



КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ
ФГБОУ ВО
"РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА"

**СФЕРА УСЛУГ:
ИННОВАЦИИ И КАЧЕСТВО**

**SERVICES SECTOR:
INNOVATION AND QUALITY**

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



Сфера услуг: инновации и качество

Services sector: innovation and quality

№ 53, 2021

Научно-практический журнал

Периодичность – 6 раз в год

Доступ к электронной версии <http://journal.kfrgteu.ru>

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Эл № ФС77-80740

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Издатель:

Краснодарский филиал ФГБОУ ВО "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Главный редактор:

Г.Л. Авагян, доктор экономических наук, профессор

Зам. главного редактора:

Е.О. Горецкая, доктор экономических наук, профессор

Редакционный совет:

Р.Л. Агабекян, доктор экономических наук, профессор

Г.Л. Баяндурян, доктор экономических наук, профессор

Е.Н. Белкина, доктор экономических наук, доцент

В.В. Бондаренко, доктор экономических наук, доцент

Л.А. Воронина, доктор экономических наук, профессор

А.А. Воронов, доктор экономических наук, доцент

Е.В. Горшенина, доктор экономических наук, профессор

Т.А. Джум, кандидат технических наук, доцент

А.В. Петровская, кандидат экономических наук, доцент

А.З. Рысьмятов, доктор экономических наук, профессор

Т.П. Хохлова, кандидат экономических наук, доцент

З.А. Шарудина, кандидат экономических наук, доцент

Верстка: С.И. Холодионова

Корректор: А.С. Гимадеева

Редакция журнала: 350002 Краснодар, ул. Садовая, 23, телефон/факс (861) 201-10-71

Адрес в Internet: [http:// journal.kfrgteu.ru/](http://journal.kfrgteu.ru/) e-mail: reakf_publicaciya@mail.ru

© РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

©Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

Возрастные ограничения: 16+

Статьи рецензируются

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Сфера услуг: инновации и качество», допускается только с письменного разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Александров С.Г., Кравцова П.В. Организация занятий физической культурой со студентами в условиях распространения новой коронавирусной инфекции.....	4
2. Бондаренко В.В., Еремеева А.М. Анализ зарубежного опыта цифровизации государственного и муниципального управления в условиях глобализации мировой экономики.....	14
3. Бондаренко В.В., Колесник А.В., Остапенко С.С. Сравнительный анализ потребительской корзины России с зарубежными странами.....	26
4. Бондаренко В.В., Чирков Д.А. Анализ текущего состояния банковского сектора Краснодарского края в условиях «коронавирусного кризиса».....	41
5. Денисова Н.И., Бринева Д.А., Штезель А.Ю. Внедрение прогрессивных технологий в торговом обслуживании покупателей.....	53
6. Денисова Н.И., Гончарова Д.В., Штезель А.Ю. Цепочка поставок и управление запасами в сетевой структуре ИКЕА.....	65
7. Денисова Н.И., Штезель А.Ю., Штезель А.Э. Тренды рынка DIY в сети «Леруа Мерлен».....	75
8. Джум Т.А., Тамова М.Ю., Ксёэнз М.В. Дифференцированное обслуживание как возможность привлечения и удержания гостей в предприятии питания.....	84
9. Дудченко А.В., Григорян Ж.Г., Спрожницкая Е.Н. Сравнительный анализ права наследования по завещанию в РФ с иностранными государствами.....	94
10. Дудченко А.В., Нам Т.А. Тенденции развития электронных платежных инструментов, используемых в банковской деятельности в зарубежных странах.....	105
11. Дудченко А.В., Скакунова А.В. Благотворительность как социально-экономический феномен.....	114
12. Ермакова Ю.С., Кравцова П.В. Анализ бюджета Краснодарского края в 2020 году и на плановый период.....	124
13. Пантелеева О.Б., Деляев Г.В., Поляновская С.В., Чуприянов Н.Е. Математические методы при расчетах в банковских операциях.....	134
14. Штезель А.Ю., Денисова Н.И., Дудукчян А.А. Новые технологии в ритейле меняют ожидания покупателей.....	142
15. Штезель А.Ю., Денисова Н.И., Козырь М.А. Новейшие технологии в розничной торговле и проблемы их внедрения.....	150

УДК 796.011

*Александров С.Г.,**к.пед.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Кравцова П.В.,**обучающаяся на очной форме обучения, по направлению подготовки «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАНЯТИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ СО СТУДЕНТАМИ В УСЛОВИЯХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ****ORGANIZATION OF PHYSICAL EDUCATION CLASSES WITH STUDENTS IN THE CONTEXT OF A NEW CORONAVIRUS INFECTION**

Аннотация. Данная статья посвящена решению проблемы проведения занятий по физической культуре в ВУЗах во время тяжелой эпидемиологической обстановки, вызванной вирусом COVID-19. В статье объясняются алгоритм и процедура проведения данных занятий как в стандартной ситуации, так и во время пандемии.

Приводятся способы проведения учебных пар по физической культуре в режиме дистанционного обучения, предлагаются методы контроля за физическим состоянием студентов во время самоизоляции. Также в статье изложены рекомендации по проведению очных занятий на спортивных стадионах и в залах, соответствующие требованиям безопасности в период распространения коронавирусной инфекции.

Abstract: This article is devoted to the problem of conducting physical education classes in universities during a severe epidemiological situation caused by the COVID-19 virus. The article explains the need to conduct these classes both during normal times and during the pandemic. Methods of conducting training pairs on physical culture in the distance learning mode are given, methods of monitoring the physical condition of students during self-isolation are proposed. The article also contains recommendations for conducting face-to-face classes at sports stadiums and in halls that meet the safety requirements during the spread of coronavirus infection.

Ключевые слова: физическая культура, здоровье, пандемия, вирус COVID-19, физическое воспитание, студенты, проведение занятий.

Keywords: physical education, health, pandemic, COVID-19 virus, physical education of students, conducting classes.

Результаты исследования и их обсуждение. Физическая культура — это область социальной деятельности, направленная на сохранение и укрепление здоровья человека в процессе осознанной двигательной активности. Это часть культуры, представляющая собой совокупность ценностей и знаний, создаваемых и используемых обществом в целях физического и интеллектуального развития способностей человека, совершенствования его двигательной активности и формирования здорового образа жизни, социальной адаптации путём физического воспитания, физической подготовки и физического развития [4, 5, 6, 16].

Занятия физической культурой предельно важны в современном мире, и для студентов спортивные нагрузки являются необходимыми. Студенты присутствуют примерно на 3-4 парах в день, длительность которых полтора часа, и это составляет порядка 6 часов в день [7]. Такое количество времени студенты сидят без движения, затем они едут домой, снова садятся за домашнее задание, их глаза почти непрерывно смотрят на экраны всевозможных гаджетов, а постоянная спешка не дает принимать вовремя пищу, в качестве которой, порой, тоже можно усомниться.

Таким образом, большинство студентов ведет малоподвижный, нездоровый образ жизни, что приводит к дефициту двигательной активности, который может негативно влиять на кардио-респираторную систему организма, опорно-двигательный аппарат, сердечно-сосудистую систему, и в целом на физическое состояние человека. Недостаточная физическая активность, даже у молодого организма, может вызывать серьезные заболевания, такие как ожирение, остеохондроз, сколиоз, бессонница, диабет [9, 12].

Как известно, организм представляет из себя целостную структуру, следовательно, малая подвижность влечет за собой ослабление всего организма [8, 10]. В настоящее время число студентов с разнообразными заболеваниями растёт, так что снижение двигательной активности является актуальной проблемой. Многие студенты ведут малоподвижный образ жизни, что приводит к дефициту двигательной активности. Те двигательные действия, которые они выполняют в течение дня, восполняют лишь незначительную долю двигательной активности, а ведь от уровня двигательной активности напрямую зависит состояние здоровья, физического развития и физической подготовленности. Двигательная активность оказывает воздействие на все системы организма, совершенствуя их функции и повышая адаптационные возможности, как отдельных систем, так и всего организма в целом.

Таким образом, студентам просто необходима спортивно-активная нагрузка, во время которой они могут и психологически отдохнуть от учебы, и усовершенствовать свое

физическое состояние. Физическая деятельность является одним из эффективных средств повышения работоспособности студентов в учебном процессе и их общественной активности [15].

В подавляющем большинстве высших учебных заведений Российской Федерации, а также зарубежных стран, предусматриваются занятия физической культурой. Студенты разных факультетов, направлений и специальностей посещают пары по физической культуре и занимаются там спортивными активностями, например, играют в подвижные игры (футбол, баскетбол, волейбол, бадминтон), бегают на различные дистанции, выполняют физические упражнения, занимаются йогой и фитнесом, а также сдают различные спортивные нормативы.

