

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Материалы V международной
научно-практической конференции

(8 декабря 2021)

УДК 004.02:004.5:004.9
ББК 73+65.9+60.5
Р17

Редакционная коллегия:

Доктор экономических наук, профессор Ю.В. Федорова
Доктор филологических наук, профессор А.А. Зарайский
Доктор социологических наук, доцент Т.В. Смирнова

Р17 978-5-907385-57-3: материалы XIV международной научно-практической конференции (8 декабря 2021г., Санкт-Петербург) Отв. ред. Зарайский А.А. – Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», Саратов 2021. - 99с.

978-5-907385-57-3

Сборник содержит научные статьи и тезисы ученых Российской Федерации и других стран. Излагается теория, методология и практика научных исследований в области информационных технологий, экономики, образования, социологии.

Для специалистов в сфере управления, научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов и всех лиц, интересующихся рассматриваемыми проблемами.

Материалы сборника размещаются в научной электронной библиотеке с постатейной разметкой на основании договора № 1412-11/2013К от 14.11.2013.

ISBN 978-5-907385-57-3

УДК 004.02:004.5:004.9
ББК 73+65.9+60.5

© *Институт управления и социально-экономического развития*, 2021

© *Саратовский государственный технический университет*, 2021

© *Richland College (Даллас, США)*, 2021

УДК 338.2

*Александрова Т.Я., кандидат экономических наук
доцент
кафедра «Экономика и менеджмент»
ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте»
филиал в г.Ростове-на-Дону
Россия, г.Ростов-на-Дону*

РАЗВИТИЕ SMM-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация: В статье рассматривается SMM - процесс продвижения бизнеса, сайта, бренда, товара или услуги через платформы популярных социальных сетей. Главный принцип SMM продвижения заключается в создании некоего контента, который будет распространяться через социальные сети, чтобы привлечь внимание их пользователей к чему-либо. Рынок такой рекламы растет и развивается самыми интенсивными темпами. Все больше появляется новых методов и инструментов, в связи с развитием IT- технологий. Спрос на услуги SMM - специалистов неуклонно растет.

Ключевые слова: SMM (Social Media Marketing), маркетинг, социальные сети, мессенджер, продвижение, контент, маркетолог - фрилансер, SMM – менеджер.

*Alexandrova T.Y., candidate of economic sciences
associate professor
department of economics and management
CHOUVO "S.Y. Witte Moscow University"
branch in Rostov-on-Don
Russia, Rostov-on-Don*

DEVELOPMENT OF SMM MANAGEMENT AS AN INTERNET PROMOTION TOOL

Abstract: The article discusses the SMM process of promoting a business, website, brand, product or service through popular social media platforms. The main principle of SMM promotion is to create some kind of content that will be distributed through social networks in order to attract the attention of their users to something. The market for such advertising is growing and developing at the most intensive pace. More and more new methods and tools are emerging due to the development of IT technologies. The demand for the services of SMM specialists is steadily growing.

Keywords: SMM (Social Media Marketing), marketing, social networks, messenger, promotion, content, freelance marketer, SMM manager.

На сегодняшний день существуют десятки тысяч самых разных социальных сетей и сервисов, качественное продвижение в социальных сетях становится более важным, чем грамотное позиционирование компании посредством сайта, интернет - магазина и целевых страниц. При помощи социальных сетей очень легко расширить аудиторию за счет людей, которые при других обстоятельствах и не заинтересовались бы продвигаемым продуктом. Отмечается, что возможности продвижения в сети интернет практически ничем не ограничены.

И поэтому успешные компании, чтобы иметь выигрышную позицию, должны понимать принцип «комплексного воздействия» и применять комбинации разных медиа и иметь возможность с ним взаимодействовать.

Аббревиатура SMM расшифровывается как Social Media Marketing, то есть, маркетинг в социальных сетях. В русском языке для обозначения этого понятия часто используется аналогичная аббревиатура СММ.

SMM (СММ) - это процесс продвижения бизнеса, сайта, бренда, товара или услуги через платформы популярных социальных сетей. SMM является разновидностью рекламы. И поэтому, как и любой другой ее вид имеет ряд некоторых особенностей и отличий. Перечислим основные.

Во-первых, - это, конечно, количество пользователей. Как уже было сказано ранее, интерес к социальным сетям неуклонно растет, так же, как и ежемесячный прирост пользователей.

Во-вторых, социальные платформы предоставляют практически полный спектр возможностей для передачи и обмена информацией (видео, фото, звук, возможность размещения рекламы, ориентируясь на конкретную целевую аудиторию и т. п).

В-третьих, у каждого пользователя есть возможность мгновенного общения с интересующей его личностью (в нашем случае с продавцом или рекламодателем), посредством личных сообщений, а каждого из вторых есть возможность изучения спроса на свою продукцию.

Четвертая особенность - индивидуальность, так как конкретному пользователю представляется свой контент. Еще одной особенностью рекламы в социальных сетях является высокая повторяемость и насыщенность рекламных материалов: в поле зрения активного пользователя в течение часа может оказаться в несколько раз больший объем рекламы, чем, например, у читателя СМИ или активного телезрителя.

Иными словами, «социальные сети способны не только принимать любые формы и виды информации, но и быть интерактивными, взаимодействовать с пользователями, что не представляется возможным в других рекламных каналах».

Часто качественное продвижение в социальных сетях становится более важным, чем грамотное позиционирование компании посредством сайта, интернет - магазина и целевых страниц. Высокая активность аудитории соцсетей, постоянный рост спроса и расширение возможностей для бизнеса -

это та сфера, которую важно обрабатывать и делать это хорошо. Грамотная SMM - стратегия позволит обеспечить лояльность клиентов, увеличить конверсию, повысить узнаваемость бренда. Соцсети также эффективны в управлении репутацией и организации прямых продаж – уже сейчас сообщества могут полностью заменить функционал небольших интернет-магазинов.

На сегодняшний день существуют десятки тысяч самых разных социальных сетей и сервисов, самые популярные изображены на рис.1.

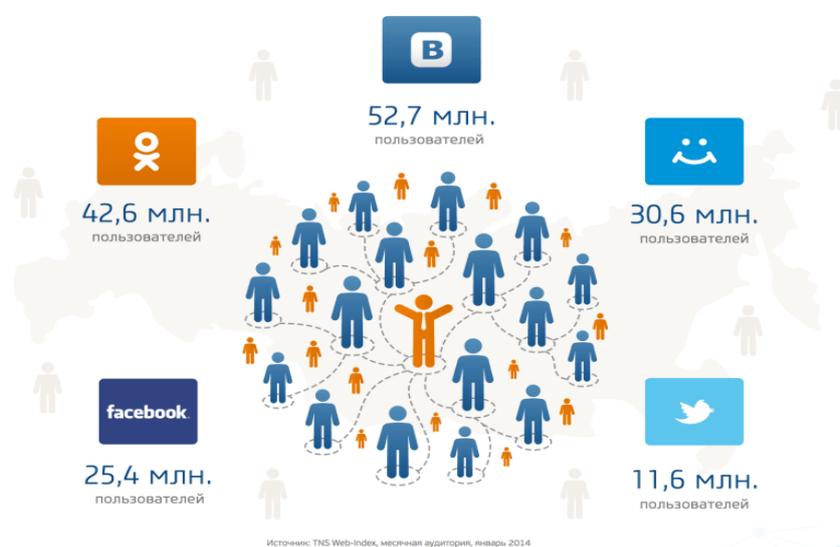


Рисунок 1 – Популярные социальные сети

Согласно данным статистического сайта WebCanare, о тенденциях развития социальных сетей в Российской Федерации в 2018-2020 годах можно сказать следующее.

Почти половина (47%) населения России зарегистрирована в соцсетях и активно ими пользуется; 55,9 миллионов человек заходят туда с мобильных устройств.

Самое популярное мобильное приложение в России (и по аудитории, и по количеству скачиваний) - WhatsApp, за ним следуют Viber, VK и Сбербанк Онлайн. Instagram занимает пятую строчку в рейтинге по

количеству пользователей и шестую - по количеству скачиваний (здесь его опередил сервис Юла от Mail.RU Group)¹.

«Instagram - бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей».

Стратегия продвижения в «Instagram» значительно отличается от продвижения в вышеупомянутой социальной сети. Главное особенность «Instagram» состоит в том, что пользователи приходят за интересным и красивым контентом (фото, видео). Прежде чем заводить аккаунт того или иного бренда, стоит понять, что может быть изюминкой бренда и определить стратегию продвижения².

Из 7,1 млн. Instagram - авторов 76,9% женского пола. Авторами сети публикуется за месяц более 71 млн. сообщений.

Виды рекламы в Инстаграм:

- таргетинг: воздействие только на целевую аудиторию;
 - у лидеров мнений или в пабликах;
 - вирусный маркетинг: пользователи сами делятся информацией об услугах. Что касается таргетированной рекламы в Инстаграм, то здесь, в отличие от Вконтакте, сложнее настраивать целевую аудиторию. В основном вся информация о пользователях черпается с их профилей на Фэйсбук. Из плюсов можно выделить следующее:
- возможность получить подробную статистику (сколько человек увидели рекламу, сколько перешли по ссылке и т.д.);
 - полный контроль сроков показа и того, сколько будет стоить реклама;

¹ Интернет 2020-2021 в мире и в России: статистика и тренды [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.webcanare.ru/business/inter-net-2019-2020-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> – Заглавие с экрана (дата обращения: 2.12.2021)

² Инструменты SMM: ТОП15 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm/> – Заглавие с экрана (дата обращения 22.11.2021)

- быстро настроить и запустить (не нужно тратить время на переговоры с блоггером);

- нет «человеческого фактора» (блоггер может плохо сделать свою работу или обмануть и не опубликовать рекламный пост совсем).

Важной особенностью таргетированной рекламы в Инстаграме является то, что запустить ее можно только с помощью бизнес - аккаунта, предварительно создав его на странице в Фейсбук. Наиболее эффективной является реклама в Инстаграм - Сторис. Официально ее пока что можно запустить только через Ads Manager на Facebook.

Создавать рекламу для Instagram можно путем продвижения публикации из приложения или с помощью инструмента создания рекламы, Power Editor или API Ads. Одним из удачных примеров является официальный аккаунт GoPro в Instagram. Общее количество его подписчиков превышает 13,5 миллионов. И каждая публикация собирает не менее 100 000 просмотров.

Самый лучший способ увеличивать и удерживать аудиторию – создавать высококачественные материалы, связанные с брендом, которые пользователи хотят видеть в своих лентах Instagram. Создание интересных материалов также повышает вероятность того, что пользователи без подписки найдут ваш аккаунт в разделах поиск и интересное или действия, где люди могут увидеть публикации, понравившиеся их подписчикам.

Страница компании в «Instagram» должна выражать концепцию и эмоциональный посыл бренда. Другие, не менее важные инструменты. Таким образом, можно сделать вывод, что продвижение в Instagram - это отличный способ стимулирования продаж и увеличения клиентской базы. Важной особенностью здесь является «наличие красивой обложки», то есть качественно сделанной фотографии. Давно известно, что визуальный контент воспринимается пользователями в десятки тысяч раз быстрее по сравнению с текстовым, поэтому при продвижении товаров или услуг в

данной социальной сети важно понимать, что основной упор должен быть сделан именно на высококачественные фотографии, а также контент.

Одним из инструментов SMM продвижения является интерактивная работа с аудиторией. К этой группе можно отнести следующее: создание акций и любых видов активностей; проведение вебинаров; поощрение пользователей на то, чтобы они создавали материалы, связанные с брендом; организация и проведение игр в социальных сетях (например, квесты в социальных сетях); проведение виртуальных флешмобов; предоставление эксклюзивных условий использования продукта для участников сообщества или подписчиков блога, скидки, бесплатные занятия и т. д.).

Особое значение имеет проведение конкурсов, поскольку каждому человеку свойственно желание получить что-то бесплатно (с помощью данного инструмента пользователю социальных сетей делается небольшой подарок за определенную активность, например, лайк или репост); главные преимущества этого инструмента - прирост подписчиков и увеличение рекламного охвата. Важную роль также играет создание геолокаций бренда или компании, введение корпоративных хештегов, что позволяет пользователям быстро находить интересующую их информацию.

Стоит отметить, что с контент-маркетинга в принципе и начинается SMM. Большинство даже не подозревает, насколько мощным может быть контент, если уметь его спланировать, ввести рубрики и отложенный постинг [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что SMM является целым комплексом эффективных инструментов (рис. 2).



Рисунок 2 – Цели SMM

SMM продвижение в социальных сетях сейчас очень популярно, поэтому существует множество фирм и отдельных СММ - специалистов, которые предлагают свои услуги в этом направлении. Называют их по-разному: сммщиком, СММ - менеджером, СММ - специалистом, интернет-маркетологом. Суть от этого не меняется, и задачи в любом случае одинаковые. У крупных компаний СММ - менеджеры обязательно есть в штате, иногда для продвижения бизнеса в социальных сетях создаются даже целые отделы.

Спрос на услуги СММ - специалистов неуклонно растет. Работа во фрилансе. Разобравшись в IT-технологиях и освоив СММ-механизмы, вы сможете не «париться» в офисе. Многие предпочитают работать на дому.

Творческая стезя. Возможность проявить все свои скрытые таланты. Огромная аудитория потенциальных клиентов: ведь соцсети насчитывают миллионы пользователей. Минимум затрат на старте и высокая окупаемость после раскрутки. Солидное вознаграждение за качественные услуги продвижения. Минимальная стоимость одного СММ - проекта - от 30 000 рублей.

А что насчет недостатков? Я бы предпочла назвать их трудностями, с которыми придется столкнуться в ходе работы. И в первую очередь это:

Подбор контента, выгодно иллюстрирующего продвигаемый продукт. Требуется богатая фантазия, присущая немногим, и немалое количество времени, чтобы найти нужный материал и оформить его.

Работа с рекламой. Без вложений, скорее всего, не обойтись. На рекламу продукта придется потратиться, и этому еще нужно будет научиться.

Конкуренция. Бизнес твердым шагом идет в интернет. Туда же идет и конкуренция. Поскольку рассматриваемую специальность правильнее всего было бы охарактеризовать не как узконаправленную, а скорее как широкопрофильную, то знаний и навыков, которыми должен обладать сммщик, требуется немало. Понятно, что он должен знать основы маркетинга в первую очередь, но также:

- разбираться в информационных технологиях,
- знать инструменты медийной автоматизации и уметь ими пользоваться,
- знать особенности комьюнити-менеджмента,
- обладать аналитическими способностями,
- разбираться и уметь пользоваться таргетированной и другими видами рекламы,
- иметь коммуникативные навыки,
- уметь налаживать контакты и заинтересовывать,
- быть креативным: уметь создавать увлекательный вирусный контент,
- уметь разрабатывать и применять на практике стратегии для привлечения аудитории из соцсетей на сайт заказчика.

Таким образом, можно сделать вывод, что социальные сети представляют собой полноценные платформы для различных сфер жизни и являются уникальным каналом коммуникации, имеющим множество преимуществ. Благодаря социальным сетям появляются большие возможности для тех, кто хочет заняться бизнесом. Продвижение в

социальных сетях с каждым годом становится популярней традиционных видов, т.к. требуется меньше затрат. А маркетинг в социальных сетях является целым комплексом эффективных и уникальных инструментов, грамотное использование которых приведет к успеху любую организацию.

Использованные источники:

1. Будущее социальных сетей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://biz-in-life.com/trend/budushhee-sotsialnyih-setey> – Заглавие с экрана (дата обращения: 12.11.2021).
2. Википедия/Instagram [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram> – Заглавие с экрана (дата обращения: 21.11.2021).
3. Гончарова С.Н. Особенности изучения рынка и стратегий международного продвижения товара // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство: право и управление. 2020. № 4 (119). С. 24-30
4. Инструменты SMM: ТОП15 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm/> – Заглавие с экрана (дата обращения 22.11.2021).
5. Интернет 2020-2021 в мире и в России: статистика и тренды [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.webcanape.ru/business/internet-2019-2020-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> – Заглавие с экрана (дата обращения: 2.12.2021).

Васильева В.Д.

студент

Институт социального и производственного менеджмента

СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Головий К.А.

студент

Институт социального и производственного менеджмента

СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Фролов В.В., доктор биологических наук

профессор

кафедра «Государственное правовое регулирование экономики и кадровой

политики»

Социально-экономического институт

СГТУ имени Гагарина Ю.А.

