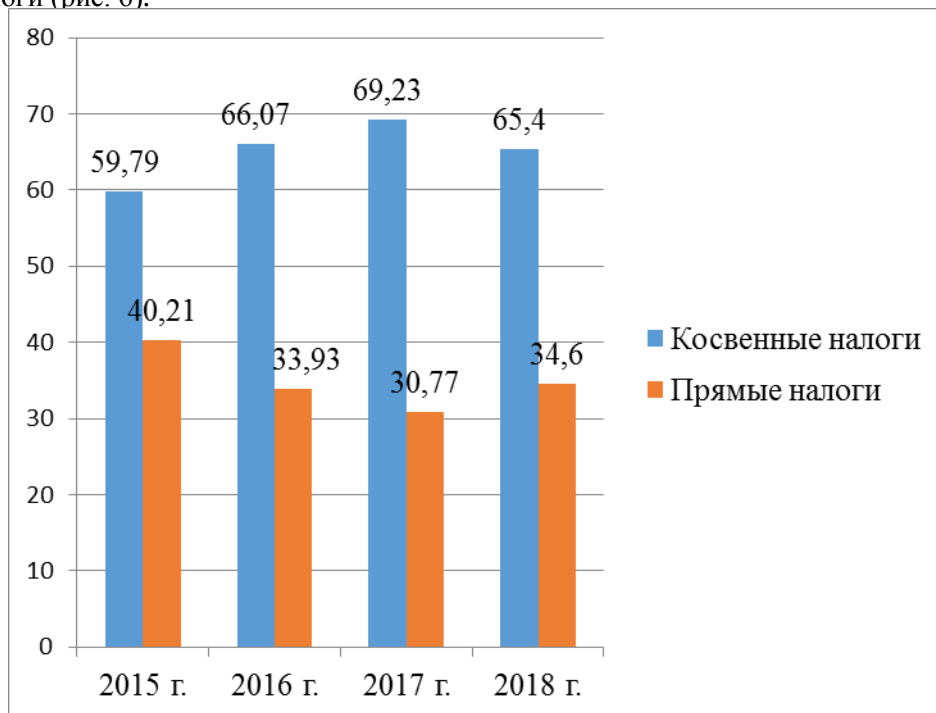


Рисунок 6 – Удельный вес косвенных налогов в общем объеме налоговых платежей сельскохозяйственных предприятий республики Бурятия, %

С 1 января 2019 года признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость. Это изменение в налоговое законодательство внесено Федеральным законом от 27.11.2017 N335-ФЗ. Освобождение от уплаты НДС можно получить, выполнив ряд условий.

Планка, позволяющая не платить НДС, будет ежегодно снижаться: в 2020 году льготой смогут воспользоваться сельхозпроизводители, чья выручка не превысит 90 миллионов рублей за предшествующий год, в 2021 году – 80 миллионов рублей за предшествующий период. Затем в 2022 году планка будет установлена на уровне 70 миллионов рублей, а с 2023 года и далее она будет зафиксирована на уровне 60 миллионов рублей Порог выручки для перехода на уплату НДС (рис.7).

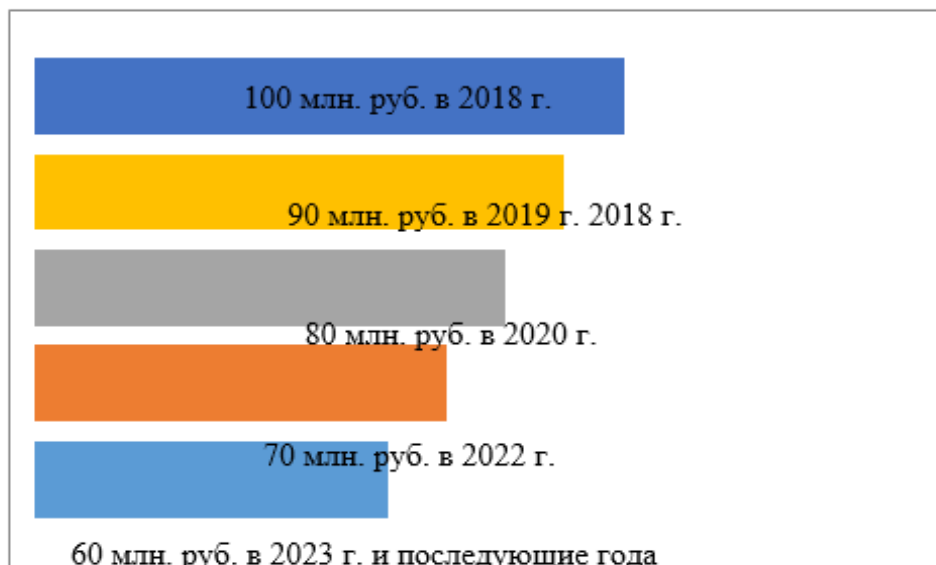


Рисунок 7 – Порог выручки для перехода на уплату НДС [4].

Необходимо отметить, значительное число сельскохозяйственных товаропроизводителей применяют режим налогообложения УСН, он предпочтителен для тех, кто совмещает сельское хозяйство с другими видами экономической деятельности.

Литература

1. Ермоленко, О.М. Совершенствование инструментов финансовой поддержки малых форм бизнеса в сельском хозяйстве // Вестник Академии знаний. -2018. – № 3. (26). – С. 140-144;
2. Гильфанов Р.М., Евстафьева А.Х. Налогообложение субъектов малого предпринимательства в рамках специальных налоговых режимов (на примере республики Татарстан) // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2018. Т. 13. № 3 (50). С. 108-115.
3. Давлетшин Т.Г. Реформирование НДС и ЕСХН//Международный бухгалтерский учет-2017-Т20. №17 С.991-1003.
- 4.Т.П. Шевцова ЕСХН, как индикатор развития сельского хозяйства России. // Финансы, Денежное обращение и кредит
5. Отчеты по форме №1-НОМ за 2015-2018 гг.
6. Отчеты по форме №5-ЕСХН за 2015-2018 гг

УДК 339.1

Абилова Ильвина Алимовна

обучающаяся

Усенко Роман Станиславович

старший преподаватель

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»**г. Симферополь, Российская Федерация*

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В начале 2019 года в Российской Федерации насчитывалось 109,6 млн. пользователей Интернета (таким образом, уровень использования Интернета населением составлял 76%). Не случайно электронная коммерция (которая включает в себя все виды экономической деятельности, которые могут осуществляться с помощью сети Интернет) является на сегодня одним из быстро развивающихся направлений [1].

На современном этапе использование интернета для выведения на рынок товаров и услуг является приоритетным условием. Интернет-маркетинг появился на стыке маркетинга и информационных технологий, он также известен как веб-маркетинг и онлайн-маркетинг и представляет действия, направленные на продвижение товаров и услуг в Интернете. Повышение эффективности конкурентоспособности предприятия можно достичь за счет использования одного или нескольких видов интернет-маркетинга. В таблице 1 приведены наиболее часто используемые на практике виды Интернет-маркетинга [2].

Таблица 1 – Виды Интернет-маркетинга [2]

Виды Интернет-маркетинга	Определение
Поисковая оптимизация (SEO – Search Engine Optimization)	Развитие и продвижение сайта для размещения его на приоритетных местах в поисковых системах, для повышения посещаемости сайта.
Контекстная реклама (SEA – Search Engine Advertising)	Интернет-реклама, содержание которой зависит от запроса пользователя в поисковой системе или на сайтах.
Медийная (баннерная) реклама	Статичные или интерактивные, состоящие из нескольких слайдов графические блоки в формате jpeg, gif, png или swf с оплатой за время, количество показов на сайте (PPV) или кликов на объявление (PPC).
Маркетинг в социальных медиа (SMM – Social Media Marketing)	Процесс продвижения и продажи товаров или услуг при помощи социальных сетей.
Вирусный маркетинг	Маркетинговая техника, которая использует социальные сети для того, чтобы повышать осведомленность о бренде и стимулировать продажи.
Интернет-PR	Освещение деятельности компании в авторитетных СМИ.
Партнерский маркетинг (аффилированный маркетинг, партнерская программа)	Технология, направленная на продвижение бизнеса в сети, когда за эффективное привлечение клиентов и совершение ими выгодных сделок партнер организации получает прибыль.
Рассылки	Массовая отправка писем пользователям.

Интернет-маркетинг включает в себя создание веб-сайта, продвижение бренда продукции (услуг) компании в онлайн-среде, распространение информации о ней для повышения ее популярности и максимизации прибыли [3]. Основная цель интернет-маркетинга – превратить посетителей сайта в покупателей и увеличить прибыль предприятия.

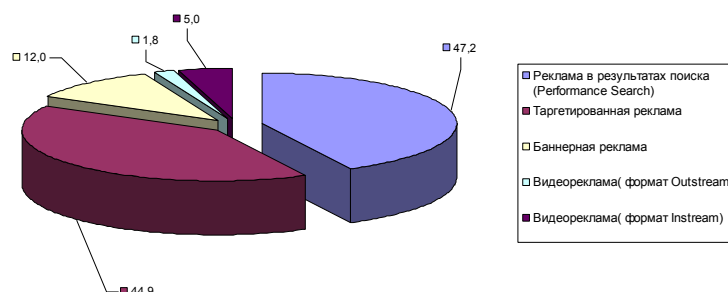


Рисунок 1 – Доходы от разных видов онлайн-рекламы в млрд. рублей за I полугодие 2019 года [4]

По данным исследований IAB RUSSIA в первом полугодии 2019 года объем рынка интернет-рекламы значительно увеличился по сравнению с 2018 годом. Так объем рынка интернет-рекламы за 2019 год составил 110,8 млрд. рублей, что на 19% больше, чем в 2018 году (92,9 млрд. рублей). На

рисунке 1 изображена статистика доходов от разных видов онлайн-рекламы за первое полугодие 2019 [4].

Всякий коммерческий проект нуждается в продвижении. В большинстве своем современные компании имеют собственные ресурсы на просторах Интернета, например, веб-сайты, блоги, страницы и группы в социальных сетях. Однако создание такого рода ресурсов само по себе не гарантирует рост популярности бренда, рост числа клиентов и увеличение продаж. Необходима более целенаправленная работа над продвижением. Эту задачу решает интернет-маркетинг.

Литература

1. Усенко Р.С. Состояние и тенденции развития электронной коммерции / Р.С. Усенко // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА – 2019): сборник трудов II Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, г. Симферополь – г. Судак, 02–04 октября 2019 г. / научн. ред. В. М. Ячменевой. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – С. 203-206.
2. Горохов М.М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М.М. Горохов, Д.Е. Докучаев, А.Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019, №1 (36). С. 21-24.
3. Теренина Ю.О. Влияние современных условий на динамику развития интернет-маркетинга / Ю.О. Теренина, П.Д. Шашнев // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. – 2019, №3 (17). С. 65-70.
4. IAB RUSSIA оценила объем рынка интернет-рекламы в первом полугодии 2019 / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://m.seonews.ru/events/iab-russia-otsenila-obem-rynka-internet-reklamy-v-pervom-polugodii-2019/> (дата обращения: 13.03.2019).

УДК 004.56.053

Бойченко Олег Валериевич
доктор технических наук, профессор
Бондаренко Анастасия Олеговна
магистрант

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

КЛАССИФИКАТОРЫ СИСТЕМ КОДИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Чтобы применять экономическую информацию для оперативного поиска, передачи по каналам связи и обработки на программном уровне, необходимо ее изобразить в цифровом виде. Для этой цели необходимо сначала ее отсортировать, а затем закодировать с применением классификатора.

Кодирование – действие присваивания объектам кодовых названий. Главная задача кодирования заключается в конкретном наименовании объектов, а также для предоставления требуемой подлинности кодируемой информации. По данным работы «Используемые классификаторы и системы кодирования» [1] при проектировке кодов проявляются следующие требования:

- включение всех объектов, подходящих кодированию, и их определенное название;
- необходимость расширения объектов кодирования без модификации правил их обозначения;
- наибольшая информативность кода при низких показателях значений.

Подбор системы кодирования, прежде всего, зависит от количества классификационных признаков и созданной системы классификации. Система классификации – это объем правил расположения объектов множества на подмножества. Классифицирование в свою очередь – это действие расположения объектов данного множества на подмножества. А классификация – это итог урегулированного расположения объектов заданного множества.

Выделяют многоаспектную и иерархическую системы классификации. В многоаспектных системах классификации используются несколько особенностей в качестве классификационных. Таким образом первоначальное множество анализируется одновременно в разных отношениях. Например, исходя из данных источника «Преимущества выбора стратегии развития предприятия на основе фасетной классификации» [2] фасетная система классификации – предоставляет возможность выбора признака классификации в независимости друг от друга, а также семантического содержания классифицируемого объекта.

Согласно работе «Формирование учетной политики малого предприятия в автоматизированной системе» [3] иерархическая система классификации дает разделение первоначального множества на подмножества, среди которых принимаются отношения иерархии. Касательно количества классификационных признаков вероятно наличие ряда уровней классификации. Уровень классификации представляет собой множество классификационных объединений, находящихся на одной и той же стадиях классификации. Регистрационную систему кодирования применяют с целью распознавания объектов требующих, прежде всего классификацию. Выделяют серийно-порядковую и порядковую системы кодирования. Серийно-порядковая система кодирования используется для кодирования списков, которые находятся в определенной иерархии. Главному признаку предоставляется серия номеров с учетом допустимого увеличения положения объекта, а меньшему признаку приписывают

порядковые номера в рамках выделенной серии. Порядковая система кодирования лежит в хронологической регистрации объектов. А из-за отсутствия признаков классификации, впоследствии не позволит достичь промежуточных результатов.

В соответствии с вышеуказанными требованиями к кодам в программном обеспечении компаний, занимающихся кодированием экономической информации, в большинстве случаев применяется серийная система кодирования, которая дает возможность кодировать сложившиеся несложные множества объектов, принимая во внимания вероятность увеличения кодируемого множества и разделение по одному свойству классификации.

Литература

1. Используемые классификаторы и системы кодирования // [Электронный ресурс] studfile.net – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/6129726/page:10/> (дата обращения: 12.03.2020 г.).
2. Мочалов М. А. Преимущества выбора стратегии развития предприятия на основе фасетной классификации // Наука, образование и культура, 2018. – С. 55-56. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_32323111_57655618.pdf (дата обращения: 12.03.2020 г.).
3. Гвоздев М. Ю., Ожигова А. Ю. Формирование учетной политики малого предприятия в автоматизированной системе // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2016. – С. 177-181. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_26234423_99988686.pdf (дата обращения: 12.03.2020 г.).

УДК 004.56.053

Бойченко Олег Валериевич
доктор технических наук, профессор
Ибрагимов Асан Рустемович
обучающийся

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ УПРАВЛЕНИЯ

Применения ИСППР в современном мире острой конкурентной борьбы наиболее востребовано со стороны бизнес сообщества, в котором исключительно важно принимать быстрые и правильные управленческие решения. Несмотря на достаточно большое количество публикаций, связанных с проблематикой разработки, принятия и реализации управленческих решений, данная тема не является в достаточной степени проработанной. Прежде всего, это связано с постоянно изменяющимися условиями внутренней и внешней среды организации.

Углубление рыночных преобразований в экономике Российской Федерации, усиление конкуренции в результате глобализации мирового рынка, переход промышленного комплекса на инновационную модель развития оказывают существенное влияние на постановку и решение новых вопросов в системе управления производственным процессом. В таких условиях повышаются информационные возможности посредством комбинации и развития различных элементов, методов, моделей и инструментов планирования, модернизации уже существующих методов в условиях роста деструктивного кибервоздействия на процессы цифровизации экономики России и ее регионов [1].

Бизнес-процессы и лежащие в их основе бизнес-правила играют важную роль в повышении эффективности организаций и оптимизации рабочих нагрузок. Автоматизация этих процессов помогает значительно повысить скорость и точность реагирования организации на изменение ситуации на рынке и потребностей бизнеса, особенно при выполнении сложных и повторяющихся задач.

Предприятия находятся под большим давлением, чем когда-либо, они должны стратегически подойти к использованию имеющихся данных, чтобы ускорить и улучшить процесс принятия решений в контексте запуска бизнес-сервисов следующего поколения. Быстрый анализ данных помогает организациям сократить время получения выводов, повысить их точность, а также расширить возможности принятия решений, охватывая большее количество пользователей и все больше опираться на имеющиеся данные. Данное обстоятельство особо актуально в условиях формирования систем и механизмов виртуализации бизнеса с учетом выполнения требований информационной безопасности виртуальной инфраструктуры [2].

Флеш-память стала предпочтительным носителем информации для аналитических приложений. И поскольку, как традиционные, так и облачные платформы продолжают генерировать огромные объемы данных, организациям, стремящимся опираться на реальные данные, необходима более доступная аналитика для растущего числа пользователей.

В связи с увеличением спроса на более сложные аналитические запросы, которые требуются для принятия решений в реальном или почти реальном времени, пользователям аналитических систем SAS требуется переходить на флеш-системы NVMe, такие как DSSD D5, чтобы снизить сложность управления хранением данных, возникшую в связи с недостатком производительности устаревших инфраструктурных решений [3].

Важной частью современной цифровой бизнес-стратегии в разработке ключевых экономических приложений является Red Hat Decision Manager. Это решение обеспечило не только оперативное создание настраиваемого, повторно используемого модуля идентификации пользователей для интеграции с системами мониторинга и контроля, но и разработку модуля принятия управленческих решений, помогающего классифицировать пользователей по группам риска и определять оптимальные варианты управления.

Таким образом, использование новых возможностей решений Red Hat, таких как поддержка моделей Decision Model and Notation (DMN), позволяет без привлечения ИТ-специалистов создавать и оперативно обновлять правила и модели принятия решений, что повышает точность результатов в принятии решений по управлению, а также гибкость адаптации механизмов принятия решений в ИТ-системах.

Литература

1. Бойченко О.В. Современная проблематика киберпреступности в России / О.В. Бойченко, // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Юбилейная XV Междунар. науч.-технич. конф., 19-21 апреля 2016 г.: тезисы докладов. – Симферополь, 2016. – С. 10-11.

2. Бойченко О.В. Информационная безопасность виртуального предприятия/ О.В. Бойченко, А.А. Кучинская // Теория и практика экономики и предпринимательства: XII междунар. научн.-практ. конф.: тезисы докл. – Симферополь, 2015. – С. 179-180.

3. Бойченко О.В. Защита информации в автоматизированных информационных системах: учебное пособие [для студ. высш. учебн. завед.] / О.В. Бойченко. – Симферополь: ИСВА ЧВУЗ «МСУ, Харьков», 2007. - 161 с.

УДК 004.3

Бойченко Олег Валериевич

д.т.н., профессор

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Иванюта Дмитрий Викторович

главный специалист отдела

по гражданской обороне и защите населения

Администрация города Алушты

Республика Крым, Россия

ВНЕДРЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АППАРАТНО - ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА «БЕЗОПАСНЫЙ ГОРОД» В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ

При выборе решения в части обеспечения безопасности для муниципальных образований приоритет отдается защите инфраструктуры населенных пунктов и людей, которые в них живут. Этот процесс должен быть умным и заботиться не только о безопасности, но и комфортной жизни граждан, быть экономически эффективным, расти и развиваться вместе с органами власти в муниципальных образованиях.

Внедрение и развитие аппаратно-программного комплекса «Безопасный город» (далее АПК «Безопасный город») направлено «на повышение общего уровня общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды обитания за счет существенного улучшения координации деятельности сил и служб» [1].

Например, в городском округе Алушта Республики Крым от процесса внедрения и развития АПК «Безопасный город» ожидается уменьшение количества преступлений, связанных с угрозой жизни, здоровью и имуществу граждан, хулиганством (ст.105, 107-109,111-115,131, 158, 159, 161-163, 166, 167, 213 УК РФ), совершенных на улицах. Статистические данные об ожидаемых показателях (индикаторах) муниципальной программы, подпрограмм муниципальной программы, ведомственных целевых программ и их значениях представлены в диаграмме на рисунке 1.

Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года №203 утверждена Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы, в которой значится, что "информационные и коммуникационные технологии стали частью современных управленческих систем во всех отраслях экономики, сферах государственного управления, обороны страны, безопасности государства и обеспечения правопорядка» [2].

Формирование АПК «Безопасный город» на базе муниципальных образований основано на создании комплексной информационной системы для обеспечения выполнения следующих мероприятий: прогнозирование, мониторинг, предупреждение и ликвидация возможных угроз.

Интеграция и управление действиями информационно-управляющих подсистем дежурных, диспетчерских, муниципальных служб позволяют контролировать ход устранения последствий чрезвычайных ситуаций и правонарушений. Такая организация работы дает возможность значительно повысить оперативность взаимодействия с учетом интересов муниципального образования.



Рисунок 1. Количество преступлений, связанных с угрозой жизни, здоровью и имуществу граждан, хулиганством (ст.105, 107-109, 111-115, 131, 158, 159, 161-163, 166, 167, 213 УК РФ), совершенных на улицах. Составлено автором по материалам [4].

«Для осуществления оперативного обмена информацией между органами местного самоуправления и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации на базе заинтересованных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации предполагается наличие (либо внедрение) систем, сопряженных с соответствующими системами на муниципальном уровне. Доступ заинтересованных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации к данным всех органов местного самоуправления обеспечивается путем организации маршрутизации данных через единый центр оперативного реагирования» [3].

Реализация цифровой трансформации такого уровня и формирование муниципальных цифровых экосистем безопасности жизнедеятельности должны служить обеспечению устойчивого социально-экономического развития региона, который в свою очередь определяет базовый уровень для построения и развития АПК «Безопасный город». Таким образом, муниципальное образование служит центром сбора и обработки информации, в котором принимаются оперативные решения в части обеспечения общественной безопасности и безопасности среды обитания в своих границах, а также на уровне межмуниципальных объединений.

На интеграционной платформе муниципального образования происходит сопряжение между всеми КСА АПК «Безопасный город», организована сквозная передача и обработка информации. Гарантия целостности и согласованности потоков информации и процедур в рамках межведомственного взаимодействия обеспечивается ограничением прав доступа, которые определены регламентирующими документами соответствующих ведомств.

Работа ведется с данными, поступающими из различных источников: камер видеонаблюдения, датчиков и приборов безопасности, систем охраны и других элементов мониторинга. Путем их объединения, анализа и группировки предполагается организовать непрерывный контроль за работой всех городских систем и выявлять уязвимые точки в инфраструктуре муниципального образования, что должно повысить защищенность населения и в целом правопорядок.

Однако разработки и настройки программного обеспечения, технических средств, каналов связи, т.е. технической составляющей недостаточно, требуется также наладить эффективную работу с системой. С этой целью ведется планомерная работа по развитию, тиражированию внедренных решений на территории муниципальных образований, формулируются новые задачи, определяются стимулы к функциональному росту систем управления.

Начальник Главного управления МЧС России по Республике Крым Сергей Шахов высказал мнение, что безопасность – это комплексное понятие. «В современных условиях, когда с каждым годом возрастает количество рисков для населения, у Крыма появилась возможность выстроить четкую, взаимосвязанную систему оперативного реагирования для обеспечения безопасности людей. Поэтому органы местного самоуправления должны приложить максимум усилий для реализации основных положений Плана по построению (развитию), внедрению и эксплуатации АПК (агропромышленный комплекс) «Безопасный город» на полуострове и неукоснительно выполнять решения Межведомственной рабочей группы» [5].

Таким образом, внедрение и развитие АПК «Безопасный город» в муниципальных образованиях обеспечит положительную динамику процесса обеспечения общественной безопасности, правопорядка и безопасности среды обитания за счет координации деятельности соответствующих сил и ответственных служб. Работа комплекса значительно повысит оперативность предоставления главами муниципальных образований актуальной информации по всем направлениям жизнедеятельности в вышестоящие органы власти, которые, в свою очередь, располагая полными и актуальными сведениями

о проблемах региона, смогут более оперативно принимать решения по обеспечению безопасности и оказанию помощи пострадавшим.

Также внедрение АПК «Безопасный город» в муниципальных образованиях предоставит возможность моделировать различные сценарии возникновения потенциальных угроз для принятия необходимых мер по их устранению на соответствующей территории. Особо хотелось бы подчеркнуть появление нового потенциала для реализации такого пункта, на первый взгляд не связанного с обеспечением безопасности, как «улучшение имиджа органов исполнительной власти».

Литература

1. ГАРАНТ.РУ: [сайт] принадлежат ООО "НПП "ГАРАНТ-СЕРВИС". – Москва, от 5 декабря 2013 - URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70425172/> (дата обращения: 26.03.2020). – Текст : электронный.
2. ГАРАНТ.РУ: [сайт] принадлежат ООО "НПП "ГАРАНТ-СЕРВИС". – Москва, от 9 мая 2017 г. № 203 - URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71570570/> (дата обращения: 26.03.2020). – Текст : электронный.
3. КОДИФИКАЦИЯ РФ: [сайт] принадлежат КОДИФИКАЦИЯ РФ. – Москва, от 3 декабря 2014 г. N 2446-р - URL: <https://rulaws.ru/government/Rasporyazhenie-Pravitelstva-RF-ot-03.12.2014-N-2446-r/> (дата обращения: 28.03.2020). – Текст : электронный.
4. Муниципальное образование городской округ Алушта: [сайт] принадлежат Муниципальное образование городской округ Алушта. – Алушта, от 23.01.2020 г. - URL: https://alushta-adm.ru/uploads/NPA_2019/Post_ADM_2019/3920.pdf (дата обращения: 28.03.2020) . – Текст : электронный.
5. Шахов, С: Построение АПК «Безопасный город» в Крыму находится на контроле Министерства чрезвычайных ситуаций Республики Крым. / С. Шахов. – Текст : электронный // Министерство чрезвычайных ситуаций Республики Крым : [сайт]. – 2019. – URL: <https://mchs.rk.gov.ru/ru/article/show/7157> (дата обращения: 27.03.2020).

Бояджан С.В.

магистрант

Научный руководитель:

Бойченко О.В.

д. тех. н., профессор

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

Введение. Искусственный интеллект (ИИ) и методы машинного обучения, составляющие ядро ИИ, изменяют и будут революционизировать подход к управлению финансовыми рисками. Все, что связано с пониманием и контролем над рисками, можно получить благодаря росту решений на основе ИИ: от принятия решения о том, сколько банк должен кредитовать клиенту, до предоставления трейдерам на финансовых рынках предупреждающих сигналов о рисках позиции, до выявления клиентов и инсайдеров, мошенничество, улучшение соблюдения и снижение риска модели.

Целью данной работы является анализ использования искусственного интеллекта при управлении рисками автоматизированных банковских систем.

Методика исследований. Управление операционным риском влечет за собой стремление фирмы определить риск прямых или косвенных финансовых потерь в результате множества потенциальных сбоев в работе с точки зрения процесса управления рисками, искусственный интеллект может помочь учреждениям на различных этапах, начиная от выявления подверженности риску, измерения, оценки и оценки его последствий. Это также может помочь выбрать подходящую стратегию снижения риска и найти инструменты, которые могут облегчить смещение или торговый риск.

Таким образом, использование методов ИИ для управления операционным риском, которое началось с попытки предотвратить внешние убытки, такие как мошенничество с кредитными картами, теперь расширилось до новых областей, включающих анализ обширной документации и выполнение повторяющихся процессов, а также обнаружение отмывания денег, которое требует анализа больших наборов данных.

Возьмем пример финансового мошенничества: банки пытаются контролировать это, оценивая лучшие способы защиты своих систем, своих данных и, в конечном счете, своих клиентов. Способность ИИ внедрять лучшую автоматизацию процессов может ускорить выполнение рутинных задач, минимизировать человеческие ошибки, процессы неструктурированные данные для отсеивания релевантного контента или негативных новостей, а также определения связности людей для оценки рискованных клиентов и сетей.

Этот же анализ сети также можно использовать для мониторинга сотрудников и трейдеров. Методы кластеризации и классификации могут быть использованы для создания профилей трейдеров, основанных на поведении, где комбинации торговых данных, записей электронной и голосовой связи позволяют банкам наблюдать появляющиеся модели поведения для прогнозирования скрытых рисков и выявления связей между сотрудниками. Это также позволяет банкам генерировать и определять

приоритеты предупреждений на основе типов подозрительной активности и уровня, вовлеченных рисков дают превосходный обзор основных методов ИИ, используемых при обнаружении финансового мошенничества, и отмечают основные методы, применяемые в качестве деревьев решений и нейронных сетей.

Кредитный риск - это экономический ущерб, возникающий из-за неисполнения контрагентом своих договорных обязательств (например, своевременной выплаты процентов или основной суммы) или из-за повышенного риска дефолта в течение срока сделки. Традиционно финансовые фирмы использовали классические линейные регрессии для моделирования кредитного риска. Тем не менее, в настоящее время институты проявляют все больший интерес к использованию методов ИИ и машинного обучения для совершенствования практики управления кредитным риском, что частично объясняется неполнотой традиционных методов.

Доказательством тому является то, что возможности управления кредитным риском могут быть значительно улучшены за счет использования искусственного интеллекта и методов машинного обучения благодаря его способности семантического понимания неструктурированных данных. Еще в 1994 году провели первый сравнительный анализ между традиционными статистическими методами прогнозирования бедствия и банкротства и альтернативным алгоритмом нейронной сети, и пришли к выводу, что комбинированный подход к этим двум значительно улучшил точность.

Полученные результаты. В частности, возросшая сложность оценки кредитного риска открыла двери для машинного обучения. Это очевидно на растущем рынке кредитного дефолтного свопа (CDS), где есть много неопределенных элементов, включающих как определение вероятности события дефолта (кредитного события), так и оценку стоимости дефолта в случае дефолта. Используют ежедневные CDS разных сроков погашения и разных рейтинговых групп с января 2001 года по февраль 2014 года, чтобы показать, что непараметрические модели машинного обучения, включающие глубокое обучение, превосходят традиционные эталонные модели с точки зрения точности прогноза, а также в предложении практических мер хеджирования финансовых рисков.

Вакуленко Евгений Александрович
обучающейся

Научный руководитель:

Остапенко Ирина Николаевна

к. э. н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

О НЕКОТОРЫХ ВИДАХ МОДЕЛИРОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ

Эффективность маркетингового подхода может быть достигнута в процессе моделирования. Рассмотрим некоторые используемые виды моделирования. На основе признаков, добытых из профиля клиента, модели таргетирования оценивают релевантность клиента, что способствует достижению бизнес-целей предприятия; используют единственный показатель, в частности, среднемесячные затраты на бренд, показывающий зависимость между клиентом и рекламной акцией, что позволяет выбрать наиболее ценных потребителей именно для данной акции. Многоуровневая сегментация – пример данного подхода (потребителям присваиваются золотой, серебряный и бронзовый уровни). Сегментацию только по одному показателю можно изменить, добавив определённые важные показатели, например – лояльность к бренду, или согласно другому подходу использовать показатели «Давность» (количество единиц времени, прошедших с момента последней покупки) – «Частота» (среднее количество покупок в единицу времени) – «Расходы» (общая сумма, потраченная в единицу времени) (Recency-Frequency-Monetary, RFM). RFM – модель представляется трехмерным кубом, состоящим из точек, каждая из которых определяется вектором (Давность; Частота; Расходы). Выбор подмножества из куба позволяет принимать решение о таргетировании. Подход оценивает конечный результат маркетинговых процессов и действий потребителей, а не факторы, влияющие на поведение потребителей. Моделирование предрасположенности. Этот вид моделирования основан на поиске клиентов с достаточно высокой вероятностью конкретного поведения. Основные предрасположенности: пробовать новые продукты; к расширению категории; к большому числу покупок; к оттоку; к вовлечению; к изменению покупательских привычек. Модели предрасположенности позволяют получить оценку вероятности совершения потребителем конкретного действия (купит товар), как результат - оценка, пропорциональная вероятности, на основе которой принимается решение о таргетировании. Один из самых полезных методов моделирования предрасположенности - моделирование методом аналогии, базирующийся на наблюдении, что предрасположенность - это, по сути - вероятность перехода клиента из одной точки на кривой жизненного цикла в другую, благодаря чему, можно обучить предиктивную модель, используя профили потребителей. Модели пожизненной ценности LTV (LifetimeValue) позволяют получить

количественную оценку ценности клиента и эффекта маркетинговых действий, это промежуток времени между первым и последним элементами (рис.1), срок его «жизни» и количество денег, которые он оставляет за это время. Более точно - промежуток времени между тем, когда человек первый раз увидел рекламу, поскольку в его привлечение к этому моменту уже вложены деньги.



Рисунок 1 – Жизненный цикл клиента

Зная, сколько приносит денег клиент в течение «совместной жизни» с компанией, можно рассчитать, сколько средств можно инвестировать на его привлечение.

УДК 67.05, 608, 7.067

Варулина Анна Сергеевна

магистр менеджмента, магистрант истории искусств,
специалист АО ПО «Возрождение»

Министерство культуры РФ

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский

государственный институт культуры»

Санкт-Петербург, Россия

ДОСТИЖЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА, КАК ОСНОВА И ПОВОД ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭРМИТАЖЕ

Инновационный процесс, уже выделенный из общего производства, является крайне сложным и затратным. Он может развиваться по разным смоделированным сценариям (начиная от цепной модели Клайна-Розенберга и заканчивая моделью стратегических сетей) [1, с. 129-150]. На сегодняшний день природу инновационного процесса в состоянии переформатировать применение искусственного интеллекта, который может стать универсальным способом внедрения изобретений не только в области R&D [2], но и в далеких от научных сфер областях, таких как сфера культуры и искусства.

Разные источники дают различные определения понятию искусственный интеллект. Нам бы хотелось выделить несколько.

Искусственный интеллект – обширная ветвь компьютерной науки, сосредоточенная на создании умных машин, способных справляться с заданиями, которые обычно выполняет интеллект человека [3].

Искусственный интеллект (ИИ) иногда называется машинным интеллектом. Он является противоположным естественному интеллекту, демонстрируемому человеком или животным. ИИ подражает когнитивным способностям человека в умении обучаться и решать сложные задачи [4].

Еще в 2005 году Джон МакКарти обозначил основную цель ИИ – встать на одну ступень с человеческим интеллектом [5, с. 18]. Как сказал Юваль Ной Харари: «Интеллект отделяется от сознания. Лишенные сознания, но высокоразвитые алгоритмы вскоре могут знать нас лучше, чем знаем себя мы сами» [6, с. 465].

В данной статье мы рассмотрим то, как искусственный интеллект стал основой и поводом проведения выставки «Искусственный интеллект и диалог культур» в Государственном Эрмитаже, в Санкт-Петербурге.

Концепция выставки «Искусственный интеллект и диалог культур» автоматически из названия выявляет особое место ИИ в культурных парадигмах разных стран и его переосмыслении этими странами, а также о возможностях, которые были бы недостижимы без участия машин.

Выставка охватывает работы 12 стран и участников, самых известных в мире художников, работающих с технологиями искусственного интеллекта: России, Китая, Саудовской Аравии, Японии, Франции, США, Германии, Италии, Южной Кореи, Турции, Великобритании и Сингапура.

Выставка начинается с 3D-фильма «Шпион времени» китайского художника Сунь Сюнь.

Осмысление времени происходит с помощью ИИ, алгоритм которого сопоставляет, оживляет множество гравюр с традиционными для китайской культуры образами.

В следующем зале на трех экранах демонстрируется видеoinсталляция итальянского художника Quayola «Летние сады». Это посвящение французскому импрессионизму, где красота момента генерируется на глазах у зрителей, воссоздавая с помощью ИИ тончайшие нюансы реальности.

Остальная территория выставки поделена между видео- и генеративными инсталляциями, картинами, напечатанными на холсте, а в центре этого пространства установлена мультимедийная инсталляция «Вычисления низкого давления» русского художника vtol (Дмитрия Морозова). Она включает в себя несколько элементов – ветер, музыку ветра, автоматические двери, звук и принтер, управляемых автономным алгоритмом. Цель алгоритма – вычислять и исследовать закономерности и повторения в том, как ветер приводит в движение карточки, которые управляют всей системой. Как только алгоритм распознает устоявшиеся последовательности поведения, он меняет ход работы инсталляции. Все результаты этого процесса выводятся в виде статистики на принтер, который печатает своеобразную летопись системы.

Замкнутая сама на себя система, по сути, постоянно экспериментирует со случайными числами и через это развивается и эволюционирует подобно цифровому организму.

Важным произведением выставки можно назвать генеративную инсталляцию teamVOID и Юнгкеа Чо (Республика Корея) «Создание искусства для фондового рынка».

В ее основе лежат индексы KOSPI и KOSDAQ корейского фондового рынка, которые в режиме реального времени анализирует ИИ. Далее данные сопоставляются с музыкальной библиотекой и генерируется звук. Другой алгоритм визуализирует полученные данные на бумаге при помощи двух роботов-манипуляторов. И звук, и изображение меняются, когда меняются данные, и только когда они полностью сойдутся можно будет исследовать итоги биржевого дня.

На выставке представлено 7 видеоинсталляций, 1 мультимедийная инсталляция, 5 генеративных инсталляций (в их основе лежит генеративно-состязательная сеть).

Основой выставки является искусственный интеллект, который работает на алгоритмической основе и генеративно-состязательных сетях.

Он изучает, анализирует, генерирует, экспериментирует и эволюционирует подобно цифровому организму.

ИИ выступает самообучающейся системой в режиме реального времени.

Одна из проблем, раскрываемых выставкой, является проблемой сходства и различия двух интеллектов – человеческого и искусственного. Кроме того, проблема системы связей между технологией, экономикой и автоматизацией.

Как пишет Клаус Шваб: «Если по закону Мура развитие будет продолжаться с той же скоростью, как в течение последних тридцати лет, то к 2025 году центральные процессоры достигнут такого же уровня вычислительной мощности обработки, что и мозг человека» [7, с. 174].

По утверждениям некоторых специалистов, чем более человечество будет пользоваться ИИ, тем скорее оно само будет жить чувствами и эмоциями, т.к. именно они отличают нас, как вид, от сверхинтеллектуальных машин.

Литература

1. Баранчев В.П. «Управление инновациями: учебник для бакалавров/ В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин». – 2-е изд., перераб. и доб. – М.: Издательство Юрайт, 2017. С 129-150.
2. Cockburn I., Henderson R., Stern S. «The impact of artificial intelligence on innovation: an exploratory analysis», 2017. The National Bureau of economic research. <https://www.nber.org/chapters/c14006>
3. «What is artificial intelligence?» <https://builtin.com/artificial-intelligence>
4. Artificial Intelligence https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence
5. Shi Z. «Advanced Artificial Intelligence» - USA: World Scientific Publishing, C. 18
6. Харари Ю.Н. «Homo Deus. Краткая история будущего» - М.: Синдбад, 2019 – С. 465
7. Шваб К. «Четвертая промышленная революция» - М.: Издательство «Э», 2017. С. 174

УДК 530.145:004.056

Гавриков Илья Владимирович

магистрант

Научный руководитель:

Бойченко Олег Валерьевич

профессор, доктор технических наук

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ВЛИЯНИЕ КВАНТОВЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ НА БЕЗОПАСНОСТЬ СЕТЕЙ 5G

Криптография используется в комплексе безопасности мобильных сетей ещё с внедрения системы GSM в 1991 году (называемой также 2G). Сегодня внедряется стандарт мобильных сетей 5G со значительно большей пропускной способностью и скоростью передачи данных, а также с новыми стандартами безопасности.

В стандарте 5G существует ряд ключевых отличий от 3G и 4G, в особенности в рамках концепции безопасности [1]:

- стандарт требует использования 256-битных алгоритмов шифрования вместо 128-битных;

- в 5G-системах, в отличие от 4G, также зашифровываются идентификаторы пользователей;
- в 5G-системах используется полноценная архитектура криптографии с публичными ключами;
- стандарт служб базовой сети 5G рассчитан на работу этих служб на облачной инфраструктуре в рамках «микросервисной» программной архитектуры.

Последние два пункта особенно интересны для специалистов, работающих в сфере разработки и обслуживания 5G-сетей, а также для специалистов сферы информационной безопасности. Этими пунктами стандарта концепция информационной безопасности 5G-сетей приводится в соответствие более широким стандартам индустрии информационных технологий, которые давно и успешно используются в других отраслях. Согласно стандарту, службы базовой сети 5G рассчитаны на работу на отдельных облачных серверах с использованием контейнеризации необходимого программного обеспечения; взаимный обмен данными осуществляется по каналу HTTPS с использованием инфраструктуры публичных ключей. Такая организация информационной инфраструктуры полностью соответствует инфраструктурной концепции «микросервисов» и её де-факто стандартам по практической реализации в современной ИТ-индустрии, и разительно отличается от предшественников (3G и 4G), в которых службы базовой сети были интегрированы воедино и работали непосредственно на оборудовании провайдера услуг связи.

Тем не менее, хотя стандарт 5G шагнул вперёд в направлении информационной безопасности, существуют риски, связанные со стремительным развитием квантовых вычислений, поскольку стандарты безопасности 5G по-прежнему следуют классическим криптографическим парадигмам. Угрозы же, представляемые квантовыми технологиями для классической криптографии, являются принципиально новым классом угроз и способны свести на нет обеспечиваемую ею безопасность. Так, по оценкам экспертов, приведённым в докладе NIST о постквантовой криптографии, к 2030 году станет возможной разработка квантового компьютера, способного взломать криптосистемы со стойкостью в 112 бит за несколько часов, при бюджете около миллиарда долларов США [2]. Из-за этого стоит принимать в рассмотрение новые, устойчивые к квантовому анализу криптографические алгоритмы: решёточные, многомерные, кодовые, на основе хэш-функций, а также алгоритмы обмена ключей с использованием суперсингулярных изогенных графов [3]. Поскольку стандарт 5G всё ещё находится в разработке, у комитета 3GPP есть возможность дополнить стандарт рекомендациями к использованию новых криптоалгоритмов для обеспечения максимальной безопасности многообещающей технологии в будущем.

Список литературы

1. Huawei. Partnering with the Industry for 5G Security Assurance. Электронный ресурс. URL: <https://www-file.huawei.com/-/media/corporate/pdf/trust-center/huawei-5g-security-white-paper-4th.pdf> (дата обращения: 04.04.2020)
2. Гавриков, И. В. Постквантовая криптография – перспективное направление развития информационной безопасности. // Проблемы информационной безопасности: труды VI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции. — Симферополь, 2020. — С. 123—124.
3. Гавриков, И. В. Обзор квантово-устойчивых криптографических алгоритмов. // V Научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского». — Симферополь, 2018. — С. 17—19.

УДК 004:001.895

Герасимова Светлана Васильевна

д.э.н., профессор

Арефьев Олег Алексеевич

магистрант

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

АНАЛИЗ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ИКТ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНА

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) на данном этапе развития экономики выступают как определяющий фактор инновационной деятельности, а также как фактор, обеспечивающий эффективность этой деятельности. Так, внедрение ИКТ в производственную деятельность изменяют экономическую структуру и способствуют росту продуктивности хозяйствующих субъектов. Анализ глобальных тенденций указывает на то, что фирмы используют ИКТ для организации транснациональных сетей в ответ на международную конкуренцию и растущую потребность в стратегическом взаимодействии.

В последние несколько десятилетий ключевая роль ИКТ в развитии инновационной сферы считается общепризнанной, поскольку очевидно, что появление и развитие этих коммуникационных

платформ стало толчком для преобразования экономики и общества. Меж тем до конца трудно определить значение ИКТ в решении актуальных социально-экономических вопросов. Поэтому важное место в управленческой практике занимает мониторинг, позволяющий установить степень воздействия ИКТ на производительность в целом. Результаты проведенного мониторинга дают возможность руководителям выбрать и применить оптимальное управленческое решение, позволяющее в полной мере использовать полный спектр преимуществ ИКТ. Более того, анализ ИКТ с точки зрения их эффективности позволит оценить в дальнейшем и эффективность инноваций, созданных на основе или при помощи ИКТ. Такая взаимосвязь уточняет и обосновывает роль ИКТ в развитии инновационной сферы. Общеизвестно, что ИКТ обладают мощным потенциалом для улучшения инновационного климата в стране за счет ускорения распространения информации, развития сетей между фирмами, установления более тесных связей между предприятиями и клиентами, сокращения географических ограничений и повышения эффективности связи [1].

Но, в тоже время развитие ИКТ столь стремительно, что целесообразно анализировать инновации, создаваемые именно в этой области. Новые услуги, новые решения - это результат прорывной инновационной деятельности, направленной на усовершенствование ИКТ. Эти усовершенствования уже выходят за рамки промышленности, экономики и традиционных значимых цепей и бизнес-моделей. Например, популярность краудсорсинга, который применяют на производстве, доказывает, что платформы ИКТ могут активно вовлекать клиентов в управляемый спросом процесс создания инноваций. Новые идеи могут также возникать в результате внедрения новых способов коммуникации с рынком и новых аналитических инструментов, предназначенных для прогнозирования на основе больших данных. Инновации также могут появиться в результате автоматизации анализа большого количества данных.

На основании сказанного необходимо исследовать все аспекты осуществления инновационной деятельности предприятиями, функционирующими в области ИКТ как на макроуровне, так и на региональном уровне. Официальная статистика предлагает следующие показатели, позволяющие проанализировать данное направление: количество организаций, осуществляющих инновации в области ИКТ, а также произведенные ними затраты на инновации; объемы инновационных товаров и услуг; виды инноваций и полученные в ходе их внедрения результаты, прочее.

Таким образом, ознакомление с перечисленными показателями, характеризующими временной интервал с 2010 года по 2017 год в масштабах Российской Федерации, закончилось рядом выводов. В 2011 году произошел большой скачок затрат на технологические инновации, при этом удельный вес инновационных товаров лишь снизился на 0,1% [2, С. 89], что, по нашему мнению, говорит о необходимости совершенствования управления инновационной деятельностью. Данная позиция обосновывается тем, что существует множество факторов, препятствующих технологическим инновациям, например, высокая стоимость нововведений, высокий экономический риск, низкий спрос на новые товары, работы, услуги. Еще одной немало важной проблемой является нехватка квалифицированных специалистов. Решение профессиональных задач в современных условиях, управление предприятием с использованием высокоэффективных методов и высокотехнологичных устройств требует от персонала бизнес-структуры не только наличия специальных, профильных знаний, но и высокой степени информационной и компьютерной компетентности. Начиная с 2012 года и по 2017 год удельный вес затрат на инновации в сфере ИКТ практически неизменен и находятся на уровне 3-4%, в то время как удельный вес инновационных товаров, работ и услуг с каждым годом возрастает в среднем на 0,2% [2, С. 89].

Безусловно, наиболее распространенным видом инноваций в сфере ИКТ являются технологические инновации. Поэтому объяснить падение уровня затрат на технологические инновации можно следующим: существуют барьеры, вызывающие задержку практической реализации новых идей и снижение инновационной активности. И данные статистики об удельном весе организаций, осуществляющих технологические инновации, подтверждают данное предположение, поскольку указывают на уменьшение этого показателя с 13,3% до 10,1% за исследуемый интервал времени [2, С. 89].

Анализируя официальные статистические данные по Республике Крым, можно утверждать, что в этом регионе активно используют ИКТ, а, следовательно, и инновации, сопровождающие эту сферу. Так, число организаций, отдающих предпочтение ИКТ, динамично растет. В 2014 году таких организаций насчитывалось 260 единиц, а уже к 2018 году их стало 2837 единиц. К наиболее распространенным инновациям в сфере ИКТ отнесем электронный документооборот, автоматический обмен данными. Эти показатели в регионе также характеризуются положительной динамикой, а именно в 2014 году численность организаций, осуществляющих электронный документооборот, составляла 108 единиц, а в 2017 году – 1740 единиц. Число организаций, использовавших автоматический обмен данными между своими и внешними информационными системами по разным форматам обмена, в 2014 году составляло 129 единиц, а к 2017 году достигло отметки – 1741 единиц. Также интересен показатель инвестиционных вложений в сектор ИКТ, который в 2017 году составил 1822177 тыс. руб., а в 2018 году – 1120336 тыс. руб. Отдельно подается этот же показатель по отрасли информационных технологий -

26903 и 12060 тыс. руб. соответственно, а также по сектору контента и средств массовой информации - 68004 и 100998 тыс. руб. соответственно [3].

Подводя итоги, отметим, что информационно-коммуникационная среда в Республике Крым сформирована. Наблюдается динамичное совершенствование информационно-коммуникационных технологий, что свидетельствует об активных инновационных процессах не только в этой сфере, но и в других, так как ИКТ проникли практически во все области. Инновации в сфере ИКТ в большей степени являются основой для формирования инновационного типа экономики, которая, как известно, характеризуется постоянным технологическим преобразованием, как производства, так и продукции. Также инновации в сфере ИКТ играют важную роль в социально-экономическом развитии не только Республики Крым, но и любого другого региона.

Литература

1. Гафурова, Д.Р. Управление инновациями в сфере информационно-коммуникационных технологий / Гафурова Д.Р., Джалалов Ж.М. // International Journal of Innovative Technologies in Economy. - 2018. - №1 (13). - С. 83-87.
2. Индикаторы цифровой экономики: 2019 : статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.; НИУ ВШЭ, 2019. – 248 с.
3. Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю (Крымстат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crimea.gks.ru/folder/27557>

УДК

Герман В. А.
обучающийся

Королев Олег Леонидович

к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

САМОРЕГУЛЯЦИЯ И ДОВЕРИЕ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ПИРИНГОВЫХ СИСТЕМАХ

Совместное использование транзакций предъявляет особые требования к функциональности электронного каталога платформ совместной работы (ПСР), поскольку равноправные поставщики - это частные лица, которые предоставляют доступ к частной собственности и услугам. По сравнению с рынками, которые предоставляют брендовые товары или управляются известными розничными продавцами, ПСР должны создавать доверительную среду для обмена, в которой равноправные потребители и поставщики могут строить доверительные отношения друг с другом. Как следствие, одной из основных компетенций ПСР должно быть использование цифровых механизмов доверия и саморегуляции[1,2]. Некоторые авторы даже считают механизмы саморегулирования более важными, чем государственное регулирование. Тематические исследования платформ, которые не применяют механизмы саморегулирования, как, например, оценки и обзоры сверстников, показывают более низкую удовлетворенность потребителей[1]. Основными компонентами механизмов доверия и саморегуляции являются:

- Обязательные «условия» участия в платформе обеспечивают общую основу для обмена транзакциями и участия в ПСР[3]. Они должны быть приняты всеми равноправными поставщиками и потребителями до того, как они начнут использовать платформу, и установить основы для дополнительных функций укрепления доверия, таких как рейтинги поставщиков и потребителей, а также предусмотреть разрешение сверстников для проверки личности и проверки данных платформой.