Такая система спортивной подготовки студентов достаточно эффективна и позволяет поддерживать здоровье и физическое состояние учеников ВУЗов в удовлетворительном состоянии. Но, когда эпидемиологические условия не позволяют проводить занятия физической культурой у студентов в прежнем формате, ставится вопрос об изменении формы занятий, чтобы они отвечали стандартам безопасности и были все такими же эффективными.

С момента своего возникновения пандемия COVID-19 распространилась почти на все страны мира. Меры по дистанцированию, закрытие школ и вузов, «затухание» общественной жизни стали следствием сдерживания распространения болезни, нарушили многие аспекты общественной жизни, включая спорт и двигательную активность.

Пандемия COVID-19 — текущая пандемия коронавирусной инфекции, вызванная коронавирусом SARS-CoV-2. По состоянию на 15 февраля 2021 года, в ходе пандемии было зарегистрировано свыше 109 млн случаев заболевания по всему миру; более 2,4 млн человек скончалось и более 81,5 млн выздоровело [13].

Глобальная вспышка COVID-19 привела к закрытию спортивных залов, стадионов, бассейнов, танцевальных и фитнес-студий, физиотерапевтических центров, парков и спортплощадок. Поэтому студенческая молодежь не может активно участвовать в регулярной активной двигательной деятельности. В таких условиях большинство студентов физически менее активны, больше времени проводят в соцсетях, за компьютером, нарушают режим сна. Все это приводит к увеличению веса, ухудшению тонуса мышц, потере физической формы. Существуют опасения, что в условиях пандемии отсутствие доступа к регулярным занятиям физическим упражнениям может привести к нарушениям у молодежи

иммунной системы и физического здоровья, к возникновению или обострению хронических заболеваний, которые усиливаются при малоподвижном образе жизни.

Отсутствие доступа к полноценным занятиям физкультурой и спортом также может иметь негативные последствия для психического здоровья молодого населения. В условиях изоляции от сложившейся социальной жизни многие люди могут испытывать стресс или тревогу. Возможная потеря членов семьи, близких людей или друзей от вируса, а также влияние вируса на экономическое благополучие усугубляют эти последствия.

В создавшихся условиях невозможно полностью контролировать физическое воспитание студентов университета, но занятия по физической культуре останавливать нельзя, поэтому необходимо разработать систему занятий в дистанционном формате.

В режиме дистанционной учебы студентам необходимо разъяснить всю необходимость физической активности, а особенно в условиях карантина, когда привычные прогулки, поездки, тренировки в спортивных залах и занятия на свежем воздухе находятся под запретом. Для поддержания активности студентов, их нужно обеспечить списком физических упражнений, которые можно выполнять в ограниченном пространстве, в квартире, и без специальных тренировочных снарядов (без гантелей, штанг, скакалок, фитнес резинок и т.д.), а также с альтернативными приспособлениями, например, бутылками с водой вместо гантелей [1].

Очень эффективным упражнением для занятий в условиях изоляции является «бёрпи». Оно представляет собой комбинацию из трех действий: планка, отжимания, подъем, прыжки. Данный комплекс позволяет нагружать все основные мышцы тела с одинаковой эффективностью. «Бёрпи» прекрасно сжигает калории, а, следовательно, не позволяет образовываться лишним жировым отложениям [11].

К эффективным и достаточно несложным упражнениям для домашних тренировок также можно отнести следующие:

- бег на месте (стандартный, с высоким подниманием колен, с захлестом голени);
- приседания (с дополнительным весом либо без него);
- приседания с отведением ноги в сторону на подъеме;
- приседания с выпрыгиванием;
- махи ногами (из положения лежа на боку и стоя, опираясь на стену);
- отжимания (стандартные, с колен, от стены);
- планка (на вытянутых либо согнутых в локтях руках);

- выпады (можно выполнять с дополнительным весом);
- разведение рук в стороны с бутылками воды;
- подъемы туловища из положения лежа (накачивание прессы).

Комплекс из упражнений для большей эффективности следует выполнять по 3-4 подхода длительностью около 1 минуты, но студент должен контролировать свое состояние во время тренировки и самостоятельно подбирать интенсивность и длительность выполнения упражнений, исходя из своих физических возможностей.

Также в режиме удаленной учебы студентам не следует забывать о правильной осанке и здоровье глаз, так как из-за длительного нахождения за компьютером зрение может ухудшиться. Необходимо соблюдать режим работы и отдыха - желательно устраивать перерывы каждые 40 минут работы – вставать из-за стола, делать небольшую физическую разминку, пить воду.

Еще одной формой проведения дистанционных занятий физической культурой могут быть занятия в виде видеоконференций на таких платформах, как «Zoom», «Skype», «Microsoft Teams», «Google Meet», «Яндекс Телемост». Такие занятия возможны в двух форматах – теоретическом и практическим.

Теоретический формат занятий предполагает рассказ преподавателя студентам различных аспектов и разделов физической культуры, исторических фактов и значимых событий в мире спорта. Такой формат увеличит кругозор учеников и более близко познакомит их с дисциплиной.

Практический формат онлайн занятий физической культурой состоит в последовательных указаниях преподавателя совершить определенные физические упражнения, после чего студенты выполняют озвученные задания. У обучающихся должны быть включены видеокамеры в прямом эфире и направлены так, чтобы студента было хорошо видно. Преподаватель проследит за правильностью техники выполнения упражнения и подскажет, если что-то не так. Такие занятия помогут студентам оставаться в здоровой физической форме во время карантина, а преподавателю позволят убедиться в действительном выполнении студентами заданий.

Еще одной формой контроля за физическим состоянием обучающихся во время карантина может являться дневник самоконтроля, который студент периодически должен высылать преподавателю по физической культуре. Такой дневник заполняется каждый день и содержит в себе следующие пункты:

- самочувствие (хорошее/ удовлетворительное/ болезненное);
- настроение (веселое/ нормальное/ грустное/ депрессивное);
- сон (часов);
- работоспособность (высокая/ средняя/ низкая);
- болевые ощущения (есть/ нет);
- желание заниматься физическими упражнениями (есть/ нет);
- частота пульса в 1 мин (уд/мин): утром после сна в положении лежа, до занятий физическими упражнениями, сразу же после окончания занятий, через 5 мин после окончания занятий;
- температура тела утром и вечером (°C);
- масса тела (кг)
- тренировочные нагрузки;

Благодаря такому дневнику, преподаватель может проследить за самочувствием и состоянием своих учеников и вовремя заметить какие-либо аномалии, если таковые присутствуют.

В настоящее время, в большинстве вузов страны, занятия по физической культуре у студентов проводятся в очном формате. Студенты посещают спортивные стадионы и залы, и там занимаются спортом под руководством своих преподавателей. Но такие занятия, при неправильном их проведении в период пандемии коронавирусной инфекции, могут быть небезопасны и для студентов, и для преподавателей. Пары по физической культуре могут нести в себе угрозы здоровью. Причин тому несколько:

- большое скопление студентов, некоторые из которых могут являться переносчиками вируса COVID-19 и не иметь выраженных симптомов;
- в замкнутом помещении (в спортивном зале) вирус распространяется достаточно быстро;
- на спортивных снарядах и приспособлениях, таких как штанги, гантели, коврики для йоги, скамейки, беговые дорожки, может оседать инфекция и заражать спортсменов;
- мячи, скакалки также могут быть переносчиками вируса COVID-19;
- одновременное нахождение большого числа студентов в раздевалке может привести к распространению инфекции.

Стандартный способ защиты от коронавируса в многолюдных местах – ношение масок – невозможен при занятиях физической культурой, так как студентам при спортивных

нагрузках необходимо глубоко и усиленно дышать. Но можно предложить и другие методы защиты от страшного вируса во время пар по физической культуре:

- обеспечение проведения занятий с учетом разобщения по времени разных учебных групп;
- Измерение температуры тела студентов бесконтактным способом перед входом на стадион или в спортивный зал и расспрашивание об их самочувствии;
- Запрет посещения занятий студентами с выраженными симптомами болезни (повышенная температура тела, насморк, кашель и т.д.);
- Деление студентов на группы по 4-6 человек, в составе которых они будут заходить в раздевалки;
- Построение студентов во время разминки в шахматном порядке и на расстоянии не менее 1,5 метра друг от друга;
- Во время бега каждый студент должен занимать свою беговую дорожку и бежать в отдалении от других;
- Спортивные и подвижные игры стоит отменить, кроме тех, во время которых возможно соблюдать безопасную дистанцию между студентами;
- Спортивные снаряды и оборудование следует выдавать каждому студенту по одному, а также следить, чтобы студенты ими не менялись и не путали;
- После каждой группы студентов, по окончании пары, следует дезинфицировать все спортивные снаряды;
- По возможности, каждый студент может сам принести себе спортивное снаряжение (мяч, скакалку, гантели), а затем забрать его домой;
- Желательно проводить занятия по физической культуре на свежем воздухе, но, если это невозможно, необходимо регулярно проветривать спортивный зал [14].