«ЗЕЛЕНАЯ» ЛОГИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

В статье рассматривается направление «зеленой» логистики. Дано определение понятию «зеленая» логистика, рассмотрены подходы к ее формированию. Рассмотрено влияние «зеленых» технологий, а также выделены перспективные направления их внедрения в логистический процесс.

Ключевые слова: экономика, экологическая безопасность, «зеленая» логистика, окружающая среда, логистическая система, инвестирование, «зеленые» технологии, экологические технологии.

Vasilieva V.D.

student

Institute of Social and Industrial Management

SSTU named after Gagarin Yu.A.

Goloviy K.A.

student

Institute of Social and Industrial Management

SSTU named after Gagarin Yu.A.

Frolov V.V., doctor of biological sciences

professor

department "State legal regulation of the economy and personnel policy"

Socio-economic Institute

SSTU named after Gagarin Yu.A.

GREEN LOGISTICS AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS

The article discusses the direction of "green" logistics. The definition of the concept of "green" logistics is given, approaches to its formation are considered. The influence of "green" technologies is considered, and promising directions of their implementation in the logistics process are highlighted.

Key words: economics, environmental safety, "green" logistics, environment, logistics system, investment, "green" technologies, environmental technologies.

В условиях современного развития экономики, торговых и продовольственных отношений все большую значимость приобретают вопросы экологической безопасности. Процесс актуализации данного направления в первую очередь связан с увеличением масштабов влияния человека на окружающую среду, в результате чего страны совершенствуют

законодательство и разрабатывают мероприятия, направленные на снижение и последующее устранение негативного воздействия человеческой деятельности. Все эти изменения позволили направить экономику России по «зеленому» вектору, что дало толчок к созданию более экологически направленного бизнеса.

На сегодняшний день, одним из элементов эффективного функционирования организации является формирование стабильной логистической системы, включающей в себя сбор информации, упаковку, транспортировку, складирование и иные процессы. Однако, в последнее время все больше внимания переносится с отдельных операций на весь процесс товародвижения, что позволяет говорить о новом направлении – «зеленой» логистике.

Понятие «зеленая» логистика начало формироваться в середине 1980-х годов, но даже в наши дни оно не имеет единой трактовки. Многие зарубежные авторы рассматривают ее как инновационный метод, или как «менее вредную» для окружающей среды транспортную систему, или же как использование новых технологий в системе логистики³.

Однако, стоит отметить, что М. Ю. Григорак и Ю.В. Варенко в своей работе представили более полное определение «зеленой» логистики.

«Зеленая» логистика – система мероприятий, предусматривающая использование энерго- и ресурсосберегающих логистических технологий на всех этапах в цепи поставок для снижения отрицательного воздействия на окружающую среду и повышение общей потребительской стоимости продукции для потребителей.⁴

Данная трактовка понятия позволяет выявить тесную связь между компаниями, окружающей средой и природными ресурсами, а также

³ Абрамова Т. С., Кускова Е. С., Карпова Н. П. Экологическое направление развития логистики // Проблемы экономики и менеджмента. 2014. № 6. С. 21–23

⁴ Григорак М. Ю., Варенко Ю. В. Принципы «зеленой» логистики в деятельности логистических провайдеров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atcmd.md/%20wp-content/uploads> (дата обращения: 28.11.2021).

дает возможность говорить о наличии прямого влияния логистики на экологическую обстановку, за счёт процесса транспортировки, которому отводится наибольшая доля временных затрат во всей логистической системе.

«Зеленая» логистика, как одно из направлений развития «зеленой» экономики, имеет свои подходы к формированию. На сегодняшний день выделяется 3 подхода:

1. Нисходящий подход – используется в том случае, когда принятая государственная политика навязывает экологические стандарты логистической отрасли;

2. Подход «Снизу-вверх» характеризуется внедрением инновационных разработок и передовой практики через различные фирмы, что позволяет улучшать состояние окружающей среды;

3. Подход компромисса, возникающего между отраслью и государством, что характеризуется развитой системой сертификации и аккредитации в соответствии с принятыми экологическими стандартами.

Рассматривая все подходы можно сделать вывод, что самым предпочтительным для логистического бизнеса будет «снизу-вверх», поскольку именно он позволяет самостоятельно развиваться организации за счет внедрения инновационных технологий и разработок, оказывающих положительный эффект как на поставляемые ресурсы, так и на всю природу в целом, что делает компании более привлекательными для инвестирования.

В первую очередь развитие инновационных «зеленых» технологий в сфере логистики должно быть связано с процессом совершенствования российских транспортных средств, что позволит соответствовать международным стандартам качества, производительности, экологичности использования и другим направлениям. Это позволит усовершенствовать следующие характеристики: улучшить процесс работы двигателей

внутреннего сгорания; нейтрализовать выхлопные газы; применять современные технологии диагностики технического состояния автотранспорта; изменить и расширить сеть мониторинга показателей экологической безопасности и т.д.

В качестве яркого примера использования «зеленых» технологий можно рассмотреть деятельность ОАО «Российские железные дороги». В компании на постоянной основе производится мониторинг по реализации природоохранительной деятельности в рамках «Экологической стратегии ОАО «РЖД» на период с 2020 года и перспективу до 2030 года»⁵, включающей в себя мероприятия по следующим направлениям: охрана воздуха; защита от шума; использование и охрана водных ресурсов; обращение с отходами; техническое переоснащение.

Сегодня многие логистические компании внедряют экологические технологии в процесс своей деятельности, что позволяет развивать несколько перспективных направлений, среди которых выделяют:

- Инвестирование в формирование и развитие новых высокотехнологичных логистических центров;
- Сокращение складских территорий за счет исключения из цепей поставок промежуточных пунктов хранения и оптимизации маршрутов поставки;
- Повышение экологической грамотности потребителей посредством использования специальных знаков маркировки упаковки;
- Снижение объемов автотранспорта и переход на более экологические чистые виды, что повышает лояльность потребителей.

Таким образом, развитие направления «зеленой» логистики продиктовано большим количеством актуальных инициатив, связанных с экологической ситуацией во всем мире. Поскольку на сегодняшний день все еще существуют угрозы усиления парникового эффекта, связанные с

⁵ Экологической стратегии ОАО «РЖД» на период с 2020 года и перспективу до 2030 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://company.rzd.ru/ru/9353/page/105104?id=958> (дата обращения: 28.11.2021).

объемами выбросов двуокси углерода, инфраструктура оказывает влияние на популяции диких животных, ограничивая развитие естественных биологических движений, то компаниям стоит уделять больше внимания на логистические операции, оказывающие отрицательное воздействие на окружающую среду.

Использованные источники:

1. Абрамова Т. С., Кускова Е. С., Карпова Н. П. Экологическое направление развития логистики // Проблемы экономики и менеджмента. 2014. № 6. С. 21–23.
2. Григорак М. Ю., Варенко Ю. В. Принципы «зеленой» логистики в деятельности логистических провайдеров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atcmd.md/%20wp-content/uploads> (дата обращения: 28.11.2021).
3. Экологической стратегии ОАО «РЖД» на период с 2020 года и перспективу до 2030 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://company.rzd.ru/ru/9353/page/105104?id=958> (дата обращения: 28.11.2021).

Винокуров А.О.

студент

Кесян Н.А., к.э.н.

доцент

кафедра административного управления,

бухгалтерского учета и аудита

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

ИЗМЕНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА В РОССИИ ВО ВРЕМЯ КОРОНОВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ. ТУРИЗМ СЕГОДНЯ

Аннотация: Потери туризма за десять месяцев 2021 года составили 935 млрд долларов. По оценке Всемирной туристской организации при ООН, экономические показатели отрасли откатились к периоду конца 1990-х — начала 2000-х годов. Внутренний туризм продолжает развиваться. Согласно Skift Recovery Index, туристическая отрасль в России восстанавливается быстрее, чем во многих других странах. Мы практически на первом месте по скорости восстановления. Конечно, в основном благодаря внутреннему туризму. По данным IATA, Россия оказалась на третьем месте после Китая и США по количеству внутренних рейсов, а пассажиропоток для домашних рейсов за 2021 год снизился всего на 23,5% по сравнению с 2020 годом. Эксперты прогнозируют сохранение спроса на внутренний туризм, отметим, что в текущем году количество внутренних путешественников, посетивших разные регионы России, увеличилось на 35%.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, короновирусная инфекция, правовые проблемы.

Vinokurov A.O.

student

Keschyan N.A., Ph.D.

docent

department of administration, accounting and auditing

FSBEI HE "Sochi State University"

CHANGES IN THE TOURIST FLOW IN RUSSIA DURING THE CORONAVIRUS INFECTION. TOURISM TODAY

Annotation: Loss of tourism for ten months of 2021 amounted to \$ 935 billion. According to the UN World Tourism Organization, the economic indicators of the industry fell back to the period of the late 1990s - early 2000s. Domestic tourism continues to develop. According to the Skift Recovery Index, the tourism industry in Russia is recovering faster than in many other countries. We are practically in the first place in terms of recovery rate. Of course, this is mainly due to domestic tourism. According to IATA, Russia was in third place after China and the United States in terms of the number of domestic flights, and passenger traffic for domestic flights in 2021 decreased by only 23.5% compared to 2020. Experts predict the continued demand for domestic tourism; note that this year the number of domestic travelers visiting different regions of Russia has increased by 35%.

Keywords: tourism, tourism industry, coronavirus infection, legal problems.

Изменения туристического потока в России

Туристический 2020 год начинался на позитиве. Эпидемия коронавируса в Китае казалась далекой и не очень опасной. Люди продолжали путешествовать, в том числе по России.

В начале года мы отмечали рост спроса на краткосрочную аренду жилья примерно на 30%. Предложение постепенно подтягивалось за спросом и прибавило около 10%. Картина казалась почти безоблачной.

Что было потом, мы все хорошо знаем. Во время локдауна потенциальные путешественники оказались заперты по домам. А туристическая отрасль оказалась одной из наиболее пострадавших от коронакризиса.

Во многих регионах гостиницы были закрыты. А там, где они продолжали работать, с постояльцев зачастую требовали справку об отсутствии коронавируса. В итоге туристы, предпочитавшие останавливаться в гостиницах, переключились на краткосрочную аренду жилья. Но даже в этом сегменте все равно было серьезное падение спроса. По данным «Авито Недвижимости», в апреле оно составляло до 50% к прошлогодним показателям.

Вместо отпуска многие россияне постарались переехать поближе к природе и подальше от скоплений людей — тем более, что компании массово переводили сотрудников на удаленку. В итоге резко подскочил спрос на загородную недвижимость: в некоторых регионах мы отмечали трехкратный рост. Эта ситуация сохранялась на протяжении всего лета.

Тем не менее, летний туристический сезон в России все-таки состоялся. Засидевшись на карантине, люди начали путешествовать вскоре после снятия первых ограничений. Сначала — внутри своих регионов, а затем и между ними. В конце июля глава Крыма Сергей Аксенов говорил, что загрузка объектов размещения на Южном берегу полуострова достигла 95%.

Летом Россия частично открыла границы с другими странами, включая популярные курорты — Хорватию, Турцию, Черногорию. Но угрозу коронавируса никто не отменял. В условиях пандемии россияне предпочитали путешествия по стране зарубежным поездкам.

Так, по подсчетам «ТурСтат», летом 2020 года самыми популярными направлениями стали Краснодарский край (6,2 млн туристов), Крым (3,5 млн), и Алтай (2 млн). Турция заняла только пятое место, причем со значительным отставанием — ее посетили всего 460 тыс. россиян.

Помимо перечисленных локаций, было и несколько новых для массового путешественника туристических открытий — Дагестан (рост на 40%), Карелия (рост в два раза), Ингушетия, Алтай и Калининградская область. Последняя в середине июля демонстрировала самый динамичный рост спроса — в 2,3 раза к показателям 2019 года.

В эти регионы отправились, прежде всего, жители крупных городов, которые привыкли активно путешествовать. Но раньше они делали это за границей, а теперь готовы к нестандартным маршрутам по России. Как правило, они выбирают активный и познавательный отдых. А это, в свою очередь, хорошо сказывается на развитии туристической инфраструктуры, поддерживает местные музеи и другие туробъекты.

ТРЕНДЫ ТУРИЗМА НА 2022 ГОД: ГЛЭМПИНГИ, ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ СТАНДАРТ И ВОРКЕЙШН.

5 основных запросов путешественников в 2021 году

1. Аутентичные туры

Сегодня внутренний туризм стал тем самым «нестыдным» видом путешествий. Осознание того, что другие страны мы знаем гораздо больше, чем собственную привело к увеличению спроса внутреннего туризма. Если в 2020 году путешественники только присматривались к российским направлениям, то в 2021-м аутентичные туры стали обязательным пунктом для туристов.

Туристы стали все больше и чаще запрашивать данные о местной культуре, кухне, необычных, даже мистических местах.

2. Оздоровительные поездки

Долгое нахождение в изоляции породило потребность в отдыхе на природе. По данным опроса Booking.com, 69% путешественников ищут варианты поездок с «простыми удовольствиями», такими как хайкинг, возможность подышать чистым воздухом и полюбоваться красивыми видами. Это не только про физический, но и про ментальный отдых, особенно для тех, кто перенес болезнь или устал от домашней изоляции. Эксперты отмечают увеличение спроса на санатории на 57%, а также то, что аудитория потребителей такого типа отдыха заметно «помолодела» на 21%. Отдых с лечением стал особенно актуальным, потому что пандемия подкосила здоровье практически всех возрастных групп. В санаториях Крыма популярны путевки с лечением и реабилитацией после заболеваний дыхательных путей, а в пик пандемии гости выбирали на нашем сайте санатории и загородные отели для самоизоляции. Чтобы гостям было удобно покупать отдых с лечением, мы обновили наш модуль бронирования для санаториев.

3. Путешествие на автомобиле

Этот тренд обрел свою вторую популярность из-за желания обезопасить себя и своих близких. Стремление к движению осталось, а вот желание сохранить социальную дистанцию снесло свои коррективы. По данным опроса Booking.com, 50% респондентов рассматривают возможность аренды автомобиля, чтобы избежать общественного транспорта, 69% ответивших — путешественники из России. Как отметила в своём докладе Майя Ломидзе, тренд на автопутешествия затронет в том числе и выездной туризм, например, путешествия по Краснодарскому краю.

4. Глэмпинг

Это кемпинг, потому что гости живут в палатках на природе, а «глэм» (т.е. гламурный) из-за комфортных условий. Формально говоря – это палатка со всеми удобствами внутри, порой стоящая на деревянном помосте и

внешне выглядящая, как та самая палатка из фильма про Гарри Поттера – небольшая и простая снаружи, но очень просторная и уютная внутри. Спрос на такой вид отдыха активно растет: в 2020 году было всего 60 предложений, в 2021 их уже более 100. Такой вид отдыха более бюджетный, чем отельный, включает в себя возможность сохранять дистанцию и быть на природе. Такие палатки привлекают разных гостей: от популярных блогеров до семей с детьми.

5. Забота об экологии

По исследованиям Nielsen, 81% людей уверены, что бизнес должен заботиться об окружающей среде. До пандемии туризм был одной из самых крупных и быстроразвивающихся отраслей мировой экономики (10% общемирового ВВП). Любая деятельность человека, а особенно в таких масштабах оставляет след на окружающей среде. Туризм как вредит, так и оказывает положительное воздействие тоже.

Осознанность становится базовой тенденцией 2021 года. Туристы все чаще стали поддерживать не популярные и поточные направления, а небольшие города и деревни, менее избалованные вниманием, тем самым выравнивая местную экономику. Также спрос на рынки, местных ремесленников и сэкондхэнды за 2021 год возрос на 67%.

Также Экологический союз России уже утвердил добровольный экологический стандарт для гостиниц «Листок жизни». Отельные совместно с экологами продумали способы обращения с пищевыми отходами: минимизация, утилизация, компостирование, передача на корм животным, производство биотоплива.