- Рейтинги поставщиков и потребителей, которые, согласно Неймана и Гутта [4], являются эксклюзивной информацией, предоставленной ПСР, и имеют решающее значение для их успеха[5]. В отличие от обычных предложений, например, для жилья или транспорта, для которых рейтинговая и обзорная информация доступна из большего количества источников, единственной информацией для оценки предложений частных пэров являются рейтинги ПСР. Таким образом, рейтинги являются важной характеристикой для ПСР как качественного сигнала для равных потребителей. Рейтинговые и репутационные системы или другие механизмы, предотвращающие пагубное поведение участников рынка, снижают моральный риск совершения сделок с незнакомцами[6] и снижают риски для потребителей, связанные с информационной асимметрией [7].

Литература

1. CHAFAEA. (2017-1). Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets - Task 1 – Report. Retrieved from http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?&item_id=77704
2. de Rivera, J., Gordo, A., Cassidy, P., & Apesteguía, A. (2017). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms' user interface and design. Environmental Innovation and Societal Transitions, 23, 11-27.
3. Mittendorf, C. (2016). What Trust means in the Sharing Economy: A provider perspective on Airbnb.com. Twenty-second Americas Conference on Information Systems. San Diego, United States.

4. Neumann, J., & Gutt, D. (2017). A homeowner's guide to AirBnB: Theory and empirical evidence for optimal pricing conditional on online ratings. Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS). Guimarães, Portugal.
5. Fradkin, A., Grewal, E., & Holtz, D. (2017). The determinants of online review informativeness: Evidence from field experiments on Airbnb. Working Paper.
6. Marton, A., Constantiou, I., & Lagoudakos, G. (2017). Openness and Legitimacy Building in the Sharing Economy: An Exploratory Case Study about CouchSurfing. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences.
7. European Commission (2016). Communication From the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – A European Agenda for the Collaborative Economy. Available online: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/com2016-356-final.pdf>

УДК

Глухий Екатерина Николаевна
обучающаяся

Научный руководитель:

Солдатов Максим Александрович

канд. физ.- мат. наук, доцент

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Институт экономики и управления

Республика Крым, Россия

МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

На сегодняшний день, в период информатизации общества, структура современных предприятий терпит множественные изменения. Это можно объяснить тем, что мир постоянно подвергается модернизации, тем самым затрагивая самые различные области. Процессы на предприятии постоянно стараются превратить в иерархические и автоматические действия, чтобы некоторые соединить воедино, тем самым упростив общую систему предприятия. Именно поэтому постоянно развивающимся предприятиям необходимо управлять им с использованием искусственного интеллекта, в частности нейронных сетей.

Прежде чем раскрывать суть роли нейронных сетей для маркетинга предприятия, необходимо дать определение нейронным сетям. Согласно мнению Каллан Р. [2, С. 15], нейронные сети – обеспечение взаимодействия между элементами (нейронами или узлами), которые соединены воедино, а также вычислительные возможности которых ограничиваются некоторым правилом комбинирования входных сигналов и правилом активизации, позволяющим вычислить выходной сигнал по совокупности входных сигналов. Иными словами нейронные сети – это сети, подобные человеческой нервной системе, которые готовы к самообучению, и которые в дальнейшем могут запоминать информацию и воспроизводить ее.

На сегодняшний день множество больших интернет-корпораций применяют нейронные сети с целью предложения подходящего товара либо услуг своим потенциальным клиентам. Так, довольно часто применяются вычислительные модели, которые одновременно помогают распознавать и воспроизводить речь различать и анализировать изображения. Именно это и имеет одну из важных ролей в маркетинге. Ведь умная нейронная сеть, обучившись на множестве изображений, к примеру, товаров, может в поиске по фото в интернете выдавать информацию о том, где его можно приобрести, понять из чего он изготовлен и так далее. Крупнейшие интернет-магазины, такие как Aliexpress, Amazon, Wildberries и многие другие уже активно используют искусственный интеллект для повышения эффективности своих информационно-технических систем. Проведя исследование касательно объема продаж на одном из популярных интернет-магазинов - Wildberries, можно четко сформировать значимость искусственного интеллекта для их роста. В 2017 году в данном интернет-магазине появился поиск товара по изображению. Следовательно, согласно сайту статистики объема продаж [3] интернет-магазина Wildberries можно четко увидеть разницу и сделать вывод, что объем продаж существенно увеличился.

Возможности нейронных сетей для предприятия:

1. Существование различные программные средства, позволяющие проводить маркетинговый анализ предприятия, а также распределять маркетинговый бюджет по рекламным кампаниям.
2. Чат-боты играют большую роль в плане воздействия на потенциального клиента. Существует несколько видов чат-ботов: сценарные (программируются заранее) и обучаемые (на основе нейронной сети, которые имитируют диалог с пользователем).
3. Можно оптимизировать время показа какой-либо рекламы. Это очень необходимая функция для таргетированной рекламы, которая является одной из самых используемых.
4. Распознавание изображений с целью найти необходимый товар.
5. Распознавание голоса

Одной важной особенностью обладают именно нейронные сети: они могут выполнять большинство тяжелых процессов (которые требуют очень много времени), тем самым освобождая человеческие ресурсы для других задач.

Перечислим основные преимущества нейронных сетей:

1. Большие возможности. Если рассматривать искусственные нейронные сети, как некий аналог человеческого интеллекта, то можно сказать, что если совершенствование нейронных сетей не будет прекращено, то с помощью них можно будет автоматизировать существенные процессы на предприятии. Человек, в свою очередь, будет управлять не людьми, а процессами, которые будут выполнять нейронные сети.
2. Огромные перспективы. В силу того, что над модернизацией нейронных сетей постоянно работают, они с каждым разом становятся все лучше. Следовательно, в скором будущем они смогут выполнять те виды работ, которые даже большой группе людей будут не под силу.
3. Адаптируемость. Нейронные сети могут приспособиться к абсолютно любой новой ситуации (касательно процессов на предприятии), изменив свое поведение и, тем самым обучившись еще больше на ней.
4. Скорость. Нейронные сети могут выполнять множество процессов одновременно и, при этом качественно и быстро.
5. Минимальная вероятность ошибки: 3%. Говорит о том, что это существенно меньший процент ошибок по сравнению с другими подходами.
6. Способность к обучению и соединению данных воедино. Обучение нейронной сети происходит путем попадания информации в нее. Однако есть условие: информация должна быть качественной и соответствовать тем процессам, которые требуются от нейронной сети, в противном случае, нейронную сеть нужно переобучать на возможность отсеивания ненужной информации.

Основываясь на вышеперечисленном, можно сказать, что не стоит пренебрегать использованием нейронных сетей в своем бизнесе, ведь именно они могут помочь предприятиям увеличить различные показатели и достичь наибольшего полезного эффекта в кратчайшие сроки.

Мир не стоит на месте и уже компания Google обучает свой сервис QuickDraw распознавать что-либо по нарисованному от руки изображению. Не исключено, что в скором будущем человек сможет просто нарисовать то, что ему нужно и система найдет ответ. Нейронные сети способны качественно улучшить работу предприятия. Они позволяют верно распределить различные ресурсы и совсем не подразумевают вытеснение людей.

Литература

1. Балашов М. К. Будущее маркетинга: нейронные сети как инструмент обслуживания клиентов / М. К. Балашов // Наука и образование сегодня. – 2017. – 11 (22). – С. 52-55.
2. Каллан Р. Основные концепции нейронных сетей / Роберт Каллан; [Пер. с англ. А.Г. Сивака]. - Москва: Вильямс, 2015. - 287 с.
3. Статистика интернет-магазина Wildberries [Электронный ресурс] . – Режим доступа: <https://wb-promo.ru/>

УДК 004.003

Горб Екатерина Олеговна
обучающаяся

Усенко Роман Станиславович
ст. преподаватель

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЛАЧНОЙ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

Развитие информационных технологий в современном мире позволяет компаниям улучшить свою деятельность, оптимизировать бизнес-процессы и увеличить прибыль. Однако внедрение, управление и эксплуатация ИТ-инфраструктуры для многих предприятий является сложной задачей, актуальным решением которой являются виртуализация бизнеса и облачные вычисления.

Под облачными технологиями понимают модель предоставления пользователю сетевого доступа к некоторым ресурсам на основе онлайн-сервисов. Облачные технологии для бизнеса подразделяют на несколько видов:

1. SaaS (Software as a Service – «программное обеспечение как услуга») – предполагает разработку и управление веб-приложением поставщиком, что позволяет ему защитить свой продукт от несанкционированного доступа, а пользователь в свою очередь получает доступ к программному обеспечению через Интернет;
2. PaaS (Platform as a Service — «платформа как услуга») – позволяет заказчику использовать готовую программную платформу, которая включает различные инструменты с возможностью их настройки;

3. IaaS (Infrastructure as a Service — «инфраструктура как услуга») — заключается в предоставлении заказчику вычислительных ресурсов в виде виртуальной инфраструктуры [1, с.36].

Облачные технологии имеют ряд преимуществ, благодаря которым они так популярны. Во-первых, это доступность облака для любого пользователя из любой страны, что для руководителя является возможностью выбора специалистов без привязки к месту расположения предприятия. Во-вторых, облачные технологии обеспечивают предоставление вычислительных ресурсов в неограниченном количестве, а оплата за их использование производится уже по факту. Последнее, но не менее важное преимущество облаков — это безопасность и надежность. Данный факт подтверждается тем, что облака находятся в специально оборудованных ЦОДах (центр обработки данных), которые имеют резервные источники питания, охрану, квалифицированный персонал, высокую пропускную способность интернет-канала и устойчивость к несанкционированному доступу [2].

Преимущества облачных технологий в бизнесе сложно отрицать, поэтому объем этого рынка растет с каждым годом. На основании исследований компании Gartner за 2019 год (рис.1) можно сделать вывод о том, что инфраструктурные облачные сервисы растут быстрее всего. Объем этого сегмента увеличился на 27,5 % в 2019 году сравнению с 2018 г. Мировым лидером на рынке IaaS является компания Amazon, которая составляет почти половину данного сегмента с выручкой в 15,4 млрд. дол. за 2018 г. Ключевым фактором стремительного роста объемов IaaS-услуг является то, что клиентам выгоднее использовать уже стандартизированную платформу для размещения своих облачных вычислений. Крупнейшим направлением с точки зрения оборота является SaaS-сегмент, который занимает около половины всего рынка облачных технологий, а его популярность только растет. Такую тенденцию связывают с тем, что покупая программное обеспечение (ПО) по подписке, компании существенно экономят на полноценной лицензии ПО. Менее популярным направлением является PaaS, что может быть связано с тем, что нет необходимости для бизнеса использовать PaaS в виде отдельного облачного сервиса. На данный момент более перспективно выглядит идея слияния технологий PaaS и IaaS, как, например, в облачных сервисах Amazon Web Service и Azure.



Рисунок 1 – Объем мирового облачного рынка с прогнозом до 2022 года [3]

В целом объемы мирового рынка облачных технологий, несомненно, растут и будут расти с каждым годом в районе 25-35 %. Что касается российского рынка, то там также прослеживается положительная динамика. Объем отечественного рынка за 2018 г. составляет 68,4 млрд. руб., а основная часть приходится на сегмент SaaS — 70 %. Также согласно исследованиям iKS-Consulting рынок облачных технологий будет расти в среднем на 23% ежегодно и к 2022 г. сможет достигнуть объема в 155 млрд. рублей. Однако, несмотря на стремительный рост в рамках страны, спрос на облачные технологии в рамках мирового составляет 1-2%. Такое отставание связывают с наличием крупных и сложных унаследованных систем, а также консервативностью госсектора, который составляет значительную часть рынка. Но стоит отметить, что популярность использования облаков на российских предприятиях растет и согласно данным опроса компании Xelent за 2019 г. 42% организаций уже используют облачные технологии, а 34% планируют начать это делать [4].

В заключении можно сказать, что информационные технологии плотно вошли в жизни каждого из нас и отрицать их эффективность, особенно для бизнеса, достаточно сложно, поэтому одним из приоритетных направлений оптимизации деятельности компании для руководителя является внедрение облачных технологий для повышения конкурентоспособности предприятия и увеличения прибыли.

Литература

1. Смирнов Д.Г. Облачные технологии в бизнесе / Д.Г. Смирнов // Оценка инвестиций. – 2018. – №3 (11). – С. 36-44.
2. Пьянзина Т. А. Облачные технологии: становление и Развитие / Т. А. Пьянзина // Огарёв-Online. – 2017. – №2 (91). – С. 6.

3. Облачные вычисления (мировой рынок) [Электронный ресурс] // Tadviser. Государство. Бизнес. IT. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/a/96099> (дата обращения: 18.03.2020).
4. Облачные сервисы (рынок России) [Электронный ресурс] // Tadviser. Государство. Бизнес. IT. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/a/109894> (дата обращения: 18.03.2020).

Дедков Денис Александрович
обучающийся

Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна

к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики
и математического моделирования

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ПРЕИМУЩЕСТВА ОБЪЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ C++

В современном сложном и динамичном мире компьютеры стали не только источником важной информации, но и надежными помощниками. Среди всех пользователей компьютерной техники особо можно выделить профессионалов, которые используют возможности информационных технологий и компьютерной техники максимально эффективно. Профессиональным пользователем становятся не сразу, для этого нужно терпение и желание постоянно приобретать новые знания и навыки, поскольку данная сфера развивается стремительно. Добиться высокого уровня профессионализма помогает постоянное наблюдение за новинками компьютерного мира (новейшими операционными системами, оборудованием, пакетами программ, языками программирования и т.д.). Одним из таких новшеств в конце столетия явился язык программирования C++, который был разработан Бьерном Страуструпом в компании Bell Labs [1].

Язык программирования можно определить как особый язык для разработки программного обеспечения. Языки программирования делятся на две категории: языки низкого уровня и языки высокого уровня. Язык программирования высокого уровня – язык программирования, разработанный для быстроты и удобства создания программного кода. Главная особенность языков программирования высокого уровня – «...введение смысловых конструкций, кратко описывающих такие структуры данных и операции над ними, описания которых на машинном коде или другом низкоуровневом языке программирования очень длинные и сложные для понимания» [1, с. 13].

C++ – объектно-ориентированный язык программирования. Он соответствует стандартам ANSI и ISO. Он позволяет программисту применять стиль работы, который значительно упрощает процесс кодирования программ крупного масштаба, а также обеспечивает их расширяемость [1, с. 14].

C++ может генерировать достаточно эффективные, высокоскоростные программы. Сертификация ANSI и ISO обеспечила переносимость C++. Написанные на нем программы совместимы с большинством современных сред программирования [2, с. 28]. C++ относится к числу самых востребованных языков программирования [1, с. 13].

Язык программирования C++ может быть использован и при создании программного кода, предполагающего параллельные вычисления. В современной специальной научной литературе значительное внимание в сфере программирования уделено параллельным вычислениям. Данные технологии в программировании могут, с одной стороны, значительно ускорить процесс выполнения программы, а с другой стороны, могут быть связаны с возникновением различных отрицательных эффектов, таких как взаимоблокировки, гонки данных, и т.п. Что может приводить в ряде случаев к замедлению работы программы по сравнению с обычной версией [2, с. 28].

Литература

1. Мавлютов А. Р. Самые востребованные языки программирования / А.Р. Мавлютов, Д.Ф. Выдрин, А.О. Махнёва // Academy. – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/samyevostrebovannye-yazyki-programmirovaniya> (Дата обращения: 27.03.2020).
2. Мельников С. В. Макро-структуры типа «цикл» в многопоточных программах на языке C++ / С. В. Мельников // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. – № 3 (18). – С. 28-29.

УДК 330

Дедков Денис Александрович

обучающийся

Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна

к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики

и математического моделирования

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ОБЗОР ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ОН-ЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЙ

В условиях пандемии на фоне вируса «COVID-19» многим организациям (компаниям, учебным учреждениям) приходится переходить на дистанционный режим работы. В данной ситуации достаточно востребованными становятся программы для голосового или видео чата. Самыми яркими примерами таких программ являются Skype и Discord. Существует еще множество подобных приложений и каждое из них имеет свои особенности, которые кратко отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Краткое описание программного обеспечения для проведения он-лайн конференций

	Вместимость аудио-конференции, чел.	Вместимость видео-конференции, чел.	Вместимость чатов, чел.	Наличие рекламы	Удобство пользования	Оптимизация	Мультиплатформенность	Мультимедиа	Модерирование чатов
Skype	50	50	600	4	3	2	Android/Windows/IPone/MAC/Linux	300 МБ	отсутствует
Discord	100	10	>20000	4	5	5	Android/Windows/IPone/MAC/Linux	8 МБ	5
Viber	250	250	250	2	3	3	Android/Windows/IPone/MAC/Linux	10 МБ	3
WhatsApp	4	4	256	2	4	4	Android/Windows/IPone/MAC	100 МБ	4
RaidCall	100	отсутствует	100	5	3	3	Windows	10 МБ	3
TeamSpeak	100	отсутствует	512	4	4	4	Android/Windows/IPone/MAC/Linux	100 МБ	4

Можно заметить, что у этих программ достаточно схожий функционал, но каждая из них уникальна и имеет ряд особенностей.

TeamSpeak показывает высокие стандарты качества аудио-вещания и самую высокую защиту ваших бесед, но для расширения функционала программы необходимо приобрести лицензию.

RaidCall является бесплатным аналогом программы TeamSpeak и имеет показатели качества хуже чем у конкурента и большое присутствие рекламы.

WhatsApp и Viber – два конкурирующих программных продукта, особо популярны на мобильных устройствах и в гонке за пользователем их функционал расширяется равномерно.

Skype и Discord являются основными лидерами на рынке голосовых и видео-чатов. Главное отличие Discord от его конкурента – это наличие возможностей для создания сообществ, их модерирования и поддержки.

Можно заметить, что каждая организация, работающая в дистанционном режиме, может выбрать для себя соответствующее программное приложение, применение которого позволит сохранить важные бизнес-процессы в достаточно непростых условиях работы.

УДК 007.51

Каримова Элина Ахтемовна

обучающаяся

Научный руководитель:

Королев Олег Леонидович

к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

КОНЦЕПЦИЯ DevOps КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ИНФОРМАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ

В условиях довольно жесткой конкуренции в области цифровой экономики очень важным является умение компаний постоянно подстраиваться под изменяющиеся тренды и тенденции развития информационных сервисов. Компании, использующие более актуальные и эффективные методы для организации работы, всегда будут иметь превосходство на рынке программных продуктов.

Для достижения преимущества необходимо применение инструментов, позволяющих в ускоренном режиме непрерывно улучшать качество уже существующих процессов разработки продуктов и максимальной автоматизации.

Одним из подходов, позволяющих в разы сократить жизненный цикл разработки системы, обеспечить непрерывную интеграцию и поставку с высоким качеством программного обеспечения, является реализация работы сотрудников с использованием концепции «DevOps». Одним из создателей данной концепции был Патрик Дебуа, он и дал ей название «DevOps», объединив два английских слова: «development» и «operations». [1]

В основе концепции DevOps лежит постоянное повторение цикла, состоящего из восьми этапов: планирования, отслеживания, разработки, сборки, тестирования, доставки, эксплуатации, мониторинга полученных отзывов – и так далее по кругу. То есть для максимизации эффективности от использования продукта, DevOps должен затрагивать абсолютно все этапы жизненного цикла программного обеспечения.

Существует также огромное количество инструментов, используемых в DevOps, позволяющих выполнять различные функции, обеспечивать безопасность и бесперебойное обновление программного обеспечения, заниматься разработкой на облачной среде и т.д. Так, инструмент «Docker», позволяющий обособить определенное приложение в «контейнер» (прим. «унифицированные блоки») отдельно от всей среды, отлично подходит для облачных вычислений, делает процесс развертывания гораздо проще и безопаснее. [2] Также стоит отметить, что есть возможность интегрировать одни инструменты с другими. Например, для «Jenkins» возможна интеграция практически со всеми остальными инструментами DevOps, а с его помощью можно итерировать и задевать код настолько быстро, насколько возможно. К тому же данный сервер имеет открытый исходный код и позволяет автоматизировать различные этапы «конвейера» доставки. [3]

Очевидным является то, что введение «культуры DevOps» в работу компании может вызвать трудности на начальных этапах, так как внедрение, возможно, понесет за собой полное изменение подхода специалистов к работе, что займет большое количество времени. Процесс освоения инструментов также может затянуться.

Можно ошибочно предположить, что DevOps-подход – это всего лишь попытка переложить обязанности разработчика и системного администратора (эксплуататоров) на одного человека, однако в действительности это не так. Данный набор практик позволяет усилием сотрудников из разных отделов, объединив опыт и идеи, путем производственного взаимодействия автоматизировать большинство процессов и развить культуру разработки программного обеспечения. [4]

Многие успешные компании, такие как Microsoft [5], Netflix, Walmart и др. уже используют концепцию DevOps для оптимизации своей работы. Так, например, Google выбрал один из инструментов DevOps «Grandle» в качестве официального инструмента сборки для Android Studio.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование концепции DevOps как инструмента управления жизненным циклом информационных сервисов является хорошим решением, несмотря на все трудности, возникающие на начальных этапах ее внедрения. Эта модель обеспечивает постоянное улучшение качества услуг, предоставляемых информационным сервисом, безопасность за счет автоматизации большинства процессов и коротких циклов выпуска, непрерывные интеграции и тестирования, поставку и развертывание. Все это позволяет быстро реагировать на запросы рынка и постоянно обучаться на основе отзывов клиентов. [5]

Литература

[1] The History Of DevOps [Электронный ресурс] / Деймон Эдвардс. — Электрон. текстовые дан. — 2012. — Режим доступа: <http://itrevolution.com/the-history-of-devops/>, свободный

[2] What is a Container? [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Docker, 2017. — Режим доступа: <https://www.docker.com/resources/what-container>, свободный

[3] Jenkins World [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Jenkins, 2020. — Режим доступа: <https://jenkins.io/>, свободный

[4] Руководство по DevOps /Д. Ким, П. Дебуа, Д. Уиллис, Д. Хамбл. — МИФ: Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 512с.

[5] Что такое DevOps? [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Сизтл: Microsoft, 2020. — Режим доступа: <https://azure.microsoft.com/ru-ru/overview/what-is-devops/>, свободный

УДК 519.87

Киселев Валерий Георгиевич

к.ф.-м.н., доцент

ФИЦ ИУ РАН

Москва, Россия

ИНФОРМАЦИОННО – ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В АГРОСТРАХОВАНИИ

1. Введение

Агροстрахование является одним из видов общей страховой системы страны, но обладает, естественно, рядом особенностей, отличающих ее от традиционных видов страхования. Основной особенностью является принципиальное отличие в информационной базе. Актуарные расчеты в традиционных видах страхования проводятся с использованием достаточно хорошо известных функций распределения рассматриваемых величин. Практически все методики классических актуарных расчетов приведены в классической книге [1]. Основной особенностью агροстрахования является то, что единственной доступной информацией, на которой должна строиться вся методика актуарных расчетов в агροстраховании, являются временные ряды урожайностей практически всех культур по всей территории страны. Примером таких рядов может быть информация, приведенная в [2]. Эти ряды достаточно длинные, но сложность их непосредственного использования заключается в том, что в них явно прослеживаются различные тренды, которые можно, например, объяснить социально – экономическими причинами. Поэтому для разработки цифровой системы агροстрахования необходимо иметь саму методику актуарных расчетов в агροстраховании и методику использования в этих расчетах единственно имеющейся информации. Этим вопросам посвящена данная работа.

2. Примеры математических моделей агροстрахования и соответствующих расчетов

2.1 Краткое описание мультирисковой программы страхования урожая

Самой распространенной программой страхования урожая является мультирисковая программа страхования, которая подробно исследовалась в работах [3,5]. Сейчас будет изложены основные результаты этих исследований.

Рассмотрим случай страхования урожая одной культуры одной фирмой на площади S . Пусть y_- и y_+ – минимальная и максимальная урожайности соответственно, а Ey – ее среднее значение. Пусть прогнозная цена единицы полученной продукции равна c . Страховая урожайность y_α – то значение урожайности, ниже которой страховая компания выплачивает страховое возмещение, равное стоимости недополученного урожая. Обычно значение страховой урожайности задают в виде $y_\alpha = \alpha Ey$, где $0 < \alpha < 1$ – некоторый коэффициент. При сделанных предположениях страховая сумма, исходя из которой определяется величина страхового взноса, равна cSy_α . Страховой взнос (страховая премия) – это плата за страхование – сумма, которую страхователь должен заплатить страховой компании, равен $\pi = \delta cS y_\alpha$, где $0 < \delta < 1$ – страховой тариф – ставка страховой компании, задаваемая ею с учетом собственного финансового благополучия. С другой стороны, как это принято в страховом деле [5], страховая премия вычисляется из условия $\pi = cS(1 + \theta)Er$, где $\theta > 0$ – величина страховой надбавки, а страховое возмещение $r = \max[0, cS(y - y_\alpha)]$. Величины страхового тарифа и страховой надбавки

связаны соотношением $\delta = (1 + \theta) \int_{y_-}^{y_\alpha} (1 - \frac{y}{y_\alpha}) f(y) dy$. Далее, будем считать, что часть $0 < \gamma < 1$

страховой премии выплачивается из федерального и местного бюджетов. Это очень важный параметр программы страхования, показывающий участие государства в программе страхования. Мировой опыт показывает, что агροстрахование невозможно без государственной поддержки. Следовательно, страхователь должен заплатить страховой фирме только величину $(1 - \gamma)\pi$. Такова программа страхования.

Перечислим теперь минимальный набор критериев для оценки этой программы агροстрахования.

Φ_1 – средний доход агрофирмы, Φ_2 – вероятность недополучения запланированного урожая (или, что то же, величина этого запланированного урожая), Φ_3 – средний доход страховой компании, Φ_4 – вероятностные характеристики разброса дохода фермера, Φ_5 – вероятность неразорения страховой компании.

В работах [3,4] для рассматриваемой сейчас мультирисковой программы страхования приводятся соответствующие формулы и алгоритмы для вычисления перечисленных критериев.

Мы сейчас рассмотрим влияние страхования на экономические показатели агрофирмы. Вторым показателем, ради чего и производится страхование, – это надежность получения урожая. Здесь все просто. Если страховая урожайность равна y_α , $P(y < y_\alpha) = p_\alpha$, то это значит, что с вероятностью $(1 - p_\alpha)$ производитель будет получать запланированный (застрахованный) урожай, а с вероятностью p_α будет недобор, который в какой-то мере будет компенсироваться страховой компанией.

Пусть страхователь выбрал для себя значение y_α и решил застраховать урожай с площади S . Тогда страховые выплаты страхователя – плата за получаемую надежность равны

$$\pi_f = (1 - \gamma)(1 + \theta) \int_{y_-}^{y_\alpha} (y_\alpha - y) f(y) dy, \quad \text{а доход агрофирмы в конкретный год равен}$$

$$D_f = cS[y + r_f - \pi_f]. \quad \text{Средний доход равен}$$

$$\frac{1}{cS} ED_f = Ey + \psi \int_{y_-}^{y_\alpha} (y_\alpha - y) f(y) dy = Ey + \psi Er, \quad \text{где } \psi = \gamma - \theta(1 - \gamma) -$$

очень важный показатель, который мы назовем индикатором программы страхования. Отсюда следует, что при $\psi > 0$ средний доход агрофирмы при страховании больше среднего дохода без страхования. При отсутствии господдержки ($\gamma = 0$) при страховании средний доход фирмы убывает.

Рассмотрим сейчас критерии, характеризующие стабильность производства. За стабилизацию производства надо платить – это выражается в виде премии, выплачиваемой фермером страховой компании. Далее, при отсутствии государственной поддержки средний доход фермера уменьшается. Тогда возникает вопрос: зачем вообще нужно страхование в таком случае? Эффект от стабилизации производства часто трудно описать количественно. Жизненный опыт показывает, что люди в большинстве случаев не склонны к риску и поэтому они согласны отказаться от большей прибыли ради уменьшения риска потерь. Далее, имеется экономическое обоснование. Ведь для того, чтобы рассчитывать в хозяйственной деятельности на среднюю урожайность, необходимо складировать производимый продукт (если он складировемый), что ведет к дополнительным затратам.

Поскольку доход фермера является случайной величиной, то в теории вероятностей принято характеризовать разброс этой случайной величины. Будем оценивать этот разброс дисперсией. Величину Φ_4 этой дисперсии нетрудно вычислить, имея выражение для случайной величины – дохода. О целесообразности метода вычисления дисперсии и других величин будет сказано ниже.

Отдельно от вычисления этих показателей стоит вычисление вероятности неразорения страховой компании. Этот показатель вычисляется путем моделирования динамического процесса изменения наличных денег страховой компании при заданном начальном капитале при известной последовательности случайных чисел – урожайности страхуемой культуры. Эта процедура описана в [3].

2.2 О модели страхования дохода

Программы страхования дохода гарантируют компенсацию потерь производителя сельскохозяйственной продукции не только от недобора урожая, но и от падения цен на производимую продукцию. Спрос на такое страхование очевиден, поскольку обеспечивает более прямую защиту производителя по сравнению со страхованием урожайности.

Существует несколько видов программ страхования дохода. В качестве примера мы сейчас схематично опишем одну из них. Данная страховая программа гарантирует определенный уровень дохода, который называется полной гарантией. Для расчета полной гарантии используется цена, которая является максимальной из двух цен – прогнозной весенней цены на урожай (базовой цены) и осенней цены в момент уборки урожая. Страховая же премия рассчитывается исходя из базовой (весенней) цены. Возмещение выплачивается тогда, когда полученный доход (вычисляется исходя из осенней цены в период уборки урожая) меньше полной гарантии на всей застрахованной площади. Для простоты изложения будем рассматривать страхование одной культуры одним хозяйством. На общий случай все легко обобщается.

Введем необходимые обозначения. Пусть c_n – прогнозируемая весной на период уборки (так называемая базовая) цена, c – реальная цена продукции в момент уборки урожая, c_e – так называемая «гарантированная» цена. и $c_e = \max[c_n, c]$.

С помощью гарантированной цены вводится понятие полной гарантии дохода ϑ_e . Как и в программе страхования урожая, можно ввести понятие страховой урожайности $y_\alpha = \alpha Ey$. Тогда полная гарантия дохода $\vartheta_e = c_e y_\alpha$ и страховая премия равна $\pi = \delta c_n y_\alpha = (1 + \theta) Er$. Страховое возмещение

выплачивается тогда, когда выручка оказывается меньше полной гарантии. Таким образом, программа страхования компенсирует падение выручки как в результате падения цен, так и в результате снижения урожайности. В общем случае страховое возмещение равно $r = \max[(\epsilon_z - cy), 0] = \max[(c_z y_\alpha - cy), 0]$.

Средние доходы страховой фирмы при страховании всех культур и всех хозяйств вычисляются так же, как и в случае страхования урожая, но при этом дополнительно необходимо уметь вычислять следующие интегралы:

$$Ecy = \int cy dF(cy), \quad Er = \int (\epsilon_z - cy)_+ dF(y, c).$$

3. Имеющаяся информационная база

Очевидно, что для вычисления всех показателей, характеризующих любую программу агрострахования, необходимо знать функции распределения всех случайных величин, влияющих на свойства этих программ. В описанных программах страхования присутствует два типа случайных величин: урожайности и цены реализации продукции этих культур.

Для построения эмпирической функции распределения урожайности имеются достаточно длинные статистические ряды. Для урожайности культур такая информация имеется как для всей России в целом, так и для отдельных административных единиц в ежегодных статистических справочниках. В работе [9] был проведен анализ рядов урожайностей двух культур – картофеля и зерновых в России за 1970-2008 г. В результате анализа имеющихся статистических данных были сделаны следующие выводы. Во-первых, в анализируемых рядах можно отметить как положительные, так и отрицательные тренды, которые можно объяснить влиянием антропогенного фактора – изменением государственной политики и известными социально-политическими изменениями в государстве.

Для построения функции распределения по такой информации был предложен метод, использующий представление общего тренда в виде линейного сплайна, т.е. на каждом интервале тренд представляется в виде линейной функции, а в точках изменения характера тренда значения соседних линейных функций должны совпадать. Таким образом, на n -м интервале урожайность определяется уравнением $y^n(t) = a^n + b^n t + \epsilon(t)$, где $\epsilon(t)$ – на всех интервалах случайные некоррелированные величины с $E\epsilon = 0$ и постоянной дисперсией, т.е. это стационарный процесс.

Неизвестные коэффициенты α^n, β^n определяются методом наименьших квадратов с дополнительными условиями равенства значений трендов в левой и правой точках каждого интервала. Вычитая из всех имеющихся измерений величину соответствующего тренда, получим последовательность значений случайной величины. $\epsilon_j = y_j - \alpha^n - \beta^n t_j$ и по ним построим $F(\epsilon)$ – эмпирическую функцию распределения величины ϵ . Эмпирическая функция распределения урожайности U будет отличаться от $F(\epsilon)$ только сдвигом, т.е. $F(y, t) = F(\epsilon + \alpha^n + \beta^n t)$.

При заключении договора в расчетах под урожайностью надо понимать будущую (осеннюю) урожайность в год заключения договора, а вся информация ограничивается предыдущим годом. Следовательно, надо уметь прогнозировать имеющуюся информацию по крайней мере на один год вперед. Методы такого прогноза, включая оценку его точности, известны и рассмотрены в работе [9].

Далее, страховая компания заключает страховой договор со многими агрофирмами по целому ряду культур и должна знать информацию об урожайности страхуемых культур в данных хозяйствах. Однако поскольку таких агрофирм-страхователей может быть очень много, то следует ожидать, что для всех фирм необходимой информации не найдется. Поэтому нужен способ использования агрегированной информации. Что под этим подразумевается? На областном уровне хорошо известно деление всей территории на природно-экономические зоны, которые определяются средней оценкой пашни (в баллах), среднегодовой температурой, суммой температур выше десяти градусов, количеством осадков, продолжительностью безморозного периода.

Далее, в каждом административном районе имеется необходимая информация о средней по району урожайности культур за ряд лет. Эта та наиболее подробная информация, на которую можно рассчитывать. Однако на территории района, для которого имеется усредненная информация, имеются различные природно – климатические условия. Введем зоны, являющиеся пересечением территории района и этих природно – климатических областей. В этих зонах должна быть одинаковая урожайность на всей территории. Будем считать, что величина этой урожайности равна урожайности соответствующего района, скорректированной некоторым поправочным коэффициентом. Это различие можно учесть при заключении договоров страхования введением корректировки вида $y_j = a_j y$, где y –

средняя урожайность культуры в зоне страхования, а a_j – поправочный коэффициент для j -го хозяйства. Этот коэффициент, в частности можно получить, сравнивая средние урожайности по всей страховой зоне и конкретного хозяйства за последние несколько лет. С учетом этого поправочного коэффициента функция распределения урожайности этой культуры в данном хозяйстве будет $F_j(z) = F(z/a_j)$, где F – эмпирическая функция распределения урожайности культуры для всей зоны.

Далее, при анализе информации был отмечен важный факт – о коррелированности урожайностей сельскохозяйственных культур в зоне агрострахования региона, позволяющее упростить использование имеющейся информации. Это и понятно, поскольку, как правило (но не всегда), погодные условия, благоприятные для одной культуры, являются благоприятными и для других культур, выращиваемых в данном конкретном районе, и наоборот, разные катаклизмы неблагоприятно сказываются на урожайности всех культур.

Теперь об информации о ценах на производимую продукцию.

В программе страхования дохода появляются новые неконтролируемые величины совершенно другой природы – это цены на производимую продукцию в момент уборки урожая. Предполагается, что это рыночные цены. Идеальный рынок предполагает, что снижение уровня урожайности способствует повышению цен и наоборот, уровень урожайности, превышающий средний, является причиной снижения цены. Таким образом, в условиях идеального рынка должна существовать отрицательная корреляция уровня урожайности и цены, но реальный рынок отличается от идеальной модели, поскольку цена может определяться не только производимой местной продукцией. В обзоре компании Munich Re приводятся факты, когда сложившиеся рыночные цены в данном регионе не только не соответствуют рыночным законам, но даже необъяснимы с точки зрения здравого смысла.

Для того, чтобы системно исследовать любую программу страхования дохода, необходимо проанализировать ситуацию, принять какую – то концепцию и проводить соответствующие расчеты в соответствии с принятой концепцией.

4. Обсуждение вычислительных проблем. Применение метода Монте-Карло

Выражения, описывающие характеристики страховой компании и агрофирм достаточно сложны для анализа, но не представляет принципиального труда их вычислить численно, если известны достаточно длинные временные ряды урожайностей культур. Можно предложить разные схемы вычислений, в частности, с вычислением интегралов Стильтьеса типа $\int g(y)dF(y)$, где $g(y)$ – некоторая функция, а $F(y)$ – функция распределения случайной величины y .

Если эмпирическая функция распределения известна, то искомые интегралы вычисляются следующим образом:

$$\int_a^b g(y)dF(y) = \sum_{k=k_1}^{k_2} g(y_k) [F(y_k + 0) - F(y_k - 0)] = \frac{1}{n} \sum_{k=k_1}^{k_2} g(y_k), \text{ где } y_k \in [a, b] \text{ – точки, в которых произведены измерения, } y_{k_1} = \min_{y_k} [y_k \geq a], y_{k_2} = \max_{y_k} [y_k \leq b] \text{ и } n = k_2 - k_1 + 1.$$

Таким образом, для вычисления интегралов такого типа при ступенчатой эмпирической функции распределения даже не требуется ее знать, поскольку этот интеграл равен среднему значению подинтегральной функции, вычисленной в точках измерения.

Естественно, чем больше измерений, тем точнее результат. Попробуем увеличить число наблюдений для построения эмпирической функции распределения. Сначала попробуем увеличить количество измерений искусственно, как это делается в методе статистического моделирования, используя для генерации новых случайных измерений эмпирическую функцию $F(y)$, построенную по малой выборке $(y_1, y_2, \dots, y_n)$, о которой говорилось выше. Эта функция имеет n скачков величиной $1/n$ в точках выборки y_i . Новые точки y_{ij} в методе Монте Карло получают следующим образом. На вертикальной оси на единичном отрезке генерируется равномерно распределенное случайное число. Через эту точку параллельно оси OY проводится прямая до пересечения с графиком функции $F(y)$ и из этой точки пересечения опускается перпендикуляр на ось OY . Ясно, что новая точка совпадает с одной из точек малой выборки и $y_{ij} = y_i$. Пусть таких точек на интервале номера i будет m_i . Тогда наш рассматриваемый выше интеграл равен

$$\begin{aligned} \int g(y)dF(y) &= \sum_i \sum_j g(y_{ij}) \Delta F_{ij} = \\ &= \sum_i g(y_i) \sum_{j=1}^{m_i} \Delta F_{ij} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n g(y_i) \end{aligned}$$

т.е. получили такой же результат, что и следовало ожидать, поскольку мы пользовались старой ограниченного объема информацией.

Таким образом, в данной ситуации, когда по малому числу измерений строится эмпирическая функция распределения, то моделирование дополнительных измерений, как это принято в методе Монте Карло, не прибавляет точности вычислений и, следовательно, для проведения необходимых вычислений достаточно использовать только имеющиеся измерения.

Отметим, что для вычисления вероятности неразорения страховой компании в модельных (с упрощающими предположениями) случаях были предложены методы решения этой задачи, но в

реальных случаях метод статистического моделирования, пожалуй, является единственно возможным методом решения.

Выводы

Проведенные исследования позволяют сделать основной вывод о том, что имеющейся информации об урожайности достаточно для проведения необходимых актуарных расчетов. При проведении таких расчетов целесообразно использовать методы статистического моделирования, причем имеющиеся временные статистические ряды можно непосредственно использовать в качестве необходимых случайных измерений.

Литература

1. Бауэрс Н., Гербер Х., Джонс Д., Несбит С., Хикман Дж. Актуарная математика, М.: Янус-К, 2001. 655 с.
2. Сельское хозяйство Тверской области. Статистический сборник. Тверь, 2002
3. Киселев В.Г., Актуарная математика в агростраховании. М.: ВЦ РАН. 2011. 29 с.
4. Киселев В.Г. Обоснование региональной мультирисковой программы страхования сельскохозяйственных культур. // Управление большими системами, Сборник трудов. Выпуск 61. М.: ИПУ РАН. 2016. С.168–190.
5. Гриценко Н.Б., Зимица А.П. Организация сельскохозяйственного страхования за рубежом // Финансы и кредит, М.: №29, 2006. С. 71–75.
6. Fraser R. W. An Analysis of willingness to for crop insurance // The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics, 2012
7. Ginder M., Spaulding A., Fudor K. Factors affecting crop insurance purchases decisions by farmers in Northern Illinois // Agricultural Finance Review, 2009, v.69, №1.
8. Mahul O., Wright B. Designing optimal crop revenue insurance // American journal of Agricultural Economics – 2003, vol.85 №3
9. Kiselev V.G. Information support in agri-insurance. IEEE Xplore Digital Library. Tenth International Conference Management of Large-Scale System Development (MLSD), Moscow, Russia, 2017.
10. Киселев В.Г. Система моделей для оценки программ страхования дохода в растениеводстве // Управление большими системами. Выпуск 78. М.: ИПУ РАН 2019. С.149-173 URL: <https://doi.org/10.25728/ubs.2019.78.7>

УДК

Королев Олег Леонидович

к.э.н, доцент

Декалюк Анастасия Олеговна

обучающаяся

ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»

Институт экономики и управления

Республика Крым, Россия

КОРПОРАТИВНАЯ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

В настоящее время обладание хорошей ИТ-инфраструктурой становится неотъемлемой частью успешного функционирования компании. Рациональное управление ИТ становится необходимостью для сохранения конкурентоспособности и возможного выхода на новые рынки или расширения организации.

ИТ-инфраструктура предприятия подразумевает некоторые аппаратные и программные средства, которые поддерживают всю ИТ-систему. В такие средства могут включаться сервера, ОС, программное обеспечение компьютеров, а также все необходимое оборудование. С помощью хорошей ИТ-инфраструктуры сотрудники компании могут эффективно выполнять определенные задачи [1].

Информационные технологии прочно внедрились в нашу жизнь, и, поэтому, необходимо следить за новыми тенденциями. Главными трендами, определенными на 2020 год, стали такие технологии, как:

1. Аналитика больших данных. Работа с большими данными является актуальной уже много лет, особенно для крупных компаний, так как генерируется огромное количество этих данных. Аналитика дает начало и другим технологиям, например, обучению систем искусственного интеллекта.

2. Искусственный интеллект. Одна из самых обсуждаемых технологий современности, которая уже используется повсеместно. С помощью ИИ создаются как чат-боты, так и существует возможность создания оптимизации производства.

3. Облачные решения. Использование облачных технологий неоспоримо растет. Возможность свободного переноса данных и приложений помогает сохранять фирмам немало ресурсов. По данным исследовательской фирмы Gartner, в 2020 году 75% организаций начнут или продолжат пользоваться облаками.

4. Интернет вещей. Такая технология предусматривает взаимодействие виртуального и реального миров, в котором взаимодействие происходит между людьми и устройствами. К 2021 году планируется внедрение интернет вещей на половине российских предприятий.

5. Сети 5G. Технология 5G является перспективной в ближайшее время, но пока используется только на отдельных участках в тестовом режиме. Государство готово развиваться в этом направлении и способно выделить 122 млрд рублей для содействия развитию в этом направлении.

6. Автономные системы. На внедрение автономных систем в реальный сектор делают большие ставки. Однако применения в некоторых сферах, например, финансах или госсекторе пока найти не удастся. Законодательная база пока также не на стороне таких технологий, например, за неспланированный запуск беспилотника можно получить штраф.

7. Виртуальная и дополненная реальность. Технологии VR и AR зачастую воспринимаются только как «игровые». Однако, уже сейчас с помощью них в крупных компаниях производится набор персонала и их обучение. Наиболее успешным применением стало в сфере здравоохранения. При организации непрерывного обучения медицинского персонала с VR и AR позволяет уменьшить врачебную ошибку на 50-80% [3].

Также, на конференции Gartner IT Infrastructure, Operations and Cloud Strategies были представлены тенденции, влияющие на цифровые инфраструктуры. Например, по мнению Gartner, произойдет переосмысление стратегии автоматизации. Компанией было определено, что автоматизация на предприятиях выросла, однако инвестиции осуществляются без правильной стратегии. Поэтому, к 2025 году одной из главных задач будет разработка надлежащей стратегии автоматизации.

Еще одним пунктом, озвученным на конференции, стала демократизация ИТ. Имеется в виду, что разработка различных веб-приложений становится более простой и практически не используя языки программирования. Такая схема получила название low-code. Таким образом, организации смогут самостоятельно, без обращения в ИТ-департамент, развиваться и в этой сфере [2].

Наблюдение и выявление трендов в ИТ, а далее их соблюдение способствует повышению эффективности организации. Для повышения доли на рынке, увеличения прибыли необходимо следовать определенным правилам быстроменяющегося мира технологий.

Литература

1. Грищенко, Е.В. Корпоративная ИТ-инфраструктура / Е.В. Грищенко // Век качества. – 2013. – №4. – С. 56-59.

2. Стельмах С. Gartner: тенденции 2020 в области ИТ-инфраструктуры и ее поддержки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itweek.ru/management/article/detail.php?ID=210772> (дата обращения 21.03.2020)

3. CNews: ИТ-тренды 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnews.ru/reviews/ittrendy2020> (дата обращения 21.03.2020)

УДК 339.187

Костенко Елизавета Александровна
обучающаяся

Усенко Роман Станиславович
старший преподаватель

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ CRM-СИСТЕМ

В современных условиях успех любой организации определяется её способностью выгодным образом окупить расходы на ресурсы и производство продукции посредством эффективной продажи товаров и услуг. Поскольку конечным этапом функционирования каждого цикла бизнеса является сбыт продукции, то одним из наиболее важных внешних агентов организации является клиент, чьи потребности активно удовлетворяются в результате покупки востребованной продукции.

Для эффективного взаимодействия организации с покупателями очень важно владеть обновляющейся информацией о приобретении товаров клиентами, о количестве продаж той или иной продукции, фиксировать размер и количество покупок, время их совершения. На основе анализа этих данных можно выявить изменения в актуальности товаров на рынке, об увеличении или сокращении численности клиентской базы, о способах привлечения большего числа покупателей и увеличения продаж. Для этих целей могут быть использованы CRM-системы.

CRM-система – это специально разработанная автоматизированная система, ориентированная на активное привлечение, обслуживание и удержание клиента с целью продажи ему необходимой продукции и последующего сотрудничества с данным покупателем. CRM-система полностью систематизирует информацию о покупателях, фиксирует и хранит её в базе данных, позволяет производить аналитику продаж и выстраивать на основе её результатов стратегию увеличения количества клиентов, приобретающих продукцию компании [1].

Рассмотрим основные тренды в сфере функционирования CRM-систем [2, 3], среди которых наиболее существенными считаются следующие:

- Формирование и развитие искусственного интеллекта предполагает автоматизированное решение большого количества повседневных рутинных задач компании, к числу которых относятся определение меры готовности лида к покупке клиентом, добавление и изменение данных, взаимодействие с покупателями в формате электронного диалога. Для реализации интеллектуального инструментария необходимо предварительно произвести машинное обучение в ходе осуществления большого количества однородных задач, требуется наличие сложной аналитической системы [4]. При этом за счёт использования искусственного интеллекта у менеджеров компании освобождается значительная часть времени на продумывание стратегии повышения конкурентоспособности компании, увеличение её продаж и рентабельности. Искусственный инструментарий постепенно внедряется в сферу CRM-систем и активно применяется компаниями в силу инновационной сущности, повышающей производительность и прибыльность.
- Расширение функциональной области CRM-систем: означает наличие автоматизированных технологий для осуществления полноценных, комплексных взаимоотношений компании с клиентом, включая интеграцию и контроль деятельности менеджеров, торговых агентов компании, сбор информации посредством обратной связи от торговых представителей, ответов на вопросы покупателей на различных платформах, взаимодействия специалистов call-центра с клиентами. Благодаря внедрению данного тренда сотрудники, взаимодействующие с клиентами, устанавливают связь с другими отделами компании и в соответствии с обновляющимися результатами продаж формируют новую стратегию их увеличения.
- Формирование персональной стратегии привлечения и повышения заинтересованности покупки товаров компании индивидуально для каждого клиента: тренд предусматривает уникальные особенности и последовательность действий каждого покупателя и с их учётом формирует клиенториентированное предложение компании. Так, выявляя спрос каждого клиента и создавая условия для его удовлетворения, фирма более выгодным образом реализует сбыт продукции за счёт увеличения числа заинтересованных покупателей и повышения количества продаж.
- Интегративный принцип построения CRM-систем: CRM-система основана на комплексном взаимодействии маркетингового отдела с финансовым, аналитическим, учётным и иными отделами. Только в такой взаимосвязи структурных подразделений компании информация, обрабатываемая и генерируемая CRM-системами, может быть наиболее экономично и целесообразно использована в фирме.
- Облачность в частичной форме: современные компании и индивидуальные предприниматели зачастую осуществляют выбор в пользу применения облачных технологий, а не локальной установки CRM-систем. Фундаментальным преимуществом такого выбора является минимизация рисков потери данных благодаря наличию резервных мощностей.
- Значимость мобильной связи в рамках CRM-системы: за счёт постоянной мобильности и её интеграции с CRM-системой появляется возможность установления непрерывного контакта с клиентами, которым максимально удобно взаимодействовать с компанией в онлайн-режиме с помощью мобильных средств.

Таким образом, CRM-системы как основа увеличения продаж в компаниях характеризуются высоким уровнем практического применения фирмами и обладают определёнными трендами, которые ежегодно изменяются в соответствии с новыми условиями внешней среды и потребностями рынка. CRM-системы в действительности могут значительно автоматизировать бизнес-процессы, усовершенствовать взаимодействие компании с клиентами и, соответственно, увеличить размер прибыли.

Литература

1. Фридеман, В. Нердингер. Ориентация на клиента. Современная практика работы с клиентами. – М.: Гуманитарный центр, 2014. – 180 с.
2. Тенденции российского рынка CRM-систем / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/> Статья: Тенденции_российского_рынка_CRM-систем (дата обращения: 10.03.2020).
3. Какие бывают CRM-системы: классификация CRM и тенденции рынка / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://salesap.ru/vidy-crm-sistem/> (дата обращения: 10.03.2020).
4. Усенко Р.С. Состояние и тенденции развития электронной коммерции // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА – 2019): сборник трудов II Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, г. Симферополь – г. Судак, 02–04 октября 2019 г. / научн. ред. В. М. Ячменевой. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – С. 203-206.