Таким образом, сделать занятия физической культурой для студентов в период распространения новой коронавирусной инфекции безопасными, но в то же время эффективными, вполне возможно, если соблюдать правила и рекомендации медицинских работников и Роспотребнадзора.

«Ковидная пандемия» принесла множество трудностей в самые разные области общественной жизни. Вместе с тем, соблюдая принципы физического воспитания, такие как постепенность, регулярность, систематичность, последовательность и индивидуализация, применяя современные интерактивные образовательные технологии молодежь сможет

обеспечить себе крепкое физическое здоровье и наполнить себя энергией и силами для активной и интересной студенческой жизни.

Также для привлечения студентов к активной жизни необходимо развивать больше секций по интересам, подбирать ряд упражнений для людей с противопоказаниями, внедрять оздоровительные методики, такие как пилатес, йога, тогда здоровье и физическое состояние студентов будет наиболее крепким [1, 2, 3].

Список использованной литературы:

1. Александров С.Г., Белинский Д.В. Физическая культура и спорт. Сборник лекций. Ч. 2: Учебно-методическое пособие / С.Г. Александров, Д.В. Белинский. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. – 207 с.

2. Александров С.Г. Физическое воспитание студентов вузов с ориентацией на использование традиционных казачьих средств подготовки // Актуальные проблемы современной науки: Материалы VII Международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. - С. 280-282.

3. Александров С.Г., Белинский Д.В. Повышение уровня силовой подготовленности студентов на основе применения изотонических и изометрических физических упражнений // Бизнес. Образование. Право. -2021. - № 1 (54). - С. 418-421.

4. Александров С.Г., Белинский Д.В., Шамсутдинова Л.Н. О формировании стратегии физкультурного воспитания российского студенчества // Россия и мировое сообщество: Проблемы демографии, экологии и здоровья населения: Сб. статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2019. - С. 14-17.

5. Александров С.Г., Дудникова С.Ю. Отношение студентов к физической культуре и спорту: социологический анализ // Наука и образование: Актуальные вопросы, проблемы теории и практики: Сб. научных трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 67-70.

6. Александров С.Г., Киселева Е.А. Влияние образа жизни на здоровье студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова): Социально-педагогическое исследование // Социально-экономическое развитие России: Актуальные подходы и перспективные решения IV Международная научно-практическая конференция

преподавателей и студентов: Сб. научных трудов преподавателей. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 6-13.

7. Александров С.Г., Проскурякова И.П. Теоретико-методические основания организации физического воспитания и здоровьесбережения студентов вуза // Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. - № 44. - С. 4-8.

8. Александров С.Г., Скакунова А.В. К вопросу об особенностях рациона питания студентов вуза // Наука и образование: Актуальные вопросы, проблемы теории и практики: Сб. научных трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2020. - С. 71-75.

9. Александров С.Г., Третьяк В.В. Отношение студентов ККИ (филиала) РУК к вредным привычкам и зависимостям: социально-педагогическое исследование // Инновационные технологии - инновационной экономике. Материалы V международной научно-практической конференции преподавателей и студентов. – Краснодар: Краснодарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2016. - С. 256-260.

10. Александров С.Г., Щекинов В.А. К вопросу о формировании культуры здорового питания у студентов (на примере Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова) // Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: Проблемы теории и практики: Сб. научных трудов Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции. – Краснодар: КФ РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. - С. 137-146.

11. Балвочюс Миндаугас. Проблемы занятий физической культурой в условиях самоизоляции / Миндаугас Балвочюс, А. С. Машичев // Молодой ученый. — 2020. — № 21 (311). — С. 230-232. — URL: <https://moluch.ru/archive/311/70493/> (дата обращения: 06.03.2021).

12. Зыкун Ж. А. Значимость физической культуры для студентов в современном мире / Ж. А. Зыкун, А. И. Конон // Молодой ученый. — 2018. — № 46 (232). — С. 412-415. — URL: <https://moluch.ru/archive/232/53860/> (дата обращения: 28.02.2021).

13. Пандемия COVID-19 [Электронный ресурс] /Википедия. –2021. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пандемия_COVID-19 (дата обращения 28.02.2021).

14. Рекомендации по профилактике новой коронавирусной инфекции (COVID-19) в образовательных организациях высшего образования (с изменениями на 11 февраля 2021

года) [Электронный ресурс] /Кодекс. –2021. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/565438849> (дата обращения 06.03.2021).

15. Роль физической культуры в жизни студентов [Электронный ресурс] /Фундаментальные исследования. –2005-2021. – Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=6560> (дата обращения 03.03.2021).

16. Физическая культура [Электронный ресурс] /Википедия. –2020. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Физическая_культура (дата обращения 28.02. 2021).

УДК 338.242.2

Бондаренко В.В.,
д.э.н., профессор
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Еремеева А.М.
магистрант
направленность (профиль) программы
Мировая экономика и международный бизнес
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

**АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ЦИФРОВИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И
МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**ANALYSIS OF FOREIGN EXPERIENCE IN DIGITALIZATION OF STATE AND
MUNICIPAL GOVERNANCE IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF THE
WORLD ECONOMY**

Аннотация. Анализ зарубежной практики использования цифровых технологий при планировании, мониторинге и оценке управленческих решений и государственной политики позволил сформулировать предложения по приоритетным направлениям применения цифровых технологий в рамках дальнейшего освоения принципов и процедур государственного и муниципального управления в условиях глобализации мировой экономики. Более того, мировой опыт показывает, что цифровая трансформация государственного и муниципального управления, вопреки утверждению некоторых авторов, не является альтернативой государственному управлению по результатам как концепции. Использование цифровых технологий позволяет решить многие проблемы, выявленные в прошлом при внедрении механизмов и инструментов управления. В частности, цифровые технологии в ряде стран позволяют минимизировать временной лаг между достижением результатов и появлением данных об их достижении; значительно увеличить количество источников данных и показателей, которые могут быть использованы для планирования, мониторинга и оценки результативности и эффективности деятельности органов власти; снизить риск умышленного искажения отчетных данных.

Abstract. The analysis of foreign practice of using digital technologies in the planning, monitoring and evaluation of management decisions and public policy allowed us to formulate

proposals on priority areas for the use of digital technologies in the framework of further development of the principles and procedures of state and municipal management in the context of the globalization of the world economy. Moreover, the world experience shows, that the digital transformation of public and municipal administration, contrary to the claim of some authors, is not an alternative to public management by results as a concept. The use of digital technologies allows us to solve many problems identified in the past when implementing management mechanisms and tools. In particular, digital technologies in a number of countries help to minimize the time lag between the achievement of results and the availability of data on their achievement; significantly increase the number of data sources and indicators that can be used for planning, monitoring and evaluating the effectiveness and efficiency of government activities; reduce the risk of intentional misrepresentation of reporting data.

Ключевые слова: государственное управление; цифровизация; мониторинг; оценка; планирование; результативность; цифровая трансформация; эффективность; глобализация мировой экономики.

Keywords: public administration; digitalization; monitoring; evaluation; planning; effectiveness; digital transformation; efficiency; globalization of the world economy.

До настоящего времени понятия «цифровая трансформация» и «цифровизация» не получили однозначного определения. В широком смысле под цифровой трансформацией в условиях глобализации мировой экономики понимаются изменения всех аспектов общества, связанные с применением цифровых технологий (Stolterman & Croon Fors, 2004). Цифровая трансформация рассматривается как ключевой тренд, характерный для различных отраслей и секторов экономики и социальной сферы (Gray & Rumpe, 2017). Стратегии цифровой трансформации часто направлены на изменение продукции, процессов, организации деятельности (в том числе управления) на основе применения инновационных технологий (Matt et al., 2015), а также на создание новых возможностей для взаимодействия с потребителями и удовлетворения их потребностей (Bergman, 2012).

В Рекомендации ОЭСР 2014 г. по разработке стратегий цифрового правительства феномен цифровой трансформации в государственном и муниципальном управлении рассматривается как переход от «электронного правительства» к «цифровому правительству», от использования технологий для поддержки процессов в органах власти к использованию технологий для формирования результатов государственного управления

(OECD, 2014). Цифровое правительство при таком подходе основывается на экосистеме, в состав которой входят как органы государственного управления, так и негосударственные организации, бизнес, ассоциации граждан и граждане, предоставляющие производство и доступ к данным, услугам и контенту на основе взаимодействия с государством [1].