6. Воркейши: отпуск, совмещённый с работой

В 2020 году удалённая работа стала нормой, и теперь совсем не обязательно брать длительный отпуск, чтобы отправиться на пару недель в другой город или даже страну. Люди совмещают путешествия с работой. Согласно опросу, проведённому Booking.com, 37% путешественников уже

рассматривали варианты местоположения для удалённой работы на 2022 год и самым популярным направлением остается Сочи. Для того чтобы отправиться в комфортный «workation» и максимально погрузиться в работу, особенно важно выбрать подходящее жильё. На сегодняшний день на нашем сайте спрос на варианты размещения на долгий срок в квартирах или домах под ключ выросли на 53%. Отели начали предлагать своим постояльцам формат Hotel Office, который включает скидку на размещение при бронировании пакетом, бесплатный Wi-Fi и удобное рабочее место. Список услуг может дополнен ещё какими-то бонусами (например, возможностью бесплатно распечатать документы). Согласно отчёту Booking.com, 42% путешественников предпочли бы остановиться в отдельном доме или апартаментах, (46% из них россияне). В ответ на такое изменение в поведении пользователей сервис ввёл на своём сайте дополнительный фильтр «Дома под ключ».

Заключение

Пандемия нанесла несравненно более тяжелый удар по индустрии туризма, чем по всем остальным крупным отраслям экономики. Практически в одночасье сократилась численность туристов и приостановились все авиасообщения между странами. В нашей стране убыток в этой отрасли, по оценке правительственных финансовых экспертов, достиг 1,5 триллионов рублей.

К 2020 году в Едином Федеральном реестре туроператоров числилось только 4298 туроператоров, в то время как в 2019 году их было 4613. Еженедельно Ростуризм публикует списки об исключении сведений о туристических компаниях из Федерального реестра: если раньше это были единичные случаи, то сейчас счет идет на десятки.

Весной 2021 года СберПро/Медиа и Российский Союз Туриндустрии, провели опрос среди 36 туристических компаний, согласно которому лишь 11% компаний вернулись к докризисным показателям,

39% видят положительную динамику, но пока не преодолели кризис, а 33% и вовсе находятся на грани банкротства.

По оценкам экспертной группы ЮНВТО мировому туризму потребуется не менее 4 лет, чтобы восстановит туристическую отрасль.

Бесспорно, внутренний, внутрироссийский туризм получил сильный импульс. На его развитие влияет закрытие границ, активное развитие инфраструктуры и господдержка. От этого выиграли все компании на российском юге (Крым, Краснодарский край) и в горных регионах (Кавказ, Алтай, КМВ). Неожиданно, но почти в два раза вырос спрос на речные круизы, такие популярный в советское время – новый виток!

Также мы можем взглянуть по-новому и оценить значимость и перспективы автотуризма. В эпоху COVID-19 при социальном дистанцировании такой вид туризма стал как никогда актуален. По данным аналитического агентства АВТОСТАТ, более 56% автолюбителей планируют провести свой отпуск в автопутешествии по России.

Путешественники готовы отправляться, как по междугородним трассам, так и по внедорожью, исследуют ближайшие регионы.

Появилась еще одна интересная тенденция: регионы, исторически предлагающие не бюджетный отдых (Алтай, Байкал), стали составлять альтернативные по цене маршруты для массового потребителя. Подключились туроператоры, предлагающие доступные чартерные рейсы, и инвесторы, повсеместно строящие мини-отели и хостелы.

Но есть и проблемная сторона – не все туристы готовы отказаться от привычного комфортного отдыха по системе «все включено», например, в Турции. Бесспорно, юг России уже семимильными шагами развивает инфраструктуру и повышает качество сервиса, но стремиться есть куда. Считаю, что сейчас главным приоритетом должны стать укрепление доверия такой категории туристов за счет расширение зоны комфорта и исключения рисков для здоровья.

Хочется верить, что представители туриндустрии воспримут кризис не как трагедию, а как реальный шанс для быстрого развития локального туризма и туристической инфраструктуры в регионах, шанс для инвестирования в бюджетные отели и хостелы.

Использованные источники:

1. <https://edu.russia.travel/educational-materials.html> - Федеральное агентство по туризму, учебное пособие
 - а. Правовое регулирование в сфере туризма: учеб. пособие для вузов / В.А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. - М.: Юрайт, 2016. - 247 с.
2. <https://welcometimes.ru/opinions/itogi-letnego-turisticheskogo-sezona-2021-> Welcome Times
3. <https://www.gazeta.ru/business/2021/10/07/14061607.shtml> - Газета.ru
4. <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/56467.html> - Ассоция туроператоров
5. <http://www.consultant.ru/> - консультант плюс
6. <http://www.gks.ru> - Федеральная служба государственной статистики
7. <https://rg.ru/2021/09/13/rosturizm-vnutrennij-turpotok-v-2021-godu-mozhet-vyjti-na-dokovidnye-pokazateli.html>- РИА Новости
8. <https://kurort.krasnodar.ru/> - официальный сайт министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края.
9. <https://www.sochi.ru> – официальный сайт Администрации города Сочи.

УДК: 339.137.22

Громак Л.Н.
студент магистратуры
Воронежский государственный университет
Россия, г.Воронеж

КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ

Аннотация: Статья посвящена исследованию конкуренции как фактора, усиливающего неопределенность в управлении предприятиями, и обоснованию авторского подхода к выработке и реализации конкурентной стратегии как инструмента снижения неопределенности результатов конкурентной борьбы.

Ключевые слова: конкуренция, неопределённость, предприятия, конкурентная среда, конкурентное преимущество, конкурентная стратегия.

Gromak L.N.
candidate for master's degree
Voronezh State University
Russia, Voronezh

COMPETITION AS A FACTOR OF UNCERTAINTY IN BUSINESS

Annotation: The article is devoted to the study of competition as a factor that increases the uncertainty in the management of enterprises, and the substantiation of the author's approach to the development and implementation of

a competitive strategy as a tool to reduce the uncertainty of the results of competition.

Key words: competition, indeterminacy, enterprises, competition's environment, competitive advantage, competitive strategy.

В настоящее время рыночная среда, окружающая любую фирму, оказывает значительное влияние на ее конкурентоспособность, устойчивость и безопасность.

Занимая определенную нишу в рыночной среде, каждая отдельная фирма, безотносительно от ее специализации и объемов выпуска, постоянно находится в ситуации устойчивой неопределенности, непредсказуемости возможных изменений условий, обстоятельств, тенденций и событий. Принимая рискованные решения в условиях конкуренции, уклоняясь и защищаясь от реальных и ожидаемых угроз, фирмы пытаются адаптироваться к реалиям неопределенности бизнес-среды.

Поэтому считается, что в современных условиях конкуренция является стратегическим приоритетом развития национальной экономики. Предполагается, что конкуренция относится к числу объективных закономерностей функционирования предприятий в рыночной модели хозяйствования и представляет собой достаточно универсальный механизм, обеспечивающий повышение эффективности экономической системы. Рыночная система порождает конкуренцию сама, по своей природе, вследствие чего есть основания считать принцип конкурентности имманентным такой системе.

Э.С. Набиуллина отмечает, что “Плюсы конкуренции очевидны: это низкие цены для потребителя, это богатство выбора и высокое качество - конкуренция задает параметры высокого качества. И все это, в конечном счете, отражается на масштабах экономического роста, на создании рабочих мест. Преимущества очевидны, их теоретически понимают все - но, к

сожалению, надо признать, что ценность конкуренции пока еще недостаточно укоренена в нашем российском обществе”. Из приведенной цитаты сразу возникает интересный теоретический и практический вопрос: почему руководители предприятий, будучи разумными и ответственными людьми, каждый день принимающими масштабные управленческие решения, не относятся к числу слепых поклонников конкуренции и не спешат укоренять ее в качестве базового ориентира корпоративных моделей управления?

В современной экономической науке в части теории и практики конкуренции нет единого мнения относительно полного списка всех ее эффектов относительно влияния на деятельность современных предприятий. Теоретические доводы о необходимости как можно большей либерализации промышленных рынков и эффективности конкуренции как инструмента развития не соответствуют данным эмпирических исследований, характеризующих неуправляемые процессы конкуренции как разрушительные, препятствующие организации нормального и расширенного воспроизводственных циклов, способствующие проявлениям наиболее хищнических и недобросовестных форм конкуренции. Вместе с тем современная теория конкуренции характеризуется недостаточным уровнем исследования влияния процессов конкуренции на уровень неопределенности хозяйственной деятельности предприятий, которое требует реализации стратегического подхода, выраженного в разработке и реализации соответствующей конкурентной стратегии. Не претендуя на полноту и фундаментальность оценки возможного влияния конкуренции на деятельность и результаты работы промышленных предприятий, отметим, что одним из наименее исследованных в мировой теории конкуренции аспектов ведения конкурентной борьбы является исследование особенностей конкуренции как фактора неопределенности в бизнесе. Между тем неопределенность как специфическая характеристика процесса принятия

управленческих решений и ее источники, к числу которых относится и конкуренция, является базовым детерминантом, напрямую определяющим итоговую конкурентоспособность и экономическую эффективность на различных этапах в бизнес-среде.

Среди исследователей взаимосвязи конкуренции и неопределенности в деятельности предприятий необходимо отметить Ф. Найта и его исследование “Риск, неопределенность и прибыль”. Й. Шумпетер отмечал в своей “Истории экономического анализа”, что многие авторы развивали идею Д. Рикардо о связи прибыли с риском, но наиболее удачно это сделал именно Ф. Найт, который осуществил два важных открытия:

- провел разделение между страхуемыми рисками и нестрахуемой неопределенностью;
- связал не страхуемую неопределенность с быстрыми экономическими переменами.

В определении Ф. Найта риск является измеримой неопределенностью. Ученый отмечает также, что существует два вида дохода: доход по контракту, или рента, а также остаточный доход, или прибыль. При наличии неопределенности невозможно установить, какая часть дохода относится к тому или иному виду. Одним из главных источников неопределенности Ф. Найт считает совершенствование производственных процессов, методов организации (т.е., по сути, методы создания конкурентных преимуществ), отмечая при этом, что степень предсказуемости возрастает в том случае, если новые знания возникают в результате целенаправленных размышлений, исследований и экспериментов.

В современном понимании вопроса существует несколько источников неопределенности:

- 1) неполнота, недостаточность наших знаний об экономической сфере, окружающем мире. С подобного рода неопределенностью человек столкнулся очень давно, когда стал принимать осмысленные решения.

Неосведомленность о законах природы мешала производственной деятельности, не позволяла эффективно вести хозяйство;

2) случайность - это то, что в сходных условиях происходит неодинаково, что заранее нельзя предугадать. Спланировать каждый данный случай невозможно (например, выход оборудования из строя и внезапное изменение спроса на продукцию, неожиданный срыв поставки сырья - все это проявления случайности);

3) противодействие. Например, противодействие может проявляться в случае нарушения договорных обязательств поставщиками, при неопределенности спроса на продукцию, трудностях ее сбыта. Важнейшим фактором противодействия является собственно конкуренция.

На мой взгляд, проблема взаимосвязи процессов конкуренции с уровнем неопределенности управленческих решений, принимаемых в ходе управления промышленными предприятиями, состоит в рассмотрении конкуренции как значимого фактора, усиливающего эту неопределенность за счет наличия фактора организованного противодействия достижению целей развития конкретного предприятия за счет наличия подобных ему конкурентов со схожими ресурсами, преследующих схожие цели. При этом конкуренция рассматривается нами с точки зрения расширенной концепции поведенческого подхода, исследующего отношения субъектов конкуренции между собой при наличии объективной основы в виде конкурентного поведения потребителей, выраженного в объеме конкурентного платежеспособного спроса и направленного на обеспечение результативности и эффективности конкурентных процессов.

Обоснование необходимости разработки и реализации конкурентной стратегии предприятия состоит в возможности за счет ее реализации снижения уровня неопределенности хозяйственной деятельности предприятия до состояний наличия альтернативных вариантов конкурентной конъюнктуры либо до широкого диапазона вариантов конкурентной

конъюнктуры, что, в свою очередь, позволяет обеспечить системное повышение функциональной конкурентоспособности предприятия, рост экономической эффективности его отдельных конкурентных транзакций и стратегии конкурентной деятельности в целом.

Использованные источники:

1. Тезисы выступления министра Э.С. Набиуллиной на конференции “Конкуренция в России: как создать благоприятный климат для развития бизнеса”, Москва, 26 ноября 2010 г. URL: <http://www.economy.gov.ru/mines/press/news/>
2. Бернстайн П. Освободительная борьба с неопределенностью / П. Бернстайн // Управление рисками / под ред. Дж. Пикфорда. – М. : Вершина, 2004. – С. 8–22.
3. Гончар К. Р. Российская промышленность на этапе роста: факторы конкурентоспособности фирм / Под ред. К.Р. Гончар, Б.В. Кузнецова. - М.: ГУ-ВШЭ, 2018. 151 с.
4. Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г. Управление конкурентоспособностью/ Е.И. Мазилкина// М.: Омега-Л, 2019. С. 17.
5. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Х. Найт// М.: Дело, 2018. – 360 с.
6. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер// – М: Вильямс, 2020. – 450с.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент/ Р.А. Фатхутдинов// - М: ИНФРА-М, 2002. С. 222.

Ермакова О.В.
студент 4 курса
факультет «Менеджмент и предпринимательство»
Ростовский государственный
экономический университет РИНХ
Россия, г.Ростов-на-Дону

Научный руководитель: Митина И.А., кандидат экономических наук
доцент
кафедра «Государственное, муниципальное
управления и экономическая безопасность»
Ростовский государственный
экономический университет РИНХ
Россия, г.Ростов-на-Дону

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ В КАЧЕСТВЕ ФАКТОРА ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ЕЁ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. В настоящей статье рассмотрен национальный проект «Цифровая экономика», где выявлена взаимосвязь экономической безопасности и развития цифровой экономике в России. Проводится анализ внутренних затрат на развитие цифровой экономике по секторам, также рассмотрена структура внутренних затрат на развитие цифровой экономике по видам затрат на территории Российской Федерации.

Ключевые слова: развитие цифровой экономики, технологии, взаимосвязь национальный проект.

Ermakova O.V.

4th year student

faculty of management and entrepreneurship

Rostov State Economic University

RINH

Russia, Rostov-on-Don

Academic Supervisor: Mitina I.A., candidate of economic sciences

associate professor

department of state, municipal management and economic security

Rostov State Economic University

RINH

Russia, Rostov-on-Don

DIGITALIZATION OF THE ECONOMY AS A FACTOR OF ENSURING AND ITS SECURITY

Abstract. In this article, the national project "Digital Economy" is considered, where the relationship between economic security and the development of the digital economy in Russia is revealed. The analysis of internal costs for the development of the digital economy by sectors is carried out, the structure of internal costs for the development of the digital economy by types of costs in the territory of the Russian Federation is also considered.

Key words: digital economy development, technology, interconnection national project.

Необходимость достижения цели устойчивого развития национальной экономики в изменяющейся внешней среде с учетом растущего уровня научно-технического прогресса, и угроз национальной безопасности требует реализации задачи создания эффективной цифровой экономики.

Разработка национальных программ развития, связанных с экономикой нового поколения, включая разработку и внедрение инновационных технологий, становится задачей стратегической важности для обеспечения национальной безопасности России.

В настоящее время цифровая экономика - одна из самых быстрорастущих отраслей в мире. С переходом в цифровую эпоху её влияние стало ощутимым на масштабы конкурентоспособности стран. Цифровая экономика является важным драйвером инноваций и развития корпоративного сектора экономики, и оказывает серьезное влияние на экономику в целом.

Целью национального проекта «Цифровая экономика» на период 2019-2024 годов[4] является создание стабильной и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры, которая будет доступна всем организациям и домашним хозяйствам для обработки, хранения больших объемов данных и их быстрой передачи.

Данный документ, несомненно, является основным механизмом начала цифровизации (цифровой трансформации) Российской Федерации. Предполагается, что на первые три года программа станет основой построения цифровой экономики страны, без которой трансформация находилась бы в состоянии стагнации. Устранение препятствий и ограничений, создание основы развития высокотехнологичной экономики происходит по 6 направлениям, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Структура национального проекта

Федеральный проект	Сроки реализации
Нормативное регулирование цифровой среды	01.11.2018-31.12.2024
Кадры для цифровой экономики	
Цифровые технологии	
Информационная инфраструктура	
Информационная безопасность	
Цифровое государственное управление	

Что касается бюджета национального проекта «Цифровая экономика», то из федерального бюджета и внебюджетных средств (535,3 млрд рублей) выделено 1635,9 млрд рублей. [4]

Анализируя таблицу 2, делаем вывод, что в приоритете бюджетирования данных задач национального проекта «Цифровая экономика» государство выделило программы «Информационная инфраструктура» и «Цифровые технологии», далее идут программы «Цифровое государственное управление» и «Кадры для цифровой экономики».