УДК 338.81 : 684.4.05

Круликовский Анатолий Петрович
к. ф.-м. н., доцент
Сеитнебиева Эльмира Февзиевна
обучающаяся
ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»
Институт экономики и управления
Республика Крым, Россия

МЕТОДОЛОГИИ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Современные технологии бизнеса характеризуются высокой динамичностью, связанной с регулярно меняющимися потребностями рынка, ориентацией производства товаров и услуг на личные потребности клиентов. В данных условиях возникает смещение акцентов с управления использованием определенных ресурсов на создание динамично обновляющихся бизнес-процессов (БП). Считается, что при осуществлении масштабной реорганизации предприятия наиболее эффективен подход реинжиниринга.

Реинжиниринг является самым радикальным из подходов улучшения бизнеса, обеспечивается новый взгляд на цели организации и пути их достижения. Реинжиниринг – это переосмысление и перепроектирование БП, с целью повышения качества ряда показателей (результативность, стоимость, сервис, темпы и др.) [3, с.106]. Реинжиниринг БП означает отказ от огромного накопленного опыта менеджмента, позволяет определить, как будет осуществляться дальнейшее развитие компании. В рамках перепроектирования существующие организационные отделы утрачивают свое значение. В работе А.О. Блинова [3, с.110] выделены следующие основные свойства реинжиниринга:

1. Отказ от существующих устоев и подходов и начало работы с «чистого листа», это дает возможность искоренить последствия сложившихся правил;
2. Полное изменение методов хозяйственной деятельности;
3. Достижение более высоких показателей деятельности в сравнении с предыдущими результатами.

Выделим цели реинжиниринга БП, описанные в работе Сорокина, А.А. [4, с.18]:

- большее удовлетворение требований потребителей;
- повышение эффективности работы организации.

Таким образом, реинжиниринг ориентируется на повышении уровня конкурентоспособности организации при быстрых и важных изменениях в нуждах клиентов, в рынках сбыта и динамики технологий.

Особенностью проблем, которые появляются при реинжиниринге БП, является высокий уровень сложности и ответственности. Опыт неудач в начале развития реинжиниринга показал, что успешное перепроектирование БП невозможно без определенной методологии. В своей статье Набока М.В. [1] выделяет следующие методологии проведения реинжиниринга:

1. Объектно-ориентированные методы;
2. CASE-технологии;
3. Инженерия знаний;
4. Имитационное моделирование процессов;
5. Методы быстрой разработки приложений.

На сегодняшний день базовой методологией реинжиниринга БП является объектно-ориентированное моделирование. Данный подход отражает общую схему взаимодействия объектов без детализации выполняемых операций, но с описанием условий и событий, которые активизируют выполнение определенных функций БП. Основу данного подхода составляет объектная модель: статическую структуру модели описывают объекты, а поведение модели — сообщения, которыми эти объекты обмениваются.

CASE-технологии применялись в реинжиниринге практически с момента его появления. Данная методология является средством проектирования информационных систем (ИС), которая позволяет наглядно моделировать предметную область, а также анализировать модель на всех этапах разработки и сопровождения ИС. Большая часть существующих CASE-средств объединена с другими современными технологиями – чаще всего, с объектно-ориентированными. Такие средства используют следующие спецификации: графики, диаграммы и тексты, которые позволяют связывать работы системы, описывать динамику и архитектуру поведения ИС. Популярными CASE-средствами являются: ARIS Express, Bizagi Process Modeler, ELMA BPM, ALLFusion Process Modeler (BPWin) и Erwin, Business Studio [2].

Имитационное моделирование — метод исследования, заключающийся в том, что исследуемая система заменяется моделью, имитирующей эту систему. Над этой моделью проводят опыты, после чего анализируют и получают данные о реальной системе. Минусом имитационного моделирования можно считать сложность построения и специальные навыки для анализа модели, и то, что для описания процедур может понадобиться дополнительное программирование. Данный способ моделирования широко применяется в реинжиниринге поскольку позволяет заранее прогнозировать результаты. Имитационное моделирование включает следующие фазы:

- разработка модели процесса, нуждающегося в модификации;
- запуск имитации;
- анализ извлеченных результатов;
- итерация предыдущих действий для получения и выбора наиболее подходящего варианта.

Методы инженерии знаний позволяют [1]:

- показывать в моделях плохо формализуемые знания управленцев о БП организации;
- решать проблему создания интеллектуального интерфейса конечного пользователя со сложными средствами анализа моделей.

Методы быстрой разработки приложений дают возможность сокращать время создания поддерживающих информационных систем, а также могут применяться как во время реинжиниринга, так и на этапе развития, сопровождающегося постоянными модификациями и улучшениями ИС компании.

В результате изучения данной темы можно подытожить, что реинжиниринг БП весьма сложный процесс и он невозможен без выбора методологии. В результате успешно проведенной реструктуризации БП, организация может повысить эффективность работы, а также уровень конкурентоспособности.

Литература

1. Набока, М.В. Подходы и методологии реинжиниринга бизнес-процессов телекоммуникационного предприятия / М. В. Набока., Д. А. Чистов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2009. — №12(60). — С. 82-85.
2. Путькина, Л.В. Основные CASE-средства для проектирования бизнес-процессов предприятия [Электронный ресурс] / Л.В. Путькина. // Nauka-rastudent.ru. : электрон. научн. журн. — 2017. — No. 4. — Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/39/4164/> (дата обращения 06.03.2020).
3. Реинжиниринг бизнес-процессов / А.О. Блинов, О.С. Рудакова, В.Я. Захаров, И.В. Захаров ; ред. А.О. Блинов. — Москва: Юнити-Дана, 2015. — 343 с.
4. Сорокин, А.А. Реинжиниринг бизнес-процессов / А. А. Сорокин, А. Ю. Орлова. — Ставрополь : СКФУ, 2014. — 212 с.

Кушникова Екатерина Сергеевна

обучающаяся

Солдатова Светлана Александровна

старший преподаватель

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет

им. В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА

В данной работе рассмотрена актуальная тема, как оптимизация деятельности магазина розничной торговли. Научная новизна работы заключается в заинтересованности любого предпринимателя или владельца магазина в успешности своей деятельности и выгодного результата, в виде окупаемости затрат и получении прибыли с продаж.

Для эффективной работы магазина необходимо изучить и исследовать всю имеющуюся информацию о закупках, товарах, клиентах, сотрудниках, о настоящем состоянии на рынке продаж и многие другие факторы.

В организации деятельности розничного магазина необходимо учитывать такие основные факторы, как:

- управленческая деятельность (организация работы сотрудников, качество обслуживания потребителей, маркетинговая деятельность, и др.);
- формирование закупок и ассортимента;
- спрос потребителей на товары.

Данные факторы влияют на конечный продукт реализации деятельности магазина, которым является прибыль с этой деятельности, необходимая для дальнейшего развития.

1. Управленческая деятельность. Предприниматель обязан подобрать классифицированных сотрудников, правильно организовать их деятельность, организовать маркетинговую деятельность, в виде рекламы, программ акций и скидок для привлечения потребителей.
2. Формирование закупок и ассортимента. Необходимо правильно сформулировать список необходимой продукции. Сформулировать лист закупок, выбрать поставщиков и обеспечить доставку.
3. Спрос потребителей на товары. Для правильного и прибыльного формирования списка закупок необходимо учесть спрос потребителей. Заказывать именно те товары, которые будут давать прибыль магазину. Формирование закупок и ассортимента в основном зависит от спроса потребителей.

Существует классический подход к оптимизации деятельности магазина, который включает в себя сокращение сотрудников, снижение заработной платы, а также снижение цен на товары. Данный подход является неэффективным, так как снижает мотивацию у сотрудников и уровни продаж, а снижение цен на товары, в крайнем случае, может привести к убыткам.

Правильным подходом к оптимизации деятельности магазина будет:

- конкретизация задач и целей;
- сотрудники распределяются по отделам, учитывая их классификацию, знания и навыки;
- создание скидочных карт и привилегий для постоянных клиентов (т.е. вести клиентскую базу);
- повысить качество продукции и обслуживания. Немаловажным фактором является интерьер и обстановка в магазине для расположения к себе покупателей;
- мотивация сотрудников для качественной работы и увеличения количества продаж, в виде премий и привилегий;
- обеспечение гарантий и возможности возврата;
- план о дальнейшем расширении магазина (создание сети магазинов либо увеличение категорий товаров, возможность реализации продукции в интернет-пространстве).

Оптимизация деятельности магазина включает в себя данные, а так же их реализацию и дальнейшую модернизацию. Это необходимо для достижения максимальной прибыли и осуществления основной задачи деятельности магазина.

Данные модели оптимизации деятельности розничного магазина являются обязательной частью жизненного цикла предприятия, для дальнейшего существования и для будущего развития. Это помогает правильно реализовать продукцию, избежать убытков и получить максимальную прибыль.

Литература

1. Бегиева А.Ш. Оптимизация величины и структуры товарных запасов на предприятиях розничной торговли / Бегиева А.Ш., Фидарова Л.М., Бегиева Л.М.// Управление экономическими и социальными системами региона. – 2017. – 66 – 71с.
2. Брагин Л.А. Торговое дело - экономика и организация. / Л.А. Брагин. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2012. – 425 с.
3. Организация и технология торговых процессов. / Под ред. Ф.Г. Панкратова. - М.: Экономика, 2015. – 334 с.
4. Оптимизация розничных продаж: торговля, планирование и работа магазина [Электронный ресурс]. URL: <http://arprime.ru/optimizacia/roznichnye-prodazi-i-torgovla#sut-optimizatsii-prodazh> (дата обращения: 27.03.2020)

УДК 004.056

Мазинова Айше Эскандеровна

обучающаяся

Научный руководитель:

Бойченко Олег Валерьевич

д. тех. н., профессор

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ ACUNETIX WEB VULNERABILITY SCANNER

Сканирование веб-уязвимостей является важным инструментом для многих компаний, независимо от их размера или отрасли. Возможность уверенно и эффективно использовать такой инструмент позволяет выявить больше уязвимостей и рисков, которые вы в противном случае упустили бы. Еще одним преимуществом использования сканирования веб-уязвимостей является повышенная точность результатов сканирования и понимание результатов этих сканирований. Из-за сложности и множества опций, доступных для инструментов сканирования веб-уязвимостей, может быть трудно использовать их в полной мере. Вот почему обучение по устранению неполадок и настройке доступных опций является практически необходимостью в наши дни.

Каждый бизнес отличается от других, и у каждого из них есть свои потребности в безопасности. Именно Acunetix, помогает компаниям определить, какой тип сканирования необходимо выполнить.

Acunetix была основана в 2005 году Ником Галеа [1]. В то время многие предприятия не видели необходимости защищать свои веб-приложения. Вместо этого они сосредоточились на защите сети. Acunetix был первооткрывателем, который понял, что этого недостаточно, потому что сетевые сканеры и брандмауэры беспомощны против большинства веб-уязвимостей. Решение состояло в разработке автоматизированного инструмента, используемого для сканирования веб-приложений с целью выявления и устранения проблем безопасности.

С тех пор Acunetix росла как компания, так и продукт. Сканер уязвимостей изначально был разработан только для Windows. Однако в 2018-м — они выпустили версию Linux, а в 2019-м — Acunetix 360 для предприятий [2].

Сам сканер веб-уязвимостей Acunetix включает в себя множество инновационных функций:

- технология AcuSensor;
- автоматический анализатор клиентских сценариев позволяющий проводить тестирование безопасности приложений Ajax и Web 2.0;
- самые передовые и углубленные в отрасли SQL-инъекции и межсайтовое тестирование сценариев;
- расширенные инструменты тестирования на проникновение, такие как HTTP- Editor и HTTP-Fuzzer;
- визуальный регистратор макросов упрощает тестирование веб-форм и защищенных паролем областей;
- поддержка страниц с капчей, единым входом и двухфакторной аутентификацией;
- обширные средства отчетности, включая отчеты о соблюдении требований VISA PCI;
- многопоточный и молниеносный сканер с легкостью обходит сотни тысяч страниц;
- интеллектуальный искатель определяет тип веб-сервера и язык приложения;
- acunetix обходит и анализирует веб-сайты, включая flash-контент, SOAP и AJAX;
- порт сканирует веб-сервер и выполняет проверку безопасности для сетевых служб, работающих на сервере.

Acunetix позволяет выполнять несколько сканирований одновременно, но это может занять больше времени для завершения всего процесса сканирования. Время сканирования конкретного веб-сайта или веб-приложения зависит от технологий и сложности целевого объекта. Acunetix также позволяет сканировать на наличие определенных уязвимостей, таких как XSS, которые можно установить при запуске сканирования. Это является преимуществом, так как поиск определенной уязвимости требует гораздо меньше времени, чем полное сканирование и это также может помочь разработчикам сосредоточиться на конкретной уязвимости и исправить ее.

Генерация отчетов — это еще одна хорошая функция Acunetix, которая помогает повторно использовать результаты сканирования. Различные отчеты позволяют получить результаты, согласно поставленной задачи. Даже если Acunetix уменьшает количество ложных срабатываний, результаты сканирования все равно могут содержать их. Разработчикам необходимо дважды проверить результат сканирования и подтверждать, что результаты не являются ложными тревогами, что может занять больше времени. Если бы Acunetix предоставлял возможность отмечать ложные срабатывания вручную и ограничивать их от дальнейших результатов сканирования, результаты сканирования могли бы быть лучше и с меньшим количеством ложных срабатываний [3].

Подводя итоги, стоит отметить, что рассмотренный сканер уязвимости имеет ряд достоинств, которые помогают предприятиям находить недостатки системы до их обнаружения посторонними людьми. Однако есть небольшие недоработки, и, как отмечают пользователи, это, прежде всего, недостаточность функциональности, по сравнению со сканером Nessus.

Литература

1. Официальный сайт «Acunetix»/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www.acunetix.com/>.
2. Acunetix Web Vulnerability Scanner/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://dedicatet.com/threads/acunetix-web-vulnerability-scanner-12-0-19051514-full-crack.2206/>.
3. Аудит безопасности WEB приложений / [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://auditagency.com.ua/ru/acunetix/>.

Мазинова Айше Эскандеровна
обучающаяся

Научный руководитель:

Остапенко Ирина Николаевна
к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ПРИМЕНЕНИЕ DATA MINING ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Интеллектуальный анализ данных, он же Data Mining (DM), является одним из наиболее широко используемых методов извлечения информации из больших наборов данных. Существуют различные методы DM, которые делятся на две большие группы: непосредственное использование обучающих данных (Data Retention), а также выявление и использование формализованных закономерностей (Data Distillation). Выбор нужного метода в большей степени зависит от того, какую проблему корпорация пытается решить.

Необходимость применения DM в различных отраслях стала очевидной в основном из-за большого количества собираемой информации. С каждым днем ее количество неумолимыми темпами увеличивается, ведь сеть Интернет постепенно захватывает весь мир и люди все больше информации оставляют в открытом доступе. Согласно прогнозам Международной корпорации данных (IDC)[1] к 2025 году мы будем генерировать 463 миллиарда гигабайт данных в день. Человеческий разум, даже у профессионального аналитика, просто не способен вовремя проанализировать такой огромный поток информации.

Благодаря большому количеству информации, доступной индустрии развлечений, усовершенствования ведутся постоянно для того, чтобы следить за пожеланиями поклонников, рейтингами и отправлять обновленную информацию зрителям. DM в индустрии развлечений используется с целью понимания того, чего действительно хочет аудитория. Полученные знания могут помочь обновить контент, который уже транслируется, или помогут сформировать новый медиа-контент. Большие данные также могут помочь индустрии развлечений понять, нравится ли пользователям фильм или сериал.

Ярким примером использования DM в индустрии развлечений является онлайн-кинотеатр Netflix. Netflix - компания, управляемая данными, которая должна использовать информацию для передачи всем подписчикам. Используя DM, корпорация изучила своих клиентов, и приняла инновационное решение. Пока остальные стриминговые площадки, такие как Hulu, the CW и другие выпускают одну серию сериала в неделю, Netflix шагнул дальше и принял решение выпускать сразу весь сезон шоу в один день. Что оказало положительный эффект на клиентов, так, в 2005 году у них было всего 4,2 млн пользователей, а на начало 2020 года количество подписчиков превысило 168 миллионов. Благодаря использованию технологий DM они получили превосходство на рынке и довольно быстрыми темпами заняли ведущую позицию. Преимуществом DM в индустрии развлечений является прогнозирование желаний аудитории, оптимизация планирования, увеличение числа подписок, а также использование правильной рекламы для привлечения клиентов[2].

Не смотря на все преимущества использования DM в индустрии развлечений, существует значительный недостаток, который заключается в том, что информация иногда может быть неправильной. Некоторые данные образуются от того сколько времени человек потратил на тот или иной сериал, однако многие люди просто оставляют свои телевизоры включенными, и на самом деле их не смотрят. Но так как данные вычисляются посредством того, сколько времени человек потратил на просмотр, корпорации не могут полагаться на них. Еще один недостаток, свойственный индустрии развлечений, связан с тем, что данные не могут предугадать что будет в будущем. У приводимого мною в пример онлайн-кинотеатра были хитовые сериалы, чей первый сезон получил кучу похвал и высокие рейтинги, однако последующие сезоны получали отзывы все хуже и хуже.

Подводя итог, можно сказать, что DM всегда будет использоваться в развлекательных целях, поскольку он представляет собой более простой способ получения информации, необходимой отрасли. Он выдает информацию о том, какие инструменты работают (реклама, сюжетные повороты, обложки сериалов и фильмов и т.д.), а какие нет. Именно так шоу отменяются, разрабатываются, становятся популярными. DM очень важен, и отрасль не приносила бы многомиллиардный доход на сегодняшний день без него.

Литература

1. Worldwide Big Data and Analytics Software Forecast, 2019–2023 [Электронный ресурс] / Chandana Gopal, Dan Vesset, Carl W. Olofson, и др. — Электрон. журн. — 2019. — Режим доступа: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US44803719>
2. Data mining. Извлечение информации из Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, GitHub /Рассел М., Классен М.. — Санкт-Петербург: Питер, 2019. — 464с.

Мазина Айше Эскандеровна
обучающаяся

Научный руководитель:

Усенко Роман Станиславович
старший преподаватель

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

О ВЫБОРЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Жизненный цикл информационной системы (ЖЦ ИС) представляет собой непрерывный процесс, начинающийся с момента принятия решения о создании информационной системы и заканчивающийся в момент полного окончания ее эксплуатации [1]. Под моделью жизненного цикла информационной системы подразумевают некоторую структуру, определяющую последовательность осуществления процессов, действий и задач, выполняемых на протяжении ЖЦ ИС, а также взаимосвязи между ними. ЖЦ ИС делит весь процесс создания информационной системы на этапы, что в значительной мере облегчает работу разработчиков.

В последнее время все шире используются корпоративные информационные системы. Основной целью их внедрения является эффективное использование всех ресурсов и совершенствование управленческих решений с целью получения высокой прибыли [2]. В настоящее время корпоративные информационные системы успешно используются не только в крупных, но и в средних компаниях. Разработка корпоративной информационной системы — трудоёмкий и длительный процесс.

Успех применения разработанной системы часто зависит от правильной систематизации и анализа исходных данных, а также правильности выбора модели ЖЦ. При выборе оптимальной модели ЖЦ корпоративных систем рассмотрим 4 модели ЖЦ ИС: каскадную, модель разработки через тестирование, спиральную модель и методологию Agile.

1. Каскадная модель — это базовая модель жизненного цикла информационных систем. Главной особенностью данной модели является то, что последующая фаза может быть начата только после завершения предыдущей [3]. Таким образом, окончание одной фазы будет являться началом следующей фазы.

2. V-модель — это уникальная методология линейной разработки, используемая в течение жизненного цикла разработки программного обеспечения [4]. Разработка каждого этапа непосредственно связана с этапом тестирования. Следующая фаза начинается только после завершения предыдущей фазы, то есть для каждого вида деятельности по разработке информационной системы существует соответствующая ей тестовая деятельность.

3. Спиральная модель. Ее главным отличием является особое внимание к рискам, влияющим на организацию жизненного цикла ИС. В своем схематическом представлении она выглядит как спираль со множеством петель [1]. Точное число петель спирали может варьироваться в зависимости от масштаба проекта и требований заказчика. Каждый виток спирали соответствует поэтапной модели создания части системы, для которой уточняются цели и характеристики проекта.

4. Agile это процессная методология, состоящая из серии подходов (Scrum, Kanban и т.д.) к созданию информационной системы. Каждый из подходов, входящих в список Agile, нацелен на быструю и гибкую реакцию на изменения в требованиях проекта. Кроме того избегается все, что является неразумной тратой времени и усилий.

Достоинства и недостатки описанных моделей представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение моделей ЖЦ ИС [4]

Характеристика проекта	Модель ЖЦ ИС			
	Каскадная	V-модель	Спиральная	Agile
Преимущества	модель очень проста и понятна; каждый этап в модели четко определен;	простая и удобная для понимания и использования; этапы выполняются по одному за раз	мониторинг рисков; гибкость требований	сокращение общего времени разработки всего проекта; заказчик получает представление о программных продуктах после каждой итерации
Недостатки	фазы проходят отдельно друг от друга; невозможно изменить получившийся продукт без повторного прохождения полного цикла.	высокий риск и неопределенность; нехватка адаптивности	большое количество промежуточных этапов; сложность в использовании.	из-за отсутствия официальных документов, важные решения, принятые на разных этапах, могут быть неверно истолкованы разными членами команды

Характеристика проекта	Модель ЖЦ ИС			
	Каскадная	V-модель	Спиральная	Agile
Масштаб проекта	малые и средние проекты	любые проекты	любые проекты	любые проекты
Разработка итерациями	нет	нет	да	да
Применение на практике	нет	не часто	не часто	часто
Изменение требований по мере развития проекта	нет	да	да	да
Стоимость	низкая	средняя	дорогая	очень дорогая
Роли участников могут меняться в ходе проекта	нет	нет	да	да
Надежность системы	низкая	средняя	высокая	высокая
Приоритетность клиента	-	низкая	средняя	высокая

На основании вышеизложенного описания моделей и данных таблицы 1, можно сделать вывод, что наилучшим решением при выборе оптимальной модели ЖЦ ИС является методология Agile. Именно она предоставляет возможность постоянного совершенствования системы, не дожидаясь момента ее устаревания. Однако для маломасштабных проектов необходимо выбирать такие менее затратные и простые подходы, как каскадная модель.

Литература

1. Избачков Ю.С. Информационные системы / Ю.С. Избачков, В.Н. Петров. — 2-е изд. — СПб: Питер, 2005. — 656с.
2. Невлюдов И.Ш. Анализ жизненного цикла разработки программного обеспечения для корпоративных информационных систем / И.Ш. Невлюдов, А.А. Андрусевич, В.В. Евсеев // ВЕЖПТ - 2010. №8 (48), С.25-27.
3. Воробьев А.Ф. Жизненный цикл информационной системы / А.Ф. Воробьев // APRIORI. Серия: Естественные и технические науки. - 2014. №6, С.9-16.
4. Перл И.А. Введение в методологию программной инженерии: Учебное пособие. / И.А. Перл, О.В. Калёнова. – СПб.: Университет ИТМО, 2019. – 53 с.

УДК 004.054

Ольховская Александра Александровна
обучающаяся
Научный руководитель:
Бойченко Олег Валерьевич
д. тех. н., профессор
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
Республика Крым, Россия

СИСТЕМА MAPINFO PRO В БИЗНЕС-АНАЛИТИКЕ

Стремление пользователей к использованию доступного и удобного приложения, требующего минимальных временных и материальных затрат при выполнении операций, связанных с выполнением служебных обязанностей или личных интересов, является достаточно обоснованным. Примером такого программного продукта, в части геоинформационных и картографических приложений, является MapInfo Pro.

MapInfo Professional является продуктом американской фирмы Mapping Information Systems Corporation, которая занимается разработкой программных продуктов геоинформационных систем (ГИС) и средств обработки картографической информации. Компания была основана в 1986 году и первым разработанным продуктом стала настольная геоинформационная система для автомобильной навигации. Именно MapInfo предоставила компании Microsoft первые инструменты, позволяющие добавить в свои продукты надстройку сопоставления, что в дальнейшем послужило основой для создания отдельного программного продукта Microsoft MapPoint. Так же компания разработала пространственную базу данных для Informix и разработала оригинальный пространственный картридж для базы данных Oracle [1].

Программный продукт MapInfo Professional является полноценной функциональной инструментальной геоинформационной системой, предназначенной для сбора, хранения, отображения,

редактирования и анализа пространственных данных [2]. Данная система позволяет пользователям исследовать данные, символизировать объекты и создавать карты с отображением нужной нам информацией. Данные в этой системе могут быть представлены в различных видах, это может быть как карта, так и список, график или отчет. Возможности данной системы позволяют осуществлять визуализацию данных. MapInfo Professional активно используется бизнес-аналитиками. Например, необходимо определить наиболее посещаемое отделение банка определенного региона. Сетевой администратор выбирает необходимый регион, устанавливает критерий отбора и ему выводятся запрашиваемые данные в виде отчета, при необходимости, и на карте выделяются различными цветами отделения в зависимости от их популярности. А также используется инженерами геоинформационных систем, в страховании, анализе окружающей среды, инжиниринге, маркетинге, анализе преступности, разведке полезных ископаемых и многих других областях.

По результатам проведенных исследований, у MapInfo Pro можно выделять ряд достоинств:

- простота в использовании, а именно удобный интерфейс для пользователей любого уровня;
- удобный доступ к данным, ведь поддерживаются все необходимые форматы;
- функции редактирования, создания и анализа данных, наличие необходимого инструментария для обработки;
- большое количество вариантов отображения данных;
- публикация результатов для обмена информацией среди сотрудников фирмы;
- наличие онлайн сервисов.

Также совместимость с Microsoft Windows 98, Windows 2000, Windows XP Professional и Windows XP Home, Office и поддержка связи с удаленными базами данных, а это означает, что нет необходимости в установке дополнительных программных средств.

На сегодняшний день система MapInfo Professional является одним из наиболее популярных пакетов на рынке настольных геоинформационных систем. Ее используют такие финансовые организации как Центральный Банк Российской Федерации, Сбербанк России, Банк Москвы, Росбанк, агентство по ипотечному жилищному кредитованию и национальный банк Украины. Данный программный продукт поможет вам создать модель вашего мира, чтобы вы могли смоделировать различные альтернативы для руководства вашими действиями в бизнесе.

Литература

1. Гарридо А. Тысяча причин обновить MapInfo Pro до 64-битной версии // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mapinfo.ru/company>.
2. Роберт Т. Новый редактор команд (Command Editor) для 64 битной версии // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mapinfo.ru/product/mapinfo-professional>.

УДК 004.45

Ольховская Александра Александровна
обучающаяся
Усенко Роман Станиславович
старший преподаватель
*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия*

СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ВЕРСИЙ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ИС

Многие современные программные продукты являются результатами огромного труда и чаще всего не одного человека, а целой команды разработчиков, которые создавали и усовершенствовали систему не один год. Чтобы получить успешный результат и скоординировать действия всех участников разработки, необходима возможность отслеживания всех совершенных в процессе работы над проектом изменений, а также, при необходимости, наличие возможности вернуться на несколько шагов назад. Для решения описанных задач были разработаны специальные системы, которые получили название систем контроля версий (Version Control System, VCS). Для понимания необходимости использования систем контроля версий, в первую очередь необходимо выяснить, что же они контролируют, какие проблемы решают и насколько упрощают разработку.

Version Control System — это такие системы, которые фиксируют все происходящие изменения состояний кода разрабатываемого проекта. С течением времени такие системы развивались и улучшались, с учетом появления новых проблем, требующих решений. На сегодняшний день системы контроля версий могут решать различные задачи, в том числе задачи совместной разработки проекта, синхронизации с сервером и т.д.

Самыми распространенными системами контроля версий являются такие системы как Git, SVN, Directual, Mercurial, Team Foundation Server и CVS. Каждая из них имеет свои особенности, принципа работы, достоинства и недостатки. Системы контроля версий делятся на два вида: распределенные (Git,

Mercurial, Bazaar, Darcs) и централизованные (CVS, Subversion, Perforce, Team Foundation Server, SVN) [1].

Наиболее распространенной системой контроля версий является Git, которая была создана в 2005 году сообществом разработчиков. Система контроля версий Git записывает изменения в файл или набор файлов с течением времени, чтобы пользователи могли позже просмотреть предыдущие версии. Данная система обеспечивает сохранность всего кода, начиная с самой первой строчки. Также в данной системе имеется возможность для каждого члена команды просмотреть все происходящие изменения. Вся информация о коде хранится, в так называемых, репозиториях. Репозиторий — это электронное хранилище данных, чаще всего данный термин относится к программному коду [2]. Работа с Git начинается с центрального репозитория, в котором происходит копирование данных в локальный репозиторий, данная операция имеет название Clone. Далее происходит изменение локальной копии проекта и создается измененный проект, все это выполняется с помощью операций добавления, изменения и удаления. После внесенных изменений следует проверка работоспособности проекта, подтверждение внесенных изменений (операция Commit) и добавление изменений из локального репозитория в центральный (операция Push).

Жизненный цикл информационной системы представляет собой непрерывный процесс, начинающийся с момента принятия решения о создании информационной системы и заканчивающийся в момент полного окончания ее эксплуатации. В процессе жизненного цикла ИС иногда нам приходится возвращаться на несколько шагов назад, чтобы что-то дополнить или исправить, и тогда нам важно иметь при себе все исходные данные, начиная с самого начала работы [3]. Также в процессе разработки ИС немаловажна возможность видеть, кто в последний раз изменял файлы, что именно вызывало ошибки и проблемы и много других полезных возможностей, которые могут быть реализованы с помощью систем контроля версий.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- использование систем контроля версий в практической деятельности современного разработчика является необходимым условием;
- наиболее распространенной системой контроля версий является Git;
- использование системы контроля версий Git возможно совместно с интегрированными средами разработки, в которых присутствуют встроенная поддержка данных систем. При отсутствии данного функционала в среде разработки взаимодействие с Git можно осуществлять через командную строку.

Таким образом, все изменения и поправки на некоторых этапах жизненного цикла можно осуществлять с помощью Git, ведь данная система позволяет добавлять, изменять и удалять необходимую информацию о проекте.

Использование систем контроля версий достаточно важно для получения полнофункционального проекта, ведь, таким образом возможно просмотреть весь жизненный цикл разрабатываемой системы и устранить все возникающие в процессе разработки ошибки.

Литература

1. Гаспарян А.В. Совместная разработка ПО с использованием GIT / А.В. Гаспарян, Н.В. Тимошина // ИТпортал. 2017. №1 (13). С.3
2. Введение - Основы Git. / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://git-scm.com/book/ru/v2/Введение-Основы-Git> (дата обращения: 27.03.2020).
3. Мархакшинов А.Л. Применение системы контроля версий GIT в процессе обучения программированию на JAVA / А.Л. Мархакшинов // В сборнике: Инновационные технологии в науке и образовании Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Отв. ред. Е.Р. Урмакшинова, С.Л. Буянтуев. 2017. С. 160-163.

УДК 004

Ольховская Александра Александровна
обучающаяся
Научный руководитель:
Усенко Роман Станиславович
старший преподаватель
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»
Республика Крым, Россия

КЛАСТЕРНЫЙ МЕТОД И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В АНАЛИЗЕ ДАННЫХ

В настоящее время существует большое количество различных методов обработки и анализа информации, и у каждого есть свои преимущества и недостатки. Не каждый метод подходит для всех сфер применения и может быть невозможно проанализировать какой-либо объем информации данным способом. Поэтому анализ данных включает в себя большое количество методов, с помощью которых можно обрабатывать информацию, и каждый из них несет свою функцию.

Одним из методов является кластерный анализ, который применяется для структурирования, организации и упорядочивания данных, содержащих относительно одинаковую информацию. Термин «кластерный анализ» был введен математиком Трионом в 1939 году. Под кластером понимают часть данных, которые схожи между собой. А метод кластеризации занимается анализом этих данных, который объединяет их по определенным признакам. Главной задачей кластеризации является обработка большого объема информации.

На самом деле, каждый из нас хоть раз в жизни точно сталкивался с какими-либо кластерами. Кластерный анализ используется достаточно широко в банковской сфере для классификации заемщиков, в страховой сфере для классификации страховых компаний [1]. Также данный метод начинает использоваться в других областях, например, для классификации учеников (для того, чтобы можно было их разделить на отличников, хорошистов или троечников), для классификации магазинов (по ассортименту товара или же его месторасположению) и т.д.

Методы кластеризации делят на две основные группы:

1. Иерархические методы, которые основаны на последовательном объединении меньших кластеров в большие и разделении больших кластеров на меньшие. Данная группа методов представляется в виде дендрограмм (древовидных диаграмм). Иерархические методы в свою очередь делятся на агломеративные (Single-link, complete-link, CURE) и дивизимные (MST). Первый вид подразумевает последовательное объединение и уменьшение количества кластеров, а второй, наоборот, основан на последовательном разделении одного большого кластера на несколько мелких [2].

2. Неиерархические методы, основанные на дроблении исходной совокупности. Процесс данной группы методов кластеризации является итеративным, то есть повторяющимся. Неиерархические методы делятся на четкие (k-средних, Expectation-Maximization, метод с использованием искусственных нейронных сетей и генетических алгоритмов) и нечеткие (FCM, метод с использованием генетических алгоритмов) [3].

Кластеризацию можно производить в программном продукте Microsoft Office Excel, что не всегда удобно, ведь приходится вводить большую часть необходимой информации вручную. Например, есть ряд каких-либо данных с параметрами и их необходимо сгруппировать. В качестве расстояния между ними можно взять, например, евклидово расстояние, которое вычисляется следующим образом:

$$d_{ij} = \sqrt{\sum_{k=1}^m (x_{ik} - x_{jk})^2},$$

где d_{ij} – расстояние между i -м и j -м объектами; x_{ik} и x_{jk} – значения k -й переменной.

Если выполнять расчеты в табличном процессоре Excel вручную, то необходимо ввести данную формулу и разместить полученные данные в виде матрицы расстояний. Самые близкие объекты по значению необходимо объединить в одну группу и сформировать новую матрицу значений, оставляя наименьшее значение из кластера. Это делается до тех пор, пока не будут объединены все подобные по значениям элементы. В итоге получается сгруппированная матрица с несколькими кластерами. Из описанных действий видно, что проводить кластерный анализ в Excel является достаточно трудоемким процессом.

Существуют и специальные статистические пакеты, с помощью которых проводить анализирование намного проще, удобнее и быстрее. Например, статистический пакет STATISTICA. В нем реализованы классические методы кластерного анализа, а именно методы k-средних, иерархической кластеризации и двухвходового объединения. Чтобы сгруппировать и отсортировать данные необходимо выбрать модуль кластерного анализа и метод, с помощью которого необходимо проанализировать данные. Результатом будет сгруппированная матрица с графиком средних и доверительных интервалов для переменных или же иерархическое дерево (дендограмма) [4].

На сегодняшний день кластерный метод анализа данных применяется во многих сферах нашей жизни. Это может быть экономика, статистика, информатика, биология, социология, экология и другие. Данный метод анализа данных активно применяется в тех случаях, когда нам необходимо проанализировать и сгруппировать большой объем данных.

Литература

1. Усенко Р.С. К вопросу использования кластерного подхода при оценке конкурентоспособности страховой компании / Р.С. Усенко // Финансовые рынки и инвестиционные процессы. Сборник трудов V Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 117-119.
2. Тюрин, А.Г. Кластерный анализ, методы и алгоритмы кластеризации /А.Г. Тюрин, И.О. Зуев. — 3-издание. — Москва: ВЕСТНИК МГТУ МИРЭА, 2014. — 311с.
3. Егоров, А.В. Особенности методов кластеризации данных / А.В. Егоров, Н.И. Куприянова. — Информационные и гуманитарные технологии в управлении экономическими и социальными системами. — Таганрог: Известия Южного федерального университета, 2011. — 240с.
4. Бурева Н.Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП “STATISTICA”. Учебно-методический материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики». Нижний Новгород, 2007, 112 с.

УДК 339.1

Османов Ремзи Джаферович

обучающийся

Королёв Олег Леонидович

доцент, к.э.н.

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия*

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ WORDPRESS В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В 21 веке существует множество способов создания бизнеса, однако наиболее популярным и эффективным средством является Интернет. За короткий срок Интернет внёс большой вклад в развитие бизнеса в различных сферах. Производители товаров и услуг получили новые инструменты для ведения бизнеса, а потребители в свою очередь получили новые источники информации о товарах и услугах, а также средство, для эффективной коммуникации с компаниями.

Наиболее популярным способом ведения бизнеса в Интернет является разработка веб-сайта. Хорошо разработанный веб-сайт помогает быстро донести необходимую информацию клиенту и ответить на первостепенные вопросы. [1]

Для упрощения управления контентом сайта используются CMS – системы управления контентом. Это программное обеспечение, предназначенное для помощи пользователям в создании и редактировании веб-сайта [2].

Сейчас существует множество различных CMS систем, однако большинство из них малоизвестны и используются в ограниченном круге разработчиков. Популярных CMS можно выделить около 15. Они условно разделяются на бесплатные (WordPress, Joomla, Opencart) и платные (Bitrix, CS-Cart, UMI).

Самой популярной системой управления контентом является WordPress. В основе WordPress лежит более 35% сайтов во всём мире. Обычно эта система используется для создания блога, где есть необходимость постоянно размещать новые статьи, фотографии и т.д. С помощью CMS это можно сделать в несколько кликов.

WordPress – чрезвычайно универсальный инструмент, который позволяет использовать для создания нескольких видов веб-сайтов. На самом деле, возможности безграничны, но наиболее распространенными способами использования являются следующие:

- Блоги
- Сайты-портфолио
- Бизнес Сайты
- Благотворительные сайты
- Интернет-магазины

Следует отметить, что существуют площадки, на которых можно приобрести платные готовые шаблоны под любую тематику сайта. Самыми популярными в СНГ являются: TemplateMonster и Envato. На данных площадках существуют удобные фильтры, которые позволяют найти шаблоны по заданным критериям для любого вида бизнеса [3].

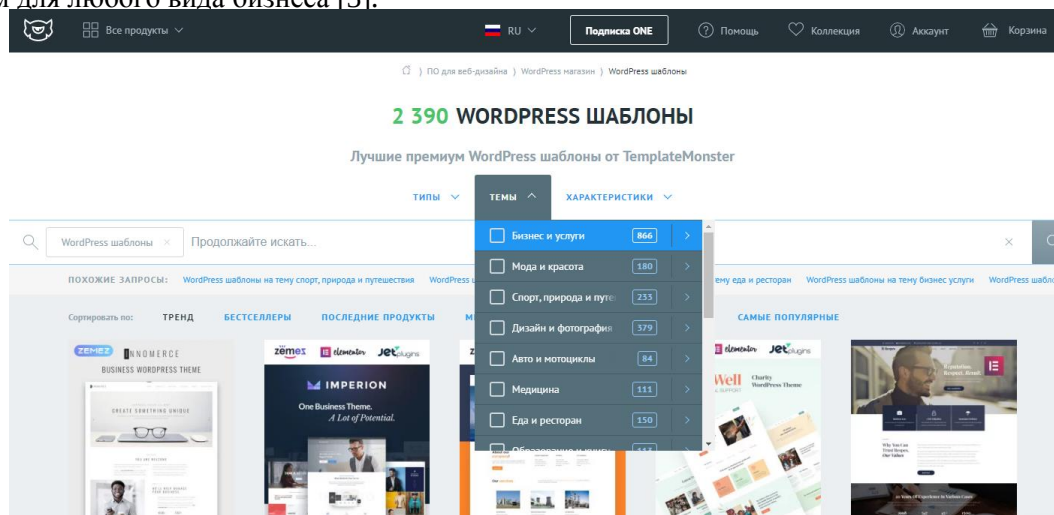


Рисунок 1 – Площадка для продажи шаблонов TemplateMonster

Одним из больших преимуществ WordPress является простой и интуитивно понятный интерфейс. Достаточно обладать базовыми навыками работы с компьютером для управления сайтами, написанными на WordPress. Но главное преимущество в открытом исходном коде. Это позволяет миллионам разработчиков во всём мире расширять функционал данной системы, создавая новые дополнения [4]. На

данный момент существует более 50000 плагинов, которые помогают решать различные задачи для любого вида бизнеса.

Среди огромного множества CMS систем выбрать подходящую для конкретного вида бизнеса может быть задачей непростой, однако если необходимо найти быстрое и легкое решения, то Wordpress будет подходящим вариантом. При правильном наборе плагинов можно получить современный, адаптивный, приносящий клиентов веб-сайт, который поможет вывести бизнес на новый уровень.

Литература

1. Зачем нужен анализ сайта? / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.innov.ru/news/it/zachem-nuzhen-analiz-sayt> (дата обращения: 29.03.2020).
2. Барлетт Д. WordPress для начинающих - М.: Эксмо 2017. — 208 с.
3. Рейтинг CMS за 2020 год / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.innov.ru/news/it/zachem-nuzhen-analiz-sayt> (дата обращения: 29.03.2020).

УДК 339.1

Османов Ремзи Джаферович
обучающийся

Усенко Роман Станиславович
старший преподаватель

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия*

СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В современном мире Интернет стал наиболее эффективным средством для создания бизнеса. Интернет в экономике сегодня позволяет выполнять любые действия: покупку, поиск клиентов, заключение договоров и многое другое. Всё меньше людей пользуется телевидением и радио, отдавая предпочтение сети Интернет. Уровень привлечения пользователей в сферу электронной торговли на начало 2019 года составляет 50,9%, а в сфере онлайн-покупок в Российской Федерации в 2018 году участвовало 80,1 млн.чел. [1].

Существует много разных способов для ведения бизнеса в интернете, но самым популярным в данный момент является разработка сайта. Качественный сайт, содержащий основную информацию об организации, частном лице, компании, товарах или услугах, является визитной карточкой компании и даёт возможность решить многие проблемы клиентов [2].

Для облегчения управления содержимым сайта широко используются системы управления контентом (CMS – англ. Content Management System). Они представляют собой программное обеспечение, предназначенное для помощи пользователям в создании и редактировании веб-сайта. В последнее время концепция CMS широко используется в бизнесе и маркетинге. Однако важно отметить, что CMS делает гораздо больше, чем просто помогает управлять текстовым и графическим содержимым, отображаемым на веб-страницах. Системы управления контентом развивались, чтобы помочь разработать внешний вид веб-сайтов, отслеживать сеансы пользователей, обрабатывать запросы, собирать комментарии посетителей, организовывать форумы и многое другое. Все эти возможности помогают предприятию хорошо зарекомендовать себя на рынке [3].

Основным принципом работы CMS является то, что контент сайта и его дизайн разделены. Дизайн сайта редко модернизируется, а контент возможно менять каждый день или даже час. CMS не требует установки какого-либо дополнительного программного обеспечения, поскольку оно находится непосредственно на сервере. Вы можете получить к нему доступ через свой браузер. CMS поддерживает различные распространенные браузеры: Chrome, Yandex, Safari и др.

Все системы управления контентом можно разделить на две основные группы: платные и бесплатные. К платным относятся: Bitrix, Moguta, CS-Cart и другие. Из бесплатных можно выделить: WordPress, Joomla, Opencart.

Платные системы управления контентом используются гораздо реже, чем бесплатные. Чаще всего из-за высокой стоимости покупки не только базовой версии, но и из-за необходимости покупки различных плагинов, расширяющих функционал [4].

Общий рейтинг CMS за 2019 год представлен на рисунке 1. Самой популярной системой управления контентом является WordPress. В основе WordPress лежит более 35% сайтов во всём мире. Обычно эта система используется для создания блога, в котором есть необходимость постоянно размещать новые статьи, фотографии и т.д. С помощью CMS это можно сделать в несколько кликов. Одним из больших преимуществ WordPress является простой и интуитивно понятный интерфейс. Достаточно обладать базовыми навыками работы с компьютером для управления сайтами, написанными на WordPress. Но главное преимущество в открытом исходном коде. Это позволяет миллионам разработчиков во всём мире расширять функционал данной системы, создавая новые дополнения [5].

Общие рейтинг CMS за 2019 год

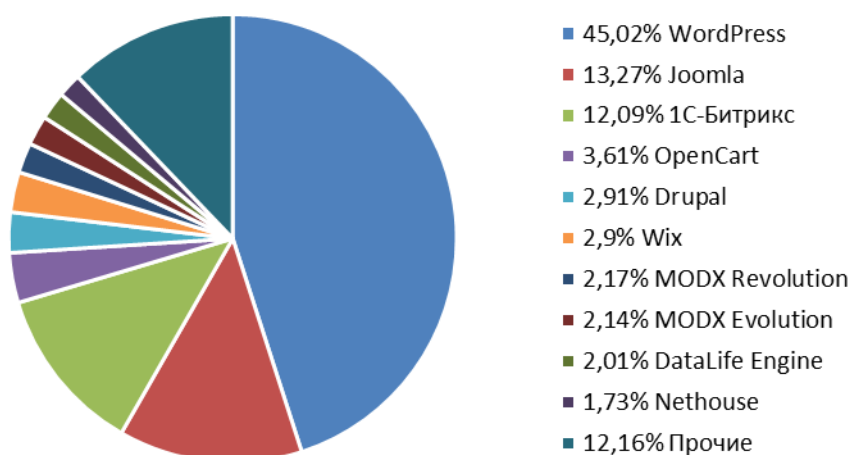


Рисунок 1 – Общий рейтинг CMS за 2019 год

CMS помогают обычным пользователям, которые не имеют профессиональных навыков, таких как разработка веб-сайтов или знание языков программирования, эффективно управлять контентом, не обращаясь за профессиональной помощью. Это является главным преимуществом, благодаря которому и используют данные системы.

Наличие веб-сайта существенно повышает имидж компании в глазах, как и партнеров, так и потенциальных клиентов. С его помощью можно рассказать о своём бизнесе, предоставляя пользователям всю необходимую информацию, в чем ваши преимущества перед иными компаниями. Веб-сайт сейчас является неотъемлемым инструментом для ведения бизнеса. Его наличие, четкое и понятное описание приводит к привлечению новых клиентов.

Литература

1. Усенко Р.С. Состояние и тенденции развития электронной коммерции // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления (ИСКРА – 2019): сборник трудов II Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых, г. Симферополь – г. Судак, 02–04 октября 2019 г. / научн. ред. В. М. Ячменевой. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – С. 203-206.
2. Зачем нужен анализ сайта? / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.innov.ru/news/it/zachem-puzhen-analiz-sayt/> (дата обращения: 12.03.2020).
3. Грачев А. Создаём свой сайт на WordPress: быстро, легко и бесплатно. 2-е издание - СПб: Питер, 2014. — 272 с.
4. Общий рейтинг CMS за 2019 год / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://itrack.ru/research/cmsrate/> (дата обращения: 12.03.2020).
5. Какую CMS выбрать для сайта? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://бюро-невозможного.рф/сравнение-популярных-cms> (дата обращения: 12.03.2020).

УДК 347

Павленко Дмитрий Глебович
обучающийся

Смирнова Оксана Юрьевна
ассистент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»
Республика Крым, Россия*

О ТЕХНОЛОГИИ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Имитационное моделирование выполняется с использованием набора математических средств, специальных компьютерных программ и технологий, позволяющих моделировать структуру и функции сложных процессов и оптимизировать режимы их определенных параметров. Набор программных средств и технологий моделирования – спецификация системы моделирования, то есть специализированное программное обеспечение.

Моделирование – это специальная информационная технология, состоящая из основных этапов, показанных на рисунке 1.

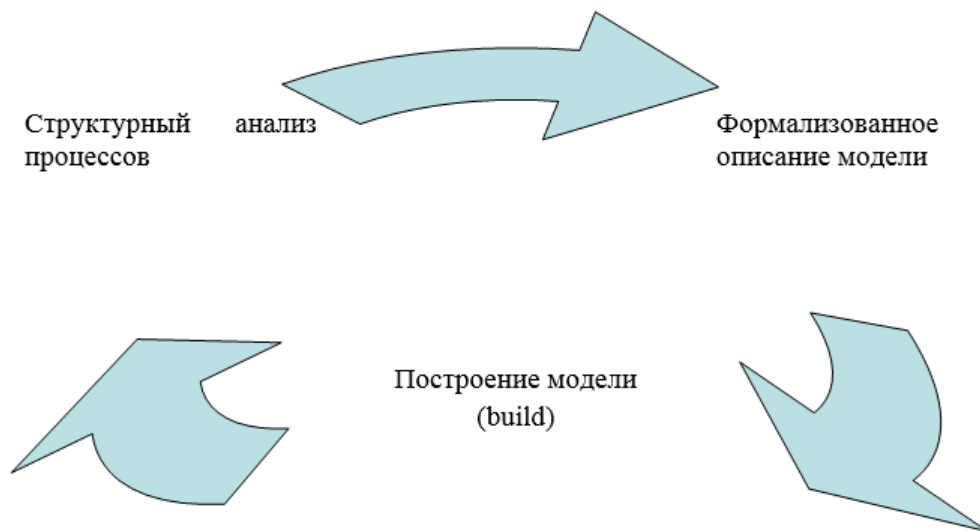


Рисунок 1 – Основные этапы имитационного моделирования

Наиболее распространенные типы моделирования в следующих науках: математика, физика, экономика.

Статистическое тестирование (моделирование) – это специальный метод для получения статистических оценок и анализа систем и процессов. Рассмотрим Монте-Карло. При отсутствии каких-либо правил поведения статистический тест с использованием метода Монте-Карло является наиболее простым моделированием. Использование методов Монте-Карло для получения выборок является основным принципом компьютерного моделирования систем, содержащих случайные или вероятностные элементы. Разработка этого метода связана с работами Джона фон Неймана и его коллег в конце 1940-х годов, которые назвали метод «Монте-Карло» и применили его для защиты от ядерной радиации для решения некоторых проблем. Согласно методу Монте-Карло, разработчики могут моделировать работу сложных систем, которые контролируют тысячи таких процессов, и исследовать поведение всей группы путем обработки статистики. Другой метод, состоит в том, чтобы моделировать поведение системы управления в течение очень большого промежутка времени модели, в свою очередь астрономическое время выполнения программы моделирования на компьютере может составлять доли секунды.

УДК 347

Письменный Никита Максимович
обучающийся

Смирнова Оксана Юрьевна
ассистент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»
Республика Крым, Россия*

WEB-СИСТЕМЫ КАК ЭТАП БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ

Сегодня web-системы стали одним из основных видов информационных систем, функционирующих в глобальных сетях. Однако универсальных подходов к проектированию, разработке и их функционирования не создано. В частности, четко не определены критерии их качества и эффективности. Анализ формальной модели web-системы позволяет сделать вывод о принципиальное сходство классических информационных систем, строящихся на технологиях баз данных, и web-систем. Фактически обобщаются понятия баз данных в моделях информационных систем. В таком случае база данных системы рассматривается более объемно, чем просто набор специальных объектов (например, таблиц), обрабатывающий и поддерживающий определенную систему управления базами данных. Существует большое количество видов информационных систем и баз данных, классифицированных по критериям. Основные виды представлены на рисунке 1.