Цифровые технологии предоставляют широкие возможности для трансформации государственного и муниципального управления, при этом на каждом новом этапе их развития («оцифровка» процессов, электронное правительство, цифровое правительство) происходят значительные изменения как в использовании тех или иных технологий, так и в организации деятельности органов государственной власти, во взаимодействии граждан и государственных органов. Если на первом этапе информационные технологии являются по сути инструментом для реализации тех или иных реформ государственного управления (при наличии, в принципе, иных инструментов решения выявленных проблем), на этапе цифровой трансформации цифровые технологии интегрируются в процесс выработки политики, создают возможности для реализации различных вариантов государственной политики, которые не могут быть внедрены без использования технологий.

Если на более ранних этапах технологии позволяли провести оптимизацию и автоматизацию существующих административных процедур (часто на основе стандартизации процедур), то на этапе цифрового правительства технологии рассматриваются как возможность реализации услуг, создания благ, адаптированных по составу и порядку предоставления к индивидуальным потребностям граждан, что повышает качество оказания государственных услуг и общественных благ, их общественную ценность (Bannister & Connolly, 2014). От улучшения (совершенствования, оптимизации) внутренних административных процессов государства переходят к их трансформации, значимому преобразованию, в том числе на основе внедрения межведомственных, «платформенных» решений для оказания государственных услуг, осуществления контрольно-надзорных функций (Janssen & Estevez, 2013) [7].

Ниже рассмотрим отдельные примеры использования цифровых технологий при планировании, мониторинге и оценке результатов, достигаемых органами государственной власти, в практике зарубежных стран.

Одной из ведущих стран в сфере цифровой экономики является Великобритания, где с 2017 г. реализуется Программа трансформации правительства до 2020 г., целями которой являются:

-обеспечение предоставления цифровых услуг мирового уровня и полная трансформация административных процессов и процедур с целью повышения их эффективности;

-развитие необходимых навыков и культуры среди граждан и политического руководства, а также государственной политики, позволяющей оказывать услуги в условиях развивающейся среды, с акцентом на достижение оптимальных конечных результатов для граждан;

-совершенствование инструментов и процессов, позволяющих увеличивать результативность деятельности государственных служащих, включая использование новых методов управления, краудсорсинга, повышение технической оснащенности рабочих мест, бизнес-кейсы, процедуры управления кадрами, использование общих технологий в государственном секторе и развитие цифровых инструментов для государственных служащих;

-расширение использования данных - не только для целей обеспечения прозрачности, но и с целью поддержки цифровой трансформации в органах власти и в частном секторе;

-создание, поддержка и расширение использования общих платформ и возможностей для ускорения трансформации, в том числе использование общих шаблонов, компонентов, установление открытых стандартов Government, 2017) [2].

Примером использования цифровых технологий при планировании результатов (на этапе выработки государственной политики) является внедренная в Великобритании онлайн-платформа Predictiv (<https://www.predictiv.co.uk>), позволяющая проводить поведенческие эксперименты в режиме реального времени. Данная платформа позволяет государственным органам апробировать новые меры государственного регулирования с использованием рандомизированных контролируемых испытаний с участием граждан в онлайн-режиме и проверять, как именно реализуются меры регулирования и иные меры государственной политики в реальной жизни. В частности, платформа Predictiv может быть использована для:

-проверки степени понимания мер регулирования его адресатами;

-оценки ожидаемой результативности новых подходов;

-выбора между несколькими вариантами государственной политики. Проведение рандомизированных контролируемых испытаний занимает 1-2 недели и позволяет органам власти получить ответы на вопросы, на которые прежде требовались годы исследований.

Платформа Predictiv повышает доступность экспериментальных методов предиктивной аналитики для государственных и муниципальных органов власти и, возможно, приведет к смене культуры выработки государственной политики и регулирования.

В целом, цифровые платформы, позволяющие учитывать отношение адресатов регулирования к вырабатываемой политике практически в режиме реального времени, отражают более системные изменения в процессе выполнения государственной функции данного типа: в недалеком будущем возможно появление такого цифрового правительства, при котором органы смогут рассматривать выработку государственной политики (регулирование) как итерационный процесс, позволяющий апробировать и изменять регулирование «в режиме реального времени».

Развитие аналитических инструментов, связанных с использованием «больших данных», позволяет существенно повысить качество прогнозирования политических и экономических процессов, что расширяет управленческие возможности государства в цифровую эпоху в условиях тотальной глобализации мировой экономики. Так, в США с 2012 г. реализуется инициатива, направленная на изучение и внедрение в деятельность органов государственной власти методов обработки «больших данных». [3]. При этом в качестве исходных источников таких данных рассматриваются самые разные сферы – от интеллектуальных счетчиков в системе жилищно-коммунального хозяйства до агрегированных данных хозяйствующих субъектов, обмен которыми производится на основе межмашинного взаимодействия. Исходя из проведенных исследований, в отдельных сферах были сформулированы алгоритмы реакции на результаты анализа «больших данных». Например, Комиссия по ценным бумагам и биржам США использует подобные алгоритмы для выявления и пресечения аномальной торговой активности при проведении торгов на фондовых биржах, что позволяет снизить риски мошенничества в финансовой сфере. Применение основанной на больших данных аналитики в Федеральном агентстве жилья США позволяет «прогнозировать колебания процентных ставок, строить различные модели поддержания приемлемого уровня рентабельности капитала, активов и инвестиций в управляемых им фондах, а также прогнозировать их будущие денежные потоки. В части, в целях технического применения алгоритмов работы с большими данными в США особое внимание было уделено разработке программно-аналитических комплексов, которые

устанавливаются в федеральных органах власти и дают возможность оперативного анализа и принятия необходимых стратегических решений».

Практика США интересна и с точки зрения опыта использования технологий искусственного интеллекта при планировании контрольно-надзорной деятельности. Например, Департамент здравоохранения Южной Невады, отвечающий за вопросы общественного здоровья, осуществляет контрольно-надзорные функции, в рамках которых проводит проверки предприятий по вопросам безопасности продуктов питания. В 2014 г. департаментом было проведено 35 855 проверок примерно в 16 тыс. заведениях [5]. Для повышения результативности контрольно-надзорной деятельности департамент внедрил технологию искусственного интеллекта, использующую данные пользователей Твиттера (приложение использует данные геолокации и технологию распознавания естественного языка) о посещении ими ресторанов и их отзывов с целью формирования перечня предприятий общественного питания для проведения проверки.

Результативность использования новой технологии для определения перечня проверяемых объектов была подтверждена экспериментальным путем. Так, в рамках осуществленного в Лас-Вегасе эксперимента половина проверок общественного питания в городе была проведена на основе перечня подконтрольных субъектов, составленного случайным образом. Вторая половина проверок была проведена на основе перечня, составленного исходя из результатов обработки данных искусственным интеллектом. Так, в течение трех месяцев система автоматически ежедневно сканировала порядка 16 тыс. сообщений, оставленных примерно 3600 пользователями. Около 1000 таких сообщений могли быть соотнесены с конкретными ресторанами; из них примерно 12 сообщений в день содержали данные о фактах отравления. Анализ сообщений проводился на основе технологии машинного обучения (с участием человека) и с автоматическим моделированием языка. Эти данные были использованы для создания перечня приоритетных с точки зрения проведения проверки ресторанов и кафе.

В целях планирования, мониторинга и оценки результативности деятельности органов государственного и муниципального управления в мире, как правило, используются официальные статистические показатели. В этом смысле представляют интерес международные инициативы по использованию «больших данных» для целей официальной статистики, в том числе вместо традиционно используемых обследований. В 2014 г. при Департаменте статистики ООН была создана Глобальная рабочая группа по большим

данном, призванная разработать стратегическое видение, направление и глобальную программу по использованию больших данных для целей официальной статистики, поддерживать практическое использование источников больших данных в статистических целях и выработать решения на вызовы, связанные с их использованием, а также поддерживать развитие потенциала и обмен опытом по данному вопросу. В состав Глобальной рабочей группы вошли 20 стран и 9 международных организаций.

В 2018-2019 гг. Глобальная рабочая группа провела значительную работу по сбору и систематизации информации о проектах, направленных на использование больших данных в официальной статистике. Соответствующая база данных опубликована на сайте организации [9].

Большинство проектов по использованию больших данных, реализуемых национальными статистическими органами разных стран мира и иными заинтересованными органами власти, посвящены вопросам экономической и финансовой статистики, демографической и социальной статистики, а также данным о ценах (инфляции). Так, проекты по использованию больших данных в сфере статистики цен были реализованы в Австрии, Бельгии, Дании, Италии, Китае, Канаде, Нидерландах, Норвегии, Корее, Чехии, Венгрии, Швейцарии, США и в других странах, а также на уровне Евростата; основными источниками этих проектов выступали данные сканеров в супермаркетах о фактических ценах на потребительские товары, данные о ценах продукции, опубликованные в сети Интернет. В сфере статистики занятости в европейских странах и США реализуются проекты по использованию больших данных (публикаций о вакансиях в сети Интернет) для формирования статистики вакансий и изучения требований к кандидатам. Для оценки расходов населения широко используются большие данные о расходах по кредитным картам; для оценки потребления коммунальных услуг – данные интеллектуальных счетчиков и т.д.