Таблица 2 - Бюджет национального проекта "Цифровая экономика"[5]

Федеральные проекты, входящие в национальный проект «Цифровая экономика»	Бюджет, млрд.руб
Нормативное регулирование цифровой среды	1,7
Информационная инфраструктура	772,4
Кадры для цифровой экономики	143,1
Информационная безопасность	30,2
Цифровые технологии	451,8
Цифровое государственное управление	235,7

Проект «Цифровая экономика» призван решить одну из стратегически важных задач - сохранение суверенитета на фоне глобализации и реализацию программ цифрового развития другими участниками глобального рынка.

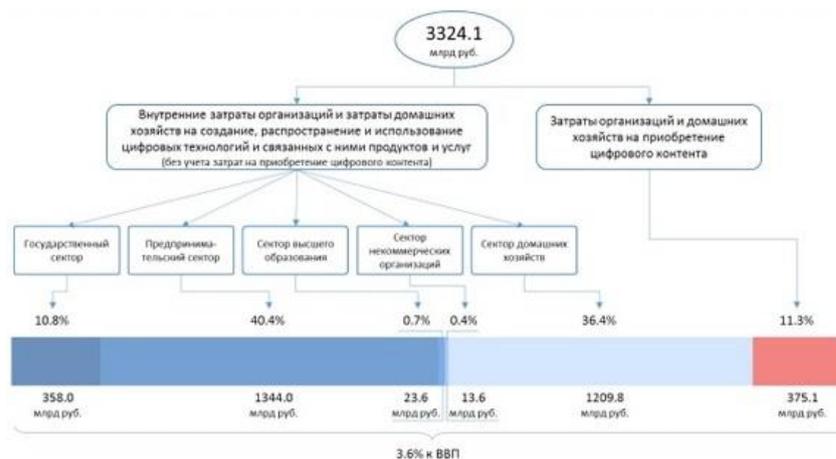


Рисунок 1 - Структура внутренних затрат на развитие цифровой экономики по секторам [2]

Более трети (40,4%) от общего объема внутренних затрат на развитие цифровой экономики приходится на организации бизнес-сектора; немного меньше - 36,4% - потребляют домохозяйства (Рисунок 1). В этих секторах экономики выгоды от внедрения и использования цифровых технологий наиболее заметны, и соответствующие результаты могут быть достигнуты в кратчайшие сроки.

На организации государственного сектора приходится лишь десятая часть (10,8%) всех затрат, связанных с развитием цифровой экономики. Несмотря на достаточно широкий спектр программ дистанционного обучения, затраты организаций сектора высшего образования на внедрение и использование цифровых технологий относительно невелики - 0,7% от общих внутренних затрат на развитие цифровой экономики.[2]

При этом внутренние затраты научно-исследовательских и опытно-конструкторских организаций в области цифровых технологий кажутся очень скромными - 81,4 млрд рублей. (Всего 2,4%). Столь низкая доля затрат на НИОКР косвенно свидетельствует о том, что российские компании в основном внедряют иностранные информационные технологии. Такая стратегия в конечном итоге ведет к технологической зависимости и потере конкурентоспособности на международном рынке.

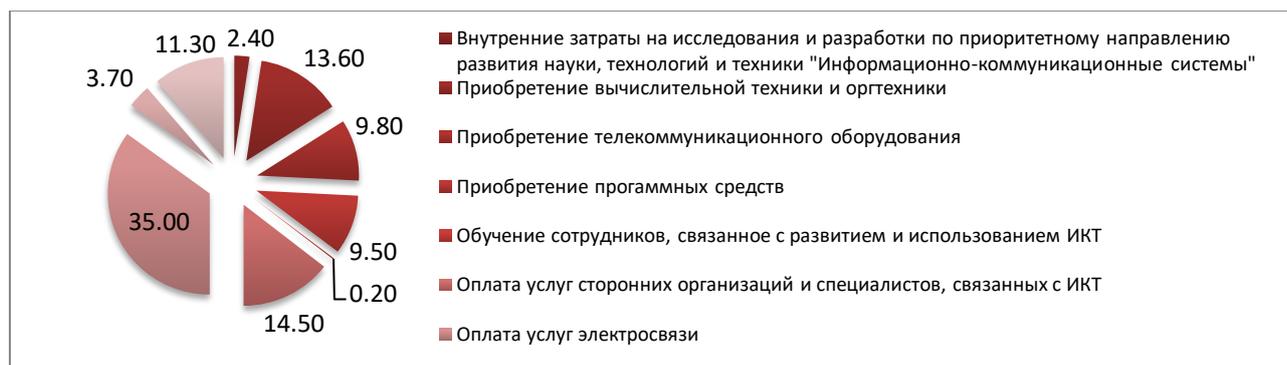


Рисунок 2 - Структура внутренних затрат на развитие цифровой экономики по видам затрат, % [5]

Одним из факторов, определяющих эффективность внедрения и использования цифровых технологий, является уровень подготовки персонала. Затраты организаций по обучению сотрудников, связанные с развитием и использованием ИКТ, в 2020 году составили 7,6 млрд рублей или 0,2% от общих затрат на развитие цифровой экономики.[1]

Эпидемиологическая ситуация в мире, которая привела к увеличению спроса на цифровую экономику в 2020 году, позволила понять важность внедрения цифровых платформ в России. Спрос на технические профессии увеличился, как и спрос на обучение использованию цифровых платформ. Сегодня кажется, что социальное, экономическое, культурное развитие, развитие бизнеса не обходится без цифровых систем. Таким образом, мы видим, что развитие цифровой экономики дает импульс развитию всех сфер деятельности, особенно в такой нестабильной ситуации в мире, как сейчас.[1]

Таким образом, цифровая экономика дает толчок к созданию инновационной экосистемы и новой культуры инноваций. Создание новых точек роста и трансформация традиционной промышленности способствуют развитию современной экономики. Однако неразвитость технологических платформ, а также довольно низкая цифровая грамотность населения не в полной мере даёт обеспечить экономическую безопасность.

Использованные источники:

1. Агеев А.И. Методика цифровой экономики в части управления и контрольной деятельности в реальном секторе экономики / А.И.Агеев, В.А. Радина // Экон. стратегии. - 2019. - Т.21, N 3. - С.44-56.
2. Рогожина Н.В. Цифровая экономика как фактор стратегического развития и обеспечения экономической безопасности / Н.В. Рогожина. — 2020. — № 41 (331). — С. 258-260.
3. Беляцкая Т. Управление электронной экономикой // Наука и инновации. - 2019. - N 3. - С.48-55.
4. Электронный ресурс: <http://static.government.ru/media/files/3b1AsVA1v3VziZip5VzAY8RTcLEbdCct.pdf>.
5. Электронный ресурс: <https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2020/07/main/4.pdf>.

Ибрагимова А.Х.
студент 1 курса
магистерская программа «Учет, анализ и аудит»
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»
г. Махачкала
Научный руководитель: Махмудова М.Г., д.э.н.
доцент

БУХГАЛТЕРСКИЕ ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ФИРМЫ

Аннотация. Компьютерные методы обработки уже надёжно вошли в технологию бухгалтерского учёта и сейчас на российском рынке большую популярность завоевали такие программные продукты, как «1С-Бухгалтерия», «Бухсофт», «Галактика». Основная идея развития программного обеспечения на сегодняшний день - решение не только непосредственно бухгалтерских задач, но и анализ, планирование деятельности предприятия, реализация оперативного учёта. Это происходит по причине ориентации современных систем не только на работников бухгалтерии, но также и на работников склада, менеджеров и руководителей. Причём преимущество отдаётся программным продуктам, которые позволяют автоматизировать целое направление деятельности фирмы.

Ключевые слова: программные продукты, автоматизация бухгалтерского учета, программное обеспечение, сервисное обслуживание.

Ibragimova A.Kh.
2nd year student
master's program "Accounting, analysis and audit"
"Dagestan State University"
Makhachkala
Scientific supervisor: Makhmudova M.G., doctor of economics
associate professor

ACCOUNTING PROBLEMS OF COMPANY AUTOMATION

Annotation. Computer processing methods have already reliably entered the accounting technology and now such software products as 1C-Accounting, Buchsoft, Galaktika have gained great popularity in the Russian market. The main idea of software development today is the solution not only of direct accounting problems, but also analysis, planning of enterprise activities, implementation of operational accounting. This is due to the orientation of today's systems not only to accounting employees, but also to warehouse workers, managers and supervisors. Moreover, preference is given to software products that allow automating an entire area of the firm's activities.

Key words: software products, accounting automation, software, service.

Программные продукты по автоматизации бухгалтерского учёта сегодня широко востребованы как на малых, так и на крупных предприятиях. Интерес к ним возрастает с каждым днём.

Российская фирма «1С» владеет значительным сегментом рынка - порядка 40-50-ти процентов; для программного продукта «Бухсофт» этот показатель равен 19-21%; третью и четвертую позицию занимают программы «Галактика» (15%) и «БЭСТ» (9%) соответственно; многие предприятия до сих пор пользуются программами, которые разрабатывались

под заказ, ещё до появления специализированных фирменных разработок, а также собственными разработками на основе популярного табличного редактора Excel.

Уровень подготовки специалистов-бухгалтеров постоянно растёт, потребности развивающихся предприятий не уменьшаются, техническое обеспечение становится более совершенным и доступным.

В настоящее время каждая фирма применяет компьютерные программы. Однако споры о порядке их отражения в бухгалтерском и налоговом учётах компаний – владельцев имущества, используемого в собственной хозяйственной деятельности, продолжаются.

Невозможно представить себе современный офис без компьютеров. А компьютер, к сожалению, не будет работать без программного обеспечения, поэтому мало приобрести компьютер как основное средство – надо ещё купить соответствующие программы. Всегда ли приобретённая программа считается нематериальным активом? Как правильно учитывать программы?

Чаще всего при покупке программного обеспечения – например, операционной системы Windows, пакета офисных программ Microsoft Office, бухгалтерской программы (например, 1С: Бухгалтерия, Галактика, БЭСТ, Парус и т.д.) – фирма приобретает неисключительные права. То есть становится одним из множества пользователей аналогичного программного продукта, но не получает права тиражировать, перепродавать или иным образом извлекать доходы от обладания данным программным продуктом. Более того, купив однопользовательскую (локальную) версию, руководство фирмы не вправе устанавливать программу одновременно на несколько компьютеров – для этого придётся приобретать сетевую версию или несколько «локальных» комплектов.

В случае приобретения неисключительных прав в соответствии с нормами ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов» нематериальный актив не формируется, так как не соблюдается подп. «б» п. 3 ПБУ 14/2007. А

потому учитывать такую программу на счёте 04 «Нематериальные активы» не нужно.

С другой стороны, включить всю сумму расходов на приобретение программы одновременно в состав текущих общехозяйственных (управленческих) или коммерческих расходов тоже нельзя, ведь программа будет использоваться в течение длительного времени, и понесённые расходы следует распределить равномерно на соответствующее количество месяцев пользования программой.

Поэтому расходы на приобретение неисключительных прав на программы для ЭВМ необходимо сначала отнести в дебет счёта 97 «Расходы будущих периодов», а затем равномерно списывать их с кредита данного счёта в дебет счетов 26 «Общехозяйственные расходы», 44 «Расходы на продажу» или иных счетов учёта затрат в течение срока использования программы. Этот срок может определяться сроком, оговорённым в документах на программу (если время пользования программой ограничено условиями лицензионного договора), либо устанавливаться руководством организации исходя из ожидаемого (планируемого) срока пользования программой. Иными словами, при получении программы необходимо оформить акт или приказ, в котором будет установлен срок списания расходов на покупку программы.

Компьютерные программы и справочно-правовые системы обычно поставляются на дисках или дискетах, и к ним, как правило, прилагаются сопроводительные документы и руководства в печатном виде (книги, брошюры, буклеты). Весь комплект материалов, передаваемых продавцом при покупке программного обеспечения, является составной частью данного программного обеспечения, поэтому приходить диски, дискеты, брошюры и прочие материалы отдельно – например, в составе материальных запасов – не нужно.

Нередко приобретателю программного продукта или справочно-

правовой системы (СПС) впоследствии оказываются дополнительные услуги по сервисному обслуживанию – например, производится периодическое пополнение базы данных СПС, обновление настроек бухгалтерской программы с учётом изменений законодательства и т.д.

Расходы на сервисное обслуживание программы учитываются в составе текущих расходов фирмы. Если пополнения и обновления осуществляются еженедельно или ежемесячно и каждый месяц предоставляется акт об оказанных услугах, сумму расходов можно сразу относить в дебет счетов 26, 44 или иных счетов учёта затрат. Если же обслуживание производится ежеквартально, раз в полгода или раз в год, сумму расходов корректнее отражать на счёте 97 и производить их равномерное списание в течение соответствующего периода.

В случае выплаты авансов за сервисное обслуживание они учитываются в общеустановленном порядке – по дебету счета 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками» на отдельном субсчете, предназначенном для учёта предоплаты и авансов [112].

В случае, если фирма приобретает исключительные права на компьютерную программу, которая будет использоваться более одного года – например, если программа была разработана по заказу фирмы программистом или специализированной компанией и оформлены соответствующие документы, подтверждающие исключительные права фирмы на использование данной программы – расходы на приобретение и создание программы формируют стоимость нематериального актива в соответствии с нормами ПБУ 14/2007.

Соответственно, при приёмке такой программы на основании акта, составляемого в произвольной форме (за основу можно взять форму акта приёмки основных средств ОС-1, модифицировать его и утвердить полученную форму в учётной политике фирмы), заполняется инвентарная карточка формы НМА-1. Исходя из срока полезного использования,

определённого при приёмке программы, и метода амортизации, закреплённого в учётной политике фирмы с учётом требований ПБУ 14/2007, с месяца, следующего за вводом программы в эксплуатацию, производится начисление ею амортизации.

Согласно п.26 ПБУ 14/2007 определение срока полезного использования НМА производится исходя из:

срока действия прав организации на результат интеллектуальной деятельности периода контроля над этим активом;

ожидаемого срока использования актива, в течение которого организация предполагает получать экономические выгоды.

В отличие от основных средств – для нематериальных активов в бухгалтерском учёте не может быть установлен лимит стоимости. Иными словами, если ПБУ 6/01 «Учёт основных средств» разрешает организации самостоятельно установить в учётной политике предел стоимости, но не выше 20 000 рублей, и относить объекты, в целом отвечающие определению основных средств (используемые более 12 месяцев), но имеющие стоимость ниже установленного лимита, в материальным запасам, ПБУ 14/2007 «Учёт нематериальных активов» такой возможности – не включать «дешёвые» объекты в состав нематериальных активов и, следовательно, не амортизировать их в течение длительного срока – не предусматривает.

А потому независимо от стоимости, даже если исключительное право на программу обошлось фирме, скажем, всего лишь в пару тысяч рублей, данный объект придётся включить в состав нематериальных активов и амортизировать его в течение установленного срока полезного использования.

Использованные источники:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ от 06.12.2011 г. // [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения: 23.12.2020).
2. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 №208-ФЗ // [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/ (дата обращения: 23.12.2020).
3. ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» // [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_18609/ (дата обращения: 23.12.2020).
4. Приказ Министерства финансов РФ «О формах бухгалтерской отчетности организаций» от 2 июля 2010 г. №66н // [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/ (дата обращения: 23.12.2020).
5. Бурова, О.А. нормативное регулирование бухгалтерской (финансовой) отчетности в российской федерации / О.А. Бурова, В.П. Шегурова // Бюллетень науки и практики —2016. - №3. - С.112-116.
6. Ткаченко А.А., Семькина Л.Н. Взаимосвязь и отличительные черты бухгалтерского и налогового учета финансовых результатов // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. 2018. № 5(50). URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/5810> (дата обращения: 23.12.2020).

УДК 33.67.05

*Карпченко Ю.В., кандидат экономических наук,
доцент
кафедра «Экономики и управления»
Тульский государственный педагогический университет
Россия, Тула*

ПОНЯТИЕ МАРКЕТИНГА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация: статья посвящена маркетинговым исследованиям и его значению для предприятий малого бизнеса, раскрыты основные понятия маркетинга, представлены основные позиции маркетинговых исследований.