По модели данных	Иерархическая Объектная и объектно-ориентированная Объектно-реляционная	Сетевая	Реляционная Функциональная
По среде хранения	Во вторичной памяти (традиционная) В оперативной памяти В третичной памяти		
По содержанию	Географическая Научная	Историческая Мультимедийная	
По степени распределенности	Централизованная Однородная	Распределённая Фрагментированная	Неоднородная Тиражированная
Другие виды	Пространственная Пространственно-временная		Временная Циклическая

Рисунок 1 – Виды информационных систем, баз данных и web-систем

Набор статических web-страниц, хранящихся как отдельные файлы в файловой системе сервера, необходимо рассматривать как базу данных. Модель данных должна надлежащим образом документироваться и проектироваться, поскольку информационная система является динамичной в аспекте теории формальных систем. Для определения реакции системы на полученный запрос достаточно информации о состоянии системы (содержание ее базы данных).

Бизнес-моделирование – это обязательный этап разработки и внедрения информационных систем. Бизнес-модель является средством совершенствования коммуникации проектной группы и заказчика. Внедрение информационных систем при построении и использовании бизнес-модели сокращается. Бизнес-модель позволяет производить пошаговый план развития предприятия. Методология и само средство моделирования должны обеспечивать понимание модели руководством предприятия. Если первоначальный бизнес процесс трудно документировать – это первый признак того, что процесс не оптимален.

УДК 347

Рябкова Елена Андреевна
обучающаяся

Смирнова Оксана Юрьевна
ассистент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»
Республика Крым, Россия*

К ВОПРОСУ О МОДЕЛЯХ И МЕТОДАХ ARIS

Система ARIS предназначена для визуального представления принципов и условий функционирования организаций и для проведения анализа их деятельности по показателям. Анализ деятельности организаций проводится с целью определения идеальных характеристик, а также для реорганизации: структуры, целей и функций, бизнес-процессов, используемых данных. Методология ARIS широко применяется для описания бизнес-процессов, поскольку внедрение процессного подхода – трудоемкий и продолжительный процесс, к которому зачастую организации не готовы. Для описания методологии ARIS необходимо представить характеристику основных методов и инструментов; выделить и описать основные уровни представления модели; конкретизировать правила и процедуры построения организационной модели. Основные уровни представления моделей представлены на рисунке 1.

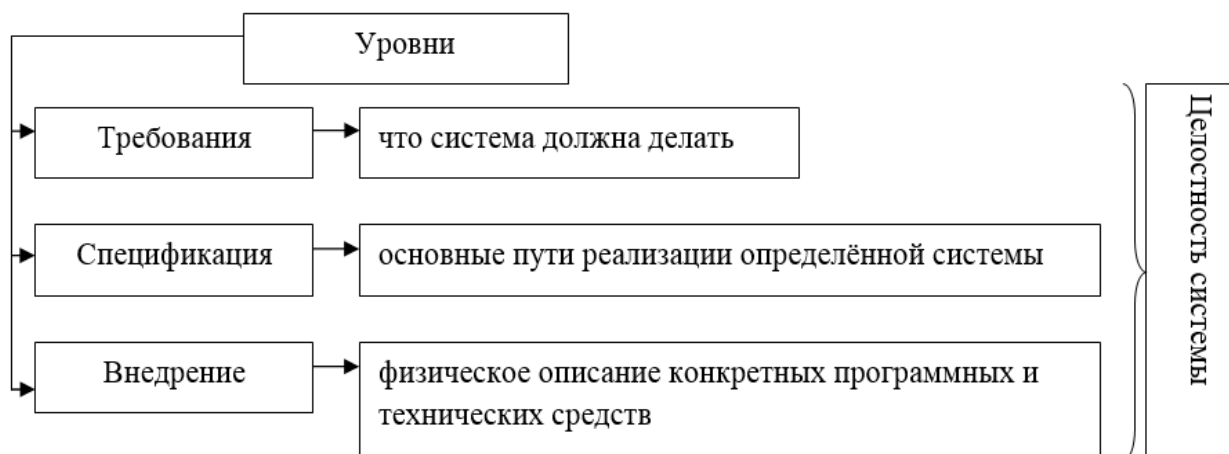


Рисунок 1 – Уровни представления моделей

В методологии ARIS, среди большого количества возможных методов описания можно выделить следующие:

- eEPC – событийная цепочка процессов;
- ERM-модель «сущность-связь» (описывает структуру данных);
- UML – унифицированный объектно-ориентированный язык моделирования.

Организационная структура методологии ARIS включает правила, которые позволяют произвести статичное структурирование компании. Организация процедур основана на правилах, отвечающих задачам. Рассмотрим основные этапы проектирования функциональной модели. 1 этап: устанавливаются необходимые функции управления и содержание работ. 2 этап: определяются задачи каждой функции управления. 3 этап: операции классифицируют по задачам, соответствующих функциям управления. 4 этап: определяется состав подразделений и комплекс работ. Также методология ARIS предусматривает наличие большого числа всевозможных диаграмм, которые составляют функциональное представление. Дерево функций можно описать с помощью различных уровней детализации, Y-диаграммы. Диаграмма целей описывает цели организации и строит иерархию. Таким образом создаваемые модели представляют собой формализованное описание организации, включая организационную структуру, протекающие процессы, взаимодействия между организацией и субъектами рынка, состав и структуру документов, последовательность бизнес-процессов.

УДК 004.003

Сейтнебиева Эльмира Февзиевна
обучающаяся

Усенко Роман Станиславович

старший преподаватель

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Институт экономики и управления

Республика Крым, Россия

КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ

В эпоху глобализации экономики предприятия существуют в постоянной конкурентной борьбе за лидирующие позиции. Составляющей их успешного функционирования, является ИТ-инфраструктура, которая представляет из себя комплекс сервисов и систем, необходимых для информационного взаимодействия в рамках организации. В таких условиях предприятия стремятся иметь одну из составляющих ИТ-инфраструктуры – корпоративную информационную систему (КИС), которая позволяет вести учет и эффективно управлять предприятием, посредством автоматизации существующих бизнес-процессов (БП).

КИС являются достаточно действенным инструментом, поскольку постоянный мониторинг показателей эффективности и своевременная реакция на изменения помогают избежать нерационального использования ресурсов, а также не упустить новые возможности.

Можно выделить следующие ключевые признаки КИС [1]:

– соответствие потребностям организации, т.е. согласованность её культуры и организационно-финансовой структуры;

- интегрированность, т.е. доступность для модулей системы всей информации, вырабатываемой другими модулями;
- открытость и масштабируемость, т.е. возможность дополнения новых модулей в КИС и расширения системы по функциям и масштабам.

В соответствии с вышеперечисленными признаками КИС можно дать следующее определение. Корпоративная информационная система – это открытая интегрированная автоматизированная система реального времени, автоматизирующая БП организации на разных уровнях, включая БП связанные с принятием управленческих решений.

Существует большое количество классификаций КИС в зависимости от сроков и сложности внедрения, стоимости, функциональных возможностей и т.д., на рис.1 и рис.2. представлены некоторые из них.

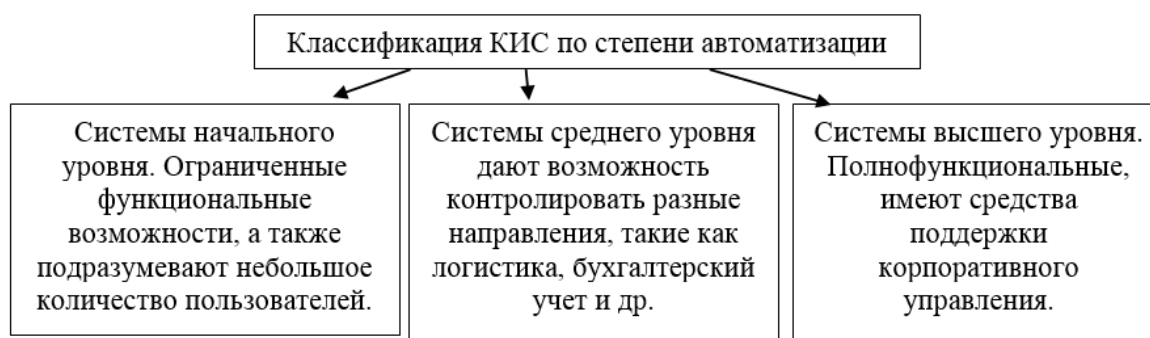


Рисунок 1 –Классификация КИС по степени автоматизации [2]

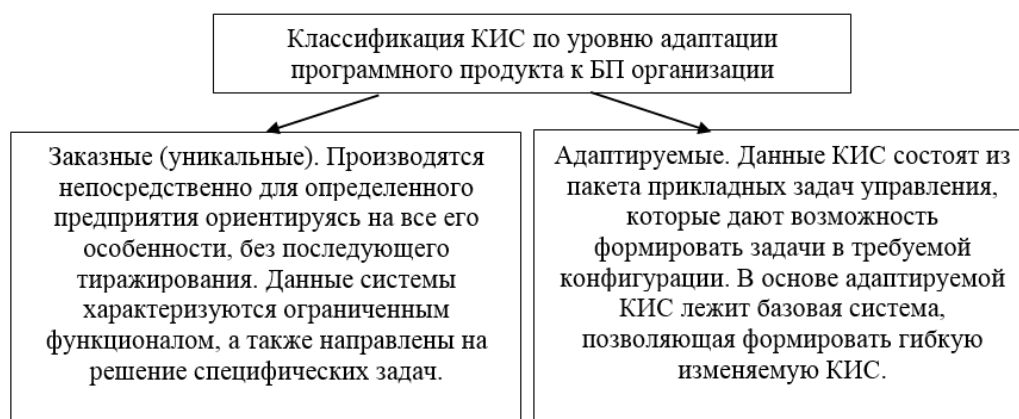


Рисунок 2 – Классификация КИС по уровню адаптации программного продукта к БП организации [3]

Можно заключить, что внедрение корпоративных информационных систем на предприятии любого размера и сферы деятельности дает ему ряд преимуществ: появляется возможность принимать более обоснованные решения; повышается уровень обслуживания клиента; улучшаются взаимоотношения с поставщиками; повышается эффективность работ; снижается себестоимость товаров; увеличивается общий доход предприятия и т.д. Однако для достижения перечисленных преимуществ, к выбору и внедрению КИС следует подходить тщательно.

Литература

1. Чуманова А.М. Корпоративные информационные системы [Текст] / А.М. Чуманова // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. – 2016. - №8.- С. 133-138.
2. Макарова Н.В. Анализ состояния и тенденций развития рынка корпоративных информационных систем [Текст] / Н.В. Макарова, Е.А. Самарханова // Ученые записки международного банковского института. – 2014. - №7. – С. 9-22.
3. Попкова А.В. Классификация корпоративных информационных систем [Текст] / А.В. Попкова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. - №1-1(43).- С. 68-71.

Солдатов Максим Александрович

доцент, к. ф.-м. н.

Абибулаев Алим Азиз оглы

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГЕ

Каждый день мы так или иначе сталкиваемся с нейронными сетями. Идентификация людей по камерам наблюдения, чат-боты на различных сайтах, алгоритмы подбора рекомендаций на YouTube и многое другое было реализовано с помощью нейронных сетей.

В своей простейшей форме искусственная нейронная сеть является имитацией человеческого мозга. Естественный мозг обладает способностью изучать новые вещи, адаптироваться к новым и меняющимся условиям. Он обладает удивительной способностью анализировать неполную и неясную, нечеткую информацию и делать собственные выводы из нее. Человеческий мозг является очень сложным органом, который контролирует весь организм. Мозг даже самого примитивного животного обладает большими возможностями, чем самый продвинутый компьютер. Его функция заключается не только в управлении физическими частями тела, но и в более сложных действиях, таких как мышление, визуализация, воображение, обучение и т. д., но в областях, связанных с анализом данных, нейронные сети справляются гораздо лучше человека.

Одна из самых популярных сфер применения нейронных сетей – маркетинг. НС применяются в маркетинговых исследованиях для анализа данных, в общении с клиентами через чат-ботов, показе рекламы пользователям, распознавании человеческой речи, анализе рынка и предсказании поведения целевой аудитории. Для таких целей используются разнообразные нейронные сети, имеющие множество скрытых слоев.

Также в маркетинге нейронные сети решают такую проблему, как создание контента. Даже в таком творческом направлении нейронные сети показывают неплохие результаты. Они умеют обрабатывать фото, рисовать изображения, создавать дизайн. Такие возможности могут помочь компаниям в создании собственного стиля на основе картинок, которые получаются на выходе нейронной сети.

Исходя из вышеизложенного, нейронные сети выполняют огромное количество задач в маркетинге, и имеют большие перспективы быть внедренными во все аспекты человеческой жизни.

Солдатов Максим Александрович

к.ф.-м.н., доцент

Лавочников Валерий Олегович

обучающийся

*Института экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ В ЗАДАЧЕ ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Введение. В современном мире информация играет одну из важнейших ролей во всех сферах человеческой деятельности. Количество информации постоянно растет, а вместе с ним возрастает и сложность хранения, обработки и использования данных. Инструменты интеллектуального анализа данных позволяют выявить закономерности в данных и проанализировать их, что имеет особое значение в коммерческой деятельности.

Постановка проблемы. Интеллектуальный анализ данных – это сборная дисциплина, существующая на основе таких наук как прикладная статистика, машинное обучение, теория баз данных и другие. Технология интеллектуального анализа данных заключается в поиске в больших объемах необработанных данных скрытых и при этом полезных закономерностей, которые позволят принять решение в различных ситуациях, возникающих в процессе человеческой деятельности. Модели интеллектуального анализа подразделяются на предсказательные и описательные. Использование разных моделей обуславливается поставленными целями и позволяет решить различные классы задач.

В данном исследовании было принято решение проанализировать потребительские предпочтения пользователей электронных кошельков и на основе полученных данных построить модель, предсказывающую, какой тип устройств пользователь чаще применяет в работе с электронными кошельками: компьютер или смартфон.

Целью данного исследования является изучение проблематики построения деревьев решений и их построение на основе языка программирования Python.

Методы исследования. Применение такого инструмента интеллектуального анализа данных как деревья решений позволяет выделить классы пользователей с похожими атрибутами и выявить присущие им закономерности. Применение данного подхода при правильном использовании дает весьма хорошие результаты, а логика построения деревьев решения интуитивно понятна человеку, что позволяет легко их интерпретировать.

Для решения данной задачи необходимо создать дерево-классификатор и обучить его на тренировочном наборе данных. Деревья решений склонны к переобучению и нахождению ложных закономерностей, присущих только данной выборке, но не наблюдающихся у генеральной совокупности. Для получения наибольшей точности и снижения уровня переобученности необходимо определить оптимальные параметры дерева решений, такие как глубина дерева, критерий оценки, минимальное число объектов, достаточное для разбиения и т.д. Также влияние случайных факторов помогает снизить использование кросс-валидации – проверка того, насколько применяемый в модели статистический анализ успешно работает на независимом наборе данных.

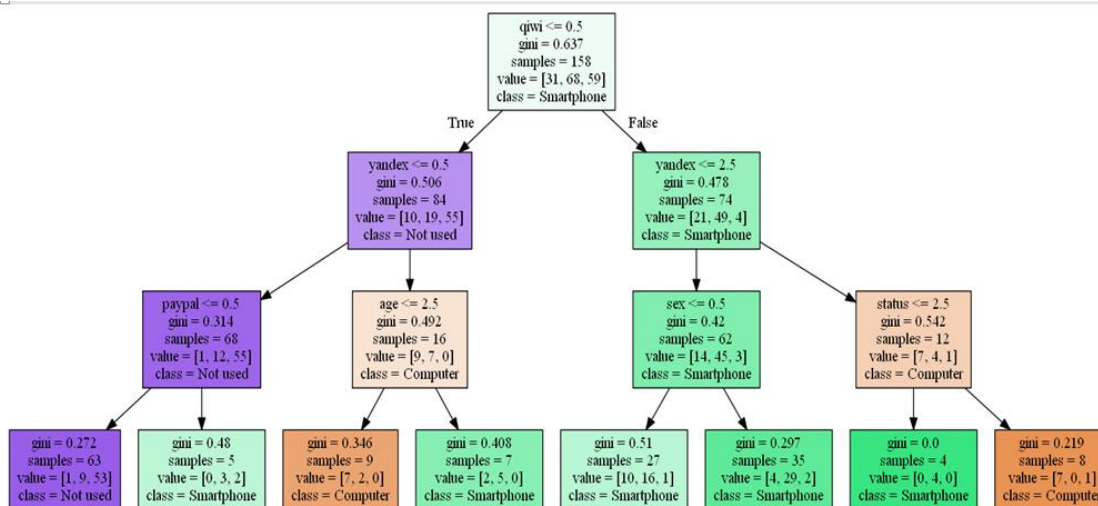


Рисунок 1 – Дерево решений пользователей электронных кошельков

Результаты исследования. Как результат, нами было построено дерево решений, предсказывающее класс пользователя электронных кошельков, основываясь на присущих ему атрибутах.

Выводы. Деревья решений – мощный инструмент интеллектуального анализа данных, позволяющий находить закономерности в больших объемах данных и принимать соответствующие решения, основываясь на полученных результатах.

УДК 004.89

Солдатов Максим Александрович

к. ф.-м. н., доцент

Таратухина Татьяна Сергеевна

магистрант

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ

Интеллектуальный анализ данных (Data Mining) является одним из новейших направлений в сфере информационных систем (ИС), нацеленных на решение задач поддержки принятия решений на базе количественного и качественного анализа сверхбольших массивов различных ретроспективных данных.

Главной особенностью Data Mining является комбинирование обширного математического инструментария (от обычного статистического анализа до новейших кибернетических методов) и самых новых разработок в сфере информационных технологий. В интеллектуальном анализе данных гармонично взаимодействуют точно формализованные методы и методы неформального анализа, то есть количественные и качественные методы.

Все методы интеллектуального анализа данных можно распределить на две большие группы, исходя из их работы с исходными обучающими выборками. Данная классификация разделяет методы

основываясь на том, сохраняются ли данные после анализа или же они дистиллируются для дальнейшего использования.

1. Непосредственное использование данных, или сохранение данных.

Исходные данные в таком случае находятся в явном детализированном виде и непосредственно применяются на этапах прогностического моделирования и анализа исключений. Однако, у данной группы методов есть существенный недостаток – при анализе сверхбольших объемов данных могут возникнуть сложности. К методам данной группы относятся: кластерный анализ, рассуждение по аналогии, метод k-ближайших соседей.

2. Поиск и применение формализованных закономерностей, или дистилляция шаблонов.

Технология дистилляции шаблонов заключается в том, что один шаблон (образец) информации извлекается из начальных данных и превращается в некоторые формальные структуры, на вид которых влияет применяемый метод интеллектуального анализа. Данный процесс осуществляется на этапе свободного поиска, у первого набора методов эта стадия вообще отсутствует. На этапах прогностического моделирования и анализа исключений берутся результаты стадии свободного поиска, они намного компактнее самих баз данных.

Методами данной группы являются: логические методы, методы кросс-табуляции, методы визуализации и методы, базирующиеся на уравнениях.

Помимо этого, все методы Data mining разделяют еще на 2 класса: статистические методы и кибернетические. В данном случае, разделение связано с разными подходами к обучению математических моделей. Статистические методы базируются на использовании усредненного накопленного опыта, отраженного в ретроспективных данных, в то время как кибернетические методы включают большое количество разнообразных математических подходов.

Основным преимуществом данной классификации можно назвать ее удобство для интерпретации – она применяется при описании математических средств современного подхода к извлечению знаний из наборов исходных данных, т.е. в задачах Data Mining. Однако, у текущей классификации есть и недостаток – обе группы методов так или иначе основываются на сопоставлении статистического опыта с результатами проверки текущей ситуации.

Статистические методы интеллектуального анализа включают в себя четыре связанных между собой группы:

- первичный анализ природы статистических данных (проверка гипотез стационарности, нормальности, независимости, однородности, анализ вида функции распределения, ее параметров и т.п.);
- поиск связей и закономерностей (линейный и нелинейный регрессионный анализ, корреляционный анализ и др.);
- многомерный статистический анализ (линейный и нелинейный дискриминантный анализ, кластерный анализ, компонентный анализ, факторный анализ и др.);
- динамические модели и прогнозирование на основе временных рядов.

Про кибернетические методы интеллектуального анализа данных можно сказать, что они включают множество направлений, объединенных идеей компьютерной математики и использования теории искусственного интеллекта.

К кибернетическим методам относятся:

- искусственные нейронные сети (распознавание, кластеризация, прогноз);
- эволюционное программирование (в том числе алгоритмы метода группового учета аргументов);
- нечеткая логика;
- ассоциативная память (поиск аналогов, прототипов);
- деревья решений;
- генетические алгоритмы (оптимизация);
- системы обработки экспертных знаний.

Также все методы интеллектуального анализа классифицируются согласно задачам Data Mining. Основными задачами Data Mining являются классификация, регрессия, поиск ассоциативных правил и кластеризация.

Таким образом, все методы делятся на две группы. Первая группа объединяет методы, которые решают задачи сегментации (а именно задачи кластеризации и классификации) и задачи прогнозирования. Во второй группе собраны методы, направленные на получение описательных и прогнозирующих результатов.

Описательные методы применяются для поиска шаблонов и образцов, описывающих данные, которые аналитик может интерпретировать. Такими методами являются итеративные методы кластерного анализа, а именно: алгоритм k-средних, k-медианы, самоорганизующиеся карты Кохонена, иерархические методы кластерного анализа, методы кросс-табличной визуализации, различные методы визуализации и другие.

Суть прогнозирующих методов заключается в использовании данных одних переменных для прогнозирования неизвестных или будущих значений других переменных. Данная группа включает:

нейронные сети, деревья решений, линейную регрессию, метод опорных векторов, метод ближайшего соседа и другие.

Важно отметить, что в настоящее время Data Mining является динамично развивающимся направлением и количество методов, применяемых для анализа, огромно. Каждый метод имеет свои преимущества и недостатки и представляет информацию по-своему. Конечно же, для более точного анализа используется сразу несколько методов, которые помогают максимально эффективно решить поставленную задачу.

УДК

Солдатов Максим Александрович

к.ф.-м.н., доцент

Троценко Анастасия Юрьевна

обучающаяся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В DATA MINING

Интеллектуальный анализ данных — это процесс, используемый предприятиями для превращения необработанных данных в полезную информацию. Используя программное обеспечение для поиска закономерностей в огромном количестве данных, компании могут узнать больше о своих клиентах, чтобы разработать более эффективные маркетинговые стратегии, увеличить продажи и снизить затраты. На практике одной из основных целей интеллектуального анализа данных является прогнозирование. Прогнозирование предполагает использование некоторых переменных или полей в наборе данных для прогнозирования неизвестных или будущих значений других интересующих переменных.

Существует два этапа для выполнения прогнозирования последовательности – обучение модели прогнозирования последовательности и использование этой модели. Во-первых, необходимо обучить модель прогнозирования последовательности, используя некоторые ранее замеченные последовательности, называемые обучающими последовательностями. Процесс показан на рисунке 1.

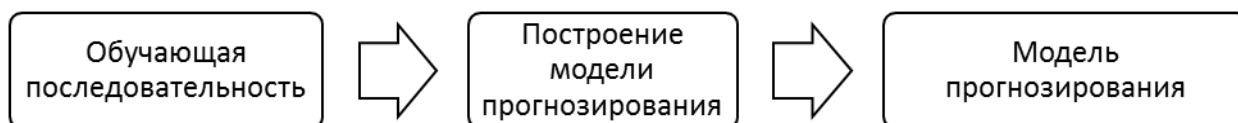


Рисунок 1 – Первый этап прогнозирования последовательности

Источник: [2, с.236].

Второй этап заключается в использовании обученной модели предсказания последовательности для выполнения предсказания для новых последовательностей (то есть предсказать следующее значение новой последовательности), как показано на рисунке 2.



Рисунок 2 – Второй этап прогнозирования последовательности

Источник: [2, с.236]

Следует отметить, что обучающая последовательность и последовательность, которая используется на втором этапе должна содержать качественные данные. Данные должны отвечать таким требованиям как доступность, точность, однозначность, релевантность, надежность и своевременность [1, с. 36-37]

Различные модели прогнозирования последовательностей имеют различные преимущества и ограничения и могут более или менее эффективно работать с различными типами данных. Обычно модель предсказания последовательности оценивается с точки зрения таких критериев как точность предсказания, память, которую она использует и время выполнения для обучения и выполнения предсказаний. Главная особенность этих моделей в том, что они могут определить основные функции объекта и спрогнозировать его будущее поведение. При использовании моделирования можно количественно оценить взаимосвязи, выбрать наиболее точную модель и получить более точный прогноз. Отметим, что в задачах прогнозирования переменные непрерывны. Примером может служить линейная регрессия, модели на основе нейронных сетей.

К распространенным методам прогнозирования относят нейронные сети, деревья решений и линейную регрессию.

Метод нейронных сетей успешно используется в распознавании образов, прогнозировании, создании экспертных систем, обработки сигналов и в других областях. Если рассматривать менеджмент и экономику, то с помощью данного метода, к примеру, можно спрогнозировать показатели биржевого рынка.

Метод деревьев решений (могут встречаться названия деревья решающих правил, деревья классификации и регрессии). Данный метод был впервые предложен Холивендом и Хантом в 1950-х годах. Если целевая переменная принимает непрерывные значения, то устанавливается зависимость этой переменной от независимых переменных и решается задача прогнозирования. Самый простой вид данного метода – представление правил в последовательной структуре. Основа структуры состоит из ответов «да» или «нет» на поставленные вопросы – такие деревья называют бинарными. Если рассматривать более сложные случаи, то выходов из внутреннего узла может быть больше двух.

Прогнозирование непрерывных значений может быть смоделировано с помощью статистического метода - регрессии. Цель регрессионного анализа состоит в том, чтобы определить наилучшую модель, которая может связать выходную переменную с различными входными переменными. Более формально, регрессионный анализ - это процесс определения того, как переменная Y связана с одной или несколькими другими переменными $x_1, x_2, \dots, x_n$. Y обычно называют зависимой переменной, а x_i - это входные данные, регрессоры, объясняющие переменные или независимые переменные [2, с.149].

Среди преимуществ использования интеллектуального анализа данных в задачах прогнозирования можно выделить:

1. Обнаружение закономерностей автоматически при использовании конкретного метода.
2. Предсказание вероятных результатов.
3. Создание полезной информации.
4. Фокусирование на больших наборах данных и базах данных.

При наличии баз данных достаточного размера и качества, технология Data Mining с помощью методов прогнозирования может создавать новые бизнес-возможности, предоставляя возможности автоматического прогнозирования тенденций и их поведения, а также обнаружения ранее неизвестных шаблонов.

Литература

1. Андресон К. Аналитическая культура. От сбора данных до бизнес-результатов / Андерсон К. – ЛитагентМИФ, 2017. – 323 с.
2. Kantardzic, M. Data mining concepts, models, methods, and algorithms / Mehmed Kantardzic. – IEEE PRESS - 2nd ed., P.550

УДК 330.4

Томасик Эльмира
обучающаяся
Ремесник Елена Сергеевна
ассистент
*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ИТ

Экономические отношения, складывающиеся в условиях нестабильности внешней среды предприятий, требуют высокоэффективных способов и методов управления их хозяйственной деятельностью. Логистические процессы влияют на экономику предприятия, формируя финансовые показатели, оказывая воздействие на рыночную позицию хозяйствующего субъекта.

Одним из наиболее прогрессивных научно-прикладных направлений логистики является логистизация. Определение логистизации происходит от определения слова «логистика», поэтому проанализируем сущность этого термина.

Обобщение многих точек зрения, выраженных в разных источниках, позволяет выделить как минимум четыре основных подхода к интерпретации термина «логистика»:

- логистика - это процессы продвижения материальных активов (сырья, полуфабрикатов, готовой продукции) на предприятии и между ними, а также продвижения информационных потоков, которые отражают материальные процессы, а также используются для управления этими процессами;
- логистика — это концепция, философия управления реальными процессами (продвижения ценностей), основанная на комплексном, системном подходе к ним;

- логистика — это область экономических знаний, которая исследует закономерности и события продвижения ценностей и информации в экономике в целом и в ее отдельных частях.
- логистика — это те виды деятельности, которые связаны с получением нужного продукта или услуги в нужном количестве, в нужном качестве, в нужном месте, в нужное время, доставкой нужному клиенту и выполнением этого по правильной цене.

Основываясь на всем вышесказанном, можно сделать вывод, что логистика — это наука планирования, управления, контроля и регулирования движения материальных, информационных и финансовых потоков (процессов) в пространстве и времени от первичных поставщиков до конечных потребителей [1, 2]. При этом многие логистические операции на пути от поставщика к потребителю связаны с материально-техническим обеспечением производственного процесса и продажей готовой продукции. Роль связи между производством и потреблением товаров достигается за счет распределения, при котором товары доставляются в определенное место и время посредством транспортирования и складирования, т. е. товары перемещаются в пространстве и времени. Эта система пространственно-временных преобразований и является логистической системой.

Основные задачи, решаемые при анализе логистических систем:

1. правильно и четко описать логистическую систему;
2. собрать данные о конкретной логистической системе;
3. определить назначение элементов для решения логистических задач, определить их состав, методы, формы и способы взаимодействия с другими элементами логистической системы;
4. сформулировать основные задачи по созданию и развитию логистических систем;
5. установить степень взаимосвязи между целями логистической системы и средствами ее достижения;
6. сформулировать несколько вариантов развития логистической системы под влиянием различных факторов внутренней и внешней среды;
7. выбрать оптимальное направление развития логистической системы;
8. разработать план развития логистической системы;
9. проверить эффективность взаимодействия элементов логистической системы, выявление и устранение узких мест;
10. определить эффективность организации корпоративного управления, функции и структуру органов управления;
11. сформулировать конкретные показатели функционирования логистической системы.

Чтобы успешно внедрить подход к управлению процессами, руководители компаний должны четко понимать, что такое управление процессами, как будут разделяться и управляться процессы в организации, и почему этот подход эффективен.

Концепция уровня зрелости процесса (Processes Maturity Levels) была создана в школе программного обеспечения (Software Engineering Institute, SEI) Университета Карнеги-Меллона в 1990-е гг. Она была основана на произведениях Уотса Хамфри. На данный момент разработана последняя версия, поддерживающая анализ зрелости процесса программирования (CMM), то есть интеграцию модели зрелости компетенций (Capability Maturity Model Integrated, CMMI), которая была обобщена для любого широкого спектра процессов в различных организациях (рис. 1) [3].



Рисунок 1 – Обзор основных уровней зрелости по модели CMMI

Уровень 1. Процессы не определены.

Организации уровня 1 не используют процессную идеологию. Они часто упоминаются как организации, которые «держатся на героях». Персонал при выполнении заданий выполняет

титаническую работу, чтобы своевременно завершить и отчитаться перед руководством. В такой компании невозможно рассчитать ресурсы, необходимые для выполнения определенных процессов.

Уровень 2. Определены некоторые процессы.

Организации, которые впервые используют процессы, часто начинают пытаться определить основу или частоту использования определенного процесса. На данном этапе руководители не представляют компанию, как совокупность общих процессов взаимодействия, а обращают внимание на конкретный процесс. В организации уровня 2 можно определить несколько основных процессов.

Уровень 3. Определено большинство процессов.

Основные элементы этого процесса уже определены в организациях 3-го уровня. Существует модель (описание) основных бизнес-процессов. Руководство уже понимает, как ими управлять. Большинство организаций 3-го уровня разработали архитектуру (систему) процессов. Если возникают проблемы, то определяется процесс, который их инициирует. Затем происходит анализ и устранение причины проблемы.

Уровень 4. Процессы находятся под управлением.

Организация 4-го уровня уже не просто определяет процессы. Менеджеры отслеживают и анализируют процессы с помощью системы показателей и принимают решения по их оптимизации.

Уровень 5. Процессы непрерывно совершенствуются.

Непрерывно действующая структура поиска новых улучшенных методов организации процессов.

Организация процессов включает в себя преобразование ресурсов и деятельность по управлению. Процесс представляет собой набор стабильных, целенаправленных взаимосвязанных видов деятельности, использующих определенные технологии для преобразования ценных для потребителя (клиента) входных и выходных данных.

Понятие «бизнес-процесс» — это абстракция, полезная для разработки бизнес-модели. Частица «бизнес-», содержащаяся в понятии, не несет большой смысловой нагрузки, а определяет общий контекст моделирования экономической деятельности, приносящей прибыль. Таким образом, бизнес-процесс как абстрактный объект является моделью любой целенаправленной деятельности, реализуемой в системе организации. Таким образом, производственные, технологические, торговые и другие процессы предприятия можно охарактеризовать как бизнес-процессы. Возможно, именно поэтому было предложено множество толкований этого термина.

Вот несколько примеров:

- Бизнес-процесс — это совокупность различных видов деятельности, где «на входе» используется один или несколько видов ресурсов, а благодаря этой деятельности «на выходе» создается продукция, представляющая ценность для потребителей.
- Бизнес-процесс — это деятельность, которая использует ресурсы и управляет преобразованием входных данных в выходные.
- Бизнес-процесс — это ряд последовательных задач, которые решаются с целью создания выхода (результата).

С целью увеличения производительности работы компаний немаловажно, чтобы процессы, совершающиеся в логистической системе, были отчетливо заметны с целью рассмотрения, а также последующего исправления. Прогрессивным способом управления потоками (вещественными, экономическими, информативными и др.) в наше время считается процессный подход и непосредственное внедрение бизнес-процессов в логистическую систему предприятия. Бизнес-процесс — это модель каждой направленной деятельности, реализуемой в организационной системе, которой является компания.

Целью построения функциональной модели бизнес-процесса считается создание четкой спецификации абсолютно всех подпроцессов, исполняемых в рамках бизнес-процесса, а также характера взаимоотношений среди них. Любая процедура в многофункциональной модели логистической системы предприятия показана в виде механизма и условного управления в виде преобразования «входных» материалов в «выходные» данные. Функциональная модель дает возможность отчетливо установить разделение ресурсов среди операций бизнес-процесса, что дает возможность оценить результативность их применения.

Нужно выделить методологию моделирования процессов IDEF. Несмотря на то, что изначально она разрабатывалась для производственной среды, теперь имеет более широкое применение и для разработки программного обеспечения в целом. Идея относится к семейству языков моделирования, которое включает в себя 16 различных методов. Эти методы моделирования процессов охватывают широкий спектр применений, и каждый метод захватывает определенный тип данных [4].

Необходимо подчеркнуть роль технологий имитационного моделирования, позволяющих наиболее эффективно организовать многие процессы [5]. При этом имитационное моделирование применимо как к внутренней, так и к внешней логистике предприятия. Внутренняя логистика включает в себя процессы перемещения и хранения объектов на территории организации, а внешняя — различные модели сетей поставок. Весь процесс имитационного моделирования проходит следующие этапы: разработка основной модели; проигрывание различных сценариев с помощью программного пакета имитационного моделирования (ПИМ); выбор оптимального на основе проведенных исследований.

Наиболее используемые ПИМ: Arena, AutoMod, eM-Plant, ProModel, QUEST, AnyLogic. AnyLogic является универсальным ПИМ.

К преимуществам имитационного моделирования можно отнести:

- свобода выбора степени детализации модели;
- применимость к любым структурам и объемам входных данных;
- возможность моделирования процессов любой сложности.

К трудностям применения имитационного моделирования относятся:

- временные и финансовые затраты;
- модель — отражение субъективных представлений разработчика;
- чем точнее модель отображает систему, для которой моделируется, тем менее она применима для других.

Разработкой сложных моделей логистических сетей разного направления должны заниматься специалисты в области имитационного моделирования логистических систем, обладающие базовыми экономическими знаниями, методами системного анализа, владеющие методами работы с несколькими ПИМ, умеющие создавать собственные компьютерные программы, разбирающиеся в современных информационных технологиях, которые обеспечивают интеграцию моделей в системах проектирования, планирования и управления.

Бизнес-процессы дают возможность проследить и анализировать работу любого подразделения и отдельных работников, осуществлять стратегии совершения установленных ранее целей, формировать эффективное управление логистической системой, а также незамедлительно отвечать на перемены внешней среды. Документирование и моделирование бизнес-процессов позволяет предприятию учитывать достоинства и недостатки процессов, быстро реагировать на изменения, совершенствоваться, то есть находиться на высшем уровне зрелости управления.

Литература

1. Афанасенко И.Д. Экономическая логистика: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. — СПб.: Питер, 2013. — 432с.
2. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник / В.И. Сергеев. М.: ИНФРА-М, 2001. - 608 с.
3. Белайчук А.А. Свод знаний по управлению бизнес-процессами. BPM СВОК 3.0: Учебное пособие / Под ред. Белайчук А.А. — Москва: Альпина Пабли., 2016. — 480с.
4. Нечаева А.П. Механизм взаимодействия структурных подразделений предприятия при оценке транзакционных издержек в логистике / П.А. Нечаева, Н.В. Андрианова // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2019. №5(175). — с.41-47.
5. Сидняев Н.И. Имитационное моделирование экономических процессов / Н.И.Сидняев, В.В. Соколянский, А.В. Лёвина // Экономика и предпринимательство. — Москва, 2017. №4-1(81). — с.190-193.

УДК 330

Фистель М. М.

магистрант

Королев Олег Леонидович

к.э.н., доцент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет

им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН

Из-за специфической природы блокчейнов - особенно распределенного формирования консенсуса, цифровой передачи ценностей, автоматизации и необратимости - технология, с одной стороны, может бросить вызов целым бизнес-моделям многих организаций и учреждений. С другой стороны, он также предлагает возможность появления новых бизнес-моделей, которые невозможно было бы воспроизвести без блокчейна или, по крайней мере, экономичным образом.

Потенциал технологии блокчейн признан для множества контекстов и применений. В то же время в настоящее время неясно, какие структурные характеристики бизнес-моделей особенно выигрывают от преимуществ блокчейна и как они могут быть экономически жизнеспособными.

На этом фоне возникают многочисленные вопросы для академических исследований, касающихся бизнес-моделей и экономической эффективности решений блокчейна:

- Каковы жизнеспособные приложения для технологии блокчейна - даже с экономической точки зрения - и как они должны быть разработаны?
- Каковы свойства бизнес-моделей - абстрагированных от конкретного приложения - которые могут извлечь выгоду из реализации с помощью блокчейна?
- Как можно предсказать влияние реализации блокчейна на устоявшиеся бизнес-модели, например, в случае ликвидации посредников?

- Как определить корпоративные преимущества блокчейн-решений по сравнению с традиционными реализациями?
- Как можно моделировать и реализовывать бизнес-модели блокчейна экономичным и значимым образом?
- Помимо отдельных компаний, какое влияние окажут технологии на существующие отрасли или экономику в целом?
- Какие возможности и риски возникают для экономик Германии и Евросоюза?

Научный ответ на эти вопросы поможет раскрыть потенциал блокчейна в конкретных сценариях реального мира. Во многих случаях современные сценарии применения не выходят за рамки статуса прототипа. Только основательный анализ подходящих бизнес-моделей и их экономической эффективности поможет блокчейну сделать прорыв в жизнеспособных сценариях применения.

В настоящее время большинство практических сценариев применения блокчейна, без сомнения, связаны с финансовым сектором. Обзор конкретных решений блокчейн проясняет, что различные проекты в этой области могут быть назначены для следующих областей применения.

- Криптовалюты: приложение Blockchain в качестве журнала транзакций для различных криптовалют, таких как Биткойн (BTC), Ethereum (ETH) и Monero (XMR).
- Бизнес-сети: блокчейн-приложения в области интеллектуального контрактирования и обмена данными, такие как Ethereum (приложения смарт-контрактов), Hyperledger и MultiChain.
- Банковское дело: приложения, основанные на блокчейне, в финансовых транзакциях, таких как Corda и Ripple.

УДК 004

Шаталова Ксения Денисовна
обучающаяся

Научный руководитель:

Королев Олег Леонидович

к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»*

Республика Крым, Россия

НАЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМ КОНТРОЛЯ ВЕРСИЙ И ПРЕДПОСЫЛКИ К ИХ СОЗДАНИЮ

В стремительно развивающемся мире появляется острая необходимость ускоренной разработки и внедрения различных систем – от этого зависит конкурентоспособность компании, которая поставляет ПО на рынок. Важно не только «обогнать» конкурентную фирму, но и сделать работу качественно, соответствуя требованиям клиентов. Жизненный цикл информационных систем, которые разрабатываются преимущественно с помощью СКВ, предполагают прежде всего, такие этапы, как анализ и разработка, являющиеся основополагающими, так как именно с этих стадий стартует процесс разработки ПО и ИС.

Существует множество подходов к организации работы по разработке, но как самые оптимальные зарекомендовали себя именно командные проекты, в которых программисты могут обмениваться знаниями и разделять обязанности. Можно создать среду с одним кодом, и сохранять его копии, но это не целесообразно, так как появляется множество копий одного кода с незначительными различиями, возникает путаница. Работа замедляется. Так появляется необходимость создавать ПО, позволяющие одновременно разрабатывать один проект большим количеством человек. [2, с. 607]

Появляются так называемые системы контроля версий (СКВ) или Version Control System представляющие собой ПО для работы с изменяющейся информацией. Они позволяют хранить с доступом для изменения различные версии программного кода, и таким образом, избегать повторений файлов и ошибок. [1,103] Данное ПО будет полезно не только для крупных проектов, но и для небольших приложений от разработчиков-одиночек. В силу своих особенностей также могут применяться в работе с изменяющимися документами. Как пример уже существующих систем контроля версий можно привести наиболее распространенные: CVS, GIT, Mercurial, и др.

Самая первая СКВ была создана в 1972 году Марком Рочкингом – SCCS. Одними из последних СКВ (2005 г.) появились Mercurial (Мэтт Маккалл) и GIT (Линус Торвальдс).

Развитие СКВ шло в несколько этапов. СКВ первого поколения отслеживали отдельные изменения файлов, а редактирование было возможно одним пользователем локально. Все пользователи должны были заходить по своим учетным записям в один общий узел. В СКВ второго поколения появилась возможность поддержки сети, что привело к централизованным хранилищам с версиями проектов. Пользователи могут работать над проектом одновременно с доступом к сети. Третье поколение - распределённые СКВ, где все копии репозитория равны между собой, нет центрального. Это разрешило ветви и слияния, создаваемые без доступа к сети, что позволило полный возврат всего проекта при выходе системы из строя или сбоях. [1, с. 104]

Выводы: Появление СКВ дало возможность успешной командной работы, сохраняя все изменения, тем самым обозначая зоны ответственности работников за каждую из совершенных и решенных ошибок в коде.

Литература

1. Шурыгин, В.Н. Системы контроля версий /В.Н. Шурыгин, Д.А. Сиваченко. — Вестник МГУП имени Ивана Федорова //Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова, № 5'2015. — 103-104с.
2. Крючин, О.В. Использование системы управления версиями и средства управления разработкой веб-проектов /О.В. Крючин, К.Р. Хабилова. — Вестник ТГУ, т.19, вып.2, 2014. — 607-612с.

Шаталова Ксения Денисовна

обучающаяся

Научный руководитель:

Остапенко Ирина Николаевна

к.э.н., доцент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»

Республика Крым, Россия

СЕРВИС ЯНДЕКС.МЕТРИКА КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА ДАННЫХ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В виртуальном предпринимательстве – экономической деятельности, в виртуальном пространстве, важным аспектом успешного функционирования бизнес-процессов является постоянная аналитика и учёт.

Одним из таких инструментов, который успешно функционирует, можно назвать сервис от компании Яндекс – Яндекс.Метрика. Он предназначен для глубокого анализа поступающих данных и их структуризации, удобства пользования и планирования дальнейшей деятельности предпринимателя. С помощью инструментов в данном сервисе можно проанализировать успешность функционирования сайта, влияющую на повышение и понижение продаж, их скачки в связи с изменениями в дизайне, структуре, контенте и других его составляющих (скорость загрузки, адаптивность сайта к различным устройствам).

Для исследования была взята демо-версия сервиса, которая находится на первой позиции в поисковой системе Яндекс. В данном сервисе присутствуют наглядные диаграммы, графики с визуализированными данными. В отличие от обычной бизнес-аналитики, данный сервис считает именно взаимодействия пользователей с web-страницами компании в интернете. На главной странице можно просмотреть графики визитов, времени на сайте, отказов, глубины просмотра сайта (то есть, насколько продвинулся пользователь в изучении сайта), просмотров в целом, достижения целей (например, цели продаж или звонков). Отражаются проценты различной конверсии (то есть отношение целевых визитов к количеству посещений) и различных настраиваемых параметров. Целевые визиты – это визит, в ходе которого достигается определенная цель (в нашем случае, целевой звонок, покупка товара или услуги). Далее проводится анализ и визуализация полученной информации: устройства, которыми пользуются посетители сайта (они же – потенциальные клиенты), возраст и пол аудитории, источники их трафика.

К источникам трафика относятся: переходы по ссылкам на сайтах (по упоминаниям сайта компании на сторонних Интернет-ресурсах), переходы из поисковых систем (прямой запрос на поиск сайта клиентом), прямые заходы (когда клиент вручную вводит адрес сайта в адресной строке, или переходит на сайт из закладок), внутренние переходы (переходы по страницам внутри сайта), переходы по рекламе (когда клиент увидел баннер с рекламой на стороннем сайте) и другие способы, не описанные более обобщенно в алгоритме фильтрации, то есть те, что не подходят всем вышеперечисленным категориям: почтовые рассылки, социальные сети, мессенджеры [1].

Сам сервис является бесплатным, но его настройка требует определенных знаний и умений. Поэтому, иногда является целесообразным заказать платную настройку сервиса под конкретные нужды. Таким образом, в короткие сроки можно приступить к аналитике сайта.

В заключение можно сказать, что появление таких сервисов, как Яндекс.Метрика, значительно упрощает ведение Интернет-предпринимательства, а значит повышает мотивацию самих предпринимателей вести именно этот вид экономической деятельности.

Литература

1. Яндекс.Метрика. Демо-версия // Яндекс. — URL: <https://metrika.yandex.ru/dashboard?id=29761725> (дата обращения: 24.03.2020)

Аблякимова Л. Р.
обучающаяся
Черногорова К. А.
ассистент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРИНЦИПОВ МЕНЕДЖМЕНТА

В настоящее время для любого предприятия процесс принятия решений заключается в выборе из возможных альтернатив наиболее эффективного способа достижения целей организации. Для этого необходимо учитывать основные принципы управленческих процессов.

Система современного менеджмента основывается на уже разработанных и новых методах и принципах. В принципах находит свое отражение философия управления организацией и ее структурными элементами, которая направлена на развитие деятельности. С помощью разработанных принципов можно корректировать цели компании, формулировать новые задачи, разрабатывать методологию и мероприятия.

Принципы менеджмента - это важнейшие аспекты управления и основные функциональные звенья, которые включают концепции и идеи управленческой деятельности, основанные на законах управления.

Таким образом, принципы управления, которые объективно отражают реальность, являются неотъемлемой частью производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Однако вместе с этим каждый принцип выражает субъективную идею, которую хочет реализовать руководство организации.

В современной научной литературе не существует единого подхода к классификации принципов менеджмента, поскольку они очень разнообразны и базируются на противоречивых аспектах управленческих процессов. Их использование в области управления организацией должно обеспечивать получение максимальных результатов деятельности, что, в свою очередь, поддерживает социально-экономическое развитие.

Проанализируем основные принципы, которые включают в себя:

- научность;
- системность управления и комплексность при принятии управленческих решений;
- единоначалие и коллегиальность;
- демократизация и централизация;
- сочетание отраслевого и территориального подходов в управлении.

Применяя принцип научности, нужно соответствовать высоким требованиям при выработке методов и построении системы управления организацией на основе научных исследований. Данный принцип отражает динамичное развитие объекта менеджмента или описывает его состояние в условиях, при которых уровень влияния факторов внешней и внутренней среды организации может быть достаточно разным. Следует отметить, что в современной практике принцип научности играет важную роль не только для государственных или муниципальных учреждений, но и для предприятий малого и среднего бизнеса.

Принцип научности предусматривает анализ противоречивых точек зрения относительно выбора конкретного решения из множества альтернатив. Противоречивость выражается в несогласованности теории и практики, но в то же время она определяет оптимальные параметры звеньев управления с целью устранения этих разногласий. Сложность обусловлена ограниченными временными рамками для решения определенных задач. Необходимо учитывать, прежде всего, такие важные вопросы, как факторы внешней и внутренней среды, различающиеся между собой степенью влияния, временные ограничения и другие не менее важные параметры, которые воздействуют на управляемый объект – предприятие. Принцип научности должен быть реализован на основе многоаспектного анализа и исследований с использованием различных методов, в том числе методов экономико-математического моделирования, анализа законов управления, статистического анализа и др.

Таким образом, принцип научности имеет сложную структуру, включая противоречивые концепции и влияние объективных и субъективных факторов. Их комплексный анализ позволяет принимать управленческие решения, способствующие повышению эффективности функционирования предприятия.

Принцип системности и комплексности предполагает сочетание в одном промежутке времени системного и комплексного подхода к процессу управления. Системность характеризуется необходимостью использования элементов теории системного анализа при реализации управленческого решения. Комплексность предусматривает реализацию многоаспектной деятельности, результатом которой является оценка состояния управляемого объекта как системы. При этом следует принимать во внимание все элементы, звенья системы, а также подсистемы и надсистемы. Это означает, что нужно проводить оценку структуры как целостного объекта.

Принцип системности управления и комплексности при принятии управленческих решений предполагает наличие альтернативных действий, если коллектив принимает участие в разработке

определенных решений. Это обеспечивает применение творческого подхода на практике. При решении сложных вопросов и проблем, возникающих в процессе функционирования предприятия, учитываются мнения специалистов различного профиля.

Принцип демократизации и централизации характеризуется комбинированием демократического и централизованного аспектов управления. На уровне предприятия этот принцип реализуется путем соблюдения прав и обязанностей, полномочий и ответственности и тому подобное. Следует отметить, что жесткие меры управления в условиях социальной напряженности в коллективе могут способствовать развитию конфликтных отношений как между руководителем и подчиненными, так и между работниками. Это приводит к дисбалансу в управлении и, следовательно, отрицательно влияет на результаты работы всей организации. Таким образом, демократизация и централизация в оптимальном сочетании способствуют активному развитию бизнеса. С одной стороны, распределяются полномочия, с другой стороны, определяется степень ответственности в соответствии с выполняемыми обязанностями.