Для мониторинга и оценки результативности и эффективности органов государственной власти в зарубежной практике зачастую используются платформенные решения, особенно в части мониторинга и оценки качества предоставления государственных услуг. Так, на платформе результативности правительства Великобритании представлены значения показателей, характеризующих оказание государственных услуг. Каждая услуга оценивается на основе следующих четырех показателей:

-стоимость транзакции - средние транзакционные издержки государства в расчете на оказание одной услуги;

-удовлетворенность получателей услуги (рассчитывается автоматически на основе опроса получателей услуг);

-степень оказания услуги (доля заявителей, успешно получивших результат услуги, от общего числа граждан, обратившихся за услугой);

-уровень цифровизации (доля граждан, использующих государственные онлайн-услуги по сравнению с другими каналами оказания услуг, например, с оказанием услуг по почте или телефону).

Примечательно, что аналогичные показатели используются и для оценки предоставления государственных услуг на платформе результативности в Австралии. Источником данных для формирования значений показателей является сама платформа по предоставлению государственных услуг; уровень удовлетворенности граждан качеством

предоставления услуг рассчитывается исходя из результатов онлайн-опросов, проводимых в процессе оказания государственной услуги на платформе. Соответственно, и точность данного показателя зависит от доли граждан, ответивших на вопросы о своей удовлетворенности результатами предоставления государственной услуги.

На этапе оценки результативности важную роль играет внедрение механизмов государственной политики, «основанной на доказательствах». Заложенные в состав критериев по оценке государственных программ требования предусматривают проведение детального анализа, предполагающего наличие специальных средств и использование современных цифровых технологий. Например, для проведения оценки программ в США одним из критериев выступает наличие нескольких уровней доказательств результативности программ, устанавливающих требования к методам исследования эффекта от выполнения программ (рандомизированные контролируемые испытания либо надежный источник для проведения категоризации). Иными словами, результативность программы должна быть подтверждена количественно, что крайне сложно обеспечить в отсутствие больших данных и технологий их автоматизированной обработки.

По оценке негосударственных организаций, в США большинство штатов в той или иной степени внедряли принципы выработки государственной политики, основанной на доказательствах, при этом среди наиболее продвинутых отмечались: Вашингтон, Юта, Миннесота, Коннектикут, Орегон (Pew Trusts, 2017) [10].

Подобные данные сами по себе являются важным инструментом повышения результативности деятельности органов государственной власти и могут использоваться на этапе оценки (коррекции) исполнения соответствующих государственных функций.

Представляет практический интерес и опыт Австралии в использовании современных технологий для оценки результативности профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих. Так, для повышения качества кадровой работы со служащими, чья деятельность не соответствует требованиям результативности, в Австралии было запущено специальное мобильное приложение (Canberra Times, 2016), с помощью которого служащим ежедневно задается новый вопрос, связанный с прохождением службы. Таким образом, постепенно приложение повышает квалификацию служащего и создает условия для более высокой результативности его деятельности.

В целом, приведенный выше обзор зарубежной практики использования различных цифровых технологий при планировании, мониторинге и оценке результатов деятельности государственных и муниципальных органов власти с учетом тенденций глобализации мировой экономики показывает, что их применение позволяет повысить качество управленческих процессов и позитивно влияет на возможность принятия оперативных решений органами государственной власти.

Анализ приведенных выше примеров позволяет сделать следующие общие выводы о влиянии цифровых технологий на инструменты и механизмы государственного и муниципального управления в зарубежных странах.

Во-первых, несмотря на определенный пессимизм по поводу перспектив существования концепции «нового государственного управления» в глобальную цифровую эпоху, похоже, что элементы данной концепции, связанные с управлением по результатам, переживут «новое государственное управление» и найдут свое применение в формируемых концептуальных подходах к государственному управлению в XXI в. Этот вывод подтверждается и эмпирическими данными, свидетельствующими о сохранении практик и принципов управления по результатам в странах ОЭСР (OECD, 2017).

Во-вторых, внедрение глобальных цифровых технологий может рассматриваться как инструмент совершенствования сложившихся практик и процедур государственного и муниципального управления, в том числе решения выявленных ранее проблем.

Так, использование при мониторинге и оценке деятельности органов государственной власти, реализации отдельных программ и проектов «больших данных», в том числе

формируемых с использованием «Интернета вещей», позволяет решить проблемы, связанные с манипуляцией данными при проведении оценки, а также с существенным временным лагом между окончанием отчетного периода и появлением данных, характеризующих результаты. Данные проблемы неоднократно отмечались среди важных ограничений при внедрении управления по результатам как в российской, так и в зарубежной практике.

В-третьих, внедряемые в настоящее время глобальные цифровые технологии (технологии «цифрового правительства») позволяют значительно увеличить возможности по анализу данных и, соответственно, повысить надежность планирования, мониторинга и оценки программ. Так, если сегодня анализ данных при оценке результатов зачастую сводится к сопоставлению плановых и фактических значений показателей, оценке степени исполнения мероприятий и достижения контрольных точек, то использование «больших данных» и искусственного интеллекта позволяет оценивать влияние реализации государственных программ и их отдельных мероприятий на различные целевые группы (например, путем применения рандомизированных контролируемых исследований), устанавливать причинно-следственные связи между принимаемыми управленческими решениями и достигаемыми результатами, выработать варианты коррекции программ и политик и оценивать вероятность их успешной реализации.

В-четвертых, анализ зарубежного опыта показывает, что сегодня внедрение цифровых технологий в мире осуществляется в условиях, когда одним из важных приоритетов многих правительств является оптимизация бюджетных расходов. В связи с этим значительное внимание уделяется не только результативности деятельности органов государственной и муниципальной власти, но и эффективности их деятельности, оцениваемой, в частности, на основе расчета транзакционных издержек при предоставлении государственных услуг.

Внедрение цифровых технологий может способствовать значительному сокращению издержек на содержание аппаратов. Так, по оценкам компании Deloitte, автоматизация задач в органах государственной власти США может ежегодно освобождать 96,7 млн. рабочих часов федерального правительства, что потенциально сэкономит 3,3 млрд. долл. (Deloitte, 2017). При активном внедрении технологий искусственного интеллекта и автоматизированного принятия решений государства могли бы ожидать от 27 до 30% экономии времени в пределах от пяти до семи лет (Viechnicki, 2017). Значимость учета финансовой составляющей цифровизации отражается и во внедрении нового инструмента управления по результатам, предполагающего финансово-экономическое обоснование

целесообразности реализации ИКТ-проектов, - бизнес-кейса. Подобная практика, предусмотренная Рекомендацией ОЭСР по разработке стратегий цифрового правительства (в редакции 2019 г.), получает все большее распространение в мире и способствует повышению результативности использования бюджетных средств в сфере цифрового правительства в самых разных странах мира.

В-пятых, проанализированные примеры свидетельствуют о том, что цифровые технологии могут повлиять на управление по результатам не только на уровне государственной политики, программ и органов государственной власти, но и на индивидуальном уровне. Цифровизация систем управления кадрами, внедрение машинных алгоритмов и элементов искусственного интеллекта в кадровую работу уже реальность, и, вероятно, данные практики также получат дальнейшее мировое распространение в среднесрочной перспективе.

В заключение следует подчеркнуть, что во всех проанализированных странах цифровые технологии находятся в стадии внедрения; их полный потенциал и влияние на управление по результатам еще только предстоит оценить после того, как цифровые правительства достигнут соответствующего уровня зрелости. Тем не менее, накопленный на сегодня мировой опыт свидетельствует о том, что при всей масштабности цифровой трансформации в условиях глобализации мировой экономики государственное и муниципальное управление сохраняет, а в отдельных аспектах — повышает свою актуальность. Успех внедрения государственного управления по результатам в цифровую эпоху во многом зависит от степени синхронизации цифровизации управленческого цикла по принятию решений цифровизацией цикла сбора и обработки данных, расширения используемых источников данных о результативности и эффективности деятельности государственных и муниципальных органов власти и методов обработки и анализа этих данных.

Список использованной литературы:

1. Всемирный банк. 2016. Цифровое правительство 2020. Перспективы для России. - URL: <http://www.iis.ru/docs/DigitalGovernmentRussia2020RUS.pdf> (дата обращения: 22.03.2021).