Ключевые слова: маркетинг, адаптация к рынку, маркетинговые исследования, маркетинговые цели.

*Karpchenko Yu.V., candidate of economic sciences
associate professor
department of economics and management
Tula State Pedagogical University
Russia, Tula*

THE CONCEPT OF MARKETING AND ITS IMPORTANCE FOR A SMALL BUSINESS

Annotation: the article is devoted to marketing research and its significance for small businesses, the basic concepts of marketing are revealed, the main positions of marketing research are presented.

Keywords: marketing, market adaptation, marketing research, marketing goals.

Маркетинг – это политика предприятия, которая ориентируется на рынок, гибко и своевременно адаптируется к изменениям, способна воплощать в жизнь инновации, для эффективной деятельности компании. Данная политика включает в себя множество составляющих компонентов и ориентируется в первую очередь на предвидение, ориентацию на перспективу [5, стр.32]. Немало известным фактом является то обстоятельство, что политика, направленная вовне и в будущее, должна быть тесно связана с внутренней ориентацией компании. Так, например, адаптация к рынку и рыночной структуре нередко вызывает необходимость приспособлять и «внутрифирменные атрибуты» предприятия, включая организацию бухгалтерского и финансового учета, научные исследования и разработки, планирование, организацию персонала и другие сферы деятельности компании. Между маркетингом и остальными сферами деятельности предприятия (функциональными, ресурсными) существуют определенные отношения; они оказывают влияние друг на друга, причем в обоих направлениях. В краткосрочном периоде деятельности любой компании, особенно малого бизнеса, на приоритетность могут претендовать разные проблемы: дефицит квалифицированных кадров, нехватка современного и высокотехнологичного оборудования, недостаток финансовых ресурсов, отсутствие необходимого ноу-хау и пр. В долгосрочном же периоде на первое место выходят рыночные требования [2, с. 95].

Стартовым моментом для маркетинговой концепции малого бизнеса служит анализ собственной деятельности предприятия (оценка сильных и слабых сторон) и релевантного окружения (оценка возможностей и угроз).

Если говорить, о самом предприятии, то в итоге наибольший интерес будет обращен не сколько на фактическое состояние, сколько на его будущее.

В ходе его деятельности необходимо оценивать информацию об отрасли в целом, его структуре, производимой продукции, работах и услугах, которые пользуются наибольшим спросом, производственный потенциал, стандарты качества изготавливаемой продукции, размеры предприятия, динамика и рост продаж, кадровый потенциал [4, с. 31].

Правильная маркетинговая концепция выстроит цели, а также установит пути их достижения, при этом она же определит необходимый инструментарий и методы. Концепция покажет, тот факт, на котором можно будет понять, сможет ли компания создать себе конкурентные преимущества, разработать новый продукт на рынке, продвижение при использовании дополнительной услуги, налаживание взаимодействия с рынком, ценовое продвижение.

Современной науке известны огромное количество дополнительных потребностей, среди которых можно выделить: психологические, технологические и экономические дополнительные потребности.

Психологические – это, например, потребность в красоте и эстетике, желание престижа или власти, стремление к завершенности в чем-либо (коллекционирование), развлечениям, чувство ответственности за других (родительские заботы), страсть к новым ощущениям.

Особенно важны потребности в безопасности, которые выражаются, в частности, в спросе на услуги в виде страхования, компетентных консультаций, защиты ценных вещей, а также на физические средства защиты жизни.

Маркетинговые цели должны формулироваться с учетом всех рассмотренных выше целеустановочных параметров. Ни один из них не может рассматриваться в отрыве от других. Более того, все они должны находиться в тесной связи между собой и зависеть друг от друга.

Следовательно, необходима координация между всеми параметрами [1, с. 57].

Указанные параметры, связанные друг с другом по всем направлениям, образуют своеобразную «пятиконечную звезду». Это аналитическое и системное представление пути к маркетинговым целям может показаться чрезмерно абстрактным и сложным. Однако любому предприятию, безусловно, необходимо собирать информацию о самом себе и своем хозяйственном окружении и думать о будущем. И если предприниматель всерьез занимается этим, то формулирование маркетинговых целей не покажется ему столь затруднительным.

Инструменты маркетинга. Для реализации поставленных целей необходимы определенные средства (инструменты) и методы. К ним относятся организация производства рыночной продукции (продуктов, услуг, их наборов), ценообразование, организация обработки рынка (реклама, сбыт, стимулирование сбыта) организация распределения. При применении этого инструментария предприниматели должны уметь распознавать болевые точки своего предприятия, использовать его сильные стороны и избегать слабостей, которые возникают в работе фирмы.

Фактически же именно малые и средние предприятия, выпускающие продукцию по индивидуальным заказам, обладают действительно большой свободой устанавливать цены путем индивидуальной калькуляции.

Инструмент ценообразования предполагает наличие правдивых данных для предварительной и контрольной калькуляции, а также для обзора конъюнктуры рынка. Без информации о ценах, которые предлагают конкуренты, ценообразование повисает в воздухе. И если решения принимаются в обстановке неопределенности, то продукция часто предлагается по неоправданно заниженным ценам.

Использованные источники:

- 1.Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО Новости, 2012. - 256 с.
- 2.Алексеева М.А. Планирование деятельности фирмы. –М.: Финансы и статистика, 2017. – 577 с.
- 3.Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности. // Маркетинг. - №4. - 2013. - С. 25-38.
- 4.Баззел Р. Д., Кокс Д. Ф., Браун Р. В. Информация и риск в маркетинге. - М.: Экономика, 2016. - 546с.
- 5.Басовский Л.Е., Стратегический менеджмент. // М.: Инфра-М, 2018. – 365 с.

УДК 33.83.01

*Карпченко Ю.В., кандидат экономических наук
доцент
кафедра «Экономики и управления»
Тульский государственный педагогический университет
Россия, Тула*

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Аннотация: статья посвящена теоретико-правовым основам цифровизации местного самоуправления, изложены понятия «умный город», представлено использование нейросетей.

Ключевые слова: умный город, нейросетей, глобализация, цифровизация, смарт-технологии.

*Karpchenko Yu.V., candidate of economic sciences
associate professor
department of economics and management
Tula State Pedagogical University
Russia, Tula*

THEORETICAL AND LEGAL BASIS OF DIGITALIZATION LOCAL GOVERNMENT

Annotation: the article is devoted to the theoretical and legal foundations of digitalization of local self-government, the concept of "smart city" is outlined, the use of neural networks is presented.

Keywords: smart city, neural networks, globalization, digitalization, smart technologies.

Гарантией развития информатизации муниципалитетов необходимо определить ее теоретико-правовое обеспечение. Внедряемый в современную правовую систему «цифровой» понятийно-категориальный аппарат развивался в рамках других отраслей научного знания. Термин «интеллектуальные стратегии развития», в дальнейшем ставший основой «smart»-критериев в управлении использовал Питер Друкер, один из классиков мирового стратегического менеджмента. Аббревиатура «S.M.A.R.T.» впервые применена в 1981 г. в работе Джорджа Дорана, как список требований к эффективному определению целей: Specific (точная), Measurable (измеримая), Achievable (достижимая), Realistic (реальная, т.е. отражающая истинное положение дел) и Timed (с заданным конечным сроком) [4, стр. 26].

С началом 2000-х годов «Умный город» выходит в научный оборот: его содержание составляло развитие инфраструктуры для создания виртуального пространства города в информационном обществе. На следующем этапе умный город преимущественно ассоциировался с усилением роли интеллектуальных технологий в повышении эффективности городского развития. Большинство представителей исследовательских организаций и международного сообщества поддерживают представление о содержании проектов «Умный город» в наиболее общем виде, как о совокупности институтов, обеспечивающих муниципальному образованию устойчивое развитие на пересечении различных сфер деятельности и подсистем на основе сбора данных, вовлекающих общественность в партисипативное управление в целях повышение качества

Экономический и Социальный Совет ООН в 2015 году установил следующую дефиницию «Умного города» – это «инновационный город,

использующий цифровые технологии для повышения уровня жизни, эффективности деятельности и оказания услуг в городе, а также развития конкурентоспособности при обеспечении удовлетворения потребностей настоящего и будущих поколений в экономических, социальных, культурных и природоохранных аспектах». Универсальные принципы «Умного города» определены международным сообществом следующим образом: микрорайон, как градостроительная единица; автономность города; социальная, деловая и культурная самодостаточность; разработка по стандартам экологичного строительства; использование новейших информационных и коммуникационных технологий; внедрение инновационных технологий энергетики, транспорта и строительства [2, стр.58].

Началом официального использования близкого по правовой природе термина «умный регион», «Smart Regions», является июнь 2016 года, дата проведения одноименной конференции в Брюсселе, на которой представители Европейского Союза делились опытом «умной специализации» экономики, модернизации промышленности и агросектора на основе Smart Solutions.

В качестве этапа развития умного города отдельные ученые называют его когнитивное или нейронное состояние. Предполагается, что в умном городе житель может только получать необходимую информацию из цифровых источников, в нейрогороде налажена, активна и обратная связь – реализуется возможность граждан по передаче информации для обучения и адаптации своего поведения самими системами на основе искусственного интеллекта и нейронных сетей.

Однако представляется, что использование нейронных сетей как элемент управления для повышения эколого-экономической эффективности или прогнозирования концентраций загрязнителей в атмосфере промышленных городов или для иных целей реализации умного города не

вносит принципиальные изменения в его правовую природу, которые бы позволили сформировать и широко распространить новый термин – нейрогород.

Применение широкого подхода обусловлено показателями «Умных» устойчивых городов», содержащихся в обозначенном выше одноименном документе, разработанном ЕЭК ООН совместно с Международным союзом электросвязи, Агентством по окружающей среде Австрии. Систематизация данных признаком проведения представителями международного сообщества по трем группам: экономика; окружающая среда; общество. Представители подхода рассматривают «Умный город» как систему, обеспечивающую современное качество жизни за счет применения инновационных технологий, которые предусматривают экономичное и экологичное использование городских систем жизнедеятельности, и обеспечивают обратную связь с жителями.

На основе анализа развития общественных отношений и экономики в крупные города США, Японии, Китая, а также ряда Европейских государств сделан вывод о том, что города укрепляют сильные стороны человечества, рождают новаторства, которые со временем распространяются дальше, обогащая все остальные территории.

Использованные источники:

1. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – Киев: НикаЦентр, Эльга, 2013. – 544с.
2. Бригхэм Ю. Ф. Финансовый менеджмент / Ю. Ф. Бригхэм, М. С. Эрхард. - Спб.: Питер, 2013. – 346 с.
3. Вещунова Н.Л. Бухгалтерский учет на предприятиях различных форм собственности / Н.Л. Вещунова, Л.Ф.Фамина. – М.: Финансы, 2014.-246с.
4. Внутрифирменное планирование в США./ Под редакцией В.И. Седова. - М.: Прогресс, 2013. – 631 с.

*Карякина М.П.
студент 4 курса
СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Россия, г.Саратов
Оськина Е.А.
доцент
СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Россия, г.Саратов*

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИАГНОСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация: В статье проверенная организация информационного обеспечения диагностики экономической безопасности компании. Сделан вывод о классификационных признаках системы характеристик сопровождения безопасности современной компании.

Ключевые слова: экономическая безопасность, информационное обеспечение диагностики экономической безопасности, экономическая устойчивость компании.

*Karyakina M.P
4th year student
Saratov state technical University named after Gagarin Y.A.
Russia, Saratov
Oskina E.A.
associate professor
Gagarin State Technical University named after Gagarin Y.A.
Russia, Saratov*

INFORMATION SUPPORT OF DIAGNOSTICS OF ECONOMIC SECURITY

Abstract: In the article, the proven organization of information support for diagnostics of the economic security of the company. The conclusion is made about the classification features of the system of characteristics of the security support of a modern company.

Keywords: economic security, information support of economic security diagnostics, economic sustainability of the company.

В данной статье рассмотрим информационное обеспечение диагностики экономической безопасности. Подходы к диагностике экономической безопасности в Российской Федерации. Определенные этапы информационное обеспечение диагностики экономической безопасности. В связи с этим процесс эффективности диагностики экономической безопасности системы промышленного компании информационного обеспечения диагностики экономической безопасности.

Под экономической безопасностью чаще всего понимается только безопасность поставок нефти и сырья. Но в несколько больше общем истолковании данный термин также применяется с учетом непостоянности мировой торговой системы и глобальной экономической системы, которая становилась все более очевидной в семидесятые годы. За ним в результате стоит понимание, что Запад и, в том числе, Соединенные страны утратили контроль над развитием в продвинутых странах и в странах третьего мира.

Но экономическая безопасность считается под страхом не лишь из-за беспристрастных событий. Кроме того играют определенную роль завышенные ожидания в отношении того, что считается “нормальной” стабильностью. Меж ординарными неудобствами и настоящими экономическими катастрофами больше нет резкого различия. Но если

раскрыть сущность и новое нынешнее положение, то следует узко обобщить понятие внешнеэкономической безопасности по сравнению с иным измерением.

Диагностика продуктивности системы экономической безопасности промышленного предприятия как полный и поочередный процесс изучения причин и выявления угроз для обоснования направлений и цены упредительных мер обеспечения стратегических задач деятельности и развития компаний в критериях конкурентной борьбы и распространение инноваторских технологий. Основой эффективной информационной обеспечении диагностики экономической безопасности является высококачественные и количественные изучения рисков и итогов, основанный на полноте, своевременности, критической оценке информации, также необходимости и динамичности методического инвентаря диагностики.

К диагностики экономической безопасности выделяются общие подходы: индикаторный подход; функционально-ресурсный подход; экономико-математический подход.

Индикаторный подход – анализ динамики соответствия нормативным и эталонным значениям.

Функционально-ресурсный подход - оценка отдельных компонентов системы экономической безопасности.

Экономико-математический подход – влияние внешних и внутренних факторов на модель поведения экономической безопасности предприятия.

В стратегическом анализе системы экономической безопасности выделяют микро-, мезо-, макро- и мегауровень управления предприятиями и, соответственно, факторную диагностику. При всем этом учитывается не лишь стратегический, да и тактический и оперативный уровни воздействия на продуктивность системы экономической безопасности. Кроме того во всех охватывающих подходах употребляется градация

уровней информационных обеспечений диагностики экономической безопасности распределяющая приобретенные реальные значения характеристик относительно предсказуемого ограничения либо приемлемых либо образцов их характеристик, также изучающая спектры отклонений меж расчетными и реальными значениями характеристик.

По моему мнению классификационные признаки системы характеристик информационных обеспечений диагностики экономической безопасности в интегрированном управлении должны быть объединены, описывая окружающую среду и ее угрозы. Это позволяет предсказывать и избегать возможных негативных действий определенных причин, снижая либо минимизируя убытки компании. А также, полнота и надежность диагностики обеспечивает продуктивность и рациональные финансовые издержки ресурсов на упредительное управление и продуктивность финансовой безопасности в конкурентоспособной среде при сохранении имеющихся конкурентных преимуществ методом прогнозирования изменений и приспособлении к ним.

Адаптируя описанные подходы к информационным обеспечениям диагностики экономической безопасности производственных компаний, нередко употребляют в главном многофункциональный подход, трактуя значимость и свойства компонент системы экономической безопасности через всеохватывающие воздействие причин на уровень безопасности, продуктивности и цена системы. Одновременно необходимо подчеркнуть, что они используют полный подход и анализируют большой диапазон причин окружающей среды и компонент системы экономической безопасности. Несмотря на тщательность и последовательность исследовательских работ, внимание научных работников недостаточно сконцентрировано на диагностике продуктивности приспособлении системы экономической

безопасности производственных компаний к конкурентоспособным условиям и вызовам.

При проведение качественной диагностики системы экономической безопасности предприятия на конкурентных рынках не обходимо различать этапы анализа и функции отдельных компонентов системы:

Первым этапом формирование экономико-математического инструмента и выбор методического обеспечения для оценки определить специфику объекта оценки.

Второй этап факторный анализ внешней среды, формализация взаимодействия внутренних и внешних факторов. Важной задачей является определение оценочных характеристик конкурентного статуса предприятия и отдельных видов его промышленной продукции.