Принцип сочетания отраслевого и территориального управления предполагает оптимизацию и совершенствование системы отраслевого и территориального управления. Отраслевое управление включает узкую специализацию по профилям и сферам деятельности, усиление концентрации производства. Основными задачами территориального управления является рациональное размещение и обеспечение положительного эффекта для окружающей среды, а также осуществление социально ориентированных мероприятий, направленных на обеспечение занятости населения, развитие социальной инфраструктуры и т. д.

Каждая организация должна учитывать при осуществлении своей деятельности данный принцип, так как ее интересы должны быть взаимосвязаны с интересами общественности и органов власти. Эти отношения влияют на эффективность хозяйственных операций, поскольку на данный момент остро стоят вопросы, связанные с социальным развитием и состоянием окружающей среды.

Таким образом, изучив основные принципы управления организацией, можно сделать вывод, что они были сформированы под влиянием различных факторов, среди которых важную роль играют факторы времени, научно-технического прогресса, внешней и внутренней среды организации, человеческий фактор и другие. Применение данных принципов будет способствовать эффективному решению задач и достижению поставленных целей.

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор,

Абилова Ильвина

обучающаяся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ВИДЫ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ ЕЕ РАЗРАБОТКИ

Современные маркетинговые стратегии призваны обеспечить достижение основной цели бизнеса, в качестве которой выступает прибыль. Сегодня их применение невозможно без использования Интернет. Поэтому одной из первоочередных задач любой фирмы является разработка грамотной стратегии интернет-маркетинга.

Для того чтобы компания, стремящаяся привлечь и удержать целевую аудиторию, увеличить рост продаж, а также занять лидирующие позиции среди конкурентов в сфере интернет-маркетинга, следует идти в ногу с тенденциями в рекламной деятельности, и регулировать свою стратегию интернет-маркетинга опираясь на них. Стратегия интернет-маркетинга представляет собой рассчитанный на определенный период времени план последовательных действий по достижению поставленных целей и задач, с учетом всех возможностей и ресурсов.

Среди всего разнообразия стратегий интернет-маркетинга компаний выделяют две основные: branding (имиджевая реклама) и performance marketing (результативный маркетинг). Первая стратегия направлена на формирование знаний о бренде до совершения покупки и привлечение новых потребителей.

Имиджевая реклама обычно используется производителями продукции и крупными дистрибьюторами. Имиджевая интернет-реклама может включать следующие виды: медийная реклама, контекстная реклама, размещение обзоров и статей на популярных площадках, участие в спонсорских проектах, проведение акций и конкурсов в призовом фондом, flash sale сайт (сайт обладающий краткосрочной распродажей с большими скидками), социальные сети и YouTube [1].

Второе направление в разработке стратегии интернет-маркетинга компании базируется на так называемой "продающей рекламе" и SEO-продвижении. Performance marketing - маркетинг, направленный на конкретный результат. Performance marketing не терпит статичности, и все инструменты должны сверять цель с текущим результатом. В настоящий момент наблюдается растущий спрос на

performance-стратегии, когда рекламодателю действительно важно предложить долгосрочный план стимулирования продаж и привлечения клиентов.

В рамках performance marketing смешиваются различные каналы продвижения: большое значение также занимает контекстная, реклама в социальных сетях, таргетированная реклама, RTB-реклама, медийная реклама, но построенная на данных, а не просто на баинге, партнерский маркетинг, лидогенерация, мобильный маркетинг, то есть весь набор инструментов, которые позволяют:

- а) привлекать целевую аудиторию, заинтересованную в продукте;
- б) четко измерять эффект коммуникации [2].

Стратегия интернет-маркетинга должна быть уникальной, не слишком детализированной, понятной и аукционерам и руководителям. Процесс разработки стратегии контент-маркетинга состоит из следующих этапов: 1) постановка целей; 2) сегментация целевой аудитории; 3) поиск мест концентрации целевой аудитории; 4) выбор каналов распространения; 5) разработка операционного плана.

Рассмотрим каждый их этапов данного процесса подробнее:

1. Постановка целей. Следует ответить на вопрос: для чего разрабатывается стратегия контент маркетинга компании? Какие стоят задачи перед компанией?

2. Сегментация целевой аудитории. Необходимо сегментировать целевую аудиторию и выяснить, каковы ее потребности.

3. Поиск мест концентрации целевой аудитории. Необходимо продумать, где может находиться целевая аудитория, как ее можно зацепить. В результате этого этапа должен появиться список площадок, на которых можно оказать воздействие на целевую аудиторию.

4. Выбор каналов распространения. После того, как был определен портрет целевой аудитории, создан список площадок, можно приступать к выбору каналов, на которых будет распространен ваш контент.

5. Разработка операционного плана (на год, квартал, месяц, неделю). Необходимо "раздробить" все задачи и цели — определить, сколько статей будет размещено в блоге, сколько публикаций в соц. сетях, какое количество вебинаров будет проведено [3].

Успешное формирование аудитории поклонников можно рассмотреть на примере известной компании «Coca-Cola». Стратегия интернет-маркетинга данной компании опирается на использование медиатехнологий, так как большую часть целевой аудитории представляют молодежь и подростки. Для продвижения бренда маркетологи компании «Coca-Cola» постоянно оптимизируют контент. Обновление контента, показывающее активность, выступает в роли «провокации» поклонников на общение.

В качестве примера применения медиатехнологий можно привести случай когда «Coca-Cola» во время рекламной кампании бренда предоставила возможность поклонникам пообщаться с помощью торгового автомата, оснащенным видеозэкраном, с представителями разных культур. Таким образом, для того, чтобы люди могли узнать больше друг о друге, была установлена связь между двумя городами Лахором (Пакистан) и Дели (Индия). Сегодня Coca-Cola все больше стремится развивать большие идеи, которые не ограничиваются 30-секундными рекламными роликами на телевидении. Этим и объясняется ее желание найти новые, более эффективные способы их проверки и изучения [4]. В будущем Coca-Cola планирует полностью прекратить проведение количественных исследований. Вместо этого она собирается потратить 15% бюджета на построение диалога и интерактивной обратной связи с потребителями. По мнению Coca-Cola, нет ничего интереснее, чем работать напрямую со своими клиентами.

Стратегия интернет-маркетинга должна быть оптимальным вариантом с точки зрения сроков реализации, состояния компании и рынка, а также соответствовать бюджету. Стратегия оформляется в виде доступной и понятной для чтения презентации.

Разрабатывая стратегию интернет маркетинга необходимо помнить о законе Парето, в соответствии с которым 20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий — только 20% результата. Стратегия интернет-маркетинга не должна быть объемной, она должна четко передавать ключевые аспекты для достижения поставленных целей.

Литература

1. Горбачева С.А. Анализ тенденций разработки маркетинговой стратегии в интернете: стратегические направления, инструменты и механизмы / С.А. Горбачева, Н.А. Цапина // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2014. № 33. С. 8-15.
2. Катаев А.В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. – 170 с.
3. Верховцева О. Н Контент-маркетинг как новый вид маркетинговой активности // Современные научные исследования и разработки. – 2016. С. 20-24.
4. Стратегия Интернет-маркетинга от А до Я / [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/strategiya-internet-marketinga/> (дата обращения: 15.03.2020).

Апатова Наталья Владимировна

д.п.н., д.э.н., профессор

Шор Владимир Александрович

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПСИХОЛОГИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ

В современном маркетинге реализуются следующие принципы: «В первую очередь реализуйте премиум товар самого лучшего качества» и «Предыдущий опыт позитивно влияет на отношение потребителей к текущим событиям». В связи с этим в магазинах стараются продать основной товар, а лишь после предлагают аксессуар или услугу. Данный эффект может работать и в обратном направлении, представляя заранее худшие варианты, за счёт чего иные на их фоне будут выглядеть наиболее привлекательно.

Следующий принцип: «Создавая имидж аутентичности **будьте несовершенны**, идеальная красота масс-маркета сигнализирует об отсутствии индивидуальности». В работе «Маркетинговые инструменты манипуляции потребительским сознанием» [1] акцентируется внимание на подачу информации и рекомендуется не заикаться на настоящих проблемах потребителей. Лучше всего будет сконцентрироваться на том, что они считают проблемами. Наличие у покупателя потребностей не указывает на то, что он осведомлен в них. Поданная информация должна оставлять лишь позитивное отношение, но в рамках потребностей клиента. А формулируя положительные характеристики продукта, следует помнить, что покупатель, воспринимая их, будет задумываться: «по сравнению с чем?». Поэтому следует выделяться и предоставлять уникальное торговое предложение. При нехватке бюджета, бесплатный провокационный PR — естественный выход. В тоже время не стоит опасаться, что неловкий шаг подорвет доверие потребителей, новые и необычные предложения привлекают людей. Большинство компаний вовсе не известны для целевой аудитории, поэтому данный метод является их спасением в гонке брендов. Снизить риски возможно ограничением аудитории, которой предоставляется данное уникальное торговое предложение. Для этого в полной мере подходит концепция разбиения аудитории А/Б тестированием.

Зачастую потребитель не разбирается в рыночной стоимости товара или услуги. Ему легче сопоставить их между собой, выделяя плюсы и минусы, именно для своего конкретного случая. Однако не обязательно сопоставлять себя с прямыми конкурентами. Главное для потребителя — представить объекты сравнения, а какие — не столь важно. Например, согласно статье «Фантастические конкурентные преимущества и где они обитают» [2] IKEA сравнивает стоимость кофе-машины и стоимость парковки. А New York Times, являясь дорогой газетой, сравнивает свою цену со стоимостью мороженого. Обозначая цену, следует относиться к ценнику максимально просто. В работе «Взлом маркетинга: что стоит за выбором покупателей и как использовать это в маркетинге» [3] указывают на эффект огорчения, которое испытывает покупатель, расставаясь с деньгами. Иными словами, цена интерпретируется как неприятное ощущение, активизируя тот же отдел мозга, что и физическая боль. Таким образом, не обозначая денежный знак, потребитель воспринимает цену немного легче. Такие изменения ничего не стоят компании, но оказывают положительное влияние на решения покупателей.

Необходимо предоставлять клиенту выбор из нескольких вариантов, но в это же время контролировать его. При этом покупатель не должен чувствовать, что продажу контролирует пролавец, а не он. До оплаты, а лучше и после, необходимо обеспечить чувство свободы выбора — возможность изменения заказа, дополнения или вовсе отказа. Тем самым обеспечивая лояльность к фирме, бренду. В работе «Психология маркетинга. Как повлиять на поведение потребителей» [4] описывается стратегия продуктовой линейки, включающей в себя экстремальные варианты, где потребитель склонен уходить от крайностей. Например, в ресторанах зачастую внедряют в меню довольно дорогие варианты блюд. И вовсе не для их реализации — их и не покупают. Но люди в такой ситуации склоняются к блюдам следующей (средней) ценовой категории. Для того чтобы подтолкнуть к «правильному» решению необходимо окружить выгодное предложение экстремальными вариантами.

На этапе представления аксессуаров или дополнительных услуг следует воздействовать на психологический эффект ожидаемого сожаления. Это всего лишь пессимистичное предсказание, не факт, что оно произойдёт. Но, представляя картину возможного будущего, мозг считает ее реальной. А в условиях ограниченного времени на размышления, мозг не может в полной мере оценить вероятность наступления событий. Поэтому он перестраховывается, стремится избежать негативных последствий, подталкивая нас к выбору варианта, где ожидаемые сожаления отсутствуют. Немаловажную роль в этом случае играет и психологическое состояние человека, совершающего покупку. Ведь в большинстве случаев, не учитывая импульсивные решения, покупка является решением какой-либо проблемы. До этого момента у покупателя накапливается эмоциональное напряжение, складывающиеся из-за необходимости разрешить сложившуюся ситуацию. Исходя из этого потребитель соглашается на то, что в обычных обстоятельствах не купил бы.

Справедливая цена, которую готов потратить покупатель, зависит от многих факторов. Одним из самых весомых является — вклад полученного продукта в то, как нас видят окружающие. Поэтому после завершающего этапа продажи предоставляйте возможность потребителю продемонстрировать его выбор и рассказывать о вашем продукте другим людям.

Литература

1. Шендо М.В., Свиридова Е.В. Маркетинговые инструменты манипуляции потребительским сознанием [Электронный ресурс] / Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2018. – с. 110-118. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_35585108_45993630.pdf (дата обращения: 13.03.2020 г.).
2. Фантастические конкурентные преимущества и где они обитают [Электронный ресурс] / nmolchanov.ru – Режим доступа: <https://nmolchanov.ru/growthdrivers/> (дата обращения: 15.03.2020 г.).
3. Взлома маркетинга: что стоит за выбором покупателей и как использовать это в маркетинге обитают [Электронный ресурс] / intalent.pro – Режим доступа: <https://intalent.pro/article/vzлом-marketinga-chto-stoit-za-vyborom-pokupateley-i-kak-ispolzovat-eto-v-marketinge.html> (дата обращения: 15.03.2020 г.).
4. Психология маркетинга. Как повлиять на поведение потребителей обитают [Электронный ресурс] / marketingone.ru – Режим доступа: https://marketingone.ru/knowledge/design_and_advertising/559.htm (дата обращения: 15.03.2020 г.).

УДК 330

Батченко Оксана Сергеевна

обучающаяся

Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна

к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики

и математического моделирования

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

К ВОПРОСУ О ПРОГНОЗИРОВАНИИ ДЕНЕЖНОГО ПОТОКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

Проект – это комплекс производственных, организационных, финансовых, коммерческих и других мероприятий, соответствующим образом организованных и оформленных комплектом проектной документации. Реализация проекта ведет к возникновению денежных потоков.

Инновационный проект – это инвестиционный проект, который предполагает осуществление инновационной деятельности, то есть деятельности «...по доведению научных идей и технических разработок до результата, готового к практическому использованию, предполагающей целый комплекс мероприятий, в своей совокупности, приводящих к инновациям» [1, с. 9].

Денежный поток проекта – это зависимость от времени денежных поступлений и платежей, возникающих в процессе практического осуществления проекта, которая определяется для всего расчетного периода.

Успешность процесса оценки эффективности инновационного проекта будет во многом определяться успешностью прогнозирования расчетной базы, в том числе денежных потоков проекта. Прогнозирование денежных потоков играет ключевую роль в деятельности каждого предприятия. С помощью прогноза движения денежных средств можно получить общую картину входящих и исходящих денежных потоков, в том числе знать оптимальное время покрытия расходов.

Прогнозирование денежных потоков не может гарантировать предпринимателю-инноватору успех реализации проекта, но может служить мощным инструментом принятия важных управленческих решений, одним из которых является решение о целесообразности практической реализации инновационного проекта.

В процессе оценки эффективности инновационных проектов важно учитывать специфику данных проектов:

- широкий круг участников проекта;
- дополнительные этапы реализации проекта (НИР, ОКР, проектно-технологические и экспериментальные работы);
- значимость дополнительных критериев (новизна, патентная и лицензионная чистота, уникальность и др.);
- трудности с определением цены планируемых к производству товаров (услуг);
- высокий уровень риска [2, с. 36-38].

Литература

1. Абакумов Р. Г. Методы оценки эффективности инновационных проектов / Р. Г. Абакумов, Е. Ю. Подоскина // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2016. – № 1(11). – С. 9-13.
2. Яшин С. Н. Финансирование инноваций и инвестиций предприятий: Монография / С. Н. Яшин, Н. И. Яшина, Е. В. Кошелев. – Нижний Новгород: Изд-во ВГИПУ, 2010. 245 с.

УДК 330

Денисова Виктория Александровна

обучающаяся

Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна

к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики

и математического моделирования

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ВИДЫ РИСКОВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Риск инновационного проекта определяют как «...вероятность наступления события, вызванного неопределенностью в инновационной сфере, в результате которого возникают неблагоприятные последствия для его участников» [1].

Реализация любого инвестиционного проекта (в том числе проекта, предполагающего осуществление инноваций), как правило, сопряжена с риском и неопределенностью. Для инновационных проектов уровень риска обычно является достаточно высоким, что связано с необходимостью создания и вывода на рынок нового продукта или услуги. И в процессе такой деятельности предпринимателя могут подстерегать различные угрозы.

Рисками необходимо управлять на всех этапах жизненного цикла инновационного проекта и особое внимание следует уделить прединвестиционной фазе. На данном этапе следует провести грамотный качественный и количественный анализ рисков. То есть необходимо применить современную методологию оценки эффективности инвестиционных проектов, а также учесть специфику инновационных проектов.

В рамках качественного анализа рисков проводится выявление рисков, присущих определенному проекту. В этом аналитику может помочь классификация рисков. Риски инновационных проектов классифицируют по различным признакам.

Выделяют внешние и внутренние риски. По сфере возникновения риски делят на: финансовые, страховые, маркетинговые, коммерческие, промышленные, политические, экологические и др. Немаловажной является классификация рисков по уровню воздействия: незначительные, малые, средние, большие, катастрофические.

Применяя методы управления рисками субъект хозяйствования становится более устойчивым к изменениям, происходящим во внешней и внутренней среде. Классификации и выявление рисков в инновационных проектах является основой для управления рисками, что предоставит возможность снизить ущерб, который они могут нанести или предотвратить его. Это положительно скажется на деятельности предприятия и будет способствовать его устойчивому развитию.

Литература

1. Кочерова В. В. Обзор способов классификации рисков инновационных проектов [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014г.). – СПб.: Заневская площадь. – 2014. – С. 121. – URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6651/> (Дата обращения: 20.03.2020).

УДК: 338.45

Круликовский Анатолий Петрович

доцент

Абдувалиев Эрфан Рухленович

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

СОВРЕМЕННАЯ РЕКЛАМА И «PR» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Социальные сети — естественный результат развития информационных технологий, это часть социальной структуры общества. На сегодняшний день это не только мощнейшее средство коммуникации, которым активно пользуются миллиарды людей, позволяющее пользователям обмениваться сообщениями и другим контентом, но и средство реализации масштабных маркетинговых компаний, в том числе высокобюджетных. Утро многих начинается не только с чашки кофе, а с просмотра своей страницы в социальной сети. Это не удивительно, ведь около половины населения нашей планеты имеют аккаунт в какой-нибудь социальной сети (СС), а некоторые и несколько аккаунтов в разных СС. Это затягивает, не зря интернет называют всемирной паутиной.

В России количество интернет-пользователей, по данным Digital 2020 [1], составляет 118 миллионов. Это значит, что интернетом пользуются 81% россиян. В январе 2020 года в мире

насчитывалось 3,80 миллиарда пользователей социальных сетей, аудитория соцмедиа выросла на 9% по сравнению с 2019 годом (это 321 миллион новых пользователей за год). При этом численность аудитории социальных сетей в России на начало 2020 года составила 70 миллионов пользователей, то есть 48% от всего населения страны. Это значение за год не изменилось.



Рисунок 1 – Количество пользователей социальных сетей в России
Источник: [1]

Аналитики DataReportal совместно с компаниями We Are Social и Hootsuite [1] подсчитали, что среднестатистический пользователь проводит в интернете 6 часов 43 минуты каждый день. Это на 3 минуты меньше, чем год назад, но по-прежнему составляет более 100 дней на пользователя в год.

В совокупности, глобальная аудитория интернета будет онлайн 1,25 миллиарда лет за один только 2020 год, и треть этого времени уйдет на социальные сети. На Рис.1 наглядно видно, что количество времени, которое люди проводят в интернете, сильно отличается в разных странах. Так в Филиппинах это 9 часов 45 минут в день, а в Японии — 4 часов 22 минуты. Жители России сидят в интернете 7 часов 17 минут каждый день [1].

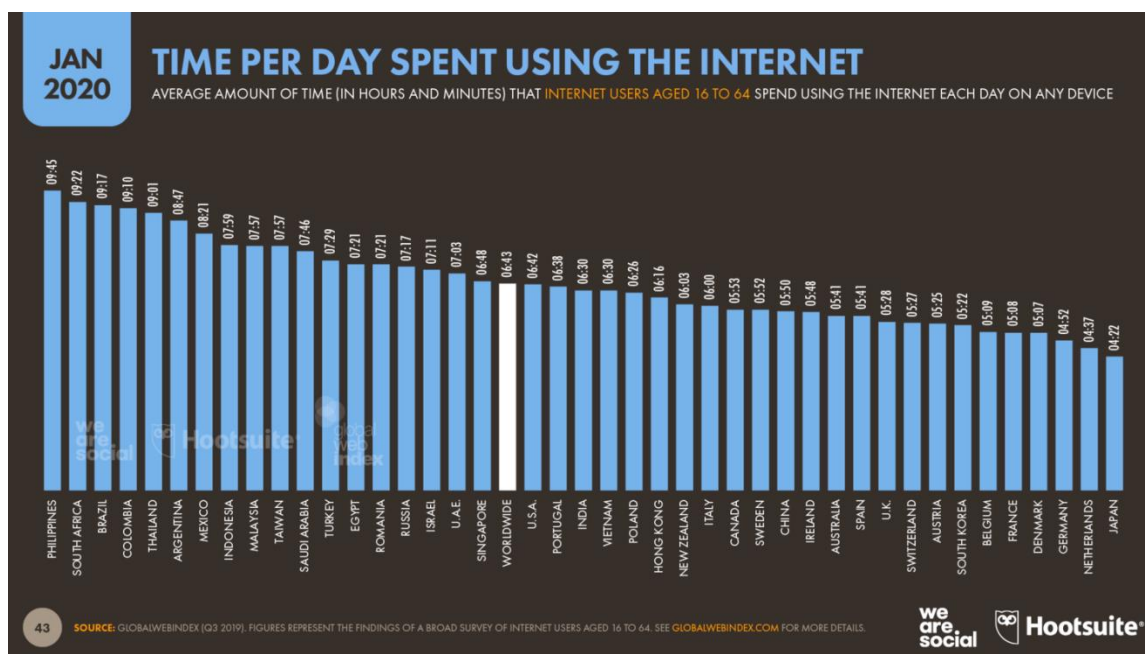


Рисунок 2 – Общее время пользования интернетом за день в разных странах
Источник: [1]

В работе Лосевой Е. [4] отмечается, что при правильном выборе среды для продвижения бренда, товаров или услуг, при грамотном выделении ресурсов и построении процессов взаимодействия с целевой аудиторией. Рассмотренный подход позволяет сделать из социальной сети мощного торгового агрегатора, привлечь большое количество потенциальных покупателей.

Для социальной сети характерны: самопрезентация (личный аккаунт), коммуникация (сообщения, комментарии), кооперация (система сообществ и групп) [5].

Основные рекламные методы и инструменты в социальных сетях:

- статьи и публикации
- работа с лидерами мнений (блогеры, популярные личности).
- вирусная реклама.
- приложения в СС.
- таргетинг – таргетированная реклама.
- рекламные ролики в видео и аудио.
- мобильная реклама в СС.
- создание и продвижение интерактивных элементов (виджеты, промо)
- партизанский маркетинг

«PR» и реклама в социальных сетях входят в понятие Digital-маркетинг. Инструменты digital-маркетинга постоянно изменяются, так как интернет и технологии являются самыми динамично растущими сегментами [5]. Поэтому важно понять, какие современные тенденции характеризуют digital-маркетинг и рекламу в социальных сетях сегодня.

Д.А. Шевченко выделяет несколько важных трендов на современном рынке digital-коммуникаций: контент-маркетинг, интерактивный контент и нативную рекламу [3].

Так же немалую популярность в социальных сетях набрали официальные сообщества компаний, заинтересованных в продвижении своего продукта. Используя возможности, предоставляемые социальными сетями, маркетологи таких компаний контактируют с потенциальными потребителями напрямую, имея возможность мгновенно предоставлять им информацию о новых продуктах, обновлениях, проводимых акциях. Такие особенности этого типа продвижения способствуют большему привлечению новых заинтересованных потенциальных потребителей по сравнению с классическими каналами распространения информации — рекламой на телевидении и радио, в специализированных журналах [2].

Поэтому важные условия для продвижения в социальных сетях — это регулярность, постоянное взаимодействие с аудиторией и хорошее качество контента [4].

Однако, по статистике, реклама, размещенная в социальной сети, привлекает меньше внимания, чем реклама, размещенная на других сайтах в Интернет. Таким образом, реклама в привычном понимании слова здесь не работает. Пользователей сети, посещающие сайт той или иной социальной сети, не интересуют красочные баннеры, обычно на них не обращают внимания, а чаще баннеры вызывают лишь раздражение. Зато достаточно успешно получается заинтересовать людей в молодых талантливых ребятах, у которых еще нет средств на так надоевшую всем рекламу, поэтому свои PR компании они строят сами имеющимися возможностями. Они используют иные способы привлечения внимания, нежели крупные компании.

Таким образом, сегодня реклама на социальных площадках является успешным, популярным и потенциально развивающимся способом привлечения целевой аудитории к бренду, товарам или услугам.

Литература

1. Отчёт Digital 2020 Global Overview о цифровых трендах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (дата обращения 17.03.2020)
2. Вьюнова, О. Ю. Тенденции интернет-маркетинга в России и за рубежом / О. Ю. Вьюнова, // Молодой ученый [Электронный ресурс]. — 2018. — №23. — С. 291-294. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/209/51258> (дата обращения 17.03.2020)
3. Шевченко, Д. А. Рынок диджитал коммуникаций в России: ситуация и основные тренды / Д. А. Шевченко // Системные технологии. — 2018. — №26. — С. 84-88
4. Лосева, Е. Тренды SMM 2019: выжить в соцсетях / Лайкни / Е. Лосева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.likeni.ru/analytics/trendy-smm-2019-vyzhit-v-sotssetyakh/> (дата обращения 17.03.2020).
5. Савенко, Е.О. Тенденции развития рекламы в социальных сетях / Е.О. Савенко // Студенческий: электрон. научн. журн. 2019. №21(65) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibac.info/journal/student/65/145210> (дата обращения 17.03.2020).

УДК 658.5

Сеитнебиева Эльмира Февзиевна

обучающаяся

Научный руководитель:

Усенко Роман Станиславович

старший преподаватель

*ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»**Институт экономики и управления**Республика Крым, Россия*

РЕИНЖИНИРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ

В рамках каждой организации существуют внутренние бизнес-процессы (БП), представляющие собой последовательные операции, направленные на преобразование входящих потоков, с целью получения результата, имеющего ценность для клиента.

Управление БП, предполагает их регулярное улучшение. В своей работе Златкина А.А. [1] выделяет четыре основных подхода к совершенствованию бизнеса, а именно: бенчмаркинг, перепроектирование, реинжиниринг, методика быстрого анализа решения (FAST).

В качестве объекта исследования остановимся на реинжиниринге, который ориентируется на повышение эффективности управления, информативности в деятельности предприятия, прозрачности в принятии решений и, естественно, конкурентоспособности. М. Хаммер определил реинжиниринг БП как «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений в решающих современных показателях деятельности компании» [2].

Реинжиниринг БП состоит из последовательных этапов изменения бизнеса, для каждого из которых определены работы, первичные данные, результаты, применяемые методы и т.д. Именно такая организация проектирования, т.е. состоящая из определенных четко выстроенных процессов, дает возможность называть реинжиниринг технологией бизнес-процесса. Технологическая последовательность реинжиниринга состоит из четырех основных этапов, представленных на рис.1.

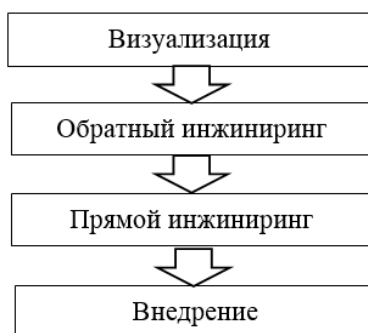


Рисунок 1 – Этапы реинжиниринга

Источник: составлено автором на основе источника [2]

Этап визуализации. Суть этапа заключается в проектировании образа будущей компании и определении ее целей. Этап состоит из анализа положения дел и спецификации целей. Итогом является спецификация целей организации, которая должна содержать [3, с.124]:

- названия и описания БП которые будут подвергаться реинжинирингу;
- цели процессов, которых следует достичь после реинжиниринга;
- высокоуровневое описание будущих процессов, список факторов успеха и риска.

Этап обратного инжиниринга. На данном этапе осуществляется анализ внутренней работы компании [2, с.22]. Основная работа этапа заключается в построении и анализе модели существующего бизнеса. В завершении этапа обратного инжиниринга формируется модель существующего состояния бизнеса, используемая для уточнения спецификации целей (т.е. может осуществляться возврат к этапу визуализации), а также для выполнения следующего этапа (прямого инжиниринга). Необходимо отметить, что обратный инжиниринг имеет самостоятельную ценность вне зависимости от реинжиниринга организации, поскольку позволяет показать нынешнее состояние дел организации.

Этап прямого инжиниринга. На данном этапе происходит проектирование бизнеса, в зависимости от результатов анализа нынешнего бизнеса, а также от представления модели проектируемого бизнеса. На основе модели происходит разработка новой организационной структуры, а также новых информационных систем. Процесс разработки организационной структуры включает: формирование состава подразделений, подготовку работы в команде, формирование возможностей и обязанностей работников организации в соответствии с новой структурой, формирование способов мотивации и контроля.

Этап тестирования и внедрения. Тестирование одна из важнейших частей разработки, которая включает в себя следующие действия: проверку модели, проверку прототипа информационной системы поддержки, выполнение пробной инсталляции модели бизнеса. После каждого тестирования анализируются результаты и, если есть необходимость, вносятся изменения, также возможен и возврат на предыдущие этапы. После успешной пробной инсталляции приступают к внедрению новых БП. Заметим, что внедрение очень ответственный этап, поскольку требуется одновременно интегрировать новые процессы и продолжать работу существующих, это необходимо для того чтобы потребители и партнеры не испытывали дискомфорт.

В результате исследования можно сказать, что реинжиниринг бизнес-процессов является кардинальным методом реструктуризации предприятия, он необходим для обеспечения мощного роста результативности деятельности предприятия.

Литература

1. Златкина, А.А. Методология реинжиниринга бизнес-процессов и типовые приемы ее применения / А.А. Златкина., Е. Т. Гегечкори // Экономика и экономические науки: сб. науч. трудов. – Омск, 2016. - №1(145). – С. 117-120.
2. Сорокин, А.А. Реинжиниринг бизнес-процессов / А.А. Сорокин, А.Ю. Орлова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: СКФУ, 2014. – 212 с.
3. Силич, В.А. Реинжиниринг бизнес-процессов / В.А. Силич, М.П. Силич; ред. Н.В. Коновалова. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2007. – 200 с.

УДК 338.46

Титаренко Дмитрий Викторович

к.э.н., доцент

Сейтнебиева Эльмира Февзиевна

обучающаяся

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Институт экономики и управления

Республика Крым, Россия

МЕТОДЫ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ БИЗНЕСА

На сегодняшний день сложно найти предприятие, которое не продвигает себя в сети. Тенденции роста можно легко увидеть и по постоянному расширению торговых интернет-площадок, а также росту их количества. Одним из способов продвижения в интернете является контент-маркетинг. Контент-маркетинг – это распространенная в современной маркетинговой практике технология привлечения внимания к бренду и целевой аудитории, при помощи создания и распространения связанной с ним актуальной и ценной информации.

Основной особенностью контент-маркетинга является то, что он не сконцентрирован на распространении именно рекламной информации, а нацелен на ознакомление потенциальных клиентов с преимуществами работы с компанией, информировании целевой аудитории о новинках ассортимента, создании положительного имиджа и повышения узнаваемости.

Сформулируем основные принципы создания качественного контента для продвижения:

- контент должен быть связан с брендом. Необходимо создавать контент, который будет соответствовать стратегии и помогает реализовать её, описывать бренд, объясняет его миссию и деятельность, он должен быть простым и понятным для целевой аудитории;
- непрерывное создание контента. Качественный рекламный контент всегда остается актуальным, но следует поддерживать популярность бренда, время от времени публикуя новую информацию. Для достижения максимального результата, требуется превратить контент-площадку в платформу, которая постоянно развивается и обновляется;
- использование различных медиаканалов. Следует использовать разные способы подачи информации и платформы, а также привлечение аудитории в социальное взаимодействие. Основными каналами распространения информации являются[1]: сайты, социальные сети, рассылка электронных сообщений, интернет-издания и др.;
- создание контента, который вдохновляет. Такой контент может повысить эффективность маркетинговой компании.

GE Reports, ведущее ежедневное интернет-издание компании General Electric, использует такой метод продвижения, как контент-маркетинг. Платформа содержит информацию, посвященную вопросам инноваций, науки и современных технологий, который наполнен анимацией, видео роликами и инфографикой, что позволяет получить информацию ненавязчиво, по собственному желанию, именно это привлекает пользователей на сайт GE Reports и такой подход является основой контент маркетинга.

Подводя итог следует сказать, что контент маркетинг не является прямой, навязчивой и надоедливой рекламой, а лишь предоставляет актуальную информацию заинтересованным пользователям.

Литература

1. Беженарь, Д.С. Контент маркетинг: основные тезисы и его место в интернет маркетинге/Д.С. Беженарь //Наука и современность-2017: сб. трудов. – 2017 г. – С. 180-184.

УДК 338.46

Титаренко Дмитрий Викторович

к.э.н., доцент

Сейтнебиева Эльмира Февзиевна

обучающаяся

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Институт экономики и управления

Республика Крым, Россия

КРАУД-МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ

В настоящее время, благодаря возможностям всемирной паутины происходит трансформация традиционной торговли и формирование Интренет-маркетинга. В состав Интернет-маркетинга входят: поисковый маркетинг, продвижение в социальных сетях, поисковая оптимизация, крауд – маркетинг, контент-маркетинг и др.

В работе рассматривается система крауд-маркетинга, популярная за рубежом и активно набирающая оборот в российской практике. Крауд-маркетинг – это метод продвижения, который предусматривает мероприятия, направленные на увеличение продаж определенного продукта на основе рекомендаций, которые возникают в результате продвижения сайта или бренда в Интернете. Вместо прямой рекламы, рост продаж формируется за счет отзывов и советов пользователей интернета. Отзывы размещаются в различных сторонних площадках, таких как: тематические форумы, сообщества, социальные сети, комментарии к статьям в блогах и журналах и т. д.

В совместной статье Стефановой Н.А. и Хисраовой Я.Ш. представлен процесс реализации крауд-маркетинга, показанный на рис.1.

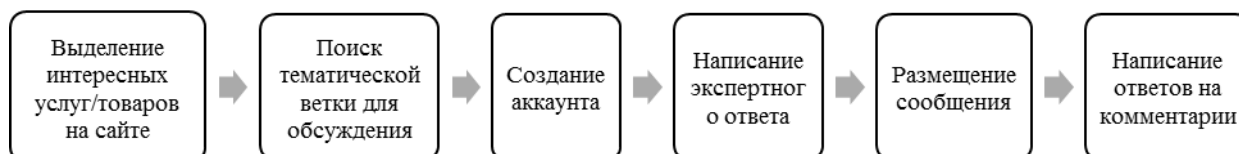


Рисунок 1 – процесс реализации крауд-маркетинга

Источник: составлено автором на основе материала[1].

Рассмотрим ситуацию, когда веб-разработчик хочет продвинуть с помощью крауд-маркетинга свои услуги среди потенциальных клиентов. Тогда согласно этому инструменту, он находит портал, где введется обсуждение создания сайтов или их продвижения, далее проходит регистрацию, участвует в беседе, отвечает на вопросы, а в процессе общения ненавязчиво рекомендует своих услуг. Такая ситуация выглядит как обычная рекомендация от другого пользователя, оставленная с целью помочь, однако фактически, это работа над продвижением услуги.

Выделим преимущества продвижения при помощи крауд-маркетинга:

- естественный характер ссылок на сайт продвигаемой услуги/товара;
- увеличение цитирования и узнаваемости бренда в Интернете;
- увеличение числа переходов с поиска, по запросам, связанным с названием бренда;
- переходы заинтересованных клиентов на сайт и, как следствие, рост продаж;
- увеличение внешних ссылок и позиций сайта в поисковой выдаче.

Таким образом, крауд-маркетинг является современным видом маркетинга, который соответствует тенденциям развития цифрового общества и позволяет добиваться маркетинговых целей не традиционными способами.

Литература

1. Стефанова Н.А. Классификация инструментов крауд-маркетинга/ Н.А. Стефанова, Я. Ш. Хисраова// Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019 г. - №2(27). – С. 330-332.

Черногорова Кристина Александровна

ассистент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия***ОБЗОР МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

С возрастанием роли корпоративной культуры для современных предприятий возникла потребность в ее диагностике и оценке. Анализ литературы по данной теме позволил выявить два подхода к исследованию культуры предприятия – идеографический (качественный) и формализованный (количественный).

Идеографический подход предполагает описание корпоративной культуры, сложившейся в организации, с помощью таких качественных методов, как глубинное интервью, включенное наблюдение и монографический анализ.

Глубинное интервью – беседа с персоналом компании, с целью получения уникальной информации о функционировании организации, структуре неформальных связей, уровне мотивации, внутренних конфликтах и прочей приватной информации.

Монографический анализ – ретроспективный анализ культуры организации посредством изучения артефактов, то есть внешнего материального уровня корпоративной культуры: логотипа, архитектуры зданий, дизайна помещений, дресс-кода, традиций, ритуалов и т.д.

Включенное наблюдение – анализ документов компании, с целью определения ценностей, приоритетов компании и установления разрыва между сложившимся и требуемым уровнем корпоративной культуры [1].

Практика проведенных исследований позволяет выделить те аспекты, которые возможно исследовать с помощью качественных методов. Среди них: нормы и правила, сложившиеся в организации; традиции и ритуалы; история развития; противоречия и скрытые конфликты и т.п. Но каким бы глубоким не был качественный анализ, отсутствие количественных показателей не позволяет распространить исследования на другие организации, провести сравнение и анализ изменений корпоративной культуры. Этих недостатков лишены количественные методы.

Формализованный подход предполагает количественное измерение корпоративной культуры, с помощью статистических методов или методов математического моделирования.

Статистические методы исследования корпоративной культуры предполагают количественный анализ результатов анкетирования. К наиболее известным методам количественной оценки корпоративной культуры относятся: – модель исследования организационной культуры Д. Дэнисона (DOCS); – методика диагностики организационной культуры К. Камерона и Р. Куинна (OCAI); – методика Г. Хофстеде; – методика Р. Кука и Дж. Лафферти (OCI); – методика О' Рейли, Чатман и Кондуэлл (OCP); – методика Ван де Поста и Конинга Смита; – методика С. Гласера и С. Заману (OCS); – методика «Культурное поколение» Т.О. Соломандиной; – методика И.Д. Ладанова; – методика исследования Н.В. Левкина; – методика О.Е. Стекловой; – методика Л.С. Савченко [2, с.131].

К методам математического моделирования, как правило, прибегают для разработки авторских моделей исследования корпоративной культуры. Подобные модели предполагают анализ культуры организации по широкому набору критериев и в качестве метода агрегирования информации применяют методы квалитетрии, нечеткой логики, весовых функций.

Таким образом, в арсенале исследователей имеется широкий выбор разнообразных методов анализа и оценки корпоративной культуры. Каждый из рассмотренных методов имеет свою специфику применения, свои достоинства и недостатки. В российской практике чаще всего применяют методы количественного анализа, это связано в первую очередь с простотой применения и низкими затратами для проведения исследования.

Литература

- 1.Зарубина Е. В. Качественные методы изучения организационной культуры предприятия / Е. В. Зарубина, Н. Б. Фатеева // Аграрное образование и наука. 2016. – №4.
2. Тху Чанг То. Исследование организационной культуры: методология количественной оценки и анализа // Экономика, 2014. – № 2. – С. 130-133 с.

УДК 659.1.012

Шевченко Елена Владимировна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И.Вернадского»**Республика Крым, Россия***НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ СПОСОБЫ МОНЕТИЗАЦИИ САЙТА**

В современных условиях хозяйствования Интернет стал неотъемлемой частью ведения бизнеса. В 2019 году аудитория пользователей всемирной сети насчитывала 4,39 млрд. чел., что на 9 % больше относительно 2018 г. В России этот показатель в 2019 году составил 109,6 млн. чел., а это 75% населения страны [1]. Наблюдается рост и рынка рекламных услуг в Интернете. Так по данным Ассоциации коммуникационных агентств России [2], расходы на интернет-рекламу составили 332 млрд. долл. США, что на 60% больше относительно 2017 г., при этом они впервые превысили расходы на телерекламу, которые составили 192 млрд. долл. США. В России объем рынка интернет рекламы также стремительно растет и в 2019 году составил 224 млрд. руб., что выше относительно 2018 года на 10,3%.

Приведенные данные свидетельствуют о развитии рынка рекламы в сети Интернет, а сравнение мирового и российского рынков показывает потенциал интернет-рекламы, что подтверждает актуальность рассмотрения наиболее эффективных способов монетизации сайта, и его использования как рекламной площадки.

Монетизация сайта – это комплекс мероприятий, преимущественно рекламного характера, направленный на обеспечения получения активного и пассивного дохода от функционирования сайта.

При этом, активный доход – это доход, который может быть получен владельцем сайта при условии постоянной качественной работы над улучшением контента и самостоятельном размещении рекламных сообщений рекламодателя; пассивный доход – доход владельца сайта, который единожды и/или с долгосрочной периодичностью совершил определенные технические действия на своем ресурсе без последующей доработки [3; с. 42].

Итак, рассмотрим наиболее распространенные способы монетизации сайта.

1. Система Google AdSense – это сервис компании Google, который, с одной стороны, дает возможность рекламодателю поместить контекстную рекламу, а, с другой стороны, оплачивает услуги владельцу сайта, который выступает в роли рекламной площадки, тем самым позволяя получать ему пассивный доход.

2. Партнерские программы – это монетизация, посредством размещения рекламы партнера, при заключении прямого (без посредников) договора с ним, когда доход владельца сайта зависит не только от количества переходов пользователей на партнерский сайт, а от завершения сделки (например, покупки определенного товара, заказа услуги и т.д.).

3. Баннерная реклама – это монетизация путем продажи баннеров – блоков, установленных размеров с динамически меняющимся изображением, при клике на которое пользователь перемещается на сайт рекламодателя. Преимущества баннерной рекламы заключаются в том, что баннеры владелец сайта может размещать сразу в нескольких частях сайта (header, left sidebar, right sidebar, footer), самостоятельно устанавливать плату за размещение и интервал показа (сутки, неделя, месяц и др.). Однако, следует помнить, что чрезмерное увлечение баннерной рекламой может привести к сокращению трафика [4; с.18]

4. Email-рассылки – монетизация посредством подготовки рекламной рассылки определенной тематики с последующим размещением рекламного блока рекламодателя в почтовых рассылках владельца сайта. Данный способ монетизации следует отнести к активному доходу, так как, несмотря на автоматический характер рассылок (при условии заключения договора с сайтами тематических рассылок, например www.getresponse.ru), необходимо постоянно поддерживать высокий уровень качества контента и текстовых сообщений рассылки.

5. Рекламная сеть Яндекс. Это способ монетизации аналогичен сервису Google AdSense, однако в отличие от него Яндекс.реклама, используя сайт как рекламную площадку, генерирует рекламное обращение, исходя не только из тематики сайта, но и из предшествующих запросов пользователя в поисковой системе Яндекса, тем самым учитывая его интересы.

6. Продажа внешних ссылок – монетизация посредством размещения на страницах сайта (в статьях, публикациях, заметках, инструкциях и т.д.) активных внешних ссылок, которые могут быть сгенерированы через посредника - биржи ссылок Sape, LinkFeed, Mainlink и др. Однако, использование такого способа монетизации ограничено показателями цитирования, таким как ТИЦ и/или PageRank. В частности монетизировать сайты с помощью продажи ссылок в Рунете (часть сайтов Интернета с преимущественно русским контентом) возможно только при уровне ТИЦ не меньше 10.

7. Использование рекламной строки Nolix – способ монетизации, при котором владелец сайта получает пассивный доход, предоставив рекламодателю право поместить рекламное объявление в самом верху своего сайта. В данной рекламной строке в левой части размещается текст объявления, а в правой части находится панель для настройки срока. При этом, доход владелец получает с каждого показа рекламного объявления, под которым следует понимать любой переход пользователя на сайте.

Следует отметить, что обязательным условием эффективности монетизации сайта является наличие постоянного высокого трафика, то есть количества пользователей, посещающих веб-ресурс в определенное время.

Таким образом, монетизация сайта – это комплекс мероприятий, направленный на получение дохода владельца сайта, который будет гарантирован, в случае использования таких наиболее распространенных способов, как: система поддержки Google AdSense, партнерская реклама, баннерная реклама, email-рассылки, рекламная сеть Яндекс, продажа ссылок, рекламная строка Nolix. При этом, владелец сайта должен обеспечить свой веб-ресурс качественным контентом, с целью сохранения авторитета в поисковых системах и повышения доверия пользователей.

Литература

1. Аналитика / WebCanape [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения 01.04.2020)
2. Ассоциация коммуникационных агентств России / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/> (дата обращения 01.04.2020)
3. Иванов В.С. Монетизация сайтов в сети Интернет / В.С. Иванов // Наука, техника и образование. – 2015. - №6(12). – с.42-45.
4. Гадельшин А. Семь гарантированных способов как заработать на своем сайте / Адель Гадельшин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wpkurs.ru/pl/fileservice/user/file/download/h/1fc427e7468c393b2b784c1553c8b755.pdf> (дата обращения 01.04.2020)

УДК

Ячменева Валентина Марьяновна

д.э.н. профессор

Дидык Нина Александровна

обучающаяся группы М-м-о-181

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»,

Институт экономики и управления

г. Симферополь, Россия

МЕТОДЫ, СПОСОБЫ, ПОДХОДЫ И ЛОГИКА ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. В настоящее время среди высшего уровня руководства предприятия возникла острая необходимость оценки и учета активов, которые не обладают материально - вещественной формой, но также как и материальные активы способные приносить благо компании. Следовательно, нематериальные активы также существенно влияют на стоимость компании, рост стоимости ценных бумаг, уровень доверия инвесторов. Деловая репутация компании является ее нематериальным активом, она может оказывать значительное влияние на устойчивость и благоприятное развитие компании в том случае, если ею правильно управлять [2].

Цель исследования. Целью исследования является определение методов, способов, подходов и логики оценки деловой репутации предприятия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность деловой репутации;
- определить подходы оценки деловой репутации;
- определить наиболее эффективные методы оценки деловой репутации.

Результаты исследования. Вопросы определения и методов оценки деловой репутации в российской практике на сегодняшний момент являются недостаточно изученными, при этом ряд зарубежных ученых посвятили свои труды данному вопросу. Сущность деловой репутации представлены в табл.1.

Таким образом, анализируя вышеизложенную информацию, можно выделить подходы к изучению деловой репутации, которые представлены на рисунке 1. Данные подходы можно разделить на два вида: качественные и количественные.

Общепринятым следует считать в оценке деловой репутации, что это величина, на которую стоимость бизнеса превышает рыночную стоимость финансовых, материальных и части нематериальных активов предприятия, которые отражены в бухгалтерской отчетности. Однако также не стоит пренебрегать качественными методами оценки деловой репутации. Т. к. данные показатели могут значительно отличаться. Качественные методы не дадут точной оценки, но укажут на направленность деловой репутации, положительной или отрицательной. Таким образом, деловую репутацию можно разделить на внутреннюю и внешнюю. Виды деловой репутации представлены на рисунке 2 [1].

Таблица 1 – Сущность деловой репутации

Авторы	Сущность деловой репутации
П. Д. Лэйк	Выступает в форме имущественного права, которая зависит от развития торговых отношений и бизнеса.
П. Миллер, А. Вандэм	Разница между рыночной ценой предприятия и объективной стоимостью его активов.
С. Фомбрун	Результат накопления информации акционерами компании, в результате воздействия внешней и внутренней среды.
К. Камеррер	Знание, которое включает значимые характеристики фирмы и оценку фирмы ее акционерами.
Мартин де Кастро	Выступает как совокупность трех составляющих: репутации менеджмента, финансовой репутации и репутации продукта.
А. Кармели	Мнение людей об организации, результат деятельности фирмы в прошлых периодах.
Ким Хэрисон	Совокупность 10 компонентов: профессионализма сотрудников, качества менеджмента, финансово-экономических показателей, качества продукции и услуг, лидерства на рынке, клиентской ориентации, привлекательности компании, социальной ответственности, этического поведения и надежности компании.

Источник: составлено авторами по материалам [5].



Рисунок 1 – Подходы к изучению деловой репутации

Источник: составлено авторами по материалам [4].

Согласно аналитикам, а также ведущим пиар-агентам, анализ репутации позволит спрогнозировать множество ситуаций, который ранее казались неподконтрольными. Исходя из этого, можно выделить тенденции, которые выявляет анализ репутации:

- вероятное понижение или повышение стоимости акций в конкретном сегменте рынка;
- тенденция расширения или сокращения деловых партнеров, также круга потребителей;
- тенденция увеличения доходов, повышение рентабельности, ликвидности, возможность отследить динамику доходности компании;
- анализ репутации позволяет оценить перспективы привлечения более высококвалифицированных специалистов, отсутствие или появление текучести кадров и т.д.



Рисунок 2 – Виды деловой репутации

Источник: составлено авторами по материалам [1].

Выводы. Таким образом, одной из важнейших составляющих функционирующего предприятия является деловая репутация. Достижение должного уровня репутации на российском рынке требует больших усилий и денежных средств. При этом деловая репутация является нематериальным активом, что в свою очередь приносит предприятию материальные блага. Как показало исследование, существует большое количество методов оценки деловой репутации и чтобы получить наиболее полную картину необходимо учитывать как качественную оценку, так и количественную. Поэтому анализ репутации – неотъемлемая составляющая успешно действующего предприятия.

Литература

1. Деловая репутация предприятия в составе нематериальных активов. – URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39614> (дата обращения 30.05.2019).
2. Деловая репутация: сущность и её влияние на финансовое развитие компании. – URL: <https://elitepersonalhouse.ru/rabotodatellyu/delovaya-reputatsiya-sushhnost-i-eyo-vliyan/> (дата обращения: 29.05.2019).
3. Деловая репутация юридического лица. – URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/delovaya-reputaciya.html> (дата обращения: 29.05.2019).
4. Методы оценки деловой репутации. – URL: https://studme.org/140510039062/ekonomika/metody_otsenki_delovoy_reputatsii_gudvilla (дата обращения: 27.05.2019).
5. Сущность и понятие деловой репутации в бизнесе. – URL: <http://libraryno.ru/9-5-1-suschnost-i-ponyatie-delovoy-reputacii-v-biznese-osnbizn/> (дата обращения: 29.05.2019).