2. Добролюбова Е.И., Южаков В.Н., Александров О.В. Внедрение управления по результатам в рамках реализации административной реформы в Российской Федерации: на

пути к созданию новой модели государственного управления // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2014. - № 2. - С. 28-7.

3. Корчагин С., Польшиков Б. Цифровая экономика и трансформация механизмов государственного управления. Риски и перспективы для России // Свободная мысль. - 2018. № 1 (1667). С. 23-36.

4. Морозов А.Н. Альтернативные источники статистической информации как основа принятия политических решений // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2018. - № 2. - С. 50-70.

5. Петров М., Буров В., Шклярчук М., Шаров А. Государство как платформа. (Кибер) государство для цифровой экономики. Цифровая трансформация. - М.: ЦСР, 2018.

6. Южаков В.Н., Александров О.В., Добролюбова Е.И., Клочкова Е.Н. Внедрение управления по результатам в деятельность органов государственной власти: промежуточные итоги и предложения по дальнейшему развитию. - М.: Дело, 2014.

7. Южаков В.Н., Талапина Э.В., Клочкова Е.Н., Ефремов А.А. Государственное управление в сфере стимулирования развития информационных технологий: проблемы и направления совершенствования // Журнал юридических исследований. - 2017. - Т. 2. - №3.- С. 89-100.

8. Artificial Intelligence in Government. Using Cognitive Technologies to Redesign Public Sector Work - A Global Perspective. Deloitte Centre for Government Insights. 2017.

9. Bannister F., Connolly R. ICT, Public Values and Transformative Government: A Framework and Programme for Research. Government Information Quarterly. 2014. Vol. 31. No. 1. P. 119-128.

10. Berman S.J. Digital transformation: Opportunities to create new business models. Strategy and Leadership. 2012. Vol. 40. No. 2. P. 16-24.

11. Bryson J., Crosby B., Bloomberg L. Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management. Public Administration Review. 2014. Vol. 74. N. 4. P. 445-56.

12. Canberra Times. Smartphone App to Target Underperforming Public Service Workers// Canberra Times. 24 August 2016. URL: <https://www.canberratimes.com.au/public-service/dudpublic-servants-theres-an-app-for-that-20160824-gqzxn.html> (дата обращения: 22.03.2021).

УДК 330.59

*Бондаренко В.В.,
д.э.н., профессор
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Колесник А.В., Остапенко С.С.
обучающиеся
по направлению подготовки «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ РОССИИ С ЗАРУБЕЖНЫМИ СТРАНАМИ

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONSUMER BASKET OF THE RUSSIAN FEDERATION WITH OUTSIDE COUNTRIES

Аннотация: в данной статье раскрыто понятие потребительской корзины, проанализирована ее структура и динамика за несколько лет. Методика исследования включает в себя сравнительный анализ данного социально-экономического показателя с зарубежными странами, такими как Германия и США. Обозначены основные проблемы и представлены направления их решения. Источники данных - федеральная служба государственной статистики Российской Федерации, Евростат, Министерство труда и социальной защиты РФ и Всемирная Организация Здравоохранения. На основе представленных данных сделаны выводы и подведены итоги исследования.

Abstract: this article reveals the concept of the consumer basket, analyzes its structure and dynamics over several years. The research methodology includes a comparative analysis of this socio-economic indicator with foreign countries, such as Germany and the United States. The main problems are identified and the directions of their solution are presented. Data sources are the Federal State Statistics Service of the Russian Federation, Eurostat, the Ministry of Labor and Social Protection of the Russian Federation and the World Health Organization. On the basis of the presented data, conclusions were drawn and the results of the study were summed up.

Ключевые слова: потребительская корзина, финансы населения, заработная плата, цены, товары.

Keywords: consumer basket, personal finance, salary, prices, goods.

В современном обществе качеству жизни населения уделяется особое внимание, так как совокупность факторов, включенных в данное понятие, составляет уровень общего благосостояния граждан, достаточную или недостаточную норму социальной поддержки, финансовое состояние и здоровье населения и экономики в целом.

Показатель «потребительская корзина» в этой связи является важнейшим ориентиром при оценке уровня жизни в разных странах. Поддержание физических и моральных сил – главный критерий для жизни каждого человека, влияющий на его производительность труда. Рассмотрим понятие «потребительской корзины» и определим качественно структуру этой экономической категории (табл. 1,2,3).

Потребительская корзина – расчетный набор продовольственных и непродовольственных товаров и услуг, необходимый для поддержания оптимального состояния жизнедеятельности индивида и состоящий из 156 позиций в России [3, с. 545]. Совокупность позиций, указанных при формировании потребительской корзины, крайне бедна, т.к. в других странах данный список намного обширнее.

Таблица 1.

Продуктовая корзина России на 2020 год (кг/год)

Минимальный продуктовый набор	Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Хлебобулочные продукты	126,5	98,2	77,6
Яйца	210,0	200,0	201,0
Картофель	100,4	80,0	88,1
Овощи и бахчевые	114,0	98,0	112,5
Фрукты свежие	60,0	45,0	118,1
Сахар и кондитерские изделия	23,8	21,2	21,8
Мясопродукты	58,6	54,0	44,0
Рыбопродукты	18,5	16,0	18,6
Молоко и молочные продукты	290,0	257,8	360,7
Масло, жиры	11,0	10,0	5,0
Прочие продукты	4,9	4,2	3,5

Очевидно, что обеспечение населения продовольствием - это в физическом смысле обеспечение его жизнедеятельности, поэтому концепция продовольственной безопасности является главенствующим объектом научных исследований.

Согласно официальным данным Росстата в последнее десятилетие потребность населения России в продовольственных товарах удовлетворяется отечественными

производителями только на 50%, причем даже с учетом объемов неорганизованного ввоза и продажи товаров на продовольственных рынках страны. Граница продовольственной безопасности находится, по разным оценкам, на уровне импорта продовольствия в размере 18 - 35% потребности.

Население России не может позволить себе нормальный уровень питания. Суточное потребление на одного среднестатистического россиянина составляет 2200 ккал (2590 ккал - в 2010 году). Даже в Африке в среднем потребляется 2300 ккал, не говоря о США и ЕС, где калорийность питания населения составляет 3500-3600 ккал. Согласно международной классификации Всемирной продовольственной организации (ФАО), питание на уровне 2150 калорий определяется как условия постоянного недоедания. Минимально нормальным же уровнем для человека сегодня является ежесуточная норма потребления 2600 калорий.

Таблица 2.

Количество включенных непродовольственных товаров в потребительскую корзину
Российской Федерации на 2020 год

Наименование	Единица измерения	Объем потребления (в среднем на одного человека)		
		Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Верхняя пальтовая группа	Штук/лет	3/7,6	3/8,7	3/2,6
Верхняя костюмно-платьевая группа	Штук/лет	8/4,2	8/5,0	11/2,0
Белье	Штук/лет	9/2,4	10/2,9	11/1,8
Чулочно-носочные изделия	Пар/лет	7/1,4	4/1,9	6/1,3
Головные уборы и галантерейные изделия	Штук/лет	5/5,0	4/5,6	4/2,8
Обувь	Пар/лет	6/3,2	6/3,5	7/1,8
Школьно-письменные товары	Штук/лет	3/1,0	3/1,0	27/1,0
Постельное белье	Штук/лет	14/7,0	14/7,0	14/7,0
Товары культурно-бытового и хозяйственного назначения	Штук/лет	19/10,5	19/10,5	19/10,5
Предметы первой необходимости и лекарства	Процент от общей величины расходов на товары на месяц	10	15	12

Набор товаров реально действующей потребительской корзины России не соответствует рекомендациям Всемирной организации здравоохранения в части нормативов здорового питания и требует существенного пересмотра, что уже признается в Минтруде России.

Таблица 3.

Количество услуг, включенных в потребительскую корзину России на 2020 год

Наименование	Единица измерения	Объем потребления (в среднем на одного человека)		
		Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Жилье	Кв. м общей площади	18	18	18
Центральное отопление	Гкал в год	6,7	6,7	6,7
Холодное и горячие водоснабжение	литров в месяц	285	285	285
Газоснабжение	Кб м в месяц	10	10	10
Электроэнергия	КВт ч в месяц	50	50	50
Транспортные услуги	Поездок в год	619	150	396
Услуги культуры	Процентов от общей величины расходов в месяц	5	5	5
Другие виды услуг	Процентов от общей величины расходов в месяц	15	15	15

Все регионы России самостоятельно определяют объем потребительской корзины, принимая во внимание климат, национальных традиции питания и местные особенностей производства и потребления продуктов и услуг. Кроме того, региональные власти самостоятельно определяют соотношение между продуктами и услугами. Например, в Москве еще в 2013 году на законодательном уровне установлено, что услуги должны составлять не 50, а 127 процентов от стоимости продовольственной корзины.