На третьем этапе важнейшей задачей является адаптация и формализация уникальной диагностической системы для отдельного промышленного предприятия и ее соответствие стратегическим целям управления экономической безопасностью.

Четвертый этап формирование системы уровней допустимой эффективности и риска системе экономической безопасности промышленной предприятия.

Пятым этапом является установление уровня достижения целей защитных и превентивных мер, а также корректировки контрольных показателей для обеспечения эффективности системы безопасности конкурентной среде.

Процесс эффективности информационности обеспечения диагностики экономической безопасности системы промышленного компании должно обеспечить этот последовательности: во-первых, создание цели, задачи диагностики; во-вторых, анализ факторов и их изменений; в-третьих, выбор методологического подхода к диагностике эффективности экономической система безопасности; в-четвертых, оформление стандартизированные

результаты диагностики эффективность системы экономической безопасности; в-пятых, оценка уровня эффективности система экономической безопасности промышленного предприятия; в-шестых, мониторинг достижения целей и корректировка стратегических задач обеспечения эффективности системы экономической безопасности. Такая последовательность процесса диагностики эффективности системы экономической безопасности промышленного компании позволяет не лишь рассматривать реальные значения диагностируемых характеристик, проектировать многообещающие сценарии изменения уровня безопасности и цены предупредительных мероприятий, да и устанавливать уровень конкурентных условий.

Подводя итоги о информационном обеспечении диагностики экономической безопасности. Эффективной информационной диагностики системы экономической безопасности является высококачественные и количественные изучения рисков и итогов, основанный на полноте, своевременности, критической оценке информации, также необходимости и динамичности методического инвентаря диагностики. Кроме того во всех охватывающих подходах употребляется градация уровней экономической безопасности, распределяющая приобретенные реальные значения характеристик относительно предсказуемого ограничения либо приемлемых либо образцовых характеристик, также изучающая спектры отклонений меж расчётными и реальными значениями характеристик.

Использованные источники:

1.Мажайский Ю.А., Диагностика продуктивности системы экономической безопасности промышленной компании // Эффективное информационное обеспечение диагностики экономической безопасности 2020; Чичканов В.П., // Информационное обеспечение экономической безопасности компании. 2020. С. 42–50

2. Гамоненко С.С. Процесс эффективности информационности обеспечения диагностики экономической безопасности системы промышленной компании // Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А. – Саратов, 2020. – С. 88-91.
3. Есембекова А.У. Информационное обеспечение экономической безопасности России / К. С. Есембекова // Наукосфера. – 2021. – № 2-1. – С. 111-115.

Кузнецова Ю.Н.

студент 4 курса

факультет «Менеджмент и предпринимательство»

Ростовский государственный экономический университет

Россия, г.Ростов-на-Дону

Научный руководитель: Митина И.А., кандидат экономических наук

доцент

кафедра « Менеджмент и предпринимательство»

Ростовский государственный экономический университет

Россия, г.Ростов-на-Дону

ОТТОК КАПИТАЛА КАК УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Аннотация. В статье анализируется отток капитала из России. Рассматриваются основные причины и факторы, связанные с процессом вывоза средств из российской экономики и как следствие причинение серьезного ущерба экономической безопасности России. А также просматриваются проблемы, связанные с процессом оттока капитала из российской экономики и пути решения данной угрозы экономической безопасности РФ.

Ключевые слова: отток капитала, угроза экономической безопасности, вывод денежных средств.

Kuznetsova J.N.

4th year student

faculty of management and entrepreneurship

Rostov State University of Economics

*Academic Supervisor: Mitina I.A., candidate of economic sciences
associate professor
department of management and entrepreneurship
Rostov State University of Economics
Russia, Rostov-on-Don*

OUTFLOW OF CAPITAL AS THREATS TO THE ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA

Abstract. The article analyzes capital outflow from Russia. The main reasons and factors associated with the process of exporting funds from the Russian economy and, as a result, causing serious damage to the economic security of Russia are considered. And also there are problems associated with the process of capital outflow from the Russian economy and ways of solving this threat to the economic security of the Russian Federation.

Key words: capital outflow, threat to economic security, withdrawal of funds.

С недавних пор огромное внимание заостряется на ситуации, которая сложилась в области внешнеэкономических связей России. Огромное воздействие оказывает вывоз капитала из России на экономику государства.

В определенном количестве отток считается неотъемлемым и служит поддержкой экономическому росту нашей страны. В это же время, так называемый «убегающий» капитал показывает степень криминализации отечественной экономики и служит угрозой финансовой безопасности.

В большей части это связано с таким явлением, как глобализация мировой экономики, подразумевающая стирание границ для свободного движения капитала.

Без сомнения, меры по либерализации передвижения товаров и капитала между государствами, а также через деятельность ТНК, носили положительный характер для роста национальных экономик, потому что позволяли, в некотором роде, увеличить приток капитала в страну. И в тоже время, это значительно облегчило выход ряда хозяйствующих субъектов на мировой рынок. Но при этом, эти меры не могли не привести к организации дополнительных каналов движения капиталов, которые имеют нелегальное или же полулегальное происхождение.⁶

В настоящее время особо актуальной и не менее важной проблемой в российской экономике продолжает оставаться отток капитала, который останавливает экономическое развитие страны. Одним из главных факторов оттока капитала, приходится нестабильный курс российского рубля. Нестабильный курс российского рубля непосредственно влияет на доходы отечественных хозяйствующих субъектов, которые вкладывают свои капиталы в стабильные иностранные экономики, выводя при этом активы из России для того, чтобы сберечь их.

Обращает на себя внимание ещё одна, немаловажная причина оттока капитала за границу - это выступающий рост теневого сектора национальной экономики. В России существуют такие проблемы, как развитие теневого сектора и высокого уровня коррупции в государственном и корпоративном секторах. Центральный банк России сообщил, что существенный спрос на теньевые финансовые услуги, что в 2019 году, что в 2020 году, был зафиксирован в строительном секторе. К тому же, высокий спрос формировался в секторе услуг и торговли.⁷

Россия в 2019 году заняла четвертую позицию в мировом рейтинге стран по масштабам теневой экономики, уступив лишь Азербайджану (67% ВВП), Нигерии (48% ВВП), Украине (46% ВВП). На 2025 год теневой сектор

⁶ Андрианов В.Д., Кривоустова Е.С. "Причины, динамика и масштабы оттока капитала из экономики России"//Деньги и кредит, 2020г., №2;

⁷ Центральный Банк Росси| Секторы экономики, формировавшие спрос на теньевые финансовые услуги в первом полугодии 2020 г.

в России прогнозируется на уровне 39,37% ВВП, что говорит о сохранении высокого уровня теневой составляющей в российской экономике.

Центральный банк РФ в конце марта 2021 года назвал самые популярные способы вывода денег за границу в 2020-м году. Как правило, по данным регулятора, применялись сделки с услугами, в первую очередь международные перевозки грузов, приобретение прав на программное обеспечение и интеллектуальную собственность (29%), авансовые платежи за импортируемые товары (27%) и импорт товаров через страны Таможенного союза (19%).

Согласно оценкам Банка России, по итогам 2020 года объем операций, имеющих признаки вывода денег из РФ, снизился на 10% и составил 66 млрд рублей против 73 млрд рублей в 2019-м. ...

В России злободневно стоит проблема перевода капиталов в оффшоры. Этот процесс служит поддержкой оттоку капитала из России. Хозяйствующие субъекты переводят свои активы в оффшоры с целью избежать уплаты существенного числа налогов и не потерять большую часть своих доходов. Также, подчеркну, что банковский сектор является таким сектором, через который из России происходит значительный отток капитала. Банки, выдавая кредиты нерезидентам, переводят немаленькие суммы денег на счета иностранных экономических субъектов.⁸

Таким образом, отток капитала не только оказывает существенное влияние на различные сферы национальной экономики, но и имеет немаловажные макро- и микроэкономические последствия. Одним из надёжных способов уменьшения объёма валовых внутренних инвестиций, а также падения производства, выступает вывоз капитала. Норма накоплений в ВВП уменьшается, и объем инвестиций также уменьшается, которые, в

⁸ Петренко И.А. Влияние движения международного капитала на экономическую безопасность стран с развивающимися рынками // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2019. – Т. 13, № 10. – С. 1870-1881.

свою очередь, сдерживают процесс расширенного воспроизводства в национальной экономике.

Значительный отток активов, способствует нехватке капитала внутри страны для инвестиций в реальный сектор экономики. Недостаток инвестиционных средств сдерживает создание новых производств, товаров и услуг, выходу на новые рынки, техническому переоснащению для повышения эффективности и конкурентоспособности российской продукции.

Для того, чтобы пресечь, сократить и прекратить нелегальную утечку капитала за границу, необходимо ввести налог на финансовые спекуляции, а прежде всего, на их валютную часть. И под действие этого налога подпадут как «сомнительные» операции, так и краткосрочные операции спекулятивного характера. И, наконец, прекращение оттока активов способствует улучшению инвестиционного климата и пополнению доходной части бюджета.

Использованные источники:

1. Андрианов В.Д., Кривоустова Е.С. "Причины, динамика и масштабы оттока капитала из экономики России"//Деньги и кредит, 2020г., №2;
2. Петренко И.А. Влияние движения международного капитала на экономическую безопасность стран с развивающимися рынками // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2019. – Т. 13, № 10. – С. 1870-1881.
3. Электронный ресурс: https://cbr.ru/Content/Document/File/112787/sectors_2020_1.pdf Центральный Банк Росси| Секторы экономики, формировавшие спрос на теневые финансовые услуги в первом полугодии 2020 г.
4. Электронный ресурс: https://cbr.ru/Content/Document/File/112786/2020_1.pdf Центральный Банк Росси Структура сомнительных операций в банковском секторе, первое полугодие 2020г.

Леонов А.В.
старший преподаватель
кафедра тактико-специальной подготовки
Ростовский юридический институт МВД России
Волгодонский филиал
Россия, Ростовская область, г.Волгодонск

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ
ПРОТИВ ЗДОРОВЬЯ И МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ЭТИХ СОСТАВОВ**

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы формирования подростковой преступности в контексте социально-экономических проблем и сильного разрыва между различными слоями общества.

Ключевые слова: социальная напряженность, преступления против жизни и здоровья, преступность несовершеннолетних, проблемы в экономике государства, расслоение общества.

Leonov A.
senior lecturer
tactical and special training
FSEE IN RUY Russia interior
Volgodonsk branch
Russia, Rostov oblast, Volgodonsk

**ACTUAL PROBLEMS OF COMBATING CRIMES AGAINST HEALTH
AND PREVENTIVE MEASURES FOR THESE COMPOUNDS**

Resume: The article examines the problems of the formation of juvenile delinquency in the context of socio-economic problems and a strong gap between different strata of society.

Key words: social tension, crimes against life and health, juvenile delinquency, problems in the state economy, stratification of society.

Состояние преступности в России вызывает чувство обеспокоенности. Негативные явления в экономике, рост социальной напряженности, политические события оказывают влияние на поведение людей и формирование преступной мотивации.

Одной из центральных проблем является изучение причин преступности, то есть составляющих общественной жизни, которые порождают преступность и поддерживают ее существование. Любое явление окружающей действительности имеет причину своего возникновения, изменения и окончания. На протяжении многих веков исследователи рассматривали причины и условия явлений как совокупность всех обстоятельств, вызывающих наступление следствия.

Изучение причин совершения преступлений против здоровья позволяет понять, почему они совершаются, что их порождает, отражает не только механизм преступного поведения, но и сложившуюся криминологическую ситуацию, в том числе особенности поведения преступника.

В России причины стремительного роста насильственных преступлений против личности связывают с состоянием экономики, сменой форм собственности, изменением структуры социальных процессов и общественных отношений. Кризисные явления в обществе, сопровождающиеся трансформацией общественного сознания, неизбежно приводят к изменению психологии населения. Для современной России свойственны новые проблемы экономического характера. Это, конечно же,

резко углубившееся социально-экономическое неравенство, которое заняло доминирующее положение во всей системе социальных неравенств. Поляризация доходов российского населения составляет сегодня 1:17. В 2014 г. на долю 20% наиболее обеспеченных граждан приходилось 47,7% денежных доходов, а на долю 20% наименее обеспеченных — всего 5,2%. При этом необходимо учитывать, что реальный разрыв между бедными и богатыми еще значительно больше, поскольку наиболее бедная часть россиян утратила социальные связи, и данные об их уровне жизни официальной статистикой не регистрируются.

Итогом такого положения дел является нерешенность проблем, связанных с обеспечением достойного уровня жизни населения, которая приобрела иные формы. В настоящее время налицо не только неравенство в доходах и прибыли, но и в качестве жизни, характере и условиях труда, уровне образования и культуры. Как показывает статистика, в 2016 г. расходы на продукты питания населения составляли до 39% всех расходов. Таким образом, у значительной части граждан остается все меньше средств на повышение культурного уровня, духовное развитие, удовлетворение иных нужд и потребностей, наконец, на создание сбережений, гарантирующих уверенность в завтрашнем дне. Факторы экономического характера оказывают негативное воздействие на воспроизводство насильственной преступности. Большинство исследователей отмечают, что в современных условиях фактор незанятости является одним из основных при рассмотрении проблем преступности в основном молодежи.

Отдельного внимания заслуживает проблема совершения преступлений против здоровья несовершеннолетними. Здесь важными являются внутренние психологические особенности несовершеннолетних, не имеющих возможности найти работу по окончании учебного заведения. Уровень образования, молодой возраст, амбиции способствуют высокому уровню притязаний в сочетании с невозможностью применения своих

способностей и скатыванию в число бедных. Это и служит зачастую причиной объединения их в неформальные группировки и банды. Несовершеннолетние, в силу своей импульсивности, юношеского максимализма, агрессивности, предпочитают достигать своих целей при помощи силы и противозаконных средств. Они могут вести праздный образ жизни, употреблять наркотики, алкоголь, способны на причинение вреда различной степени тяжести. Конечно же, мотивом противоправных деяний служит добыча средств к праздному существованию. В результате происходит деградация личности и вероятность возврата к нормальному образу жизни становится минимальной. Ситуация усугубляется тем, что государственные программы, направленные на обеспечение подростков рабочими местами, практически отсутствуют, а те, что есть, малоэффективны. Количество безработных все время растет, несмотря на то, что государством создаются новые места на рынке труда. В некоторых случаях уровень безработицы снижается, но незначительно.

Как особое негативное социальное явление безработица влияет на формирование личностных особенностей. Безработный характеризуется подавленностью, угнетенностью, депрессивностью, озлобленностью, неуверенностью в своих деловых и профессиональных качествах. Сначала это может привести человека к алкоголизму, наркомании, а затем и к совершению противоправных поступков.

В связи с указанными выше обстоятельствами особую криминологическую значимость приобретают проблемы профилактики тяжких и особо тяжких преступлений против здоровья граждан, поиск путей решения этих проблем. По моему мнению, для исправления сложившейся ситуации, исходя из повседневной практики, необходимым является принятие мер, направленных на скорейшее устранение данных проблем.

Поэтому родительская невнимательность, халатное отношение людей друг к другу, частое распитие спиртных напитков, в том числе в

неположенных местах, должны повлечь за собой немедленные меры реагирования со стороны уполномоченных на то органов. Реакция чаще проявляется тогда, когда в уже совершено преступление, когда уже поздно.

Поэтому следует на раннем этапе проводить профилактическую работу по выявлению социально неблагополучных семей, где родители не выполняют свои обязанности по воспитанию и обучению детей, поскольку зачастую воспитание «будущего преступника» ложится на плечи родителей;

- также профилактическая работа на местах занятости граждан, специальные программы воспитывающие население, профилактические разъяснительные беседы с детьми и их родителями, учителями, воспитателями, работодателями и другими лицами, которые отвечают за сохранение жизни и здоровья наших людей, их безопасность в условиях окружающего социума.

К очевидным причинам роста тяжких и особо тяжких преступлений против здоровья в отношении граждан следует отнести также и рост количества сайтов в сети Интернет, жесточенность компьютерных игр, в которые играют как взрослые, так и дети, передачи на телевидении, затрагивающие криминальные стороны жизни, содержащие жестокие сцены.