Акинина Людмила Николаевна
старший преподаватель
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПРЕПОДАВАНИЯ ВЫСШЕЙ МАТЕМАТИКИ

Главная цель Концепции развития математического образования в Российской Федерации - вывести российское математическое образование на лидирующее положение в мире – математика должна формировать передовую область знания и деятельности, получение знаний в математической сфере должно носить осознанный и мотивированный характер. Основные проблемы развития математического образования, обозначившиеся в связи с трансформационными процессами в современном обществе (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Проблемы развития математического образования

Перед современным обществом формируются задачи модернизации математического образования. Поскольку процессы развития экономики характеризуются возрастающей потребностью в специалистах нового поколения - разработчиках высокоэффективных технологий, владеющих самым современным инструментарием, современными математическими методами, в рамках преподавания дисциплины «Высшая математика» требуют решения следующих задач: сокращение разрыва между уровнем математических знаний выпускников вузов и нарастающими потребностями современной науки; формирование условий для мотивации обучающихся к познавательной и творческой активности; в преподавательской деятельности подкрепление всех тем приложениями к экономике; мотивирование к ведению научной работы; акцент на обеспечение качества самостоятельного изучения курса высшей математики, которое подразумевает самообразование обучающегося через систематическую, управляемую преподавателем самостоятельную деятельность обучающегося; создание условий для индивидуального подхода к обучающимся; популяризация идеи непрерывности образования в течение всей жизни человека и т.п.

Литература:

1. Концепция развития математического образования в Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <http://rg.ru/2013/12/27/matematika-site-dok.html>

УДК 330

Апатова Наталья Владимировна
д.п.н., д.э.н., профессор
Жалилов Сардорбек Шавкатбек угли
обучающийся
*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ОБРАЗОВАНИИ

Информационные технологии, получившие широкое распространение в производственной и социальной сфере, нашли свое применение в образовании, способствуя совершенствованию содержания и методов обучения, а также организации самого учебного процесса. Самостоятельной проблемой становится формирование цифровых компетенций.

Поток информации, нарастающий в виртуальной среде компьютерной сети Интернет, уже невозможно отследить и, тем более, усвоить традиционными методами, используя передачу учебного материала от преподавателя к обучающемуся. Требуются большие усилия со стороны самого обучающегося, работающего под руководством преподавателя. В этих условиях возрастает роль педагогики сотрудничества, когда преподаватель выступает не просто как транслятор или передатчик некоторых сведений, а как консультант. Возрастает также роль группы обучающихся, осуществляющих обмен сведениями по учебной дисциплине и организующих конференции и семинары как в аудитории, так и в виртуальной среде.

Электронная образовательная среда, создаваемая и используемая в современных образовательных учреждениях, «представляет собой совокупность информационных технологий и методов организации образовательного процесса» [1]. Как отмечают М.И. Иродов и Ю.В. Коречков, произошли институциональные изменения в системе высшего образования российской Федерации, связанные с формированием законодательной базы, разработкой механизмов изучения дисциплин на основе компетентностного подхода. Улучшилось материальное обеспечение учебного процесса, произошло увеличение числа компьютеров в образовательных учреждениях, информатизация библиотечной деятельности, интернетизация. Это создало базу для развития цифровой экономики в образовательной сфере, подготовки специалистов для новых условий социально-экономического развития. Также процесс институционализации системы высшего образования включил создание условий для дистанционного обучения, развитие самостоятельной работы обучающихся.

Цифровизация системы образования не может ограничиться созданием цифровой копии привычных учебников, оцифровкой документооборота и предоставлением всем школам доступа к скоростному Интернету, необходимо создавать принципиально новые учебные средства, позволяющие быстро и качественно усвоить требуемые базовые знания, чтобы в дальнейшем обучаемый мог самостоятельно ориентироваться в научной информации, оценивать ее значимость для собственного развития.

М.М. Батова отмечает, что цифровые компетенции, которыми должен обладать современный специалист, формируют, в конечном счете, совокупность информационно-интеллектуальных активов, в связи с чем необходимо как развивать цифровую грамотность среди населения, так и готовить высококвалифицированных специалистов в сфере ИКТ и бизнес-моделей, виртуального рынка, производственных процессов.

Литература

1. Иродов М.И., Коречков Ю.В. Высшее образование в цифровой экономике // Вестник Евразийской науки. 2018. Т. 10. № 1. С. 1-8.
2. Батова М.М. Формирование цифровых компетенций в системе «образование-наука-производство» // Вопросы инновационной экономики. 2019. Т. 9. № 4. С. 1573-1583.

УДК 378

Артюхова Инга Валентиновна
к.э.н., доцент
*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

ТЕНДЕНЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

Популярность дистанционного обучения растет и с развитием технологий все больше людей будут обучаться удаленно, не привязываясь к месту и строгому графику учебы. Качество и эффективность обучения от этого не снижаются, и сейчас такие курсы значительно востребованы для экономических профессий. Если курс подготовлен экспертом, по утвержденной методистом программе, можно рассчитывать на его высокую результативность, по крайней мере в гуманитарных направлениях, таких как экономика.

В системе дистанционного обучения, например на многих обучающих платформах, легко отследить, кто из студентов посмотрел обучающий урок и сколько времени на это потратил. На основании отчетности можно делать выводы об успеваемости и оценивать стремление и мотивацию к обучению.

Особенно этот вопрос актуален в текущих условиях, когда ситуация угрозы заболевания вирусом, объявленным пандемией, заставила многие вузы перейти на дистанционный формат.

Цель исследования – определить текущие тенденции, которые нужно учитывать при создании дистанционных курсов для экономистов.

В этой статье автор опирается на исследования, приведенные в блоге компании Mirapolis, а также личный опыт внедрения элементов дистанционного обучения в практику.

Первый основной принцип, который сегодня внедряется в систему подготовки дистанционных курсов – это микрообучение. Основная идея – знания нужно подавать дозированно, небольшими порциями. Студенты быстрее усваивают новый материал, если он разбит на небольшие уроки протяженностью 10-15 минут. Таким образом 1 тема может содержать от 3-6 уроков. Обучение по маленьким шагам напоминает принцип тайм-менеджмента: «Слона нужно есть по частям». Такой подход помогает справиться с огромным проектом или выучить большой курс по экономике.

Микрообучение идеально подходит для самостоятельного обучения заочников, потому что уроки краткие и доступны для просмотров в гаджетах. Изучать новые блоки можно в любом месте, например в дороге или на перерыве на работе. Важно правильно кодировать курсы, то есть подписывать уроки и принадлежность к теме, делать акцент на логике и последовательности изучения.

Вторая особенность дистанционного обучения для экономистов – это видеоконтент. Чаще всего, это небольшие видеоуроки, которые преподаватель записывает заранее. Продолжительность таких лекций должна быть не более 45 минут – оптимальное время для сохранения концентрации у студента. Но лучше готовить блоками в виде миниуроков, как рекомендуется в первом пункте.

Видеоконтент может быть разный: в виде лекций, небольшого анимационного ролика или видеоинфографики. Для электронных курсов лучше использовать разные форматы – разнообразие стимулирует мозговую активность и обучение будет более эффективным. Для применения записанных ранее видеоуроков есть ряд преимуществ: контент выверен заранее, не ограничено число просмотров, записи можно смотреть в любое время, материал легко усваивается и, в случае необходимости, может быть просмотрен повторно.

Следующая тенденция в дистанционном обучении специалистов в сфере экономики – геймификация, которая представляет собой вовлечение с помощью уровней, баллов или ролей в игре: обучающийся получает статусы за правильные ответы на вопросы курса, зарабатывает очки за пройденный тест и бонусы за скорость изучения материала.

В геймификации используют игровые правила для достижения реальных результатов. Так, к примеру, можно получать высокие статусы за правильные ответы на вопросы курса, зарабатывать очки за каждый пройденный тест или получать дополнительные бонусы за скорость изучения материала. В геймификации хорошо работает и соревновательный момент – люди любят признание и всегда стремятся выполнять задания лучше других, чтобы стать первыми.

Если в электронный курс добавить игры, тогда сразу увеличится вовлеченность студентов в обучение. Есть разные варианты геймификации: можно проходить квесты, решать головоломки и задачи, соревноваться в создании проектов с одноклассниками. Сейчас для геймификации в изучении экономики есть много применений: можно имитировать различные экономические ситуации, постепенно увеличивая сложность, можно параллельно изучать смежные дисциплины, которые помогают в работе, например при изучении маркетинга продаж подключать программы для аналитики и т.д.

Кроссплатформенность обучения – следующая тенденция. Сейчас важна мобильность – люди чаще обучаются «на ходу», так как не у всех есть возможность посвятить обучению несколько часов в день сидя дома. Поэтому необходима адаптация курсов под любые мобильные девайсы.

Мобильное обучение дает возможность заниматься в удобное для себя время, не привязываясь к месту и девайсу. Кроссплатформенность, когда начать обучение можно за компьютером, а продолжать в смартфоне, помогает не прерывать обучение, а это важно в наших реалиях организации жизнедеятельности и экономии времени.

Персонализированное обучение – следующая возможность и тенденция дистанционного обучения. Люди хотят обучаться в собственном темпе, по своим интересам и потребностям. При персонализированном обучении программа составляется с учетом возможностей отдельно взятого студента.

При индивидуальном обучении сначала выясняют уровень подготовки студента с помощью предварительных тестов и по результатам назначают конкретные модули и материалы для изучения. Можно подключать уровни, как в геймификации. Каждый студент получает только те материалы, по которым у него «проседание», и не тратит время на те дисциплины, в которых он хорошо ориентируется.

Персонализированное обучение ориентировано на человека, ведь самое важное, чтобы студент изучил принципы функционирования экономического объекта и организации всех процессов и смог пользоваться этими знаниями в своей профессии.

Социальное обучение – новая дисциплина в организации дистанционного формата получения знаний. Она означает «обучение с другими людьми». Не в классе, как это принято, а через платформы социальных сетей (в онлайн-режиме) или во время конференций или групповых обсуждений. Преимущество в том, что обучение не прекращается, даже если время лекции или конференции закончилось. Студенты продолжают общаться, задавать вопросы, помогать с решением задач другим ученикам. Популярные платформы — «ВКонтакте», «Фейсбук», «Телеграм», «Инстаграм». В будущем роль социального обучения будет только возрастать, так как сейчас обучается «поколение Y» – люди, которые с детства привыкли общаться в социальных сетях.

Итак, чтобы эффективно организовать бизнес-образование в дистанционном формате, нужно учитывать тенденции. Сегодня в приоритете: создание миникурсов, преимущественно в видеоформате, геймификация, персонализация материалов курса, кроссплатформенный подход и социальное обучение. Дальнейшие исследования автора будут направлены на изучение технических возможностей организации представленных методов и оценки их эффективности.

УДК 378.1:334.025

Вершицкая Елена Рустемовна

к. филол. н., доцент

Вершицкая Надие Андреевна

обучающаяся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ МНОГОМЕРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ В ЦИФРОВОМ МИРЕ

Востребованный специалист сегодня – это не обязательно выпускник вуза, а человек, обладающим определённым набором компетенций и предпринимательским духом. В этой связи актуальным видится вопрос развития инновационного подхода к образовательному процессу, который подразумевает технологические инновации, многомерные компетенции и нейрообразование.

Включение технологических инноваций предполагает развитие инновационных центров технологий, обеспечивающих прагматический и утилитарный подход к научным инновациям и инновационной образовательной деятельности. Студент становится активным действующим лицом в процессе получения компетенций и сам несет ответственность за качество собственного учебного процесса. Используя доступ к массивному объёму информации, обучающийся меньше времени проводит в офлайн коммуникации с преподавателем, а контроль усвоения теоретического материала уходит на второй план. В то время как рефлексивность, творческий потенциал (креативность) и адекватность профессиональных действий выступают базовыми критериями качества образовательного процесса. Современные образовательные технологии становятся эффективным инструментом трансформации педагогической модели учебных заведений, обеспечивающих востребованность на рынке труда выпускников университетов. Сегодня российские предприятия и бизнес на практике применяют новые технологии и осознают необходимость кооперации с бизнес инкубаторами, акселераторами и исследовательскими центрами современных университетов, однако доля университетов в качестве партнёров в технологическом бизнесе России не превышает десяти процентов [1, 2]. Отметим следующие бизнес-инкубаторы на базе вузов России: бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ, который инициирует социальные стартапы, реализует специальные образовательные программы и признан лучшим в мире по версии рейтинга UBI Global World Rankings 2019-2020; бизнес инкубатор МГУ, который является инкубатором № 1 в России по капитализации резидентов и выпускников и Межвузовский бизнес-инкубатор «Дружба» (гор. Томск) - первый студенческий бизнес-инкубатор России. Бизнес является основным заказчиком результатов прикладной науки, потому что для средних компаний использование инноваций – возможность роста [1]. Так, в начале 2020 года было объявлено о совместном проекте Правительства Республики Татарстан и «Школа 21» в Казани. Предполагается, что проект обеспечит работодателей республики и всей страны программистами мирового уровня.

В "Прогнозе долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года", Министерство экономического развития Российской Федерации считает модернизацию образования необходимым условием для формирования инновационной цифровой экономики и ориентирует его (образование) на подготовку квалифицированных кадров всех уровней профессионального образования, способных быстро реагировать на запросы рынка труда, повышать уровень своей квалификации в течение всей жизни, использовать свои знания, навыки и компетенции, полученные в процессе обучения [4]. Для решения этой задачи необходимо формирование многомерной

компетенции специалиста путем внедрения гибких инновационных интегративных технологий, ситуационных задач, кейсов и деловых игр, подготовка к которым ведется при активном использовании цифровых технологий в процессе самостоятельной работы студентов. В креативном плане сфере многомерность специалиста выражается способностью интегрировать в деятельность различные направления, подходы и взгляды, технологии и методы [2, 5]. Здесь важен также и «коэффициент эмоциональности» специалиста, который сопоставим с эмоциональным интеллектом обучающегося, и отражает степень гибкости и скорости реакции на иррациональные сигналы внешней среды. То есть развитие эмоционального интеллекта напрямую влияет на качество образования и является центральным аспектом активности студента, его когнитивных процессов, социального поведения и способности к выбору нужной информации в цифровой информационной реальности. Таким образом, многомерной профессиональной компетенцией является качественная эмоциональная компетентность, мультифункциональность и цифровая синергичность.

Когнитивная наука как междисциплинарный комплекс различных отраслей знаний занимается исследованиями познавательной деятельности и широко применяется в современных подходах к трансформации и модернизации системы высшего образования. Дисциплина «нейрообразование» как результат кооперации нейронаук с науками об образовании в эпоху цифровизации стала инновационной для российской системы высшего образования. В мировой практике высшего образования она нашла широкое применение в начале 21 века и преподается в Гарвардском, Кембриджском университетах и в ряде других ведущих мировых университетах. Нейрообразование является инновационным подходом к образовательным исследованиям, отличающимся от бихевиоризма, когнитивизма и конструктивизма. Отличие нейрообразования от других подходов состоит в том, что оно анализирует образовательные проблемы на уровне мозга, используя методы визуализации [3]. В дальнейшем оно оказывается фундаментальным для информационного моделирования, 3D визуализации и цифровой трансформации в целом. За короткое время нейрообразование стало доминирующей образовательной парадигмой и актуальной тенденцией в академической среде. В 2018 году в России была создана Ассоциация по нейрообразованию, целью которой стало обеспечение контроля работы универсальной сетевой образовательной платформы, подготовка экспертов в области нейротехнологий, охватывающих всю цепочку внедрения инноваций. Однако деятельность Ассоциации направлена преимущественно на систему внешкольной подготовки и меньше на создание продуктов для модулей в вузах. Хотя популяризация нейротехнологий и использование их прикладного инновационного потенциала в функциональных и предметных областях представляются логичными именно в кооперации между университетами, наукой и бизнесом.

Социокультурные трансформации определяют необходимость модернизации системы высшего образования в России и участия студентов в технологических инновациях и процессах трансфера знаний. Развитие предпринимательского духа и креативности у студентов обеспечивают адаптацию к социально-экономическим изменениям и востребованность на рынке труда. Многомерность профессиональных компетенций обеспечивает практическую направленность навыков и развитие эмоционального интеллекта, а нейрообразование развивает стрессоустойчивость, инициативность и скорость восприятия информации. Такая архитектура новой модели высшего образования в России будет востребована в экономике цифрового мира и больших данных. Современное образование - это больше, чем профессиональное обучение.

Литература

1. Вершицкий А. В. Проблемы кооперации между университетами, наукой и технологическим предпринимательством / А. В. Вершицкий, Е. Р. Вершицкая // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13. – № 2 (84). – С. 162-170. – DOI 10.24411/1995-042X-2019-10215.
2. Demin S.S. Trends in the technology start-ups integration in the educational process of future entrepreneurs / Demin S.S., Lukyanova A.V., Vershitsky A.V. // Journal of Entrepreneurship Education. – 2019. – Т. 22. – № 4.
3. Дудко С.А. Направления когнитивных исследований в сфере образования в США, Канаде и Франции / С.А. Дудко, И.М. Елкина, Н.Л. Коршунова и др. // Сборник научных трудов международной научно-практической конференции "Образовательное пространство в информационную эпоху" (Москва, 05-06 июня 2018 г.). – С. 51-63.
4. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/798fe60b85830249c4141fec7f71d809613fa1a7.
5. Ялалов Ф.Г. Профессиональная многомерность: многомерные компетенции / Ф.Г.Ялалов // Филология и культура. – 2015. - №2(40). – С. 326-329.

УДК 331.5 : 004

Круликовский Анатолий Петрович

доцент

Асанова Мавиле Ахтемовна

обучающаяся

Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

РЫНОК ТРУДА И КОМПЕТЕНЦИИ КАДРОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние развития автоматизации на требуемые навыки и умения сотрудника. Рынок труда на протяжении всего своего жизненного цикла подвержен изменениям. Перед миллионами людей стоит задача найти свою нишу и научиться использовать преимущества цифровизации себе во благо, без опасения, что однажды их заменят роботы или искусственный интеллект. В работе представлены исследования подверженности профессий автоматизации. Выделены одни из самых важных компетенций, которыми обязан обладать сотрудник в ближайшем будущем.

Ключевые слова: рынок труда, цифровая экономика, кадры, автоматизация, перспективные профессии, компетенция.

Annotation. This article discusses the impact of the development of automation on the required skills of an employee. The labor market is subject to change throughout its life cycle. Millions of people are faced with the task of finding their niche and learning how to take advantage of digitalization for their own benefit, without fear that one day they will be replaced by robots or artificial intelligence. The paper presents studies of the exposure of the profession of automation. Some of the most important competencies that an employee is required to possess in the near future are highlighted.

Keywords: labor market, digital economy, personnel, automation, promising professions, competence.

Цифровая революция изменила нашу жизнь и общество с невероятной скоростью и масштабами. Новые технологии, особенно искусственный интеллект, неизбежно приводят к изменениям на рынке труда, в том числе к исчезновению рабочих мест в некоторых секторах и созданию возможностей в других. Возникает необходимость в формировании соответствующих компетенций и навыков, чтобы соответствовать требованиям цифровой экономики.

В работе [5] указано, что ключевым фактором успеха процессов цифровизации является наличие высококвалифицированных кадров в достаточном объеме и соответствующих рабочих мест, а также системы подготовки специалистов, обладающих определенными компетенциями для разработки и внедрения цифровых технологий.

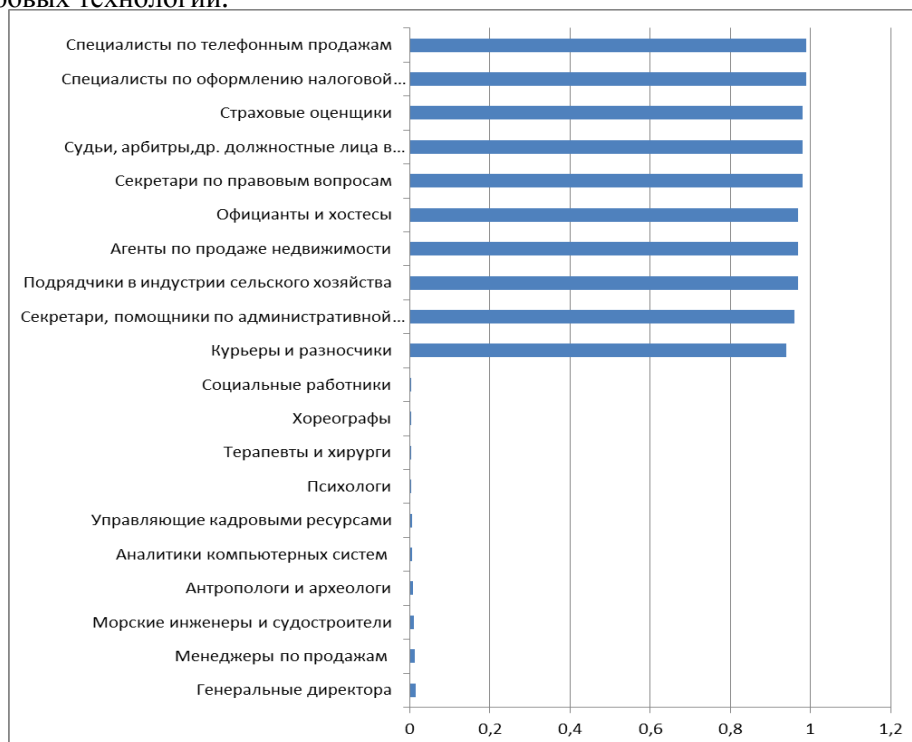


Рисунок 1 – Подверженность профессий автоматизации

Источник:[1]

Уже на сегодняшний день можно наблюдать последствия технологического прогресса — сокращение таких должностей, как: юристы, бухгалтера, турагенты, секретари, операторы call-центров и

т.п.. Многие профессии в которых присутствует однотипная работа, рано или поздно будут заменены технологиями.

Наглядно степень потенциального воздействия технологических инноваций на рынок труда можно увидеть в исследованиях К.Б. Фрея и М.А. Осборна [7] на рис.1: ученые распределили 702 профессии по степени вероятности их автоматизации («0» – отсутствие риска автоматизации профессии, «1» – максимальный риск замены профессии компьютерными технологиями) [1].

На основе результатов исследования Института статических исследований и экономических знаний НИУ ВШЭ [3] в табл.1 выделены одни из самых перспективных профессий на рынке труда в ближайшем будущем, возникшие путем влияния развития информационных технологий.

Таблица 1 – Перспективные профессии на рынке труда

Наименование	Описание деятельности
Биоинформатик	анализирует экспериментальные медико-биологические данные на клеточном уровне с помощью специальных алгоритмов
VR-архитектор	занимается созданием, конструированием и дизайном виртуального пространства
Дизайнер голосовых интерфейсов	проектирует интерфейсы для голосового взаимодействия с цифровыми помощниками, чат-ботами, персональными роботами, строит алгоритмы ответных реакций искусственного интеллекта
Инженер по безопасности данных	отвечает за обеспечение конфиденциальности, шифрование и предотвращение несанкционированного доступа к данным как внутри компании, так и извне
ИТ-юрист	занимается юридическим сопровождением бизнеса в условиях цифровой экономики
Компьютерный лингвист	разрабатывает программы и алгоритмы на основе естественного языка, создает инструменты распознавания текста и речи, системы перевода, тем самым участвуя в развитии искусственного интеллекта
Наименование	Описание деятельности
Цифровой продюсер	управляет сложными медиапроектами, предполагающими многоплатформенность и использование цифровых возможностей производства контента, в том числе мобильных приложений, мультимедийных книг, видеоигр, онлайн-курсов, веб-сериалов

Источник: составлено автором на основе [5].

Для приобретения перспективной профессии в будущем, следует обладать рядом навыков и умений. В табл.2 представлен перечень универсальных компетенций, которые должен иметь сотрудник к 2025 году. Новым девизом для тех, кто хочет гарантировать свою устойчивую конкурентоспособность на рынке труда, становится «Эволюционируй или вымрешь» [6]. Все, что можно автоматизировать, будут делать машины, но управлять ими будет человек.

Таблица 2 – Компетенции сотрудников к 2025 году

Когнитивные навыки		
Саморазвитие	Организованность	Управленческие навыки
- Самосознание - Обучаемость - Восприятие критики - Обратная связь	- организация своей деятельности - управление ресурсами	- мотивирование других - формирование команд - постановка задачи - развитие других - приоритизация - делегирование
Адаптивность	Решение нестандартных задач	Достижение результатов
работа в условиях неопределенности	- критическое мышление - креативность	- ответственность принятия риска - Инициативность
Социально-поведенческие навыки		
Коммуникация	Межличностные навыки	Межкультурное взаимодействие
- презентационные - письменные - переговорные - открытость	- работа в команде - этичность - управление стрессом - адекватное восприятие критики	- Осознанность - соц. ответственность - иностраные языки и культуры - кроссфункциональное и кроссдисциплинарное взаимодействие
Цифровые навыки		
Создание систем	Управление информацией	
- программирование - разработка приложений - проектирование производственных систем	Обработка и анализ данных	

Источник: [6].

В работе [2] отмечается, что в нынешних условиях доступность мобильных устройств, обеспечивающих возможность дистанционной работы значительно снижает расходы на командировки и логистику, а также стимулирует развитие самоуправляемой работы в разнородных группах, которые часто физически не находятся в одном и том же месте, а иногда даже не говорят на одном языке. Мобильные устройства также предоставляют сотрудникам доступ к гибким формам обучения благодаря множеству альтернатив, предлагаемых в сети Интернет.

Согласно стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы «к 2024 году количество выпускников образовательных организаций высшего образования по направлениям подготовки, связанным с информационно-телекоммуникационными технологиями должно составлять 120 тыс. человек в год. Количество выпускников высшего и среднего профессионального образования, обладающих компетенциями в области информационных технологий на среднемировом уровне – 800 тыс. человек в год. Доля населения, обладающего цифровыми навыками – 40 процентов» [4].

В эпоху цифровизации одними из главных задач государства становится выработка эффективных систем подготовки конкурентоспособных высококвалифицированных специалистов, а также переобучение имеющихся кадров.

Литература

1. Измайлова М.А. Влияние цифровой экономики на трансформацию рынка труда и формирование новых моделей бизнеса / М.А.Измайлова // Экономика в промышленности. – 2018, № 3. – С. 296-304
2. Круликовский А.П. Роль сферы управления персоналом в цифровой трансформации бизнеса / А.П.Круликовский, Е.И.Бурячек // Труды XVI Всероссийской с международным участием научно-практической конференции «Теория и практика экономики и предпринимательства» / под ред. проф. Апатовой Н. В. – Симферополь-Гурзуф, 18-20 апреля 2019 год. – Симферополь : ИП Зуева Т. В., 2019. – с. 265-266
3. Перспективная модель государственной статистики в цифровую эпоху [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://conf.hse.ru/data/2018/04/09/1164467350/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82.%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8..pdf
4. Распоряжение Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации». / [Электронный ресурс]. - режим доступа : <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 24.03.2020)
5. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ict.moscow/research/cto-takoe-cifrovaya-ekonomika-trendy-kompetencii-izmerenie/> (дата обращения: 24.03.2020)
6. BCG (2017a). Россия 2025: от кадров к талантам. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://d-russia.ru/wpcontent/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf (дата обращения: 24.03.2020)
7. Frey C.B., Osborne M.A. The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf (дата обращения: 24.03.2020)

Остапенко Ирина Николаевна

к.э.н., доцент

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»

Остапенко Владимир Юрьевич,

обучающийся

ИИТиУТС СевГУ

Республика Крым, Россия

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

В реалиях современного мира изменилась концепция образования. Сегодня человек должен осознать несколько важнейших вещей: цифровизация трансформирует мир - в современных реалиях человек может оставаться полезным обществу, если постоянно развивается, самосовершенствуется, непрерывно обучается в течение всей жизни, мотивируется на потребность, нужду в образовании, креативность как важнейший аспект развития личности – это необходимое условие жизнедеятельности личности. Образование, являясь социальной системой, призвано оказывать основное влияние на развитие системы ценностей людей, на формирование их потребностей. Отметим следующие традиционные причины возникновения потребности в образовании: недостаток знаний и умений в деятельности; необходимость подтвердить свою квалификацию при аттестации; желание подтверждения определенного статуса в обществе; получение удовлетворения от образа жизни «ученика», удовольствия от самого процесса обучения; долгосрочные выгоды (высокая заработная плата, перспективы в карьере и т.п.). Вузы страны пока не готовят специалистов по профессиям будущего, но дальновидные

индивидуумы самостоятельно осваивают образовательные программы, которые в комплексе дадут им в недалёком будущем возможность быть конкурентоспособными на рынке новых профессий. Сегодня устаревают такие интеллектуальные профессии на горизонте 2013–2030 годов: бухгалтер, менеджер по кредитам, статистик, стенографист/расшифровщик, корректор, библиотекарь, документовед/архивариус, турагент, банковский операционист, экскурсовод, аналитик, системный администратор, диспетчер, штурман, провизор и т.д. К этому перечню можно добавить большой список отживающих свой век рабочих профессий. Это вполне естественный процесс, поскольку технологии совершенствуются, и меняется потребность в специалистах. Не безосновательно ожидается появление таких профессий, как IT - медик (специалист с высоким уровнем знаний IT, который создаёт базы физиологических данных и управляет ими, создает ПО для лечебного и диагностического оборудования). Или, например, сетевой врач - высококласный диагност, владеющий ИКТ, способный ставить диагнозы в онлайн-режиме, в приоритете которого - предварительная диагностика и профилактика заболеваний. В области образования, например, ожидается появление специалистов - разработчиков инструментов обучения состояниям сознания, создающих ПО и оборудование для обучения пользователей высокой концентрации, расслаблению, повышенным творческим способностям и т.п. С появлением специалистов - разработчиков образовательных траекторий появится возможность строить личностные «маршруты» обучения новых специалистов с учетом психотипа, способностей и целей личности [2]. В контексте сказанного, человечество должно быть готовым к новому изменённому рынку труда, для чего важно эту проблему незамедлительно решать на всех уровнях. С другой стороны, со стороны работодателей пока нет спроса на профессии будущего, но они тоже должны готовиться к ожидаемым трансформациям.

Литература

1. «Национальная доктрина образования в Российской Федерации» от 04 октября 2000 года № 751 [Электронный ресурс] // URL: <http://www.rg.ru/2000/10/11/doktrina-dok.html> (дата обращения 08.06.2019). 2. Атлас новых профессий [Электронный ресурс] // URL: <http://atlas100.ru> (дата обращения 03.12.2019).

УДК 004.9

Таран Виктория Николаевна

канд. техн. наук, доцент кафедры информатики и ИТ

Гаврилова Анна Сергеевна

студентка 3 курса, направления подготовки

09.03.03 «Прикладная информатика»

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет

им. В. И. Вернадского» в г. Ялте

г. Ялта, Россия

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ КАРТЫ (МЕНТАЛЬНЫЕ КАРТЫ). ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТ-КАРТ В УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПЛАНИРОВАНИИ И УПРАВЛЕНИИ

Аннотация. В статье приводится определение понятия интеллектуальной карты, их назначение и польза для освоения материала и повышения его запоминаемости. Рассматриваются структура и виды ментальных карт, а также принципы построения. Приведены методы и правила их использования при обучении, выделены их достоинства.

Ключевые слова: интеллектуальные карты, методы визуализации, ментальные карты, учебный процесс, ассоциативные карты.

Gavrilova A.S.

student, training directions 09.03.03 “Applied Informatics”

Taran V.N.

Cand. tech. Sciences, Associate Professor,

Department of Informatics and IT

Humanitarian and Pedagogical Academy (branch)

of “V.I. Vernadsky Crimean Federal University” in Yalta

Yalta, Russia

MIND MAP (MENTAL CARDS). APPLICATION OF INTELLIGENCE CARDS IN EDUCATIONAL ACTIVITIES, PLANNING AND MANAGEMENT

Abstract. The article provides a definition of the concept of a mind map, their purpose and usefulness for mastering the material and increasing its memorability. The structure and types of mental maps as well as the principles of construction are considered. The methods and rules for their use in training are given, their advantages are highlighted.

Keywords: smart cards, visualization methods, mind map, educational process, associative cards.

Введение. Информационные технологии активно внедряются во все сферы жизни человека, а значит происходят глобальные процессы, основное назначение которых - усовершенствование устаревших методов управления информацией путем поэтапного внедрения электронных систем [1].

Качественное образование возможно только в условиях новой образовательной среды, ориентированной на применение информационных и коммуникационных технологий. Иногда преподаватели современных вузов, к сожалению, пока еще испытывают некоторые затруднения при необходимости применения в своей профессиональной деятельности новых технологий, не представляя, как можно использовать эти возможности в образовательной практике для организации основных видов педагогической деятельности [2]. Преподаватель, применяя электронное обучение, должен владеть специальным программным обеспечением, навыками работы в электронной среде обучения, а также использовать при обучении студентов современное оборудование [3].

Таким образом, для качественного обучения, планирования и управления требуется знание современных обучающих систем и информационно-коммуникационных технологий, в частности, применение ментальных карт или, как их еще называют, интеллект-карт.

Целью данной статьи является изучение ментальных карт и способов их создания, а также выделение их достоинств и недостатков.

Изложение основного материала. Все жители нашей планеты хотя бы раз в жизни имели дело с конспектами, т.е. записывали изучаемый материал для дальнейшего его использования. Данный способ ведения записей традиционен в мире, но имеет некоторые недостатки, которые заключаются в сложной структуре, количестве отнятого времени и слабом запоминании – простыни из текста давно себя изжили.

Федеральный образовательный стандарт (ФГОС) реализует требования обучения замены знаниевого подхода на системно-деятельный. играют важнейшую роль в функционировании высших учебных заведений. Главные функции, которые выполняют информационно-коммуникационные технологии – это обеспечение передачи, наглядности и представление информации [4].

Идея системно-деятельного подхода заключается в том, что учение рассматривается не в виде простой трансляции знаний от педагога к обучаемому, а ставится задача – научить его добывать и применять знания самостоятельно.

Интеллект-карта (ментальная карта, диаграмма связей, карта мыслей, ассоциативная карта, mind map) — это графический способ представить идеи, концепции, информацию в виде карты, состоящей из ключевых и вторичных тем, т.е. это инструмент для структурирования идей [5].

Интеллектуальная карта (ментальная или ассоциативная карта) – это особый вид записи материала в виде радиальной структуры, то есть структуры, которая исходит от центра к краям, постепенно разветвляющейся на более мелкие части.

Она была основана в конце 1960-х – 1970-х годов Тони Бьюзеном – британским психологом, который хорошо разобрался в особенностях восприятия информации индивидами и утверждал, что благодаря особенностям человеческого мозга, подвластного графической информации, она лучше и качественнее запомнится.

Ментальные карты помогают:

- организации мышления для быстрого запоминания через структурирование информации;
- активизации мышления через визуализацию.

Для правильного составления интеллектуальной карты следует помнить, что:

– на каждой из линий, которые исходят из центра, а также на ответвлениях, рекомендуется размещать только одно слово. Тони Бьюзен считает, что именно такой способ помогает сосредоточиться на запоминании информации. Одно слово, отображённое на карте, даёт возможность для дополнительных образов и ассоциаций.

– при составлении интеллект-карт лучше использовать печатные буквы, так она будет выглядеть аккуратней, что, безусловно, повлияет на восприятие нанесённой информации;

– карта не должна напоминать традиционную схему. Слова и картинки-ассоциации располагаются строго на ветках. Все нарисованные линии должны быть живыми, а не начерченные под линейку;

– горизонтальные ассоциативные карты удобнее, так как такое расположение наиболее комфортно для визуализации радиальной структуры;

– для разных ветвей нужно использовать разные цвета. С помощью фломастеров, ручек, карандашей выделяются важные опорные точки, изменяя цвет при записи слова, используя другой размер шрифта или делая некоторые слова более заметными.

Правильно сделанная интеллект-карта не содержит пустоты, а ветки одновременно не сжаты и не ограничены в пространстве. Для создания mind map можно выбрать подходящий размер бумаги – для большой карты подойдёт А3, а для маленькой стандартный А4.

Чтобы лучше усвоить материал, изображённый на интеллектуальной карте (рис. 1) информация распределяется, соответствуя определённым правилам:

– основная идея, отображающая всю суть информации, которую требуется запомнить, нужно располагать в центре;

– главные ветви соединяются с основным понятием, а ветви второго, третьего, четвертого и так далее уровнях, соединяются с главными ветвями;

– на интеллектуальную карту пишется только одно ключевое слово, а также рисуются картинки-ассоциации и чем больше их будет, тем, безусловно, лучше;

– удобнее всего использовать радиальную структуру, различные цвета, чтобы выделять главные и второстепенные моменты, а обобщённые блоки информации нужно объединять либо цветом и обводкой, либо фоном для лучшего восприятия.

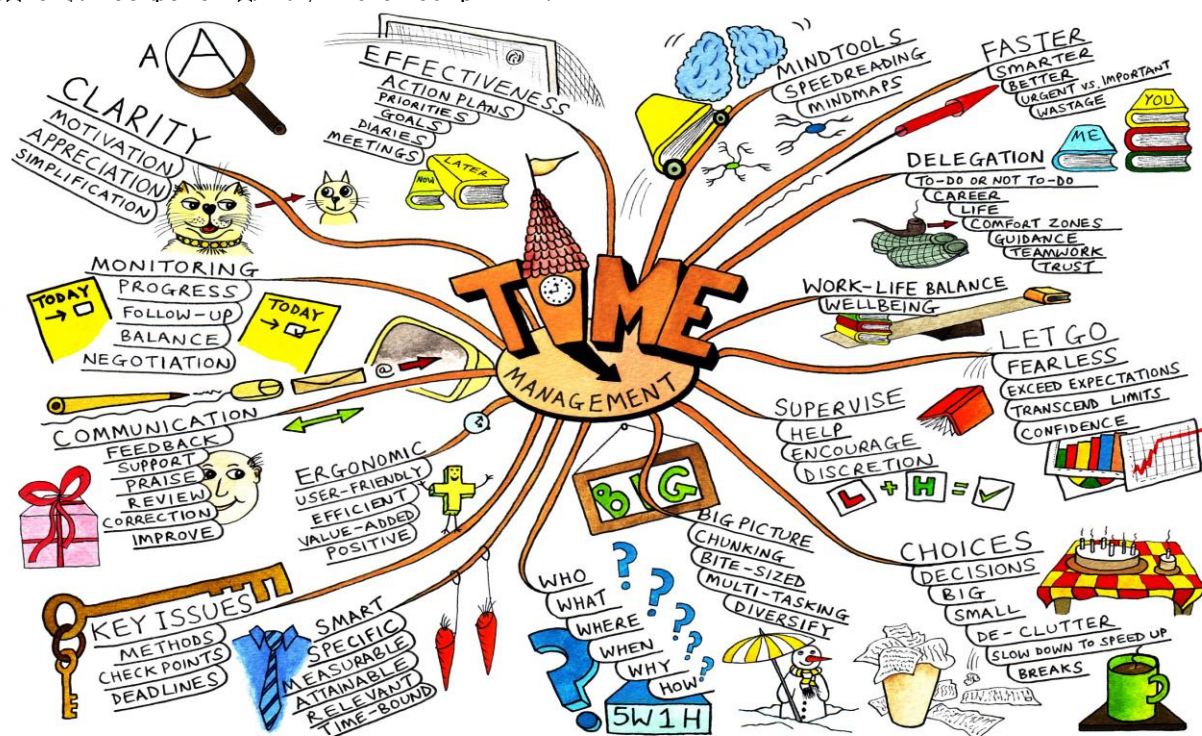


Рисунок 1 – Пример интеллект-карты Т. Бьюзена «Супермышление»

Область использования ассоциативных карт велика. Их можно применять как в работе и быту, так и в учебной деятельности.

При использовании интеллектуальных карт в работе можно создавать общее видение проектов, рабочие планы, планировать какие-либо события, выступления. В быту они помогают расписать достоинства и недостатки планируемых покупок, описать структуру проведения праздника или иного события, спланировать отдых.

В обучении же, с помощью таких карт, можно:

- записывать конспекты по книгам на слух;
- создавать планы написания рефератов, книг, дипломов, статей;
- сдавать экзамены;
- запомнить смысл любого записанного материала и структурировать его, понять суть и мысль, которую хотят донести.

Mind map также не остаётся в стороне и при изучении иностранных языков. Есть два подхода к разбору иностранного текста с помощью неё, один рассчитан на новичков, другой – уже для продолжающих.

В методе для начинающих суть работы заключается в том, что при прочтении английского текста нужно разделить весь текст на абзацы и в центре в качестве основного понятия разместить номер абзаца. От этого проставленного номера будут идти ветви, обозначающие предложения.

В методе для продвинутых схема составления ментальных карт немного другая – требуется разделить текст на абзацы, ориентируясь на смысл и содержание текста, то есть каждый отрывок должен иметь некую центральную тему.

Таким образом, центральная тема отрывка помещается в середину листа (для обозначения всего абзаца лучше подобрать одно ярко выраженное слово) и от неё проводятся ветки, обозначающие основные мысли, которые показаны в абзаце. В качестве опорных точек можно создать дополнительные ответвления с ключевыми словами.

Таким образом, использование интеллектуальных карт в изучении иностранного языка будет эффективна, так как чем больше происходит работа с контекстом, тем лучше понимаются нюансы чужого языка.

К преимуществам использования интеллект-карт можно отнести:

- простоту и удобность способа структурирования информации;
- все записи, сделанные на листе бумаге, который расположен горизонтально, легко воспринимаются;

– главные понятия конспекта или заданной темы, категории или опорные точки выделены, что сокращает количество текста и делает понятной структуру созданного конспекта.

Выводы. Таким образом, при правильном составлении ментальной карты происходит не только структурирование используемой информации, но и более глубокое ее понимание для дальнейшего применения, что помогает не только грамотно планировать деятельность, текущие процессы, но и эффективно управлять ими.

В заключении можно сказать, что использование интеллектуальных карт в обучении очень удобно. Ведь, кипы написанного текста можно заменить красивыми яркими картами, где будет храниться минимум информации по написанию, но максимум по объёму. Наглядность в обучении дает наиболее высокий результат по сравнению с другими формами, поэтому использование технических средств и информационно-коммуникационных технологий за счет визуализации материала делает обучение не только более интересным, но и более результативным.

Литература

1. Таран В.Н., Горшар Р.С. Информационная система центра дистанционного обучения // Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского: Материалы III научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых. Гуманитарно-педагогическая академия. (01-03 ноября 2017). Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2017. - С. 161-162.
2. Панкратова О. П., Конопко Е. А., Катков К. А. Опыт применения облачных технологий в создании информационной образовательной среды вуза / Проблемы современного педагогического образования. 2016. No 53-2. С. 143-149.4.
3. Таран В.Н. Анализ компетенций профессорско-преподавательского состава при подготовке IT-специалистов //Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2016. Т. 12 (No4). – С. 20-24.
4. Гаврилова А.С., Таран В.Н. Характеристика платформ для онлайн-обучения. Дистанционные образовательные технологии: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). Посвящается 75-летию ГПА. Ответственный редактор В.Н. Таран. Симферополь, 2019. С. 140-143.
5. Куварица Е. Интеллект карты- гениальный метод для запоминания информации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://denbriz.ru/lichnoe-razvitie/mindmap/>

Штаталова Ксения Денисовна
обучающаяся

Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна
к.э.н., доцент кафедры бизнес-информатики
и математического моделирования
Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КАК АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

По результатам многочисленных исследований установлено, что уровень финансовой грамотности населения Российской Федерации недостаточен, в связи с чем является актуальным вопрос о формировании единой системы, направленной на повышение грамотности населения страны в сфере управления собственными денежными средствами и финансовыми отношениями в целом. Экономический потенциал Российской Федерации сокращается по причине низкого уровня финансовой грамотности не только людей, не связанных с финансовой сферой, но и предпринимателей. Это негативно сказывается на объемах финансовых услуг, а также ведет к уменьшению объемов инвестиций и сбережений населения.

В материалах статьи И. В. Медведь [1] отмечается важность работы по формированию финансовой культуры у населения, начиная со школьного возраста, так как в подростковом возрасте индивидуумы впервые знакомятся с финансовыми операциями, приобретают первый опыт в финансовой сфере. В данном возрасте закладываются основы будущего финансового и экономического мышления и поведения. Продолжение повышения грамотности в области финансов необходимо и после получения среднего образования. Также в данной работе отмечается необходимость активной позиции государства в вопросе повышения финансовой грамотности населения.

Правительство утвердило стратегию повышения финансовой грамотности в стране на период 2017–2023 гг. Соответствующее распоряжение 25 сентября 2017 года подписал премьер-министр Российской Федерации Д. А. Медведев [2]. В документе отражены основные положения и аспекты формирования основ финансовой грамотности у населения и повышения ее уровня, в частности, у молодежи, с помощью реализации ряда мер: образовательных программ, контроля, проведения конкурсов и олимпиад по финансовой грамотности, включающих в себя тестирование различного уровня сложности, а также поощрение за составление финансовых проектов в виде помощи в их реализации, проведение экономических форумов. На государственном уровне осуществляется

серьезный контроль за успешностью проводимой работы [1, с. 166-167]. Был создан финансовый портал «Ваши финансы РФ», который является действительно полезным и материалоемким источником финансовых знаний для населения страны [3].

Таким образом, при поддержке государства, внимание которого направлено на повышение финансовой грамотности молодежи, ситуация должна развиваться в правильном направлении. Намечен верный курс на обнаружение и ликвидацию безграмотности населения в сфере личных финансов.

Литература

1. Медведь И. В. К вопросу о финансовой грамотности школьников / И. В. Медведь // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – С. 166-170 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-finansovoy-gramotnosti-shkolnikov> (Дата обращения 24.03.2020).
2. Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы; 25.09.2017. — Москва: Распоряжение Правительства РФ, 31 с.
3. ВашиФинансы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vashifinancy.ru/> (Дата обращения 24.03.2020).

Апатова Наталия Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Аблаев Ильяс Узеирович

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТОВ НА ВИРТУАЛЬНЫХ РЫНКАХ

На виртуальных рынках действуют покупатели, продавцы и посредники, являющиеся экономическими агентами. Поскольку в условиях электронного рынка покупатель и продавец получают возможность находиться в непосредственном контакте друг с другом, то возникает вопрос о роли и самом существовании посреднических фирм. Тем не менее, по мере расширения и усложнения электронного рынка потребность в квалифицированных информационных посреднических услугах будет не уменьшаться, а возрастать по следующим причинам: экспоненциально возрастающее число вариантов требует наличия специальных баз данных и навыков работы с ними, в частности оценок качества и потребительской привлекательности конкретных продуктов, надежности поставщиков, прогнозирования спроса на новые продукты и оценки эластичности спроса и т.п.; покупатели тяготеют к комплексным решениям, в то время как продавцам выгодно концентрироваться на отдельных продуктах; покупателям часто требуется консультант, и даже гарант сделки. Последнее обстоятельство в условиях информационной неопределенности становится особенно важным. Существует несколько процедур для его реализации, например, зачисление покупателем платежа на счет "escrow", который становится доступным продавцу после соблюдения всех условий сделки. Кроме того, брокер может распространять информацию о недобросовестной деятельности некоторых участников рынка, что им невыгодно. Наконец, за отдельную плату брокер может выступить гарантом сделок; для ряда агентов рынка необходимо соблюдение анонимности, которое может обеспечить посредническая фирма [1, 2].

Опыт показывает, что посредник может преуспеть и на электронном рынке, если он создает стоимость, то есть производит общественно полезную услугу. Примером активного взаимодействия с поставщиками и потребителями может служить подход крупного оптового продавца компьютерных систем - компании Ingram Micro. В рамках единой с поставщиками и покупателями экстранет-сети обеспечивается не только подбор компьютеров нужной конфигурации и уточнение технических спецификаций, но и согласование цены. В системе принимает участие 520 производителей, предоставляющих в едином формате информацию о 20 тыс. изделий. У системы имеется более 75 тыс. пользователей, из которых около 7 тыс. размещают заказы. Данный сервер принадлежит к числу самых посещаемых в Интернет - около 2 млн. уникальных посещений в день.

Реструктуризация на основе более тесного взаимодействия предприятий нашла свое воплощение, прежде всего, в сокращении размеров предприятий, в свертывании нерентабельных производств и в создании так называемых виртуальных корпораций. Их отличает, в частности, отказ от иерархической структуры управления в пользу сетевой модели организации производства. Реструктуризация предприятий в данном направлении привела к заметным сдвигам в производительности и эффективности. Главным источником эффективности является снижение транзакционных издержек (управленческие расходы, потери от адаптации, затраты на поиск выгодного партнера и прочее), хотя нельзя сбрасывать со счета многие другие эффекты, например, налоговую экономию за счет применения механизма трансфертных цен.

Используя традиционную информационную среду для продвижения товаров, предприятие может только поместить информацию в среду, не имея возможности контролировать ее востребованность.

В условиях единого информационного пространства информационная среда становится активным участником информационно-экономических отношений. Интерактивность реализуется на уровне взаимодействия со средой, а не на уровне персонального общения через среду. Например, контракт на технологические испытания сырья между компанией Seagate Technology, производящей магнитные накопители, и авиационно-космическим концерном Lockheed Martin Missiles & Space был подписан в результате присутствия каждой из компаний в Интернет без прямых предварительных контактов.

В сетевой экономике активно развиваются дистанционные трудовые отношения. Различают два вида дистанционных трудовых отношений - телеработа и телекоммьютинг. Термин "телекоммьютинг" (англ. telecommuting) был введен Джеком Найлзом (США) в 1976 году для обозначения дистанционной работы по договору. Термин "телеработа" (англ. telework) был введен Европейской Комиссией в конце 1980-х годов. Разница между этими двумя понятиями заключается в том, что при телекоммьютинге необходимо существование фирмы или организации, работающей по традиционной схеме, для которой работник, находящийся на расстоянии, выполняет работу. Телеработа позволяет создать фирму или организацию, сотрудники которой никогда физически не встречаются друг с другом.

Литература

1. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации. СПб: Изд-во Политехнического университета, 2009. – 120 с.
2. Апатова Н.В., Балджи Я. Принципы функционирования виртуальных рынков. // Культура народов Причерноморья. 2014. № 278. Т.2. - С. 11-15.

Апатова Наталья Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Любимов Владислав Викторович

магистрант

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Современные подходы к исследованию экономического роста все больше внимания уделяют его качественным характеристикам, различая при этом понятия «экономический рост» и «экономическое развитие». Также отмечается, что на современном этапе социально-экономического развития происходит сближение научных экономических категорий «экономический рост» и «экономическое развитие», что обусловлено возрастанием роли человека в социальных, экономических и технологических процессах, его творческого потенциала.