Теперь проанализируем рисунок потребительской корзины FMCG (быстро оборачиваемые потребительские товары), т.е. товаров повседневного спроса для составления полноценной картины (см. рисунок 1 далее).

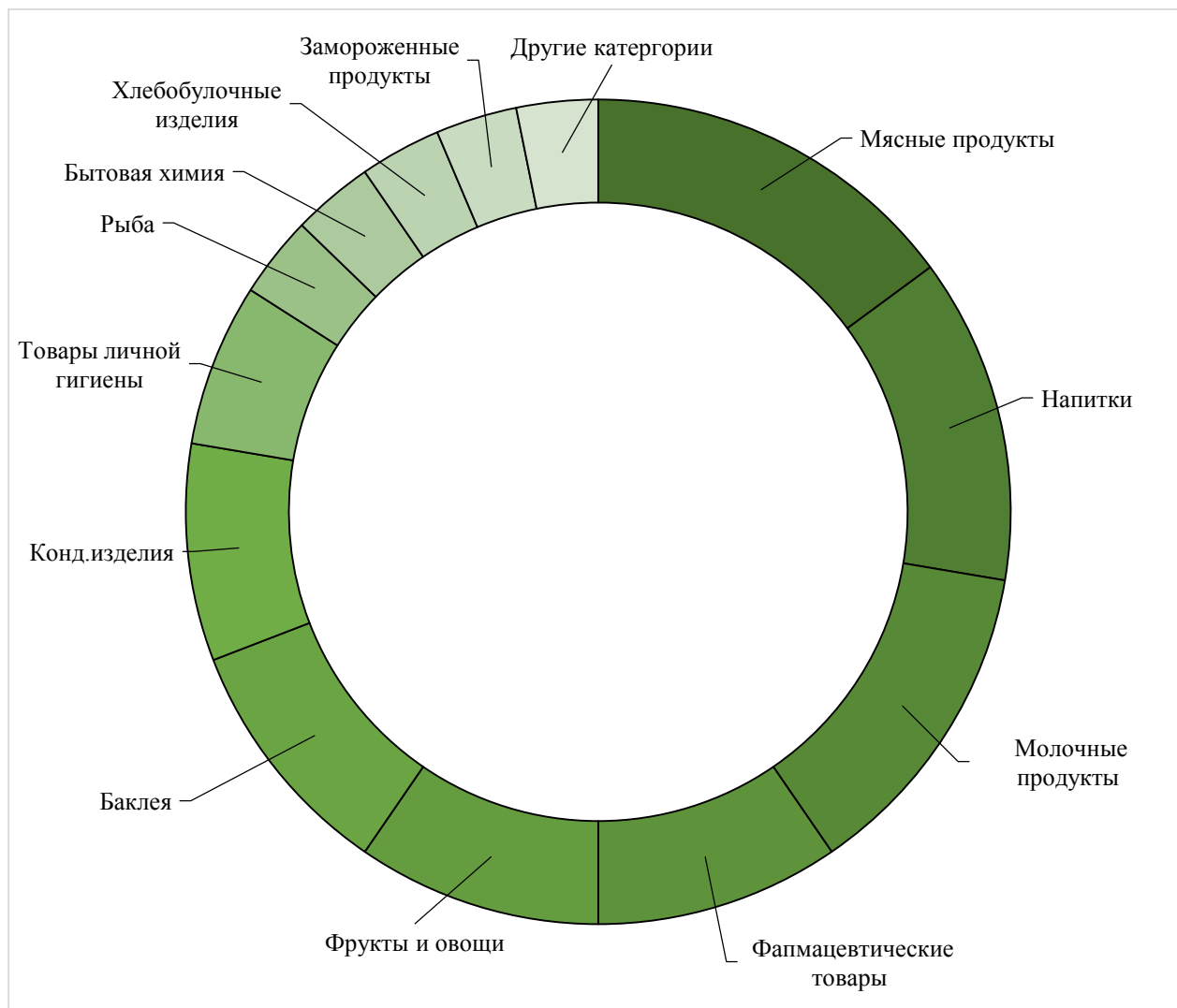


Рис. 1. Анализ потребительской корзины России в 2020 году (в процентах)

Из анализа графика следует: большее количество средств уходит на приобретение мясных и молочных продуктов, а также напитков. Следует отметить, что алкогольная и табачная продукция не входит в потребительскую корзину нашей страны, значит, граждане тратят дополнительную отдельную долю денежных средств на приобретение рассматриваемых товаров.

Помимо продуктов, которые составляют 50% от стоимости корзины, 25% - расходы на непродовольственные товары (покупка одежды, передвижение на общественном транспорте, приобретение лекарств) и еще 25% - расходы на какие – либо услуги (оплата ЖКУ, посещение культурных мероприятий 5 раз в год).

Перед подведением результатов, необходимо изучить график Росстата о изменении стоимости продуктовой корзины в период с 2012 по 2020 гг. (рис. 2):

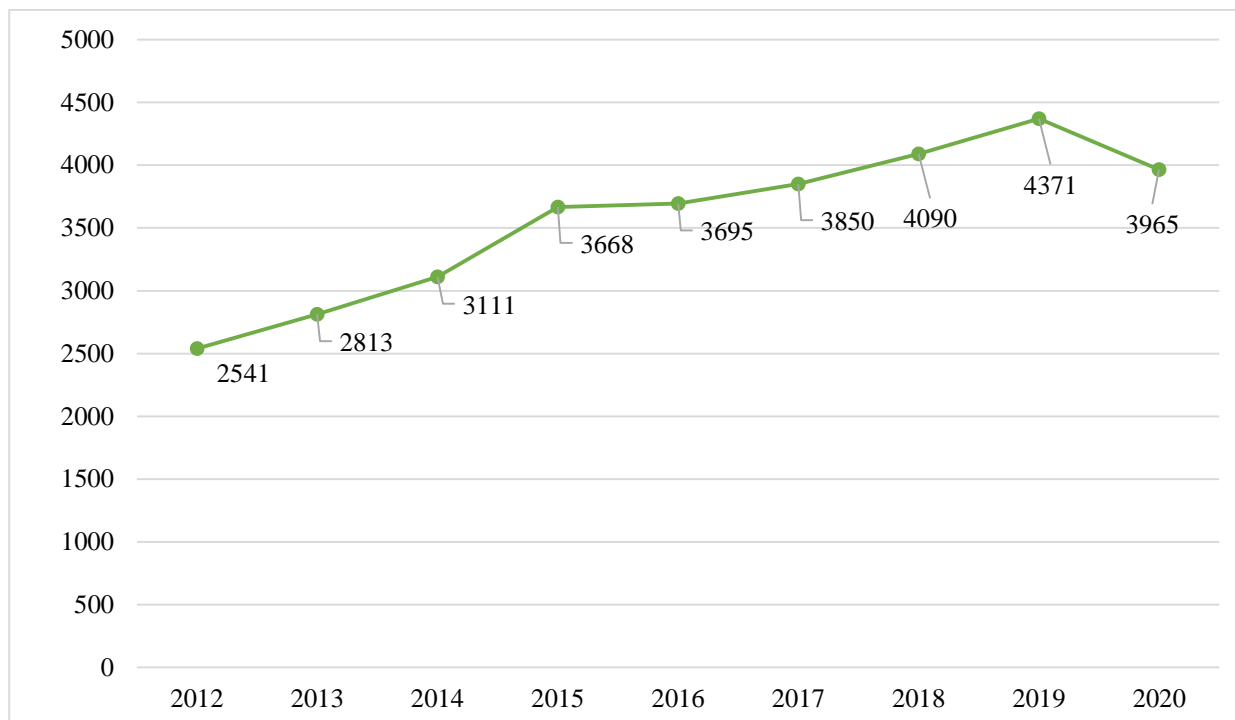


Рис. 2. Динамика изменения стоимости продуктовой корзины России в период с 2012 по 2020 гг.

Очевидно, что данные, представленные выше Росстатом, необъективны, так как большая часть россиян тратит на продуктовую корзину в несколько раз больше, чем показано на графике. Малоимущие группы населения – пенсионеры, инвалиды, родители – одиночки вынуждены пересматривать свои расходы из – за нехватки денежных средств. В такой ситуации нашей стране необходимо увеличить уровень финансирования государственных выплат и пособий для помощи и создания условий, доступных для всех категорий граждан, а также ежегодно рассматривать повышение стоимости корзины с учетом факторов инфляции.

Необходимо проанализировать и рассмотреть регионы России, которые находятся в лидирующем или отстающем положении. Для этого приведем несколько графиков по состоянию регионов (рис. 3,4):

По данным Росстата, Ямало-Ненецкий АО занимает 1 место по минимальной доле продуктов в расходах (14,57%), что свидетельствует о достаточном уровне заработной платы и невысоких ценах на продовольствие в этом регионе, сравнивая стоимость с другими субъектами [2, с. 578-580]. Больше всего денежных средств расходуется в Забайкальском

крае, где процент вложения в продуктовую корзину составляет 50,90. Краснодарский край занимает последнее место по рейтингу зажиточных регионов с показателем 20,26%.