По мнению авторитетных работников правоохранительных органов и ученых в сфере криминологии и уголовного права, например профессора кафедры уголовного права и процесса Омского государственного университета Михаила Клейменова, распространение данной информации в СМИ, в том числе и в сети Интернет, является одной из очевиднейших причин роста числа преступлений против здоровья и жизни граждан.

По моему мнению, если распространение данного вида жестокой информации будет оставаться даже на прежнем уровне, то в результате, вполне возможно, в нашем обществе будет наблюдаться рост все большего и большего количества насильственных преступлений в отношении граждан, совершаемых с особой жестокостью. Решить эту проблему способна только

четко продуманная система мер, направленных на контроль со стороны государства за контентом размещенным в сети Интернет.

Кроме того, по моему мнению, в настоящее время необходимо увеличение санкций в отношении преступников, которые совершили особо тяжкие преступления против здоровья граждан. А особенно если ими были совершены сопряженные с насилием убийства детей. Необходимой мерой наказания для таких преступников может стать не только пожизненное лишение свободы, но и меры по ограничению свободы: проживанием и принудительным трудом в специальных закрытых колониях-поселениях.

К сожалению, злободневной на сегодняшний день остается и проблема укомплектованности, подготовки и переподготовки, а также повышения квалификации кадров системы органов внутренних дел, данная проблема является особенно актуальной на муниципальном уровне. Для решения вышеуказанной проблемы, прежде всего, необходимы четкие целенаправленные действия, обращенные на преодоление острой кадровой нехватки и повышение уровня профессиональной подготовки работающих специалистов как в системе МВД так и в других органах.

Взятая в целом, указанная преступность занимает в структуре всей преступности относительно скромное место. На ее долю приходится в среднем всего лишь 3-6% в общей совокупности всех уголовно наказуемых деяний. Несмотря на невысокий удельный вес тяжелой насильственной преступности, ее предупреждение было и остается одной из наиболее актуальных задач правоохранительных органов, так как непосредственно влияет на криминогенную обстановку на обсуживаемой территории.

Использованные источники:

1.Казанцев И.В., Молчатский С.Л. Научно-исследовательская деятельность студентов как фактор личностного самоопределения [Текст] / Поволжский педагогический вестник. – 2016. – № 2 (И).– С. 76-81.

2. Гордиенко В.В. Развитие института криминологической и социально-правовой экспертизы: теория и практика // Российский следователь. 2005. № 7. С. 26-31.

УДК 332.143

*Манцевич И.В., кандидат экономических наук
доцент
кафедра анализа, бухучета и статотчетности
ФГБОУ ВО СПбГАУ
КФ ФГБОУ ВО СПбГАУ
Калининградский филиал
Россия, г.Полесск*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Аннотация: в статье рассмотрены аспекты цифровизации отрасли сельского хозяйства: цели, тенденции, особенности, механизмы. Дана характеристика отдельным элементам ведомственного проекта «Цифровое сельское хозяйство»

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровое сельское хозяйство, «умные контракты», информационные технологии.

*Mantsevich, I.V., PhD in economics
associate professor
department of analysis, accounting and statistical reporting
FSBEI HE SPbGAU
Kaliningrad branch
Russia, Polessk*

DIGITALIZATION OF THE ECONOMY AS A FACTOR OF STIMULATING ECONOMIC GROWTH

Annotation: The article discusses aspects of digitalization of the agricultural sector: goals, trends, features, mechanisms. A characteristic is given to individual elements of the departmental project "Digital Agriculture"

Keywords: digital economy, digital agriculture, smart contracts, information technology.

Цифровые решения все активнее проникают во все сегменты сельского хозяйства. Для достижения роста доходности агробизнесу крайне важно максимально использовать инновационные технологии, объединяя свой бизнес в единую систему на основе цифровой платформы [1].

Не так давно использование информационных технологий в сельском хозяйстве ограничивалось только использованием компьютеров и программных обеспечений. Сейчас современное сельское хозяйство внедряет цифровые технологии для исследования сельскохозяйственных культур, мониторинга домашнего скота и различных элементов сельскохозяйственной деятельности.

Сейчас к цифровым технологиям относят все то, что связано с электронными вычислениями и преобразованием данных: электронные устройства, технологии, программы.

Цифровизация российского АПК идет недостаточными темпами: по разным оценкам, не более чем в 10% хозяйств внедрены цифровые технологии, в то время как в США и странах Европы показатель составляет 60-80%. Переломным этапом стал 2018 год, когда АПК был включен в перечень отраслей, подлежащих цифровой трансформации, стало появляться большое количество качественных отечественных IT-решений, способных конкурировать с иностранными.

Главная цель цифровизации - снижение затрат на производство продукции, повышение ее качества и конкурентоспособности на основе эффективного использования ресурсов. Подсчитано, что благодаря

цифровизации сокращаются расходы на обслуживание производства продукции (на 10-40%), время простоя оборудования (на 30-50%), сроки вывода на рынок (на 20-50%) и затраты на обеспечение качества продукции (на 10-20%), затраты на хранение запасов (на 20-50%) [2]. По оценке Министерства сельского хозяйства России «использование цифровых технологий в АПК позволяет повысить рентабельность сельхозпроизводства за счет точечной оптимизации затрат и более эффективного распределения средств».

Сельскохозяйственное производство имеет свои специфические особенности, которые создают широкие возможности для применения цифровых технологий в отрасли, а именно:

- участие в технологическом процессе живых организмов, связь технического оборудования с растениями, животными и людьми, что приводит к неопределенностям и сложностям управления за жизненно важной информацией о растениях, животных, окружающей среде;

- многообразие и сложность контроля за производственными процессами;

- большая пространственная разобщенность процесса производства и контролируемых параметров по площади, необходимость оперативного принятия решений в ограниченные промежутки времени;

- технологическое многообразие сельскохозяйственного производства и культур.

Под цифровым сельским хозяйством сейчас понимают сферу деятельности, связанную с сельским хозяйством, которая включает в себя точное земледелие, «предписательное земледелие» (использование интегрированных систем земледелия), систему управления сельхозпредприятиями и зависит от сбора, использования, координации и анализа данных из множества источников.

Комплекс мероприятий по внедрению цифровых технологий и платформенных решений в отечественном АПК представлен в рамках ведомственного проекта «Цифровое сельское хозяйство», разработанного Министерством сельского хозяйства РФ, со сроком реализации 2019-2024гг. Данный проект включен в подпрограмму «Обеспечение условий развития агропромышленного комплекса», реализуемой в рамках государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия».

Проект предполагает, что до 2024 года в стране начнет работать одноименная платформа, которая будет включать данные о ресурсах сельского хозяйства (например, о землях сельхозназначения, численности скота, наличии сельхозтехники) — это необходимо для планирования и прогнозирования рисков. Модуль «Агрорешения», основывающийся на технологиях машинного обучения и BIG DATA, призван повысить производительность труда и сократить производственные затраты. Данный модуль предоставляет, в зависимости от прогнозных погодных условий, распространения болезней и вредителей и иных факторов – рекомендации о необходимости начать или прекратить работы по обработке почвы, посадки и обработки растений, сбору урожая. Также, согласно проекту, будет подготовлено не менее 55000 специалистов в АПК, обладающих навыками работы с информационными технологиями и сформировано не менее 54 центров компетенций и учебно-методологических комплексов, что сократит уровень дефицита ИТ-специалистов (рисунок 1). Снижение степени вовлеченности трудовых ресурсов в производство и минимизация человеческого фактора за счет цифровизации, будет способствовать сокращению издержек и оптимальному использованию материальных ресурсов.



Рисунок 1 – Продукты проекта «Цифровое сельское хозяйство»

Во многих странах одной из движущих сил цифровизации стали реализуемые правительствами политические меры и механизмы. Они создают благоприятную среду для развития цифровых рынков и электронных услуг. В качестве примера процесса цифровизации мер государственной поддержки и субсидирования фермеров в нашей стране выступает система «Умных контрактов» (Smart contracts). Данная интеллектуальная система поддержки аграриев включает:

- личный кабинет получателя субсидии;
- пакетные решения для агробизнеса (субсидия + кредит + страховка);
- заключение контрактов с получателями субсидии в система СМАРТ;
- применение технологий электронного Правительства - единая система идентификации и аутентификации, единая биометрическая система;
- интеграция с информационными системами ФОИВ (ФНС, Росгидромета, МЧС), что позволит ускорить выдачу субсидий и производить корректировку субсидий в части введения чрезвычайных ситуаций в регионах.

В таблице 1 представлены показатели и индикаторы программы цифровизации сельского хозяйства в динамике. Задавая курс на цифровизацию, государство мотивирует компании развивать высокотехнологичный ресурс и задает определенную планку внедрения информационных технологий.

Таблица 1 - Целевые показатели ведомственного проекта «цифровое сельское хозяйство»

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	2018	2020	2022	2024
Доля ресурсов в Big Data (%):				
земля	75	100	100	100
скот	1	25	50	100
техника	50	75	100	100
Доля СМАРТ-контрактов с получателями субсидий, %	0	10	50	100
Коэффициент снижения затрат, %	0	5	15	20
Доля материальных затрат в себестоимости СХ продукции, %	65	60	55	50
Рост производительности труда, %	0	105	150	200
Доля инвестиций в Digital Technologies (в том числе made in Russia), %	0,5 (0,1)	1 (0,5)	3 (1,5)	7 (5)

Цифровизация поможет агропромышленному комплексу России совершить мощный скачок вперед, трансформируя традиционные модели сельскохозяйственной отрасли, делая фермерский бизнес более рентабельным.

Использованные источники:

1. Цифровые технологии на службе сельского хозяйства и сельских районов. Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. Справочный документ. – [Электронный ресурс]. - <https://www.fao.org/3/ca4887ru/ca4887ru.pdf>

2. Развитие Агропромышленного комплекса в условиях цифровой экономики
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский государственный аграрный университет»
Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. – [Электронный
ресурс].

http://ssaa.ru/structur/riz/Sbornik_Razvitie_APK_v_cifre_I_Nac_npk_2019.pdf

3. Ленчук, Е. Б. Формирование цифровой экономики в России: проблемы,
риски, перспективы / Е. Б. Ленчук, Г. А. Власкин // Вестник Института
экономики РАН. – 2018. – №5. – С.9-21 [Электронный ресурс]

<https://www.globalinnovationindex.org/analysis-economy>

Петросян С.Г.
студент магистратуры
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет
Атутюнян А.А., к.псих.н.
доцент
кафедра ССПП
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет
Костенко А.А., к.псих.н.
доцент
кафедра ССПП
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет
г. Армавир

**ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ
ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ
COVID-19**

Аннотация: В данной статье раскрывается вопрос влияния дистанционного обучения в следствии пандемии COVID-19 на психологическое состояние педагогического состава, школьников и их семей. Систематизированы последние данные, представленные в зарубежных, а так же отечественных исследованиях. Описаны практические рекомендации, применение которых может помочь минимизировать стресс, вызванный необходимостью внезапного перехода от очного режима работы к дистанционному и наоборот.

Ключевые слова: пандемия, COVID-19, психологический стресс, фрустрация, копинг-стратегия.

Petrosyan S.G.

master student

FSBEI HE Armavir State Pedagogical University

Armavir

Atutyunyan A.A., Ph.D.

associate professor

department of SSPP

FSBEI HE Armavir State Pedagogical University

Armavir

Kostenko A.A., candidate of psychological sciences

associate professor

department of SSPP

**PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL PROBLEMS OF THE
ORGANIZATION DISTANCE LEARNING DURING THE COVID-19
PANDEMIC**

Resume: This article reveals the question of the impact of distance learning in the wake of the COVID-19 pandemic on the psychological state of the teaching staff, schoolchildren and their families. The latest data presented in foreign and domestic studies are systematized. Practical recommendations are described, the application of which can help to minimize the stress caused by the need to suddenly switch from face-to-face to remote operation and vice versa.

Keywords: pandemic, COVID-19, psychological stress, frustration, coping strategy.

Пандемия COVID-19 внесла коррективы в привычный уклад жизни всех людей на планете. Каждая из сфер деятельности человека претерпела изменения, которые уже навсегда поменяют мироустройство в целом. Сфера образования не стала исключением. Из-за введенного карантина было принято решение ввести дистанционный формат обучения, а это в свою очередь означало тотальное изменение контекста работы: использование инструментов дистанционной работы, в том числе цифровых, коммуникация с учениками, коллегами и родителями учащихся, техническая и психологическая поддержка со стороны школы, изменения в распорядке дня, взаимодействие с собственной семьей.

Данный формат работы внёс значительные изменения в психоэмоциональном и физическом смысле. Сложнее стало отделять работу от личной жизни в условиях самоизоляции, изменённый распорядок дня, питание, сон, новый формат общения с близкими и друзьями (дистанционно, посредством цифровых средств), слабая физическая активность и так далее.

Испытавшие на себе все эти изменения, по большей части, восприняли их как угрозу психологическому благополучию и здоровью, и поэтому остро нуждаются в психологической поддержке.

Можно сказать, что основная масса людей в этом положении испытала на себе такое явление как фрустрация. В ситуации реальной угрозы удовлетворению той или иной потребности человека, она проявляется в ряде эмоциональных процессов, таких как разочарование, тревога, раздражение и даже отчаяние. Фрустрация зависит разных типов фрустраторов и ряд из них стали триггерами и для исследуемых нами участников образовательного процесса:

1. Лишение. В данном случае мы говорим о лишении сотрудников школы и учащихся привычного рабочего места и не только. Некоторые из них не имеют в домашних условиях тех же возможностей, что и в своих

кабинетах, соответственно — отсутствие нужных средств для достижения цели или удовлетворения потребности и другое.

2. Потери. К сожалению, заражение вирусом, в некоторых случаях, приводит к летальному исходу, поэтому смерть родного (внешняя потеря), так же является причиной фрустрации и иных, более тяжелых (с психологической точки зрения) состояний. Помимо внешних потерь, существуют еще внутренние, что может выражаться в потере авторитета в коллективе.

Важно отметить, что степень влияния фрустратора зависит от индивидуальных характеристик человека. Один и тот же фрустратор может вызвать у различных людей совершенно разные реакции⁹.

В контексте психоэмоциональных изменений за период самоизоляции невозможно не подчеркнуть и состояние стресса всевозможной степени у разных групп участников образовательного процесса. Как показано Лазарусом¹⁰, стресс — это дискомфорт, испытываемый человеком для эффективного реагирования на вызовы среды, при индивидуальном восприятии им недостаточности имеющихся и доступных ему ресурсов. Именно индивид оценивает ситуацию как стрессовую или нет. По Лазарусу и Фолкман, индивиды оценивают для себя величину потенциального стрессора, сопоставляя запросы среды с собственной оценкой ресурсов, которыми они владеют, чтобы справиться с этими самыми запросами¹¹.

Адаптация к стрессу (англ. coping, coping strategy) — это то, что делает человек, чтобы справиться со стрессом. Понятие объединяет когнитивные, эмоциональные и поведенческие стратегии, которые используются, чтобы совладать со стрессами, и в общем случае, с психологическими трудными ситуациями обыденной жизни. Близкое понятие, широко используемое и

⁹ Левитов Н.Д. Фрустрация как один из видов психических состояний // Вопросы психологии. — 1967. — № 6. — С. 118—129 (с сокращ.).

¹⁰ Lazarus, R.S. Emotion and Adaptation. — New York: Oxford University Press, 1991.

¹¹ Berg C.A., Meegan S. P., & Deviney P.P. A social-contextual model of coping with everyday problems across the lifespan (англ.) // International Journal of Behavioral Development (англ.)рус.. — 1998. — № 22(2). — P. 231—237.

глубоко разработанное в русской психологической школе, — переживание (преодоление неблагоприятных последствий стресса) (см. например, Ф. Е. Василюк¹²).

Если условно поделить участников образовательного процесса на педагогический состав, школьников и их родителей, то для каждого из них мы выделим факторы, которые усиливали стресс в период дистанционного обучения.