Учет человеческого фактора в экономическом росте сводится не только к трудовым характеристикам, но и к институциональным, определяющим информационные потребности общества и требующим формирования благоприятной институциональной среды для получения положительных результатов от развития информационных и коммуникационных технологий [1, с. 25]. К основным направлениям содействия развитию ИКТ Е.В. Дудукалов относит: состояние международного сотрудничества в сфере ИКТ, обеспечение национальной безопасности в информационной сфере, состояние системы образования и научно-исследовательской работы, пропаганду и просветительскую работу, нормативно-правовую базу, доступность товаров и услуг, развитие электронного правительства и поддержку социальных проектов, поддержку и стимулирование отрасли ИКТ.

Исследуя влияние информационно-технологического фактора на экономический рост, Ю.И. Каннер выявил особенности понятия «информационный продукт (не имеет физического износа, но подвержен моральному, может одновременно участвовать в ряде производственных процессов, легко тиражируется и распространяется) и обосновал двойственное влияние информационного ресурса на экономический рост, заключающееся в прямой зависимости между количеством информации, используемой в хозяйственной деятельности и экономическими результатами с одной стороны, и снижении в связи с этим потребности в традиционных ресурсах. Также было доказано, что «экономический эффект от развития и применения информационных технологий сказывается не столько на самой отрасли, сколько распределен в экономике в целом» [2, с. 7].

В модели экономического роста информационного типа претерпевает трансформацию фактор капитала, включающий материальный капитал (природный-невоспроизводимый и физический), человеческий (интеллектуальный, организационный и физиологический – долголетие, здоровье, индивидуальность) и социальный капитал (символический, политический, культурный). По нашему мнению, в данный перечень необходимо включить также воспроизводимые ресурсы, такие, как вода, лес, запасы рыбы, чистый воздух, поскольку их запасы также подвергаются негативным изменениям. Кроме того, информационные ресурсы также отсутствуют в данном списке в явном виде.

Литература

1. Дудукалов Е.В. Взаимодействие технологических и институциональных факторов развития информационной экономики : автореферат дис. кандидата экономических наук : 08.00.01 / Дудукалов Егор Владимирович; [Место защиты: Юж. федер. ун-т]. - Ростов-на-Дону, 2010. - 31 с.
2. Каннер Ю.И. Влияние информационно-технологического фактора на экономический рост в России: автореф. дис. кандидата экономических наук : 08.00.01 / Сарат. гос. соц.-эконом. ун-т. - Саратов, 2005. - 21 с.

Апатова Наталья Владимировна

д.э.н., д.пед.н., профессор

Менчик Леонид Евгеньевич

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Вступление человечества в третье тысячелетие своей истории ознаменовались стремительной интенсификацией информационно-технологической революции. Внедрение новейших научных достижений в экономическую практику открыло новые возможности в сфере инновационного развития и способствовало ускорению глобализации мировой экономики. На изломе двух веков темпы глобализации и технологических перемен становятся все более жестко связанными между собой. Инновационные и глобальные тенденции и процессы взаимно усиливают и дополняют друг друга, во многом изменяя традиционную экономическую карту мира. В этом циркулярном процессе новые

информационно-коммуникационные технологии выполняют функцию “рубрикатора” глобализации. В свою очередь, глобализация, способствуя обмену людьми, товарами, капиталом и научными идеями, и знаниями, сделала возможной беспрецедентную скорость стремительных технологических изменений во всемирной истории. В результате глобализация инноваций стала новым связующим звеном между двумя фундаментальными феноменами в современной экономике – возрастанием международной интеграции экономической деятельности и повышением практической значимости знания во многих экономических процессах. Тесное переплетение глобальных и инновационных процессов на исходе XX века оказало весомое влияние на изменение вектора экономического развития в индустриально развитых капиталистических странах. Это повлекло за собой провозглашение апологетами старого мира так называемой “новой экономики” панацеей от всех бед в мире капитала. В связи с этим в западных странах “новая экономика” часто фигурирует под названиями “невесомая экономика”, “нематериальная экономика”, “экономика знаний” и т.д. Введение этого термина в научный и пропагандистский оборот рассчитано на подчеркивание ее отличия от экономики “индустриального общества”. Главными элементами “новой экономики” в наши дни являются, во-первых, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) (прежде всего, Интернет), во-вторых, интеллектуальная собственность, в-третьих, электронные библиотеки и банки данных, в-четвертых, биотехнология. Основное отличие “новой экономики” от индустриальной состоит в том, что идеи, изображения и знания в ней ценятся намного выше, чем физические продукты, машины и сырье. Многие достижения “новой экономики” могут использоваться многими потребителями одновременно (независимо от места их нахождения и в режиме реального времени). Многие из них практически не подвергаются физическому износу (например, компьютерные программы). Итогом “новой экономики” в XX веке стала смена эпохи отдельных компьютеров эрой компьютерных сетей [1].

Современные информационные процессы обязывают по-новому взглянуть на информационные технологии с позиций менеджера, предпринимателя, конечного пользователя.

Системы управления в бизнесе строятся на основе *экономико-организационных моделей*, так как управляющая система должна иметь представление об образе объекта. И поскольку модель в некоторой форме отражает реально протекающие процессы, возникает проблема ее адекватности. Традиционные детерминированные и стохастические модели все чаще не позволяют эффективно решать проблемы адекватности и учета трудно формализуемых факторов и рисков. Поэтому в настоящее время все большее распространение получают лингвистические и когнитивные модели, в частности, нечеткие и нейронные модели, а также модели искусственного интеллекта с использованием эвристик и знаний управленца высокой квалификации – эксперта.

Менеджер ведет систематический поиск информации и создает свою предпринимательскую базу знаний, которая формируется на основе информации и знаний об изменениях рыночной ситуации и среды функционирования. Таким образом, возникает проблема управления этой базой, т.е. *менеджмент базы знаний корпорации (Knowledge Management)*.

Понимание этого факта привело к развитию специализированных программных систем – *интеллектуальных систем*. Подклассом таких систем являются *экспертные системы (ЭС)*, каждая из которых является экспертом в некоторой достаточно узкой предметной области. Технологию построения ЭС часто называют “*инженерией знаний*”. С помощью интеллектуальных систем решаются задачи, относящиеся к классу неформализованных. При этом на основе базы знаний автоматически определяются не только факты, но генерируются новые знания путем логического вывода. ЭС часто используются как советчики в системах управления и поддержки решений и в качестве консультантов в гуманитарных и политологических системах.

Изменение технологии решения информационных задач связано с интенсивным развитием и внедрением в процессы решения управленческих задач *новых информационных и глобальных сетевых технологий*.

В связи с этим, на современном этапе развития информационных технологий и информатизации в сфере экономики и бизнеса важными *проблемами являются*:

- разработка адекватных моделей проблемных сред для систем поддержки решений в различных областях предпринимательства на основе “*мягких*” *вычислений (Soft computing)*: нечеткая логика (*Fuzzy logic*), нейронные сети (*Neural networks*), эволюционное программирование и генетические алгоритмы, интеллектуальный анализ данных (*Data mining*), обучающиеся алгоритмы, прогнозирование и вывод в условиях неопределенности на основе Байесовского подхода (*Bayesian approach*);
- моделирование знаний, эвристик, представлений и восприятий менеджера или эксперта в сфере своей деятельности на основе *когнитивных методов*, с целью разработки высокоэффективных систем поддержки этих решений;
- применение идей, средств и методов новой информационной технологии для *интеллектуализации* информационных систем в различных областях экономики и бизнеса и создания систем эффективного *управления знаниями корпорации (Knowledge Management)*;
- развитие методов экспертно-аналитического анализа информации (*метод матричного позиционирования, методы качественно-экспертного прогнозирования*) на основе *принципов*

рефлексивного поведения, самооценки и саморегулирования, для задач стратегического планирования и управления корпорацией на основе оценки и анализа рисков;

- развитие *электронного бизнеса и коммерции (E-commerce)*, внедрение новых технологий построения глобальных корпоративных сетей на основе вычислительных решеток (сетей) Grid (*G-commerce*) для задач стратегического планирования, управления и прогнозирования;
- разработка систем анализа, оценки и прогнозирования финансовых, коммерческих и производственных рисков (*риск-менеджмент*) на основе Байесовских и интеллектуальных подходов;
- внедрение интеллектуальных технологий *управления обеспечивающими цепочками (Supply chain management)* для задач маркетинга и менеджмента.

Большое значение приобретает анализ проблемных областей, в которых интеграция интеллектуальных технологий и информационных систем принесла бы ощутимый эффект. Наиболее перспективными областями экономики и бизнеса, где когнитивные и интеллектуальные технологии наиболее эффективны, являются: *управление производством; производственное и внутрифирменное планирование; управление маркетингом и сбытом; финансовый менеджмент; риск-менеджмент; банковская сфера; торговля; фондовый рынок.*

Разработчики систем искусственного интеллекта и интеллектуальных систем ставят своей задачей изменения традиционных подходов к системе взаимодействия человека и компьютера при решении задач принятия решений, обеспечения удобства и комфорта пользователя, повышения эффективности взаимодействия таких систем на основе когнитивных методов, возможности эффективного менеджмента глобальными информационными ресурсами и базами знаний корпорации для принятия эффективных решений, использование развитых сетевых технологий и новых форм ведения электронного бизнеса. Таким образом, речь идет о переосмыслении всей технологии обработки, хранения и представления информации пользователю с позиций новой информационной технологии.

Литература

1. Мурадов А.Н. Экономика знаний как формирующаяся экономическая система // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 2 (9). С. 46-50.

УДК 38.03.05

Бойченко Олег Валериевич

д. т. н., профессор

Катаева Елизавета Васильевна

обучающаяся

Институт экономики и управления

ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»

Республика Крым, Россия

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Актуальность исследования. Формирование более эффективной и действенной системы коммуникаций между предприятием и потребителями для многих компаний является обязательным условием становления и развития цифровой экономики регионов России. Поэтому компаниям, предпочитающим использовать «старые проверенные» технологии связи, а не новые информационные технологии, становится все труднее конкурировать с лидерами отрасли. Эти новые современные процессы позволяют говорить о принципиально новом этапе в развитии общества, далеком от индустриальной стадии.

Целью работы является анализ и формирование успешных условий развития маркетинга в цифровой экономике.

Методы исследования. Формирование цифровой экономики стало возможным благодаря стремительному развитию информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), нашедших применение во всех отраслях экономики и сферах общественной жизни. Но в настоящее время из-за многообразия ИКТ и все большего проникновения цифровой экономики (в узком понимании этого термина) во все прочие отрасли, ее уже невозможно считать обособленной частью экономики страны или мира. Все эти изменения, которые привносит цифровая экономика, приводят к необходимости по-новому формировать конкурентные стратегии компаний, пересматривать подходы к осуществлению маркетинговой деятельности [1]. В частности, одним из примечательных видов маркетинговой деятельности является интернет-маркетинг.

Интернет-маркетинг как направление возник на стыке маркетинга и информационных технологий. До 1990 г. использование Интернета для бизнеса было запрещено регламентом Национального научного фонда США, но позже доступ к нему получили крупные компании. После передачи в 1992 г. контроля над Интернетом в частные руки, круг потребителей и поставщиков услуг Интернета существенно расширился, сеть связала между собой миллионы людей и компьютеров во всем мире. В настоящее время Интернет стал одним из наиболее эффективных каналов сбыта [2].

Компании, имеющие выход в Интернет, могут снизить размеры производственных, транзакционных и рекламных издержек. При этом руководство предприятий обязано понимать, что из-за переменчивой природы Интернета им порой потребуются в кратчайшие сроки сжимать и расширять бизнес-процессы. Действительно, на приток покупателей оказывают существенное влияние сторонние силы: поисковые системы, рекламные площадки, хостинговые компании и другие [3].

Для успешного использования инструментов интернет-маркетинга компания обязана сформировать положительный облик, вызывающий доверие у потенциального клиента. Западные потребители уже давно трепетно относятся к благонадежности интернет-компаний и уделяют внимание проверке и изучению сертификатов, разрешений, систем защиты [4]. Влияние оказывает и внешнее оформление сайта компании, его работоспособность, оперативность менеджеров при обработке обращения на сайте и многое другое. Эти тенденции постепенно набирают обороты в России, так как интернет-сообщество развивается и учится противостоять мошенническим действиям злоумышленников.

Полученные результаты. Кроме того, следует отметить, что интернет-маркетинг отличает также огромное количество информации, недоступной в офлайне. К примеру, в Интернете можно с высокой достоверностью оценить эффективность рекламы, количество посетителей, интересы, которые привели их на сайт, получить обширную обратную связь, успешно проводить конкурентную разведку и прочее. В частности, маркетинговые эксперименты (например, апробация новой рекламной кампании или товаров) в Интернете требуют меньших затрат и средств, и времени, чем в офлайне.

В заключение отметим, что развитие цифровой экономики требует изменений практически во всех функциях и инструментах маркетинговой деятельности. Для того, чтобы на должном уровне противостоять конкурентам в условиях цифровой экономики, предприятия должны в ускоренном темпе развивать маркетинговую компетентность.

Выводы. Таким образом, в результате проведенных исследований становится возможным определить условия успешного становления маркетинга в цифровой экономике, которые определены основными направлениями развития маркетинговой компетентности (как на индивидуальном, так и на коллективном уровне). Это связано, прежде всего, с новыми источниками получения маркетинговой информации, каналами ее распространения, а также новыми метриками оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Литература

1. Болтенков Д.В. МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ В ЛАНДШАФТЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ. Стратегии бизнеса, 2019. - №4. – С. 25-27.
2. Соловьева Ю. Н. Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики. - Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2013. – С. 345-348.
3. Кожушко О., Чуркин И., Агеев А. И. и др. Интернет-маркетинг i digital-стратегия. Принципы эффективного использования. - Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. - 327 с.
4. THE CONSTRUCTION OF THE DIGITAL ORGANIZATIONAL, SOCIAL AND ECONOMIC PRODUCTION MECHANISM IN THE AGRO-INDUSTRY / Burkaltseva D.D., Boychenko O.V., Sivash O.S., Mazur N.M., Zotova S.A., Novikov A.V. // European Research Studies Journal. 2017. T. 20. № 4B. С. 350-365.

УДК 330

Калганов Д. В.

обучающийся

Королев Олег Леонидович

к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»*

Республика Крым, Россия

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ВИРТУАЛЬНОЙ СФЕРЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Для инновационного развития всех видов предприятий, в том числе, малых и средних, необходимо обеспечить эффективность диффузии технологий. Диффузия технологий – это, в первую очередь, процесс обмена информацией. Основными задачами информационного обмена являются сбор, обработка и предоставление оперативной и достоверной информации относительно готовых к использованию технологий и продукции; наличия спроса на технологии и продукции; потенциальных покупателей и потребителей; разработчиков, производителей и конкурентов; наличия и состояния рынков поставки и продажи; качества, потребительских и эксплуатационных показателей и ориентировочных цен на технологии и продукцию; дилеров, дистрибьюторов, поставщиков и подрядчиков.

Из институциональной теории известно, что чем меньше размер фирмы, тем больше ее транзакционные издержки, связанные как с подготовкой, заключением договоров, так и с уплатой налогов и таможенных пошлин. Рост размеров фирм приводит к росту издержек на организацию и

планирование производства, координацию взаимодействий отдельных ячеек. Использование телекоммуникаций, в частности, Интернет, снижает издержки как крупных, так и мелких предприятий.

Исключение посредников позволяет с использованием сетей телекоммуникаций и Интернет выбирать наиболее выгодных поставщиков и потребителей, вследствие чего крупные корпорации не поглощают малые предприятия, а заключают с ними выгодные контракты на поставку комплектующих и услуг, а также используют их для реализации продукции под торговой маркой ТНК. Данный фактор вовлекает малый бизнес в глобализационные процессы, снижает уровень международного разделения труда.

Новыми субъектами экономики становятся малые виртуальные предприятия, инновационные по своей сути, поскольку для успешного ведения бизнеса в сети Интернет необходимо постоянно обновлять программное обеспечение и аппаратную компьютерную часть, внедрять новые маркетинговые технологии. Основными характеристиками виртуальной организации являются: 1) проектный характер, отражающийся в создании временных коллективов (для предприятий-объединений); 2) кооперация в сети Интернет и в реальной экономике; 3) низкий уровень формализации и правового регулирования; 4) ориентированность на логистические процессы; 5) комбинация взаимодополняющих друг друга и составляющих некоторое единство с экономической точки зрения ключевых компетенций; 6) реализация продукта труда от имени всей виртуальной организации как единого целого; 7) связь посредством сетевых коммуникаций. Индивидуальное виртуальное предпринимательство распространено в области разработки информационных технологий, в сервисе и других различных видах телеработы, осуществляемой на дому. Малые виртуальные предприятия могут иметь формы «виртуального офиса», «частного электронного портала», «виртуального центра», общим является наличие небольшой команды, оказывающей специализированные виды услуг самостоятельно или как удаленный офис крупной компании. К малым виртуальным предприятиям относятся Интернет-магазины, торгующие традиционными (материальными, физическими) товарами или информационной продукцией.

Переход к ресурсосберегающему и конкурентоспособному типу развития экономики региона требует ее институционального переустройства, обеспечения рационального сочетания государственных и рыночных механизмов регулирования инновационной деятельности малого предпринимательства, которое должно позволить устранить сложившиеся барьеры, затрудняющие перераспределение финансово-инвестиционных ресурсов в приоритетные сферы экономики региона и получение масштабного ресурсосберегающего эффекта [1, с. 74-75].

Элементом механизма инновационного развития являются институты, сложившиеся на данной территории или главенствующие над ней. Институциональный фактор является многоаспектным и, как правило, связывается с правовым полем и теорией собственности. Исследователи говорят и об институциональной среде, и о институциональном механизме инновационного развития. Основной задачей при создании институциональной среды является урегулирование вопросов интеллектуальной собственности, проведение мероприятий, способствующих узаконить собственности, в противном случае становится невозможным осуществлять конкуренцию [2]. Институциональный механизм можно рассматривать как самостоятельный элемент механизма инновационного развития, так и составной частью инновационной инфраструктуры. В составе инфраструктуры - это, во-первых, институты, формирующие ядро инновационного механизма и осуществляющих производство и использование инноваций и, во-вторых, институты, поддерживающие, стимулирующие и регулирующие инновационные процессы – «государственный бюджет, предоставляющий бюджетные средства субъектам инновационной деятельности; бюджетные и внебюджетные фонды поддержки науки; венчурные фонды, коммерческие банки, предоставляющие кредиты на осуществление инновационных проектов, бизнес-ангелы» [3, с. 101].

Литература

1. ZigBee Alliance. What is ZigBee? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zigbee.org/what-is-zigbee/>
2. Schellekens, M. Car hacking: Navigating the regulatory landscape. Computer Law & Security Review: The International Journal of Technology Law and Practice, 32(2), 307-315.
3. Li, S., Tryfonas, T., & Li, H. The Internet of Things: a security point of view. Internet Research, 2016, 26(2), 337-359.

УДК: 338.2

Котунов М. А.

магистрант

Рыбников Михаил Сергеевич

к.ф.-м.н., доцент

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В России очень высока приверженность и ответственность руководства страны за ускорение цифровой трансформации. Цифровизация была в очередной раз отмечена как стратегический приоритет в Указе Президента Российской Федерации, изданном в мае 2018 года. Однако приверженность цифре со стороны традиционного сектора экономики, а также среднего и малого бизнеса не столь велика. Может потребоваться ряд мер по стимулированию более активного применения цифровых инструментов и стратегий частным сектором и обществом в целом.

Напряженная работа по совершенствованию законодательства, проводимая в течение последнего десятилетия в России, привела к разработке обновленных нормативных правовых актов, касающихся цифровых платежных систем, цифровой инфраструктуры и политики в сфере обеспечения информационной безопасности. Кроме того, согласно данным глобального Индекса эффективности государственного управления Всемирного банка за 2016 год, Россия получила 4 балла (из 6 возможных) по прозрачности и вовлечению общественности в законодательный процесс.

В 2018 году Росстандарт издал приказ о расширении компетенции технического комитета по стандартизации в области создания киберфизических систем в целях включения в нее Интернета вещей, умных городов, больших данных, умного производства и искусственного интеллекта [2].

В Указе Президента Российской Федерации, изданном в мае 2018 года, подчеркивается необходимость применения гибкого подхода к регулированию внедрения цифровых технологий в различных отраслях экономики. Необходимо проделать дополнительную работу для обеспечения защиты прав интернет-пользователей и регулирования цифровых сделок.

Еще одной областью, нуждающейся в развитии, является создание механизмов стимулирования использования цифровых товаров и услуг. Существующие пробелы в сфере регулирования создают препятствия для внедрения цифровых технологий в частном секторе, что в свою очередь замедляет цифровую трансформацию.

Что касается человеческого капитала, в 2016 году Россия занимала среди 130 стран довольно высокое 28-е место в Индексе человеческого капитала Всемирного экономического форума (ВЭФ) за 2016 год [3]. Высокие места в международных рейтингах по развитию человеческого капитала являются отражением преимуществ России в этой области, сохранившихся с советских времен.

Рейтинги Программы международной оценки студентов (Program for International Student Assessment, PISA) по чтению, естественным наукам и математике остаются высокими и по сей день. Но подготовка специалистов в области цифровых компетенций недостаточна, поэтому не хватает квалифицированных выпускников в сфере цифровой экономики. Большинство образовательных программ не обновлено и не предусматривает развития ключевых компетенций в области цифровой трансформации.

Стимулирование инноваций и НИОКР является ключевой задачей, которая требует целенаправленных усилий для обеспечения роста цифровой экономики. Несмотря на то, что в стране построена достаточно развитая инновационная инфраструктура, отсутствует инновационный менталитет и институциональная приверженность инновациям. Это проявляется в низкой общей доле расходов на НИОКР по стране, низком уровне расходов предприятий на НИОКР, низкой доле расходов на НИОКР в ИКТ-секторе, слабом взаимодействии между предприятиями и университетами, недостаточном объеме исследований в области цифровой экономики и низкой доступности венчурного капитала, что приводит к незначительному числу новых предприятий. Для преодоления барьеров, препятствующих эффективному развитию сферы НИОКР, предпринимательства и инноваций, необходимы совместные усилия правительства, лидеров бизнеса и научно-образовательного сообщества.

В последние годы Россия инвестировала в развитие широкополосного доступа в интернет и построила достаточно мощную и развитую цифровую инфраструктуру, в том числе конкурентный телекоммуникационный рынок. Высоки темпы проникновения подвижной связи, доступна широкополосная связь, страна лидирует в сфере информационной безопасности.

Однако в более широком плане этот интерес еще не распространяется на конкретные стратегии, новые продукты и услуги, модели коммерциализации и национальные проекты, которые могли бы вывести Россию на лидирующие позиции в этой области.

Инвестиции в создание конкурентоспособной на глобальном уровне и безопасной инфраструктуры для поддержки роста экономики, основанной на данных, остаются первоочередной задачей, о чем говорится в майском указе Президента РФ 2018 года.

За последние годы в России достигнуты определенные успехи в развитии цифрового правительства, в частности, увеличилось количество цифровых государственных и муниципальных услуг, использующих инфраструктуру электронного правительства, а также число зарегистрированных пользователей единого портала государственных услуг (70 млн по состоянию на март 2018 года [5]).

Хорошо подготовлена почва для развития открытого правительства. По-прежнему существует неравенство в использовании цифровых технологий на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления, где лишь 10% организаций местного самоуправления соответствует национальным требованиям по цифровизации. Для перехода к следующему этапу зрелости цифрового развития потребуется существенная трансформация существующей архитектуры электронного правительства, в том числе реинжиниринг административных процессов. Особое внимание необходимо будет уделить использованию национальных баз данных, обмену цифровыми услугами между местными органами власти и предоставлению упреждающих (проактивных) услуг на базе платформы цифрового правительства в целях обеспечения прямого взаимодействия граждан и бизнеса между собой.

В сфере обеспечения информационной безопасности Россия входит в число мировых лидеров, заняв 10-е место в Глобальном индексе кибербезопасности Международного союза электросвязи за 2017 год. Тем не менее, две трети российских компаний считают, что за последние три года число киберпреступлений возросло на 75%. Это говорит о том, что информационная безопасность также должна стать приоритетом для частного сектора. Кроме того, необходима дальнейшая работа по информированию общественности об угрозах информационной безопасности по мере того, как все больше россиян становятся активными пользователями интернета.

Внедрение электронного здравоохранения все еще находится на ранней стадии. Несмотря на то, что цифровая инфраструктура, необходимая для преобразования электронного здравоохранения, в основном уже существует и было принято законодательство, позволяющее использовать электронные медицинские карты в национальном масштабе и для предоставления телемедицинских услуг, использование цифровых и инновационных технологий в здравоохранении остается на низком уровне и требует дальнейших усилий. Также отмечается значительное неравенство в использовании электронного здравоохранения между регионами.

В то время, как в крупных городах достигнут определенный прогресс, на большей части территории страны наблюдается значительное отставание.

В сфере электронного образования также создана цифровая инфраструктура, доступная для образовательных учреждений всех уровней. Особое внимание уделяется обучению преподавателей и административного персонала навыкам цифрового образования и созданию новых учебных материалов и учебных программ. Появляются цифровые образовательные платформы с большими возможностями выбора и персонализации курсов. Набирают популярность дистанционное обучение, цифровые экзамены и аттестация.

Частный сектор является активным поставщиком различных цифровых образовательных услуг, в то время как бюджетные ассигнования на цифровые услуги в государственных учебных заведениях достаточно скудны. Многое еще предстоит сделать для увеличения количества, качества и разнообразия контента в сфере электронного образования в соответствии с растущими требованиями цифровой экономики.

Многое было сделано для развития цифровой культуры в части применения цифровых технологий для трансформации учреждений культуры и искусства: библиотек, музеев, архивов и театров. Здесь также создана цифровая инфраструктура, разработано необходимое законодательство и программные документы. Цифровизация уже идет в ряде учреждений культуры: определяются новые базы данных и форматы для взаимодействия. Тем не менее, цифровые платформы в этой области недостаточно развиты, отчасти из-за остающихся неразрешенными конфликтов между владельцами авторских прав и ИКТ-компаниями.

Несмотря на относительно слабо развитые логистические каналы по всей стране и конкуренцию со стороны иностранных компаний в России развивается рынок электронной коммерции.

Ориентация на цифровую трансформацию в России и внедрение цифровых услуг на национальном уровне привели к быстрому росту числа онлайн-пользователей и участию населения в цифровой экономике. Это заметнее в крупных городах, чем в сельской местности. Следует отметить, что гендерные различия в использовании цифровых услуг отсутствуют, а в сельских районах число женщин, использующих интернет для различных целей, превышает число мужчин¹⁶. Все больше домашних хозяйств пользуются широкополосной связью, в том числе посредством мобильных устройств. Экспертные оценки указывают на растущее доверие населения России к цифровому правительству, цифровому участию, экономике совместного использования и использованию платежных карт.

Таким образом, результаты анализа, выполненного по методике DECA подтвердили более раннюю оценку России Всемирным банком как страны, которая переходит к цифровой экономике, создав прочную платформу для цифрового скачка, включая нецифровые и цифровые факторы. Опираясь на свои исторически сложившиеся преимущества: человеческий капитал, научные достижения, сильное руководство и высокий уровень безопасности, страна инвестировала в цифровую инфраструктуру, стратегическое планирование и регулирование, и это уже приносит свои плоды.

Предстоит реализация разработанных стратегий и направление усилий на ускорение темпов трансформации частного и государственного секторов; повышение уровня информированности общественности об использовании цифровых технологий, укрепление взаимодействия научно-образовательного сообщества с частным и государственным секторами; а также создание бизнес-среды, благоприятствующей внедрению инноваций, развитию НИОКР и предпринимательства — всех основных элементов культуры цифровой экономики, которых не хватает сейчас в России. Совершенствование законодательства и налоговой среды, стимулирование инвестиций в инновации и развитие предпринимательства должны стать приоритетными направлениями государственной политики.

УДК 338.49

Круликовский Анатолий Петрович

доцент

Михайлов Александр Викторович

обучающийся

*Институт экономики и управления**ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ МАЙНИНГ ФЕРМЫ. МЕНЕДЖМЕНТ СОЗДАНИЯ ПРОЕКТА МАЙНИНГ ФЕРМЫ

Аннотация. В работе проводится анализ работы майнинг-фермы на протяжении 16 месяцев: построена регрессионная модель, исследована волатильность дохода в зависимости от электропотребления фермы, курса криптовалюты, и мощности фермы для майнинга. Рассчитан срок окупаемости проекта

Ключевые слова: Майнинг, криптовалюты, биткоин.

Майнинг криптовалют – это явление современности, которое стабильно закрепилось в нынешней экономике несмотря на ожидания, что данное явление будет лишь кратковременным сопровождением популярности криптовалют, и позже, с падением интереса к криптовалютам, сойдет на нет.

Чтобы выяснить это, в исследовательских целях была построена майнинг-ферма, которая осуществляет свою работу на протяжении одного года и четырех месяцев. В качестве вычислительной мощности на данной установке используются три видеокарты: Palit GeForce RTX 2080 Ti DUAL [1]; EVGA GeForce GTX 1080 Ti FTW3 Gaming [2]; MSI GeForce RTX 2070 Super VENTUS OC [3]. Однако, стоит отметить, что не все три карты были установлены сразу: с 1 месяца по 4 – EVGA GeForce GTX 1080 Ti FTW3 Gaming; с 4 по 14 месяц – Palit GeForce RTX 2080 Ti DUAL; с 14 по 16 – MSI GeForce RTX 2070 Super VENTUS OC. Организация майнинга осуществлялась путем взаимодействия с криптомайнинговым сервисом NiceHash [4]. К сожалению, NiceHash не генерирует отчеты о простоях майнинг-фермы. Однако, в полной мере предоставляет отчет о доходах оборудования, что позволяет на основании этих данных строить различные модели прогнозирования, выявлять зависимости и оценивать влияние на доход различных факторов, таких как курс биткоина [5], в котором происходит оплата за майнинг, расход электроэнергии, постоянные расходы.

Таблица 1 – Статистические данные за 16 месяцев

Месяц	Доход в BTC	Курс на конец каждого месяца Р	Расходы электроэнергии кВтч
1	0,0031588	284 000,00 Р	230,4
2	0,0042016	260 000,00 Р	238,1
3	0,0030520	227 000,00 Р	238,1
4	0,0043834	250 000,00 Р	215,0
5	0,0090964	269 000,00 Р	424,1
6	0,0151889	344 000,00 Р	410,4
7	0,0114283	560 000,00 Р	424,1
8	0,0128083	678 000,00 Р	410,4
9	0,0048525	609 000,00 Р	424,1
10	0,0047308	640 000,00 Р	424,1
11	0,0044938	539 000,00 Р	410,4
12	0,0058839	584 000,00 Р	424,1
13	0,0043036	499 000,00 Р	410,4
14	0,0064336	445 000,00 Р	424,1
15	0,0070487	600 000,00 Р	388,4
16	0,0071973	572 000,00 Р	363,3
Итого	0,1082618		

Источник: составлено автором.

Согласно таблице 1, за все время, было получено вознаграждение в размере 0,1082618 биткоина. При этом видно, как возрастает вознаграждение и рост энергопотребления за каждый месяц при

добавлении новой видеокарты в уже существующую систему. Однако, можно заметить, что на 15-ом месяце, когда добавляется последняя видеокарта, энергопотребление падает. Связано это с тем, что была проведена оптимизация оборудования и опытным путем было выяснено, что энергопотребление видеокарт можно ограничить, сохранив при этом необходимую мощность для майнинга. Стоит сказать, что энергопотребление посчитано за каждый день каждого месяца, хотя в действительности происходили незначительные простои оборудования, которые здесь не учитываются.

Имея подходящие данные, можно построить прогноз дальнейшей прибыли по месяцам. В качестве метода прогнозирования используем аддитивную модель. Для этого построим регрессионную модель. Нужно вычислить степень влияния дохода на период времени, к которому он относится. Затем, используя уравнение регрессии, необходимо к полученному свободному члену прибавить коэффициент, на который доход увеличивается в среднем, умноженный на новый период. Данную операцию нужно выполнить для каждого прогнозируемого периода.

Таблица 2 – Прогноз по аддитивной модели

Доход	Месяц	Ошибка аппроксимации	<15%	Итого:	0,259501275
0,00643486	1	50,91%		Прогноз за 19 месяцев	0,151239455
0,006479061	2	35,15%		Текущий курс (прогноз + факт) 3 года	134 940,66 Р
0,006523261	3	53,21%		Текущий курс (прогноз)	78 644,52 Р
0,006567462	4	33,26%		Курс 06.03.2020 (прогноз + факт) 3 года	162 447,80 Р
0,006611662	5	37,58%		Курс 06.03.2020 (прогноз)	94 675,90 Р
0,006655863	6	128,20%		Курс 06.09.2019 (прогноз + факт) 3 года	181 650,89 Р
0,006700063	7	70,57%		Курс 06.09.2019 (прогноз)	105 867,62 Р
0,006744264	8	89,91%			
0,006788464	9	28,52%			
0,006832665	10	30,76%			
0,006876865	11	34,65%			
0,006921066	12	14,99%			
0,006965266	13	38,21%			
0,007009467	14	8,22%			
0,007053667	15	0,07%			
0,007097868	16	1,40%			
0,007142068	17				
0,007186269	18				
0,007230469	19				
0,00727467	20				
0,00731887	21				
0,007363071	22				
0,007407271	23				
0,007451472	24				

Источник: составлено автором

Теперь, когда прогноз построен, требуется оценить его точность. Для этого посчитаем ошибку аппроксимации: необходимо обратить наш прогноз «вспять», и сравнить, насколько полученные данные отличаются от исходных. Согласно таблице 2, на начальных периодах ошибка аппроксимации крайне высока, однако, постепенно она становится в пределах нормы, а именно менее 15%. Такое поведение можно объяснить тем, что наша функция кусочно-монотонная. Таким образом, полученный прогноз говорит нам о том, что за 3 года майнинг-ферма принесет доход в размере 0,259501275 биткоина, что в условиях текущего экономического кризиса эквивалентно 134 940,66 российским рублям. Если же говорить о затратах на электроэнергию, периферию и оборудование, которые подбираются к 200 000,00 российских рублей, то стоит сказать, что окупаемость напрямую зависит от курса главной криптовалюты – биткоин. Таким образом, если колебания курса биткоина сохранятся возле текущей отметки, а востребованность майнинга других криптовалют не упадет, то такие вложения будут окупаться более трех лет, пока не будет достигнута точка «безубыточности».

Для анализа дополнительной информации, выясним, насколько сильно имеющиеся данные, такие как, энергопотребление, курс биткоина, количество видеокарт – влияют на доход майнинг-фермы в конце каждого месяца. Для этого построим регрессионную модель.

Таблица 3 – Влияние на доход

	Коэффициенты
Y-пересечение	-0,00134000468641641
Курс на конец каждого месяца Р	-0,00000000800687557
Расходы электроэнергии кВтч	0,00002603972409920
Количество видеокарт	0,00120187937825473
R-квадрат	0,295610367

Источник: составлено автором.

Согласно таблице 3, можно сделать выводы, что построенная модель плохо объясняет взаимосвязь факторов. Из полученных коэффициентов видно, что наибольшее влияние на доход оказывает количество видеокарт в сторону увеличения. Далее можно сказать об увеличении энергопотребления: оно так же оказывает влияние на повышение дохода, однако, коэффициент недостаточно точный, в виду того, что на 14-ом месяце работы была проведена оптимизация, что привело к снижению энергопотребления. Модель была бы более точна, если бы оптимизация была проведена с самого начала, тогда энергопотребление возрастало пропорционально количеству видеокарт и более существенно влияло на доход. Самым интересным наблюдением стало то, что курс биткоина на конец каждого месяца влияет в отрицательную сторону на величину дохода майнинг-фермы. Это можно объяснить тем, что с падением курса, количество майнеров в сети снижается, так как их доход в пересчете на фиатные деньги падает, однако, доход в криптовалюте остается неизменным, и на его размер влияют уже другие факторы.

Подводя итоги, можно сказать, что построенные модели показали, что множество факторов остались неучтенными. Прогнозировать их влияние довольно сложно, потому что майнинг осуществлялся на криптовалютной площадке NiceHash, где все зависит от состояния востребованности всех участвующих криптовалют, а также внешних новостей, которые происходят относительно криптовалют и с самой площадки.

Литература

1. Palit [Электронный ресурс] / GeForce RTX™ 2080 Ti Dual. — Режим доступа: <http://www.palit.com/palit/vgapro.php?id=3055&lang=en>. (дата обращения: 26.03.2020)
2. Evga [Электронный ресурс] / EVGA GeForce GTX 1080 Ti FTW3 GAMING, 11G-P4-6696-KR, 11GB GDDR5X, iCX Technology - 9 Thermal Sensors & RGB LED G/P/M. — Режим доступа: <https://www.evga.com/products/specs/gpu.aspx?pn=1190fbf7-7f11-465d-b303-cab0e50fbdc6>. (дата обращения: 26.03.2020)
3. MSI [Электронный ресурс] / GeForce RTX 2070 SUPER™ VENTUS OC. — Режим доступа: <https://www.msi.com/Graphics-card/geforce-rtx-2070-super-ventus-oc>. (дата обращения: 26.03.2020)
4. NiceHash [Электронный ресурс] / О NiceHash. — Режим доступа: <https://www.nicehash.com/about>. (дата обращения: 26.03.2020)
5. Myfin [Электронный ресурс] / 1 Биткоин к рублю. — Режим доступа: <https://myfin.by/crypto-rates/1-bitcoin-rub>. (дата обращения: 26.03.2020)

УДК 338.2

Онищенко Анна Леонидовна
обучающаяся

Усенко Роман Станиславович
старший преподаватель

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия*

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕСА

В современном мире проникновение цифровых технологий во все сферы человеческой деятельности становится всё более очевидным. Появляются новые продукты, услуги и способы коммуникации, которые влияют как на потребление и производство, так и на обмен информацией во всех отраслях деятельности компаний и человека [1].

Оптимизация и эффективное использование одного или нескольких видов цифровых технологий открывает возможности для получения новых источников доходов и прибыли, более полного удовлетворения потребностей заказчиков и потребителей, а также предлагает новые способы борьбы с конкурентами и возможность выхода на новый ключевые сегменты рынка. В табл. 1 представлены виды цифровых технологий, используемых в бизнесе [2].

Если рассматривать бизнес определённой компании с точки зрения осуществляемых бизнес-процессов и выполняемых функций, то можно оценить, какие функции будут в ближайшее время трансформироваться под влиянием цифровых технологий, поскольку уже накоплен некоторый опыт их внедрения в реальные бизнес-процессы [3]. В табл. 2 представлена привязка перспективных современных технологий к функционалу бизнес-модели.

Таблица 1 – Виды цифровых технологий [2]

Виды	Определение
Промышленный «интернет вещей» (IoT)	Компьютеризация всех рабочих мест на предприятии, создание единой информационной сети, объединяющей все производственные мощности, оборудование и рабочие места.
Аддитивное производство (3D-печать)	Суть такого производства заключается в изготовлении изделия путем его послойного создания на основе цифровой трехмерной модели.
Облачные технологии	Позволяют создать удобную виртуальную среду для хранения и обработки информации в компании, объединяя программное обеспечение, каналы связи, службу технической поддержки и многие другие элементы компании.
Искусственный интеллект (ИИ; AI)	Технология создания интеллектуальных машин, интеллектуальных компьютерных программ, а также наличие возможности выполнять творческие задания.
Система электронного документооборота (СЭД)	Это система, которая позволяет организовать работу с электронными документами, а также взаимодействие между сотрудниками. Позволяет одновременно добиться двух целей: уменьшить издержки и увеличить результат.
Электронно-цифровая подпись (ЭЦП)	Данная технология позволяет проверять правильность документа и неизменность его данных.

Таблица 2 – Перспективы применения цифровых технологий для совершенствования бизнес-процессов компании [3]

Выполняемая функция	Применяемая бизнес-модель	Подсистемы функции	Цифровые технологии
ПРОИЗВОДСТВО	отказ от посредников; дробление; франшиза; лизинг; кастомизация	дизайн	дополненная реальность; голографические интерфейсы
		сырьё и комплектующие продукты	3D-печать; редактирование генома
		процесс производства	франшиза одного лица; искусственный интеллект
УПРАВЛЕНИЕ	холакратия; партиципаторное бюджетирование; краудсорсинг; партнёрские программы; low-touch (низкий уровень обслуживания, например, ikea, лоукостеры и пр.)	организационная структура организации	технологии совместного пользования и управления (шеринг экономика); введение горизонтальной структуры
		финансирование	краудфандинг или фандрайзинг
		способ распределения бюджета, учета и расчетов	механизмы партиципаторного бюджетирования; блокчейн
ПРОДАЖИ	маркетплейс; оплата по факту использования; «бритва и лезвие»; подписка; обратный аукцион	реклама	интернет; социальные сети и пр.
		предоставление удобных сервисов	онлайн-платформы; системы навигации; технологии мобильной работы; онлайн-платежи, бронирование и пр.
		привлечение клиентов на основе изучения их психотипа	нейросети; Big Data; механизмы удаленной идентификации

Цифровые технологии быстро меняются и развиваются, что, в свою очередь, увеличивает конкуренцию и необходимость для компаний быстро внедрять инновации. Использование инновационных цифровых технологий не только принесет пользу бизнесу, но и будет иметь жизненно важное значение для их будущего успеха. Компаниям никогда не было так опасно пренебрегать важностью цифровых технологий как на современном этапе.

Литература

1. Шатунова В.А. Цифровые технологии как фактор развития бизнеса / В.А. Шатунова // Современные исследования. - 2018. - № 10 (14). - С. 35-36.
2. Пономарёва А.А. Эффективное использование цифровых технологий в бизнесе / А.А. Пономарёва, М.Н. Бубин // Цифровые технологии в экономике и управлении: научный взгляд молодых Сборник статей и тезисов докладов XIV международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов. - 2018. С. 478-480.
3. Куликова Е.И. Модернизация бизнеса компании под влиянием цифровых технологий / Е.И. Куликова // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. - 2019. № 2. С. 24-30.

УДК 007 : 681.3

Попов Виталий Борисович

доцент, к.ф.-м.н.

Вылегжанин Р. А.

обучающийся

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Россия*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Актуальность исследования. Элементы цифровой экономики (ЦЭ) все больше интегрируются в повседневную жизнь. Системы электронных платежей, системы электронного документооборота позволяют производить оплату и контролировать предоставляемые услуги из любой точки земного шара при наличии доступа к сети Интернет.

Использование технологий цифровой экономики в дальнейшей перспективе позволит ускорит процессы документооборота в госструктурах. Современные системы электронной коммерции, как часть цифровой экономики обладают рядом существенных преимуществ таких, как:

- «Скорость» – проведение платежа занимает несколько секунд, в отдельных случаях до нескольких минут.
- «Доступность и простота использования» – обычно целью таких сервисов является охват как можно более широкой аудитории, поэтому предоставляемый интерфейс нацелен на интуитивное понимание.
- «Безопасность» – все электронные платежи защищены современным криптографическим протоколом, предназначенным для защищённой передачи данных между узлами в сети Интернет.

Однако, несмотря на все преимущества такого рода систем, они обладают рядом недостатков. Например, риск потери данных, необходимость модернизации и др.

Цифровая экономика – это инфраструктура хозяйственной деятельности, основанная на цифровых технологиях и технологиях искусственного интеллекта (ИИ). Стоит отметить, что ИИ охватывает целый ряд задач и способен составлять прогнозы развития материального производства. Цифровая экономика не создаёт каких-либо благ, она предназначена для создания оптимальных условий создания материальных благ, а также прогресса и выполнения планов во многих областях экономики.

Цель работы. Основной целью исследования является обзор существующих проблем во время перехода к цифровой экономике и способы их решения.

Результат исследования. На пути своего внедрения цифровая экономика сталкивается с целым рядом проблем и факторов, препятствующих нормальному развитию данного направления экономики. В первую очередь это вызвано сложностью с нормативно-правовым регулированием. На данный момент отсутствует четкое понимание возможных угроз при использовании ИИ. Для решения данной проблемы нужно посмотреть на опыт реализации данного подхода за рубежом и обеспечить должное финансирование и количество кадров. Недостаток квалифицированных кадров и потеря рабочих мест, является существенной причиной замедления внедрения технологий ЦЭ. Создание условий в совокупности с реструктуризацией существующих программ подготовки в высших учебных заведениях будущих специалистов позволит ускорить внедрение и развитие ЦЭ. Также необходимо создать возможность переквалификации в связи с динамически меняющимися условиями на рынке труда.

Рассматривая вопрос о потере рабочих мест, стоит отметить, что с уменьшением количества рабочих мест в угоду роботизации и автоматизации растёт безработица. Логичным выходом из данной ситуации послужит создание новых профессий и переквалификация кадров и возможностей самореализации. Необходимо рассматривать вопрос о создании базового дохода, как некоего аналога пособия по безработице. Что в свою очередь приведет к проблеме финансирования. ЦЭ, как и любая программа требует финансирования примерно по 200 млрд рублей в год.

На фоне проблем финансирования возникает проблема внедрения. По данным ВЦИОМ 91% представителей бизнеса осведомлены о технологиях искусственного интеллекта, но не видят реальных преимуществ перехода к Цифровой Экономике. Решением данной проблемы могут стать исследования в области ИИ и ЦЭ, которые откроют новые направления применения и значительно расширят потенциал технологий.

Стоит отметить, что среди рассмотренных проблем первичными являются вопросы о законодательном регулировании и финансировании Цифровой Экономики так как без решения данных вопросов рассуждать о дальнейшем внедрении ЦЭ попросту бессмысленно. Безусловно переход к новому типу экономики является огромным рывком не только в научном плане, но и в видоизменении всего внутреннего уклада страны и государства.

УДК 336.22/ 005.92

Соколова Жанна Владимировна

к. и. н., доц. кафедры документоведения и архивоведения

Меметова Сафие Абдурамановна

обучающаяся 3 курса

направления подготовки

46.03.02 – Документоведение и архивоведение

*Исторический факультет Таврической академии**ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»**Республика Крым, Россия*

НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА ОРГАНИЗАЦИИ

На сегодняшний день, программа «Цифровая экономика Российской Федерации», принятая в 2017 году, продолжает развиваться и закрепляться в законодательстве [3]. Что касается налогообложения, то и этот сегмент экономики переводится в электронный формат, как и налоговая отчетность. Так с 01.01.2014 года плательщики НДС подают налоговую декларацию в Федеральную налоговую службу (ФНС) только в электронном виде [1]. С 01.01.2020 года налоговые органы обязуют организации направлять обязательную финансовую отчетность исключительно в электронной форме [4]. Кроме того, согласно ст. 80 НК РФ, ФНС принимает налоговые декларации только в электронном виде от организаций и ИП со средней численностью сотрудников более 100 человек [5].

Таким образом, законодательством установлен перечень документов, которые необходимо подавать в ФНС только в электронном виде через операторов электронного документооборота (ОЭДО) [4]. В связи с этим необходимо внедрение электронного документооборота (ЭДО), когда полный жизненный цикл документа проходит в электронном виде, процесс подачи документов в налоговые органы значительно упрощается.

Для подачи электронной отчетности в ФНС данные должны быть выведены в учетную систему, способную поддерживать установленные ФНС форматы. Документы поступают в единое хранилище, из которых учетная система сможет забирать данные для налоговой отчетности. Автоматическое формирование канцелярской отчетности в виде описи документов для налоговой упрощает создание пакета документов для электронного документооборота с налоговой. Наконец, свести все документы в единый пакет и подписать электронной подписью (ЭП) тоже гораздо проще, при условии, что программа поддерживает усиленную квалифицированную электронную подпись.

Стоит понимать, что ОЭДО предоставляет ограниченное количество услуг, в основном это обмен документами как внутри, так и с другими организациями, в отличие от системы электронного документооборота (СЭД), которая предоставляет комплекс услуг, для полного перехода к электронному документообороту и электронному управлению различными процессами в организации. СЭД облегчает оперативное управление бизнес-процессами, как между партнерскими учреждениями, так и горизонтальными, корпоративными (взаимодействие между сотрудниками (передачу документов, выдачу заданий, отправление уведомлений и т.п.).

Однако, с последствиями использования СЭД в организации могут возникнуть сложности. Например, необходимость двойной регистрации документов: в электронном и бумажном форматах, т.к. законодательство не может обеспечить полностью безбумажное государственное администрирование так, если ФНС требует документы в электронном виде, то для передачи документов на государственное архивное хранение, необходимо предоставить и электронные и бумажные оригиналы документов. Также к проблемам можно отнести отсутствие в организациях специалистов, способных не только пользоваться, но и администрировать СЭД. Как отдельную проблему можно выделить стоимость обеспечения электронного документооборота, а также электронной подписи, которые закупает непосредственно организация [6].

Несмотря на ряд проблем, ЭДО постепенно внедряется в работу организаций и нормируется законодательно. Стоит отметить, что проект «Цифровая экономика Российской Федерации» с одной стороны, открывает новые потенциальные возможности, с другой – создает новые проблемы в традиционных областях государственного регулирования и контроля, как следствие, очевидна необходимость перехода на новый формат, не только экономики, но и других сфер деятельности государства.

Литература

1. О подаче деклараций по НДС: Письмо Минфина России от 08.10.2013 N 03-07-15/41875: [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_153288/#dst0 (дата обращения 30.03.2020).
2. Петухова Р. А., Григорьева Я. А. Налоговое администрирование в условиях цифровой экономики // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2019. №46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovoe-administririvanie-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 30.03.2020).
3. Президент (Путин В.В.) О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [Текст]: Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203. – [Электронный

ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ (дата обращения 30.03.2020).

4. Российская Федерация. О внесении изменений в Федеральный закон "О бухгалтерском учете" и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования бухгалтерского учета организаций бюджетной сферы: Федеральный закон от 26.07.2019 N 247-ФЗ: [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330006/ (дата обращения 30.03.2020).
5. Российская Федерация. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с передачей налоговым органам полномочий по администрированию страховых взносов на обязательное пенсионное, социальное и медицинское страхование: Федеральный закон от 3 июля 2016 г. N 243-ФЗ : [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://base.garant.ru/71434214/> (дата обращения 30.03.2020).
6. Шестакова Е. Современная налоговая декларация. Проблемы электронных документов в налогообложении // Финансовая газета. – 2018. – №9.