Так, у педагогического состава выделяются следующие факторы: отсутствие или недостаточность поддержки от школы; отсутствие подготовительной работы перед переходом на дистанционный режим обучения; отсутствие или недостаточность технической и информационной поддержки, а также невозможность получить психологическую помощь от коллег и руководства; существенно возросшая нагрузка на учителей, которая проявлялась как в необходимости искать новые средства преподавания и подготовки материалов с учетом дистанционного формата; увеличившийся объеме коммуникации с учениками и их родителями, в большом количестве домашних заданий для проверки; усиление нагрузки особенно отмечали учителя начальной школы и классные руководители, что, возможно, связано со спецификой их работы и возрастом детей, с которыми они работают¹³;

Судя по результатам интервью в рамках одного из исследований¹⁴, учителя используют разнообразные стратегии совладания со стрессом и уменьшения его последствия. Одна из них — поиск в происходящем позитивного смысла и/или новых возможностей, или позитивная переоценка, — пример эмоционально фокусированного копинга по Р. Лазарусу и С. Фолькман. Другим примером того же вида копинга является стратегия

¹² Василюк Ф. Е. Психология переживания. Анализ преодоления критических ситуаций. — М.: Издательство Московского университета, 1984. — 200 с.

¹³ Петракова А. В., Канонир Т. Н., Куликова А. А., Орел Е. А. (2021) Особенности психологического стресса у учителей в условиях дистанционного преподавания во время пандемии COVID-19 // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. № 1. С. 93-114. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2021-1-93-114>

агрессивного реагирования, когда учитель выделяет в сложившейся ситуации прежде всего негативные обстоятельства.

Хобби и физическая активность отвлекали учителей от трудностей, связанных с работой, помогали заряжаться энергией, что согласуется с данными о том, что физическая активность является одной из самых эффективных эмоционально фокусированных копинг-стратегий [Austin, Shah, Muncer, 2005]. Так же в данном исследовании эта стратегия имела двойное значение: часть респондентов говорили о взаимодействии с близкими, друзьями и коллегами как о приятном времяпрепровождении, компенсирующем негативные эмоции, вызванные карантином (эмоционально фокусированный копинг), при этом многие рассматривали общение как возможность получить необходимую информацию, справиться с новыми технологиями (проблемно ориентированный копинг).

В качестве позитивных копинг-стратегий были приняты, позитивная переоценка при невысокой частоте обращения к менее адекватным стратегиям - отрицания, избегания, обращения к психоактивным веществам, ухода в религию и самообвинению. При этом наиболее популярными стратегиями семейного преодоления стресса являлись открытые обсуждения сложившейся ситуации и поиск возможностей сделать ее более комфортной и приятной для членов семьи.

Самой уязвимой группой лиц в данном случае являются школьники. Они испытывают на себе взаимовлияние проблем семьи и проблем у их педагогов, помимо их личных. В совокупности они представлены следующим образом¹⁵: отсутствие обратной связи от учителей, следовательно, непрозрачная система оценивания и невозможность осмыслить ошибки; резкое снижение зрения; не способность учителей освоиться с новым форматом преподавания; не всегда благоприятная домашняя атмосфера, что сказывается на образовании; низкая мотивация и

¹⁵ Ольховая Т.А., Пояркова Е.В. Новые практики инженерного образования в условиях дистанционного обучения // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 8/9. С. 142-154.

самоорганизованность; определенные дисциплины не воспринимаются без контакта с учителем; перегруженность преподавателей; больше возможностей для списывания на контрольных работах.

Более того, для возрастных групп процесс обучения протекает по-разному. В начальной школе требуется более организованный процесс обучения, поскольку дети часто отвлекаются и не могут надолго сосредоточить внимание. Детям необходим эмоционально-психологический контакт с учителем, для этого необходимо приложить усилия и составить программу таким образом, чтобы детям было интересно и весело, тогда процесс обучения принесет результаты.

Описав факторы, провоцирующие среди участников образовательного процесса психологические трудности, мы приходим к выводу о том, что актуальный и грядущий пост-пандемийный периоды требуют от специалистов помогающих профессий особой, систематизированной, планомерной и комплексной работы в плане организации медико-психологической поддержки населению. Важно помнить, что, к сожалению, среди населения нашей страны культура получения психологической помощи и обращения за ней сформирована на крайне низком уровне, и именно поэтому в ситуации пандемии специалисты помогающих профессий должны приложить максимум усилий для создания условий, которые позволят сформировать этот здоровье-сберегающий навык¹⁶: построение программы психологической помощи работникам здравоохранения, разработка доступной системы коммуникации со специалистами помогающих профессий, программы реабилитации построение системы просветительской работы, организация системы информирования населения, внедрение системы профилактических мер, направленных на купирование признаков выученной беспомощности, on-line проекты по формированию

¹⁶ Волкова ОВ, Шестерня ПА. Стратегии и направления организации медико-психологической помощи в пост-пандемийный период. Сибирское медицинское обозрение. 2020;(3):5-10. DOI: 10.20333/2500136-2020-3-5-10

психологического иммунитета, организация курсов повышения квалификации сотрудников психологической службы, формирование каналов психологического консультирования.

Использованные источники:

1. Левитов Н.Д. Фрустрация как один из видов психических состояний // Вопросы психологии. — 1967. — № 6. — С. 118—129 (с сокращ.).
2. Lazarus, R.S. Emotion and Adaptation. — New York: Oxford University Press, 1991.
3. Berg C.A., Meegan S. P., & Deviney P.P. A social-contextual model of coping with everyday problems across the lifespan (англ.) // International Journal of Behavioral Development (англ.)рус.. — 1998. — № 22(2). — P. 231—237.
4. Василюк Ф. Е. Психология переживания. Анализ преодоления критических ситуаций. — М.: Издательство Московского университета, 1984. — 200 с.
5. Петракова А. В., Канонир Т. Н., Куликова А. А., Орел Е. А. (2021) Особенности психологического стресса у учителей в условиях дистанционного преподавания во время пандемии COVID-19 // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. № 1. С. 93-114. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2021-1-93-114>
6. Опекина Т.П., Шипова Н.С. Семья в период самоизоляции: стрессы, риски и возможности совладания // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2020. Т. 26, № 3. С. 121-128. DOI <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2020-26-3-121-128>.
7. Ольховая Т.А., Пояркова Е.В. Новые практики инженерного образования в условиях дистанционного обучения // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 8/9. С. 142-154.
8. Волкова ОВ, Шестерня ПА. Стратегии и направления организации медико-психологической помощи в пост-пандемийный период. Сибирское медицинское обозрение. 2020;(3):5-10. DOI: 10.20333/2500136-2020-3-5-10

Петросян С.Г.
студент магистратуры
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет
Атутюнян А.А., к.псих.н.
доцент
кафедра ССПП
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет
Костенко А.А., к.псих.н.
доцент
кафедра ССПП
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет
г. Армавир

**ЦИФРОВОЕ ПОРТФОЛИО КАК ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
ИНСТРУМЕНТ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И
ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

Аннотация: В данной статье рассматриваются преимущества цифровых портфолио для преподавателей, школьников и их семей. Раскрывается ключевая терминология. Рассматриваются 4 самых популярных типа блогфолио и способы их использования. Приводятся примеры веб-платформ, доступных для реализации проекта цифровое портфолио.

Ключевые слова: цифровое портфолио; блогфолио; веб-платформа.

Petrosyan S.G.

master student

FSBEI HE Armavir State Pedagogical University

Armavir

Atutyunyan A.A., Ph.D.

associate professor

department of SSPP

FSBEI HE Armavir State Pedagogical University

Armavir

Kostenko A.A., candidate of psychological sciences

associate professor

department of SSPP

DIGITAL PORTFOLIO AS A PEDAGOGICAL TOOL: METHODOLOGICAL PRINCIPLES AND ADVANTAGES OF USE

Abstract: This article examines the benefits of digital portfolios for teachers, students and their families. Key terminology is revealed. It covers the 4 most popular blog folio types and how to use them. Examples of web platforms available for the implementation of a digital portfolio project are given.

Key words: digital portfolio; blogfolios; web platform.

На сегодняшний день существует огромное количество педагогических инструментов для эффективной организации учебно-воспитательных процессов. Многие из них активно задействуют информационно-технический потенциал, позволяющий школьникам адаптироваться к меняющимся условиям, осваивать новые необходимые современности навыки. Стоит отметить, что не смотря на вполне привычное для современного школьника пользование ПК и интернета, есть не раскрывшие свою пользу и потенциал блог-платформы и социальные сети

как небольшая, но довольно внушительная часть этого глобального виртуального мира. Довольно сложно в сегодняшних реалиях встретить класс, где преподаватель ведет блог, а может и сами школьники, пишут заметки или делают фото и видео учебного процесса.

Подобное явление, на самом деле, существует, но пока на Западе. Оно получило название *Цифровое портфолио* и имеет следующие определения:

- новый вид портфолио в электронном формате;
- педагогический инструмент / платформа для учителя;
- интерактивный онлайн блог (Блогфолио¹⁷);

способствующий обучению, и в то же время он может стать важным компонентом самостоятельного / самомотивированного процесса для учащегося. Блоги зачастую используются в иноязычном обучении с целью улучшения чтения и письма на иностранном языке, увеличения вовлеченности в образовательный процесс, а также для предоставления возможности самовыражения и развития креативности у учащихся, развивают навыки, необходимые в современном мире (пользование ПК и программным обеспечением, быстрый поиск необходимой информации, создание необходимого интернет-контента, веб-дизайн и др.). [1]

С педагогической точки зрения, создание портфолио- это процесс, в ходе которого систематически и целенаправленно собираются работы, детали учебного процесса и достижения, созданные учениками. [4] Как правило, содержание электронного портфолио - это конспекты по различным темам, домашние задания, проекты и множество других работ, представленных в разнообразных форматах. В отличие от традиционного портфолио, файлы портфолио это не просто текст или рисунок, а еще аудио и видео, всевозможные графики, созданные школьниками или учителями с помощью программ. Цель такой коллекции - архивировать работы

¹⁷ блог в данном случае рассматривается как тип веб-сайта, который часто имеет несколько статических страниц и регулярно обновляется сообщениями, то есть название блогфолио в данном контексте равнозначно определению цифровое портфолио.

школьников, продемонстрировать успеваемость учащихся, а также возможность использования в дальнейшем как справочного материала. Электронное портфолио позволяет и родителям быть в курсе происходящего в школе, следить не просто за успеваемостью в плане оценок, но и за конкретными результатами своего ребенка, качеством выполнения работ и, в общем, дает возможность оценить вовлеченность ребенка в учебный процесс. Ещё одной важной составляющей блогфолио с педагогической точки зрения является возможность для школьников саморефлексировать. Это обеспечивает необходимый процесс самооценки, в некотором роде, часть "работы над ошибками", уже привычная российским школьникам, но в новом формате. Рефлексия - это не дополнение к процессу обучения, а важнейший компонент. Размышление о своем мышлении (метапознание), отражающее собственные когнитивные процессы, подчеркивает осознанность и ход нашего мышления как стратегии, помогающие нам учиться. [2]

Электронное портфолио можно использовать для вовлечения каждого ученика в процесс освоения школьной программы. Некоторым из них может быть трудно продемонстрировать свои истинные сильные стороны в рамках традиционных оценок, но они могут прекрасно выразить себя с помощью видео, музыки, искусства, устной речи, дизайна или творческого эссе - средств, которые легко встроить в цифровое портфолио.

Существует четыре основных типа или функций электронных портфолио в школах и высших учебных заведениях:

- Витрина или презентация: портфолио-витрина часто используется для демонстрации лучших достижений учащегося или свидетельств его обучения. Ученикам, как правило, предоставляется возможность решить, что опубликовать.

- Процесс или обучение: непрерывный учет знаний, цель которого состоит в том, чтобы запечатлеть процесс обучения.

- Оценка: портфолио оценивания используется для документирования того, что студент изучил, или демонстрации того, что он усвоил из элементов учебной программы.

- Гибридный: представляет собой комбинацию портфолио, состоящего из демонстрации, процесса и / или оценки.

Одним из основных решений при реализации программы цифрового портфолио будет платформа или программное обеспечение, которое будет использоваться. Доступно множество инструментов и платформ, позволяющих учащимся публиковать материалы в Интернете. Например, на Западе активно используют для этих целей WordPress - веб сайт, сферой применения которой является блоги, новостные ресурсы и т.д. Он адаптирован для русскоязычных пользователей и доступен каждому, хоть и не очень популярен в России. Независимо от выбора конкретного класса, есть наиболее важные моменты, которые следует учитывать, включают при отборе веб-сайтов: возможность экспорта данных - могут ли студенты легко загрузить и взять с собой свой контент после окончания учебы или отъезда? ; аутентичный опыт - смогут ли навыки, полученные для использования инструмента передачи, использоваться вне программы портфолио?; пространство для самовыражения - все ли портфолио выглядят одинаково? Могут ли студенты персонализировать и сделать пространство своим?; интеграция - упрощает ли платформа вход в систему и хорошо ли она сочетается с вашей системой управления обучением?; инструменты управления - что доступно? Это включает в себя привлечение новых пользователей, создание новых сайтов, мониторинг портфолио и предоставление обратной связи. [3]

В России есть свой топ веб-сайтов, пользующихся популярностью, которые могут стать платформой для создания блогфолио. Они отвечают вышеперечисленным требованиям, хоть и не используются сейчас в качестве

школьных блогфوليو: YouTube; Instagram; Вконтакте; Facebook; TikTok; Одноклассники.

Важно так же отметить, что каждая из вышеперечисленных социальных сетей направлена на определенный формат контента. Так, с помощью YouTube и TikTok возможно создание видео-блога, так как другой формат на этих платформах невозможен, а на остальных могут присутствовать работы любых форматов: тексты, картинки, фото и видео, графики и прочее.

У современного преподавателя очень много обязанностей и грамотно оформленное электронное портфолио может помочь облегчить работу с классом. Может быть сложно организовать и отслеживать работу учащихся, одновременно оценивая их прогресс с течением времени. Цифровое портфолио позволяет как школьнику и его педагогам, так и его родителям измерять прогресс с течением времени. Цифровые портфолио могут помочь сделать усилия преподавателей и школьников более заметными для всех. Индивидуальные электронные портфолио могут быть подобны виртуальным окнам в класс, а семьи могут быть в курсе обучения и успеваемости учащихся.

Использованные источники:

1. Ananyeva, M. (2014). "Blogfolios" and their role in the development of research projects in an advanced academic literacy class for ESL students. Boston : Springer US.
2. Blogfolios: The Glue that Can Hold it All Together in Learning [Электронный ресурс] / Режим доступа [http://langwitches.org/blog/2016/10/03/blogfolios-the-glue-that-can-hold-it-all-together-in-learning/] (дата обращения: 28.03.2021)
3. Burt R. , Morris K. "The Complete Guide To Student Digital Portfolios" [Электронный ресурс] / Режим доступа : https://campuspress.com/student-digital-portfolios-guide (дата обращения: 28.03.2021)

4. Hsien Tang Lin, Tsai-Hsing Kuo and Shyan-Ming Yuan, 2007. A Web-Based Learning Portfolio Framework Built on Blog Services. *Information Technology Journal*, 6: 858-864.

Оглавление

Александрова Т.Я., РАЗВИТИЕ SMM-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	3
Васильева В.Д., «ЗЕЛЕНАЯ» ЛОГИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ	13
Винокуров А.О., Кещян Н.А., ИЗМЕНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА В РОССИИ ВО ВРЕМЯ КОРОНОВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ. ТУРИЗМ СЕГОДНЯ	19
Громак Л.Н., КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ	28
Ермакова О.В., ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ В КАЧЕСТВЕ ФАКТОРА ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ЕЁ БЕЗОПАСНОСТИ.....	34
Ибрагимова А.Х., БУХГАЛТЕРСКИЕ ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ ФИРМЫ.....	41
Карпченко Ю.В., ПОНЯТИЕ МАРКЕТИНГА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	48
Карпченко Ю.В., ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ	53
Карякина М.П., ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИАГНОСТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	57
Кузнецова Ю.Н., ОТТОК КАПИТАЛА КАК УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ.....	64
Леонов А.В., АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ ПРОТИВ ЗДОРОВЬЯ И МЕРЫ ПРОФИЛАКТИКИ ЭТИХ СОСТАВОВ.....	69
Манцевич И.В., ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	76
Петросян С.Г., Агутюнян А.А., Костенко А.А., ПСИХОЛОГО- ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19	83
Петросян С.Г., Агутюнян А.А., Костенко А.А., ЦИФРОВОЕ ПОРТФОЛИО КАК ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	91

Научное издание

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Материалы V международной
научно-практической конференции
8 декабря 2021

Статьи публикуются в авторской редакции
Ответственный редактор Зарайский А.А.
Компьютерная верстка Чернышова О.А.