УДК 004.056.53

Чеверева Светлана Александровна

к.пед.н., доцент

*ФГБОУ ВО «Самарский государственный
экономический университет»*

Россия

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Основной задачей системы защиты информации ограниченного доступа от внутренних угроз в условиях многообразия применяемых программных продуктов, а также средств связи и обработки и хранения информации является предотвращение утечек по всем возможным каналам. Соответственно основным требованием к защите информации является комплексность, обеспечивающая всестороннюю защиту по следующим направлениям:

- информационные потоки, передаваемые посредством электронной почты, в том числе, передаваемые через почтовые web-серверы;
- сообщения, передаваемые посредством интернет-пейджеров (ICQ, QIP, MSN, JABBER), а также отслеживание общения в популярных социальных сетях (Одноклассники, LinkedIn, Facebook и т.д.);
- голосовые и текстовые сообщения Skype;
- запись информации на различные внешние устройства (например, USB-флешки, CD/DVD диски);
- контроль деятельность сотрудника, работающего с корпоративными мобильными устройствами на базе iOS (планшетные компьютеры, мобильные телефоны);
- мониторинг активности пользователей и инцидентов, связанных с нарушениями политики безопасности.

Перечисленные требования должны быть обязательными для соблюдения всеми сотрудниками компании, что должно являться неотъемлемой частью трудовой деятельности каждого. Мониторинг соблюдения данных требований – задача, которая ложиться на плечи системных администраторов компании. Большие масштабы компании влекут за собой огромные потоки информации, нуждающейся в защите. Отслеживание всех фактов нарушения требований по защите информации – задача, решение которой невозможно без применения специализированных программных продуктов. При этом целесообразной является минимизация человеческого присутствия в данном мониторинге, дабы сократить влияние пресловутого человеческого фактора, а кроме того сократить затраты на персонал, поскольку в настоящее время системные администраторы, как и другие специалисты, в чей круг деятельности входят задачи по обеспечению информационной безопасности, – это достаточно «дорогие» для предприятия сотрудники.

По этой причине целесообразным может быть внедрение Контура информационной безопасности (КИБ), подробное описание которого, а также обоснованность и целесообразность его применения приведены далее.

Эта система разработана ведущей российской компанией в области внедрения систем информационной безопасности «SearchInform».

В пакет по защите информации входит комплекс, позволяющий предотвратить утечки информации через внутренние источники по следующим направлениям:

- отслеживание появления конфиденциальной информации на компьютерах пользователей;
- выявление и предотвращение утечки конфиденциальной информации через:
 - сообщения по e-mail и в ICQ (передаваемых по защищенным протоколам);
 - голосовые и текстовые сообщения Skype;
 - посты на форумах или комментарии в блогах;

- внешние устройства (USB/CD/DVD);
- документы, отправляемые на печать.
- контроль рабочих ноутбуков сотрудников во время командировок;
- контроль взаимосвязей между сотрудниками и внешними адресатами для поиска инсайдеров.

Одним из основных его преимуществ является конфигурация по желанию клиента – вся система построена на модулях, которые можно добавлять, заменять либо удалять, что позволяет оптимизировать систему под нужды конкретной организации и минимизировать затраты на внедрении такой системы.

Функциональные модули Контура информационной безопасности:

- MailController предназначен для перехвата почтового трафика;
- HTTPController предназначен для перехвата файлов и сообщений, передаваемых по HTTP/HTTPS-протоколу, индексирования перехваченных сообщений и полнотекстового поиска по ним;
- FTPController предназначен для перехвата документов, переданных и полученных по протоколу FTP;
- SkypeController предназначен для перехвата голосовых и текстовых сообщений, передаваемых через Skype, чаты звонки и SMS;
- MicrophonController позволяет записывать переговоры сотрудников в офисе и за его пределами;
- IMController служит для перехвата информации чатов в социальных сетях и месенджерах;
- PrintController служит для предотвращения утечки документов в случае попытки их хищения в бумажном виде, который контролирует содержимое документов, отправленных пользователем на печать. Этот же модуль позволяет контролировать целесообразность использования сотрудниками принтеров.
- CloudController поддерживает контроль доступа сотрудников к файлам, принятым и отправленным в облачные хранилища;
- MonitorController позволяет делать снимки монитора, фиксирует происходящее на экране и в поле обзора веб-камеры ПК.

Контур информационной безопасности, предлагаемый данным производителем программного обеспечения, позволяет свести к минимуму возможности утечки информации с предприятия.

УДК 378.147.88

Шакиров Кирилл Фаридович
старший преподаватель

Раковский Дмитрий Игоревич
студент

*Ордена Трудового Красного Знамени
ФГБОУ ВО "Московский технический университет
связи и информатики"
Москва, Россия*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭЛЕМЕНТОВ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА НА ПРИМЕРЕ ВИРТУАЛЬНОГО ЛАБОРАТОРНОГО СТЕНДА «ИМПУЛЬСНЫЙ ИСТОЧНИК ПИТАНИЯ»

В настоящее время в рамках реализации Указа Президента Российской Федерации [1] проводится глобальная цифровизация всех отраслей экономики, в том числе и в отрасли образования и связи.

Ключевым аспектом цифровой трансформации данных отраслей является внедрение новых технологий и подходов к процессу обучения. На повестке дня стоит задача развития электронного образования, имеется потребность в создании или замене лабораторных стендов инженерно-технических дисциплин. В совокупности эти требования актуализируют задачу создания виртуального лабораторного стенда.

В эпоху повсеместного развития информационных технологий в регионах одним из перспективных направлений обучения является направление 11.03.02 [2]. Важной составляющей обучения является дисциплина «Электропитание устройств и систем телекоммуникаций», посредством которой студент формирует компетенцию ОПК-1 – «Способен использовать положения, законы и методы естественных наук и математики для решения задач инженерной деятельности» и приобретает необходимые в XXI веке навыки, такие как: владение современными информационными технологиями, умение находить и применять информацию, в том числе реферировать научную литературу.

С целью упрощения получения теоретических навыков по данной дисциплине была поставлена задача разработки виртуального аналога лабораторного стенда «Исследование импульсных источников питания» (далее - прототипа). Основная цель работы, стоящая перед студентом, заключается в изучении принципов действия и особенностях импульсных источников питания, релейных стабилизаторов [3].

Разработку виртуального стенда можно разделить на три этапа. На первом этапе производился выбор математического аппарата, наиболее точно подходящего под поставленную задачу. На втором

этапе производился сбор исходных экспериментальных данных с прототипа, обусловленных выбранным математическим аппаратом. Третий этап — программирование.

На первом этапе разработки было принято решение отказаться от моделирования физических процессов, протекающих внутри прототипа и использовать наборы входных и выходных данных, собранные с измерительных приборов прототипа.

Особенностью данного подхода является проблема ограниченности выходных данных, получаемых с виртуального стенда. Для решения проблемы на этапе программирования было принято решение о создании имитации аналоговых стрелочных измерительных приборов — вольтметра и амперметра, а также реостатов для их настройки. Данные, снимаемые студентами с этих приборов, будут подвержены погрешности измерения, связанной с человеческим восприятием [4].

Виртуальный стенд выполнен на языке C# в среде Visual Studio 2017. При разработке данной программы учитывалась ее возможная проецируемость на другие стенды кафедры, поэтому внешний вид стенда, количество инструментов измерения и их дизайн, а также наборы входных и выходных данных — все это может быть настроено в режиме отладки. Интерфейс виртуального стенда приведен на рис. 1.

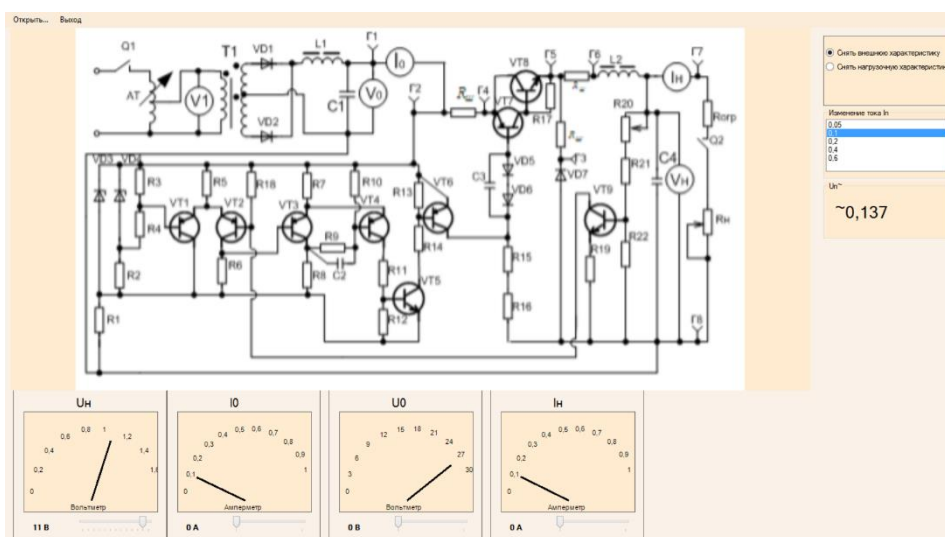


Рисунок 1 – Внешний вид интерфейса лабораторного стенда

В табл. 1. приведен пример программного кода для настройки амперметра. Все методы снабжены методическими комментариями, всплывающими при программировании.

Таблица 1 – Программный код настройки Амперметра

```

amper_In = new Instrument();
amper_In.create("Амперметр", 0, "A", "Iн", -4);
amper_In.add(0); amper_In.add(0.1); amper_In.add(0.2);
amper_In.add(0.3); amper_In.add(0.4); amper_In.add(0.5);
amper_In.add(0.6); amper_In.add(0.7); amper_In.add(0.8);
amper_In.add(0.9); amper_In.add(1);
Controls.Add(amper_In);

```

В процессе разработки виртуального лабораторного стенда были учтены особенности физического прототипа и требования учебного процесса. Разработанный виртуальный стенд имеет потенциал к проецированию на иные лабораторные работы кафедры. Достоинством виртуального стенда перед прототипом является быстрое время выполнения работы, простой интерфейс, а также отсутствие требований к специальному оборудованию для работы программы.

Рассматривая этапы создания виртуального стенда «Импульсный источник электропитания» по сравнению с реальным, можно выделить ряд существенных особенностей, подчеркивающих эффективность внедрения информационных технологий в образование и их экономическую выгоду.

Во-первых, это простота реализации технологического процесса создания виртуальных стендов, выигрыш во времени по сравнению с реализацией проекта реального стенда, сам проект виртуального стенда экономически менее затратен.

Во-вторых, в плане обслуживания виртуальный стенд подразумевает под собой лишь техническую поддержку самого программного продукта и устройства информационного доступа, что не составляет особого труда не только для программиста, но и даже для рядового пользователя. Когда, как обслуживание и ремонт реального стенда относится к категории специфических операций, которые может провести только специалист в данной отрасли. Если сопоставить зарплаты обычного

программиста и узконаправленного специалиста, то экономический выигрыш для вуза останется за первым.

В-третьих, использование реальных лабораторных стендов возможно лишь в специально отведенной лаборатории под надзором преподавателя. К работе в лаборатории можно приступить лишь, пройдя инструктаж по технике безопасности. Потом существует вероятность, что при допущении оплошности студентом во время выполнения лабораторной работы дорогостоящее оборудование может выйти из строя, что вызовет непредвиденные расходы на его ремонт. Благодаря виртуальным стендам, студент, с одной стороны, освобождён от стрессового страха перед возможной ошибкой, поэтому спокойно внедряется в учебный процесс, а с другой стороны, можно не бояться за работоспособность самого оборудования. И самое главное, студент может получить доступ к изучению устройства или процесса из любой точки и в любой время. Что в период пандемии коронавирусной инфекции, когда традиционное обучение в вузах временно заменено на дистанционную форму обучения, звучит весьма актуально [6]. Отдельно стоит отметить, что возможности виртуального стенда позволяют включить в учебный процесс лабораторные установки, весьма высокой стоимости, что позволяет сэкономить вузам на их покупке. По сравнению с реальными лабораторными стендами, виртуальные стенды имеют существенный технический выигрыш – некоторые процессы и устройства реализовать в реальности весьма сложно, что не скажешь об их формировании в цифровом пространстве [7].

Как альтернативу, можно предложить использования смешанной формы использования виртуальных и реальных стендов. На виртуальном стенде студент получает информацию о работе устройства или протекания процесса. Нарбатывает порядок выполнения работы, не боясь испортить лабораторную установку, а затем студент может перейти к выполнению работы на реальном стенде.

Конечно, виртуальный стенд полностью не может заменить реальное устройство или физические и химические процессы, которые изучаются в настоящих лабораториях. Но на лицо явный экономический выигрыш от внедрения информационных технологий в сферу образования.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года" от 7 мая 2018 года № 204 // Собрание законодательства Российской Федерации. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/43027>
2. Распоряжение Правительства РФ от 6 января 2015 г. № 7-р «Об утверждении перечня специальностей и направлений подготовки высшего образования, соответствующих приоритетным направлениям модернизации и технологического развития российской экономики». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70742752/>
3. Яблочников С.Л., Шакиров К.Ф. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Электропитание устройств и систем телекоммуникаций». Лабораторный практикум для бакалавров (Направление подготовки: 110203). Часть I. 2018 г. – 56 стр. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37785110>
4. Шестаков В.В., Манонина И.В., Метрология и измерения в телекоммуникационных системах. учебное пособие. ЭБС. МТУСИ. 2018г. - 122стр. URL: http://www.mtuci.ru/structure/library/catalogue/author_book.php?r=591
5. В. М. Бушуев, В. А. Деминский и др. Электропитание устройств и систем телекоммуникаций. Учебное пособие для вузов. М; Горячая линия-Телеком, 2011. 371 стр.
6. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 14 марта 2020 г. № 397 "Об организации образовательной деятельности в организациях, реализующих образовательные программы высшего образования и соответствующие дополнительные профессиональные программы, в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации". URL: https://www.minobrnauki.gov.ru/ru/documents/card/?id_4=1064
7. Шакиров К.Ф. Проблемы электронного образования в высшей школе // XI Международная научная интернет-конференция «СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ: ИННОВАЦИОННОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ»; ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ЯНКИ КУПАЛЫ Военный факультет (г. Гродно, 14 ноября 2019 г). – Гродно, 2019 г. –С. 143-145. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41317436>

УДК 004.056.53

Шаталова Ксения Денисовна
обучающаяся

Научный руководитель:

Бойченко Олег Валериевич

д. тех. н., профессор

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»*

Республика Крым, Россия

НЕОЧЕВИДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВИРТУАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ

Наиболее актуальным и востребованным способом ведения бизнеса является совмещение физического и виртуального способов продаж. Когда предприниматель выходит на виртуальный рынок, то он сталкивается с множеством препятствий, прежде чем его деятельность начнет функционировать успешно.

Сам процесс торговли в интернет можно представить в несколько этапов: реклама товара и его представление; сделка по купле-продаже; послепродажное обслуживание продукта, гарантия; построение долгосрочных доверительных отношений с клиентом [1, С. 191]. Проблемы могут возникнуть на каждом из этапов, самой очевидной из которых является риск кражи средств через электронную оплату.

Подробное описание схем действий мошенников раскрывается в работе З.Р. Абдеевой [2, С. 173]. Куда менее видимые трудности, которые появляются для предпринимателя: проблема уникальности, проблема конкуренции, проблема доверия и лояльности, проблема точности описания товара.

Проблема уникальности появляется тогда, когда нужно создать и продвигать что-то принципиально новое, чего нет у других. «Давать больше, чем ожидает клиент» - главное правило успешной торговли. Такие новые подходы и решения необходимо внедрять постоянно, чтобы удерживать прибыль на одном уровне и увеличивать её

Проблема конкуренции проявляется в том, что на виртуальном рынке намного большее количество «игроков», занять монопольную, лидирующую позицию сложно. Выходя на рынок с нуля так же достаточно трудно привлечь к себе внимание покупателя.

Проблема доверия и лояльности связана с тем, что очень малое количество потребителей доверяют интернет для покупки товаров и услуг [2, С. 173]. Цифра покупателей растет с каждым годом, но те, кто привык к оффлайн покупкам неохотно меняют привычки несмотря на очевидные выгоды. Это связано с большим процентом мошенничества и кибератак на мобильные устройства. Так, по сведениям одной из антивирусных компаний, на начало 2020 года были выявлены 16356 вредоносных программ для мобильных устройств. А за 2019 год их число увеличилось на 60 059 штук, при этом основной удар направлен на устройства платформы Android, работающие под управлением операционной системы iOS [3]. Проблему также составляет низкий уровень клиентского сервиса, который зачастую остается таковым даже у довольно крупных компаний.

Проблема точности описания продаваемого товара. Часто потребитель отказывается от покупки того или иного продукта из-за малой информированности о его качестве и составе (мало отзывов и/или мало информации предоставляет сам продавец). Эта проблема легко решается. Распространена практика у начинающих компаний и уже достаточно крупных PR-рассылок и доступная информация о продукте.

Таким образом, очевидную проблему в виртуальной торговле – мошенничество – можно решить путём повышения надёжностью транзакций банками, а неочевидные проблемы решаются только лишь умением предпринимателя вести свою деятельность. Это зависит от его подготовленности к выходу на виртуальный рынок.

Литература

1. Стрелец, И.А. Обеспечение безопасности электронных сделок /И.А. Стрелец. — транспортное дело России // ООО «Редакция газеты «Морские вести России», 2011. — С. 191-194.
2. Абдеева, З.Р. Проблемы безопасности электронной коммерции в сети интернет /З.Р. Абдеева. — Проблемы современной экономики // ООО «Научно-производственная компания «РОСТ», 2012. — С. 191-194.
3. Бойченко О.В. Информационная безопасность виртуального предприятия/ О.В. Бойченко, А.А. Кучинская // Теория и практика экономики и предпринимательства: XII междунар. научн.-практ. конф.: тезисы докл. — Симферополь, 2015. – С. 179-180.

СОДЕРЖАНИЕ

Пленарное заседание

Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ЭМОЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПОВЕДЕНИИ	3
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Гапонов Андрей Иванович к.ф.-м.н., доцент Акинина Людмила Николаевна ст. преподаватель <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ПРИМЕНЕНИЕ FUZZY-ВЫЧИСЛЕНИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЕМЫМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ	4
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Попов Виталий Борисович к.ф.-м.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ЛОГИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ЭКСПЕРТНЫХ СИСТЕМ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	5
Асанович Валерий Яковлевич д-р хим. наук, профессор <i>Белорусский государственный экономический университет Республика Беларусь</i>	МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОЗНАЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	8
Баранов Алексей Геннадиевич к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Экономика предприятия» Гармашова Елена Петровна к.э.н., доцент, доцент кафедры «Экономика предприятия» <i>ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» г. Севастополь, Россия</i>	КОСВЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В Г. СЕВАСТОПОЛЬ	12
Баркалов Сергей Алексеевич д.т.н., профессор Аверина Татьяна Александровна к.т.н., доцент Брежнева Зоя Олеговна магистрант <i>ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет», г. Воронеж, Россия</i>	ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ СТЕЙКХОЛДЕР - МЕНЕДЖМЕНТА	15
Баркалов Сергей Алексеевич д.т.н., профессор, заведующий кафедрой управления Бекирова Ольга Николаевна к.э.н., доцент, доцент кафедры управления Трифопова Мария Сергеевна аспирант <i>Воронежский государственных технический университет, г. Воронеж, Россия</i>	КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВОЗВЕДЕНИЯ ГРАЖДАНСКИХ ЗДАНИЙ В УСЛОВИЯХ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ	18

Белоусова Наталия Ивановна д.э.н., ведущий научный сотрудник <i>ФИЦ ИУ РАН</i> <i>Москва, Россия</i>	ОБ УПРАВЛЯЮЩИХ ПАРАМЕТРАХ В РАЗВИТИИ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ КОНКУРЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯХ ОЦЕНКИ	23
Бойкова Майя Владимировна заведующий кафедрой управления, к.п.н., доцент Кушнир Алина Сергеевна преподаватель кафедры управления <i>Российская таможенная академия</i> <i>г. Люберцы, Россия</i>	НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ	25
Бойченко Олег Валериевич д.т.н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Симферополь, Россия</i>	ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КИБЕРУГРОЗАМ	29
Бычек Ирина Иосифовна к.э.н., доцент Кулеша Андрей Дмитриевич аспирант <i>Гродненский государственный аграрный</i> <i>университет</i> <i>Республика Беларусь</i>	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОВОДСТВА В МИРЕ	31
Василенко Наталья Валерьевна д.э.н., профессор Марин Евгений Александрович аспирант <i>Экономический факультет</i> <i>ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный</i> <i>университет»</i> <i>Санкт-Петербург, Россия</i>	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ РОССИЙСКИХ НЕФТЯНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ	32
Timur Gataullin <i>Center for Digital Economics</i> <i>State University of Management</i> Sergey Gataullin <i>Data Analysis, Decision Making</i> <i>and Financial Technologies</i> <i>Financial University</i> Ksenia Ivanova <i>Bachelor</i> <i>State University of Management</i> <i>Moscow, Russia</i>	ECONOMICS OF KNOWLEDGE - TWO-LAYER RAISIN PIE	34
Герасимова Светлана Васильевна д.э.н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ТЕОРИЯ АНАЛИЗА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	37
Громов Александр Игоревич профессор Кедроливанская Карина Константиновна Кисляков Иван Сергеевич <i>Факультет бизнеса и менеджмента</i> <i>Школа бизнес информатики,</i> <i>Национальный исследовательский университет</i> <i>"Высшая школа экономики"</i> <i>Россия</i>	ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЗАВИСИМОСТИ РЕГУЛЯЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ БОЛЬШИХ СИСТЕМ ОТ КОРРЕКТНОСТИ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «АЭРОФЛОТ»	38

	Содержание	283
Заорский Григорий Вадимович д.э.н., профессор <i>ИрГУПС</i> <i>Россия</i>	ВЛИЯНИЕ НЕОБОСНОВАННОЙ ОЦЕНКИ ЦЕНТРОБАНКОМ РФ СТОИМОСТИ ВАЛЮТЫ НА КРИЗИСНОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	49
Кирильчук Светлана Петровна д.э.н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ПРОЦЕССНЫЕ ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	57
Колесник Валентина Илиодоровна доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры общественного здоровья, организации и экономики здравоохранения <i>Медицинская академия им. С.И. Георгиевского</i> <i>ФГАОУ ВО «Крымский федеральный</i> <i>университет имени В.И. Вернадского</i> <i>г. Симферополь, Россия</i>	ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	58
Меншуткин Владимир Васильевич гл. н. с., д. б. н., профессор Минина Татьяна Ростиславовна вед. н. с., к. т. н <i>ФГБУН Институт проблем региональной</i> <i>экономики РАН</i> <i>Санкт-Петербург, Россия</i>	КОГНИТИВНАЯ ЭКОЛОГО-СОЦИО- ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВОДОСБОРА КРУПНОГО ВОДОЕМА	61
Наливайченко Екатерина Владимировна д.э.н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРИПТОРУБЛЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	63
Нехайчук Дмитрий Валерьевич д.э.н., профессор Забаровская Светлана Андреевна обучающаяся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ (ОТМЫВАНИЯ) ДОХОДОВ ПОЛУЧЕННЫХ ПРЕСТУПНЫМ ПУТЕМ	64
Орлова Елена Роальдовна д.э.н., профессор <i>ФИЦ ИУ РАН</i> <i>Москва</i> Коваль О. Г. <i>Университет Дубна</i> <i>Дубна</i> <i>Россия</i>	ТУРКМЕНИСТАН И РОССИЯ КАК КОНКУРЕНТЫ В ЧАСТИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭКСПОРТА В КНР	66
Павлов Константин Викторович д. э. н., профессор <i>Ижевский филиал Российского университета</i> <i>кооперации</i> <i>г. Ижевск, Россия</i>	ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА	68

Пяткова Наталья Петровна к.э.н., соискатель кафедры туризма и гостиничного хозяйства <i>ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Владимира Даля» г. Луганск</i>	ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	68
Сигал Анатолий Викторович д.э.н., профессор <i>Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ПРОИЗВОДЯЩИЕ ФУНКЦИИ НЕКОТОРЫХ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЕЙ ФИШБЕРНА	72
Мари Сизерон <i>Университет «София-Антиполис» г. Ницца, Франция</i>	НЕЙРОЭКОНОМИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	73
Скоробогатова Татьяна Николаевна д.э.н., профессор <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	О КЛАССИФИКАЦИИ МАТЕРИАЛЬНЫХ ПОТОКОВ В ЛОГИСТИКЕ	74
Сурнина Катерина Станиславовна д.э.н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> Попова Анна Михайловна обучающаяся <i>Таврическая академия ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	МОНИТОРИНГ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ДОХОДОВ ПОЛУЧЕННЫХ НЕЗАКОННЫМ ПУТЕМ	76
Тарарышкина Любовь Ивановна канд. эконом. наук, доцент, доцент кафедры таможенного дела, <i>Белорусский государственный университет г. Минск, Беларусь</i>	АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ТАМОЖЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА	77
Сергей Толкачев <i>Университет штата Миннесота г. Миннеаполис, США</i>	РЕВЕРСИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ	79
Ярош Ольга Борисовна профессор кафедры маркетинга торгового и таможенного дела, д.э.н., доцент <i>ФГАОУ ВО Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского г. Симферополь, Россия</i>	ОСОБЕННОСТИ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ВЕБ-СТРАНИЦ	80
Ячменева Валентина Марьяновна д. э. н., профессор Ячменев Евгений Федорович к. э. н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	КУРОРТООБРАЗУЮЩИЕ РЕСУРСЫ КАК ОСНОВА СТАНОВЛЕНИЯ КУРОРТОВ	82

Секция 1**Экономическая теория на современном этапе**

Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Абрулгазиев Эмиль Таирович обучающийся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ИНТЕРНЕТ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	85
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Жорова Олеся Юрьевна магистрант <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ	85
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Лысенко Анастасия Павловна магистрант <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	86
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Покрепа Сергей Вадимович магистрант <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	КОГНИТИВНАЯ ЭКОНОМИКА	87
Апатова Наталья Владимировна д.п.н., д.э.н., профессор Пометько Данил Эдуардович обучающийся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ПРЕИМУЩЕСТВА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА	88
Герасимова Светлана Васильевна д.э.н., профессор Белоус Алексей Витальевич обучающийся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	89
Герасимова Светлана Васильевна д.э.н., профессор Москалёв Владислав Александрович обучающийся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ПРОЦЕСС И НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ	91

Исайчиков Виктор Фёдорович главный редактор <i>Журнал «Просвещение»</i> <i>Россия</i>	ОСОБЫЙ ХАРАКТЕР КРИЗИСА МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ	92
Кусый Михаил Юрьевич к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	УСТОЙЧИВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СООБЩЕСТВА В ЭКОНОМИКЕ	95
Линский Дмитрий Викторович к.э.н., доцент доцент кафедры экономической теории <i>Институт экономики и правления</i> <i>(структурное подразделение)</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К КРИТЕРИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА СИСТЕМНОМ МЕЗОУРОВНЕ В ЭКОНОМИКЕ	97
Митина Элла Александровна старший преподаватель <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ИНФОРМАЦИОННАЯ АСИММЕТРИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ	99
Узаков Тимур Константинович соискатель <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ	100
Шаталова Ксения Денисовна обучающаяся Научный руководитель: Бойченко Олег Валериевич д. тех. н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ	101

Секция 2

Мировое хозяйство и международные экономические отношения

Буценко Ирина Николаевна к.э.н., доцент Алексанова Адриана Дионисовна бакалавр <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	УРОВЕНЬ ИНФЛЯЦИИ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ СОПОСТАВЛЕНИЯ	103
Василенко Наталья Валерьевна д.э.н., профессор Аль Саади Тахсин Абдулькарим Олейн аспирант <i>Экономический факультет</i> <i>ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный</i> <i>университет»</i> <i>Санкт-Петербург, Россия</i>	ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИРАКА В КОНЦЕ XX ВЕКА – НАЧАЛЕ XXI ВЕКА	104

	Содержание	287
Котунов М.А. магистрант Рыбников Андрей Михайлович к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	МИРОВОЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	106
Побирченко Виктория Викторовна к.геогр.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», Республика Крым, Россия</i>	ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕХОДА К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ	108
Фальченко Оксана Дмитриевна к.э.н., доцент, доцент кафедры мировой экономики и внешнеэкономической деятельности <i>ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет" Екатеринбург, Россия</i>	К ВОПРОСУ О НАЛИЧИИ ПРЕПЯТСТВИЙ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ СТРАН ЕАЭС	110
Секция 3 Экономика и управление национальным хозяйством и региональная экономика		
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Андрейчук Никита Сергеевич магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ	113
Ганичев Максим Владимирович магистрант Резаев Алексей Александрович старший преподаватель <i>Институт финансов, экономики и управления ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» Россия</i>	АНАЛИЗ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ГОРОДА СЕВАСТОПОЛЬ	113
Гафарова К.Э. к.э.н., доцент Осадчий Е.И. к.г.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ	117
Дедков Денис Александрович обучающийся Научный руководитель: Бакуменко Мария Александровна к.э.н., доцент кафедры бизнес- информатики и математического моделирования <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФОРУМЫ КАК МЕХАНИЗМ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	119

Круликовский Анатолий Петрович доцент Зекерьяева Динара Недимовна обучающаяся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>г. Симферополь, Россия</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ	119
Митус Александр Александрович кандидат экономических наук, доцент Дребот Александр Михайлович старший преподаватель <i>Институт Финансов, экономики и</i> <i>управления</i> <i>ФГБОУ ВО «Севастопольский</i> <i>государственный университет»</i> <i>г. Севастополь, Россия</i>	ПРЯМЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА	122
Мотина Валентина Григорьевна старший преподаватель <i>АНО «ООВО» «Университет экономики и</i> <i>управления»</i> <i>Республика Крым, г. Симферополь, Россия</i>	О ВЛИЯНИИ ЧИСЛА ТУРИСТОВ НА СТАТИСТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КРЫМА	125
Мохова Елена Александровна старший преподаватель <i>кафедра экономики и социальной работы</i> <i>ФГБОУ ВО «Ставропольский</i> <i>государственный медицинский</i> <i>университет» Министерства</i> <i>здравоохранения Российской Федерации,</i> <i>г. Ставрополь, Россия</i>	АКТИВИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РЕГИОНОВ СКФО ПУТЕМ КЛАСТЕРИЗАЦИИ	129
Ольховская Александра Александровна обучающаяся Научный руководитель: Бакуменко Мария Александровна к.э.н., доцент кафедры бизнес- информатики и математического моделирования <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	К ВОПРОСУ ОБ УРОВНЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КРЫМА	131
Остапенко Ирина Николаевна к. э. н., доцент Таенкова Виктория Викторовна обучающаяся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ПРОДВИЖЕНИЯ КРЫМСКОГО ТУРПРОДУКТА	132
Святохо Наталья Валентиновна к. э. н., доцент, доцент кафедры менеджмента Овчинникова Арина Евгеньевна обучающаяся группы М-б-о-163 <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА	133

	Содержание	289
Смерницкая Евгения Владимировна доцент, к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ДОРОЖНАЯ КАРТА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ В РЕГИОНЕ	134
Хабиб Марина Далхатовна доцент, к.э.н., доцент по кафедре статистики <i>Институт экономики и финансов ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» г. Москва, Россия</i>	ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ	135
Секция 4 Экономика и управление предприятием		
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор Зосименко Евгений Витальевич магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ВИРТУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	139
Богуславская Екатерина Викторовна сертифицированный бизнес-тренер <i>г. Симферополь, Россия</i>	КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ	139
Маслич Евгений Александрович к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И МЕТОДЫ В СИСТЕМЕ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ	142
Ольховая Галина Викторовна доцент, к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ЦИФРОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕС- МОДЕЛЕЙ	144
Остапенко Ирина Николаевна к.э.н., доцент Хабиров Смаил Надирович магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	МЕТОДЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	146
Романюк Елена Витальевна к.э.н., доцент кафедры экономической теории Кондратьева Анастасия Сергеевна магистр специальности «Экономика фирмы» <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА РАБОТНИКОВ	147

Сулыма Александра Иосифовна к. э. н., доцент Субботина Александра Дмитриевна обучающаяся группы М-б-о-163 <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им.В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИНИ-ПЕКАРЕН В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ	148
Таран Виктория Николаевна канд. техн. наук, доцент кафедры информатики и ИТ Щербина Иван Олегович магистрант 2 курса, направления подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика» <i>Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялте, г. Ялта, Россия</i>	АНАЛИЗ АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ PLAYRIX	150
Яцкова Екатерина Геннадьевна обучающаяся Ремесник Елена Сергеевна ассистент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА С ПОМОЩЬЮ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ	153

Секция 5

Экономика природопользования и охрана окружающей среды

Бахова Яна Сергеевна аспирант <i>Адыгейский государственный университет, Республика Адыгея, Россия</i>	О РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ	155
Мещанинова Елена Германовна канд. э. н., доцент Рагрин Андрей Сергеевич студент <i>Новочеркасский инженерно- мелиоративный институт им. А.К. Кортунова ФГБОУ ВО «Дон ГАУ» г. Новочеркасск, Россия</i>	РАЦИОНАЛЬНОЕ АГРАРНОЕ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ ДЗЗ	156
Ткачева Ольга Александровна канд. с-х наук, доцент Кобушева Нина Сергеевна магистрант <i>НИМИ Донской ГАУ Россия</i>	ПРИМЕНЕНИЕ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ В ЦЕЛЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЛИОРАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	158

Секция 6

Развитие финансовой и банковской системы

Богданова Оксана Юрьевна к.э.н., доцент <i>Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) г.Ростов-на-Дону, Россия</i>	ПУТИ РЕШЕНИЯ МАССОВОЙ БЕДНОСТИ В РОССИИ	160
--	--	------------

	Содержание	291
Землячев Сергей Викторович к.э.н., доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин <i>Крымский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия» Россия</i>	ДЕПОЗИТНОЕ ФОРМИРОВАНИЕ БАНКОВСКИХ РЕСУРСОВ	161
Землячева Ольга Андреевна к.э.н., старший преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин <i>Крымский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия» Россия</i>	ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА БАНКОВ И СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ В КОНТЕКСТЕ СОВМЕСТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ	163
Круликовский Анатолий Петрович к.ф.-м.н, доцент Косюк Никита Сергеевич магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИИ КРАУДФАНДИНГА В РОССИИ	166
Туманова Елена Анатольевна к.э.н., доцент Захарова Марина Геннадиевна магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	СИСТЕМА МОНИТОРИНГА РИСК МЕНЕДЖМЕНТА В БАНКЕ	168
Секция 7 Бухгалтерский учет, анализ и аудит		
Торопова Ирина Семеновна к.э.н, доцент кафедры учета, анализа и аудита <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ	172
Торопова Ирина Семеновна к.э.н., доцент Здорова Екатерина Олеговна обучающаяся 4 курса Подгорная Александра Вячеславовна обучающаяся 4 курса <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА И УЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМАХ	173
Цыдыпова Алена Викторовна к.э.н. <i>кафедра «Экономика и организация АПК» ФГБОУ ВО БГСХА имени В.Р. Филиппова Россия</i>	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ АПК: НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ	175

Секция 8

Информационные технологии и моделирование в экономике

Абилова Ильвина Алимовна обучающаяся Усенко Роман Станиславович старший преподаватель <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>г. Симферополь, Россия</i>	ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	181
Бойченко Олег Валериевич доктор технических наук, профессор Бондаренко Анастасия Олеговна магистрант <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	КЛАССИФИКАТОРЫ СИСТЕМ КОДИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ	182
Бойченко Олег Валериевич доктор технических наук, профессор Ибрагимов Асан Рустемович обучающийся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ УПРАВЛЕНИЯ	183
Бойченко Олег Валериевич д.т.н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> Иванюта Дмитрий Викторович главный специалист отдела по гражданской обороне и защите населения, <i>Администрация города Алушты</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ВНЕДРЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АППАРАТНО - ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА «БЕЗОПАСНЫЙ ГОРОД» В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ	184
Бояджан С.В. магистрант Научный руководитель: Бойченко О.В. д. тех. н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ	186
Вакуленко Евгений Александрович обучающейся Научный руководитель: Остапенко Ирина Николаевна к. э. н., доцент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	О НЕКОТОРЫХ ВИДАХ МОДЕЛИРОВАНИЯ В МАРКЕТИНГЕ	187
Варулина Анна Сергеевна магистр менеджмента, магистрант истории искусств, специалист АО ПО «Возрождение» <i>Министерство культуры РФ</i> <i>ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский</i> <i>государственный институт культуры»</i> <i>Санкт-Петербург, Россия</i>	ДОСТИЖЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА, КАК ОСНОВА И ПОВОД ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭРМИТАЖЕ	188

	Содержание	293
Гавриков Илья Владимирович магистрант Научный руководитель: Бойченко Олег Валерьевич профессор, доктор технических наук <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ВЛИЯНИЕ КВАНТОВЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ НА БЕЗОПАСНОСТЬ СЕТЕЙ 5G	189
Герасимова Светлана Васильевна д.э.н., профессор Арефьев Олег Алексеевич магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	АНАЛИЗ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ИКТ НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНА	190
Герман В. А. обучающийся Королев Олег Леонидович к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	САМОРЕГУЛЯЦИЯ И ДОВЕРИЕ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В ПИРИНГОВЫХ СИСТЕМАХ	192
Глухий Екатерина Николаевна обучающаяся Научный руководитель: Солдатов Максим Александрович канд. физ.- мат. наук, доцент <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Институт экономики и управления Республика Крым, Россия</i>	МАРКЕТИНГ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ	193
Горб Екатерина Олеговна обучающаяся Усенко Роман Станиславович ст. преподаватель <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЛАЧНОЙ ИТ- ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА	194
Дедков Денис Александрович обучающийся Научный руководитель: Бакуменко Мария Александровна к.э.н., доцент кафедры бизнес- информатики и математического моделирования <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ПРЕИМУЩЕСТВА ОБЪЕКТНО- ОРИЕНТИРОВАННОГО ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ C++	196
Дедков Денис Александрович обучающийся Научный руководитель: Бакуменко Мария Александровна к.э.н., доцент кафедры бизнес- информатики и математического моделирования <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ОБЗОР ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ОН-ЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЙ	197

Каримова Элина Ахтемовна обучающаяся Научный руководитель: Королев Олег Леонидович к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	КОНЦЕПЦИЯ DevOps КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ИНФОРМАЦИОННЫХ СЕРВИСОВ	198
Киселев Валерий Георгиевич к.ф.-м.н., доцент <i>ФИЦ ИУ РАН, Москва, Россия</i>	ИНФОРМАЦИОННО – ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ В АГРОСТРАХОВАНИИ	199
Королев Олег Леонидович к.э.н., доцент Декалюк Анастасия Олеговна обучающаяся <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Институт экономики и управления</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	КОРПОРАТИВНАЯ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ ЕЕ РАЗВИТИЯ	203
Костенко Елизавета Александровна обучающаяся Усенко Роман Станиславович старший преподаватель <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>г. Симферополь, Россия</i>	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ CRM- СИСТЕМ	204
Круликовский Анатолий Петрович к. ф.-м. н., доцент Сеитнебиева Эльмира Февзиевна обучающаяся <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Институт экономики и управления</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	МЕТОДОЛОГИИ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС- ПРОЦЕССОВ	206
Кушникова Екатерина Сергеевна обучающаяся Солдатова Светлана Александровна старший преподаватель <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА	207
Мазинова Айше Эскандеровна обучающаяся Научный руководитель: Бойченко Олег Валерьевич д. тех. н., профессор <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ИССЛЕДОВАНИЕ ACUNETIX WEB VULNERABILITY SCANNER	208
Мазинова Айше Эскандеровна обучающаяся Научный руководитель: Остапенко Ирина Николаевна к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ПРИМЕНЕНИЕ DATA MINING ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ	210

	Содержание	295
Мазина Айше Эскандеровна обучающаяся Научный руководитель: Усенко Роман Станиславович старший преподаватель Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия	О ВЫБОРЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ	211
Ольховская Александра Александровна обучающаяся Научный руководитель: Бойченко Олег Валерьевич д. тех. н., профессор Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия	СИСТЕМА MAPINFO PRO В БИЗНЕС-АНАЛИТИКЕ	212
Ольховская Александра Александровна обучающаяся Усенко Роман Станиславович старший преподаватель Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» г. Симферополь, Россия	СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ ВЕРСИЙ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ИС	213
Ольховская Александра Александровна обучающаяся Научный руководитель: Усенко Роман Станиславович старший преподаватель Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия	КЛАСТЕРНЫЙ МЕТОД И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В АНАЛИЗЕ ДАННЫХ	214
Османов Ремзи Джаферович обучающийся Королёв Олег Леонидович доцент, к.э.н. Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» г. Симферополь, Россия	СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ WORDPRESS В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	216
Османов Ремзи Джаферович обучающийся Усенко Роман Станиславович старший преподаватель Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» г. Симферополь, Россия	СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	217
Павленко Дмитрий Глебович обучающийся Смирнова Оксана Юрьевна ассистент Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия	О ТЕХНОЛОГИИ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ	218

Письменный Никита Максимович обучающийся Смирнова Оксана Юрьевна ассистент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	WEB-СИСТЕМЫ КАК ЭТАП БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ	219
Рябкова Елена Андреевна обучающаяся Смирнова Оксана Юрьевна ассистент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	К ВОПРОСУ О МОДЕЛЯХ И МЕТОДАХ ARIS	220
Сейтнебиева Эльмира Февзиевна обучающаяся Усенко Роман Станиславович старший преподаватель <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Институт экономики и управления</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	КОРПОРАТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРЫ	221
Солдатов Максим Александрович доцент, к. ф.-м. н. Абибулаев Алим Азиз оглы обучающийся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ПРИМЕНЕНИЕ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГЕ	223
Солдатов Максим Александрович к.ф.-м.н., доцент Лавочников Валерий Олегович обучающийся <i>Института экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ В ЗАДАЧЕ ОЦЕНКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ	223
Солдатов Максим Александрович к. ф.-м. н., доцент Таратухина Татьяна Сергеевна магистрант <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ	224
Солдатов Максим Александрович к.ф.-м.н., доцент Троценко Анастасия Юрьевна обучающаяся <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В DATA MINING	226
Томасик Эльмира обучающаяся Ремесник Елена Сергеевна ассистент <i>Институт экономики и управления</i> <i>ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»</i> <i>Республика Крым, Россия</i>	МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ИТ	227

	Содержание	297
Фистель М. М. магистрант Королев Олег Леонидович к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН	230
Шаталова Ксения Денисовна обучающаяся Научный руководитель: Королев Олег Леонидович к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	НАЗНАЧЕНИЕ СИСТЕМ КОНТРОЛЯ ВЕРСИЙ И ПРЕДПОСЫЛКИ К ИХ СОЗДАНИЮ	231
Шаталова Ксения Денисовна обучающаяся Научный руководитель: Остапенко Ирина Николаевна к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	СЕРВИС ЯНДЕКС.МЕТРИКА КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА ДАННЫХ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	232
Секция 9 Менеджмент сегодня: теория и практика		
Аблякимова Л. Р. обучающаяся Черногорова К. А. ассистент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРИНЦИПОВ МЕНЕДЖМЕНТА	233
Апатова Наталия Владимировна д.э.н., д.пед.н., профессор, Абилова Ильвина обучающаяся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ВИДЫ СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ ЕЕ РАЗРАБОТКИ	234
Апатова Наталья Владимировна д.п.н., д.э.н., профессор Шор Владимир Александрович магистрант <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПСИХОЛОГИЮ ПОТРЕБИТЕЛЯ	236
Батченко Оксана Сергеевна обучающаяся Научный руководитель: Бакуменко Мария Александровна к.э.н., доцент кафедры бизнес- информатики и математического моделирования <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	К ВОПРОСУ О ПРОГНОЗИРОВАНИИ ДЕНЕЖНОГО ПОТОКА ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА	237

Денисова Виктория Александровна обучающаяся Научный руководитель: Бакуменко Мария Александровна к.э.н., доцент кафедры бизнес- информатики и математического моделирования <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ВИДЫ РИСКОВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	238
Круликовский Анатолий Петрович доцент Абдувалиев Эрфан Рухленович обучающийся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	СОВРЕМЕННАЯ РЕКЛАМА И «PR» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	238
Сеитнебиева Эльмира Февзиевна обучающаяся Научный руководитель: Усенко Роман Станиславович старший преподаватель <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» Институт экономики и управления Республика Крым, Россия</i>	РЕИНЖИНИРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ	241
Титаренко Дмитрий Викторович к.э.н., доцент Сеитнебиева Эльмира Февзиевна обучающаяся <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Институт экономики и управления Республика Крым, Россия</i>	МЕТОДЫ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ БИЗНЕСА	242
Титаренко Дмитрий Викторович к.э.н., доцент Сеитнебиева Эльмира Февзиевна обучающаяся <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Институт экономики и управления Республика Крым, Россия</i>	КРАУД-МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД ИНТЕРНЕТ- ПРОДВИЖЕНИЯ	243
Черногорова Кристина Александровна ассистент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ОБЗОР МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ	244
Шевченко Елена Владимировна к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫЕ СПОСОБЫ МОНЕТИЗАЦИИ САЙТА	245
Ячменева Валентина Марьяновна д.э.н. профессор Дидык Нина Александровна обучающаяся группы М-м-о-181 <i>ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского», Институт экономики и управления г. Симферополь, Россия</i>	МЕТОДЫ, СПОСОБЫ, ПОДХОДЫ И ЛОГИКА ОЦЕНКИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	246

Секция 10

Бизнес – как образование и образование – как бизнес

Акинина Людмила Николаевна старший преподаватель <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПРЕПОДАВАНИЯ ВЫСШЕЙ МАТЕМАТИКИ	249
Апатова Наталья Владимировна д.п.н., д.э.н., профессор Жалилов Сардорбек Шавкатбек угли обучающийся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА В ОБРАЗОВАНИИ	250
Артюхова Инга Валентиновна к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ТЕНДЕНЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ	250
Вершицкая Елена Рустемовна к.филол.н., доцент Вершицкая Надие Андреевна обучающаяся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	ФОРМИРОВАНИЕ МНОГОМЕРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ В ЦИФРОВОМ МИРЕ	252
Круликовский Анатолий Петрович доцент Асанова Мавиле Ахтемовна обучающаяся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	РЫНОК ТРУДА И КОМПЕТЕНЦИИ КАДРОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ	254
Остапенко Ирина Николаевна к.э.н., доцент <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»</i> Остапенко Владимир Юрьевич , обучающийся <i>ИИТиУТС СевГУ Республика Крым, Россия</i>	ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ	256
Таран Виктория Николаевна канд. техн. наук, доцент кафедры информатики и ИТ Гаврилова Анна Сергеевна студентка 3 курса, направления подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика» <i>Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского» в г. Ялте, г. Ялта, Россия</i>	ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ КАРТЫ (МЕНТАЛЬНЫЕ КАРТЫ). ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТ-КАРТ В УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПЛАНИРОВАНИИ И УПРАВЛЕНИИ	257

Шаталова Ксения Денисовна
обучающаяся
Научный руководитель:

Бакуменко Мария Александровна
к.э.н., доцент кафедры бизнес-
информатики и математического
моделирования

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

**ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ КАК
АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ
КУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ** 260

Секция 11

Развитие информационного общества в России и ее регионах

Апатова Наталья Владимировна
д.э.н., д.пед.н., профессор

Аблаев Ильяс Узенирович
обучающийся

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТОВ НА ВИРТУАЛЬНЫХ
РЫНКАХ** 262

Апатова Наталья Владимировна
д.э.н., д.пед.н., профессор

Любимов Владислав Викторович
магистрант

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В
ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ** 263

Апатова Наталья Владимировна
д.э.н., д.пед.н., профессор

Менчик Леонид Евгеньевич
обучающийся

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ 263

Бойченко Олег Валериевич
д. т. н., профессор

Катаева Елизавета Васильевна
обучающаяся

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

**УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКЕ** 265

Калганов Д. В.
обучающийся

Королев Олег Леонидович
к.э.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ВИРТУАЛЬНОЙ СФЕРЫ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА
РЕГИОНАЛЬНОЙ УРОВНЕ** 266

Котунов М. А.
магистрант

Рыбников Михаил Сергеевич
к.ф.-м.н., доцент

*Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Республика Крым, Россия*

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ
ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ** 268

	Содержание	301
Круликовский Анатолий Петрович доцент Михайлов Александр Викторович обучающийся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ МАЙНИНГ ФЕРМЫ. МЕНЕДЖМЕНТ СОЗДАНИЯ ПРОЕКТА МАЙНИНГ ФЕРМЫ	270
Онищенко Анна Леонидовна обучающаяся Усенко Роман Станиславович старший преподаватель <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» г. Симферополь, Россия</i>	ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕСА	272
Попов Виталий Борисович доцент, к.ф.-м.н. Вылегжанин Р. А. обучающийся <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» г. Симферополь, Россия</i>	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	274
Соколова Жанна Владимировна к. и. н., доц. кафедры документоведения и архивоведения Меметова Сафие Абдурамановна обучающаяся 3 курса направления подготовки 46.03.02 –Документоведение и архивоведение <i>Исторический факультет Таврической академии, ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА ОРГАНИЗАЦИИ	275
Чеверева Светлана Александровна к.пед.н., доцент <i>ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет» Россия</i>	ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	276
Шакиров Кирилл Фаридович старший преподаватель Раковский Дмитрий Игоревич студент <i>Ордена Трудового Красного Знамени ФГБОУ ВО "Московский технический университет связи и информатики" Москва, Россия</i>	ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭЛЕМЕНТОВ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА НА ПРИМЕРЕ ВИРТУАЛЬНОГО ЛАБОРАТОРНОГО СТЕНДА «ИМПУЛЬСНЫЙ ИСТОЧНИК ПИТАНИЯ»	277
Шаталова Ксения Денисовна обучающаяся Научный руководитель: Бойченко Олег Валериевич д. тех. н., профессор <i>Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» Республика Крым, Россия</i>	НЕОЧЕВИДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВИРТУАЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ	279

Научное издание

Теория и практика экономики и предпринимательства

Труды XVII Всероссийской с международным участием
научно-практической конференции
Симферополь-Гурзуф, 23-25 апреля 2020 год

Подписано в печать 15.04.2020 г.

Формат 60х90/8. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.
Усл. п.л. 18,88. Количество экз. 150. Заказ № 35

Издатель ИП Зуева Т.В.

297565, Республика Крым, Симферопольский р-он, с. Кизиловое,
ул. Верхне-Кизиловая, д. 2, кв. 61

Отпечатано ИП Зуева Т.В.

295000, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Декабристов, 8

УДК 330.46+346.26(08)
ББК 65.290
Т338

ISBN 978-5-6043185-6-0

© Комитет конференции, 2020