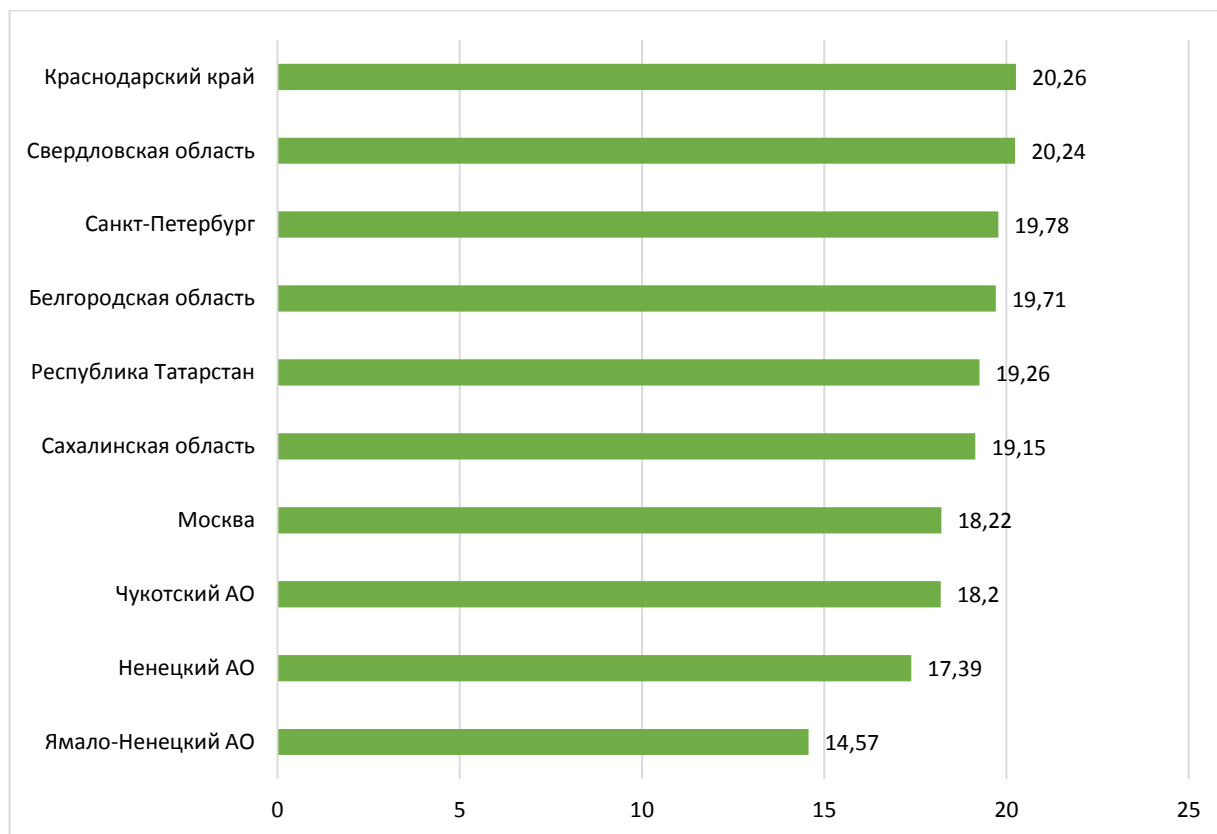


Рис. 3. Процентная доля расходов граждан на продукты в зажиточных регионах (по статистическим данным 2020 года)

Чем больше используется денежных средств при покупке продовольствия, тем меньше остается на развлечения, сбережения и инвестиции. Гражданин, зарабатывающий ниже среднего минимума, не может посетить культурно-массовые мероприятия, тем самым повысив уровень своей грамотности и поддержав мероприятие путем финансирования. Работы денег в экономическом пространстве при таком раскладе нет, потому что большее количество денежных средств расходуется на поддержание жизненных показателей отдельно взятого россиянина и его семьи (при наличии).

Утвержденная Правительством новая методика определения прожиточного минимума в России приведет к прекращению с 2021 года расчета стоимости потребительской корзины. Помимо этого, состав продуктов питания в текущей потребительской корзине не

соответствует рекомендациям Всемирной Организации Здравоохранения относительно стандартов здорового питания и требует серьезной доработки.

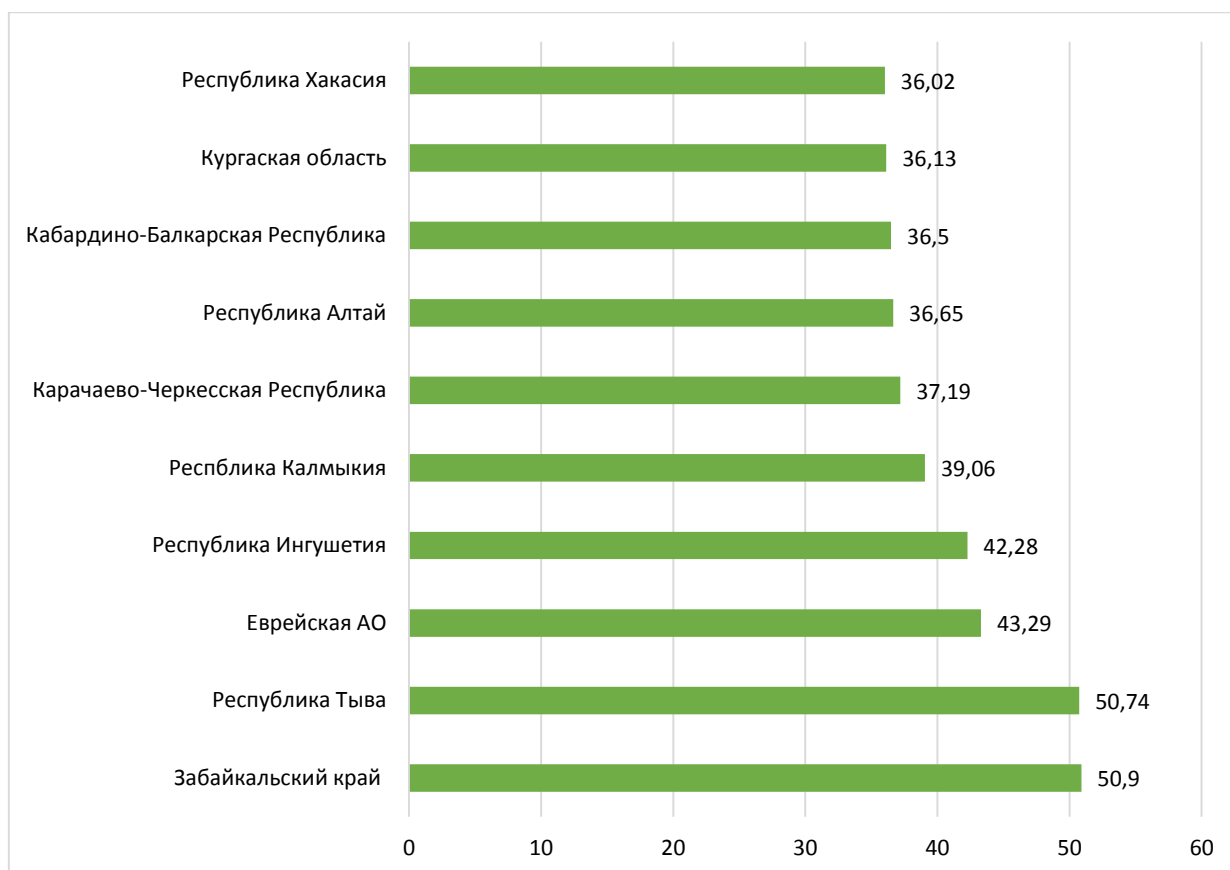


Рис. 4. Процентная доля расходов граждан на продукты в бедных регионах (по статистическим данным 2020 года)

Для рассмотрения следующего статистического наблюдения необходимо дать определение такому понятию, как минимальный размер оплаты труда.

По данным Федерального закона Российской Федерации от 19 июня 2000г. №83 - МРОТ это законодательно установленный минимум, применяемый для регулирования оплаты труда за час, день, неделю, месяц, а также для определения размеров пособий по временной нетрудоспособности и иных целей обязательного социального страхования.

Прежде чем проводить сравнительный анализ нашей страны с другими, необходимо проанализировать фактическую величину минимального размера оплаты труда зарубежных стран. Эти данные по состоянию на начало 2020 года представлены на рисунке 6 далее.

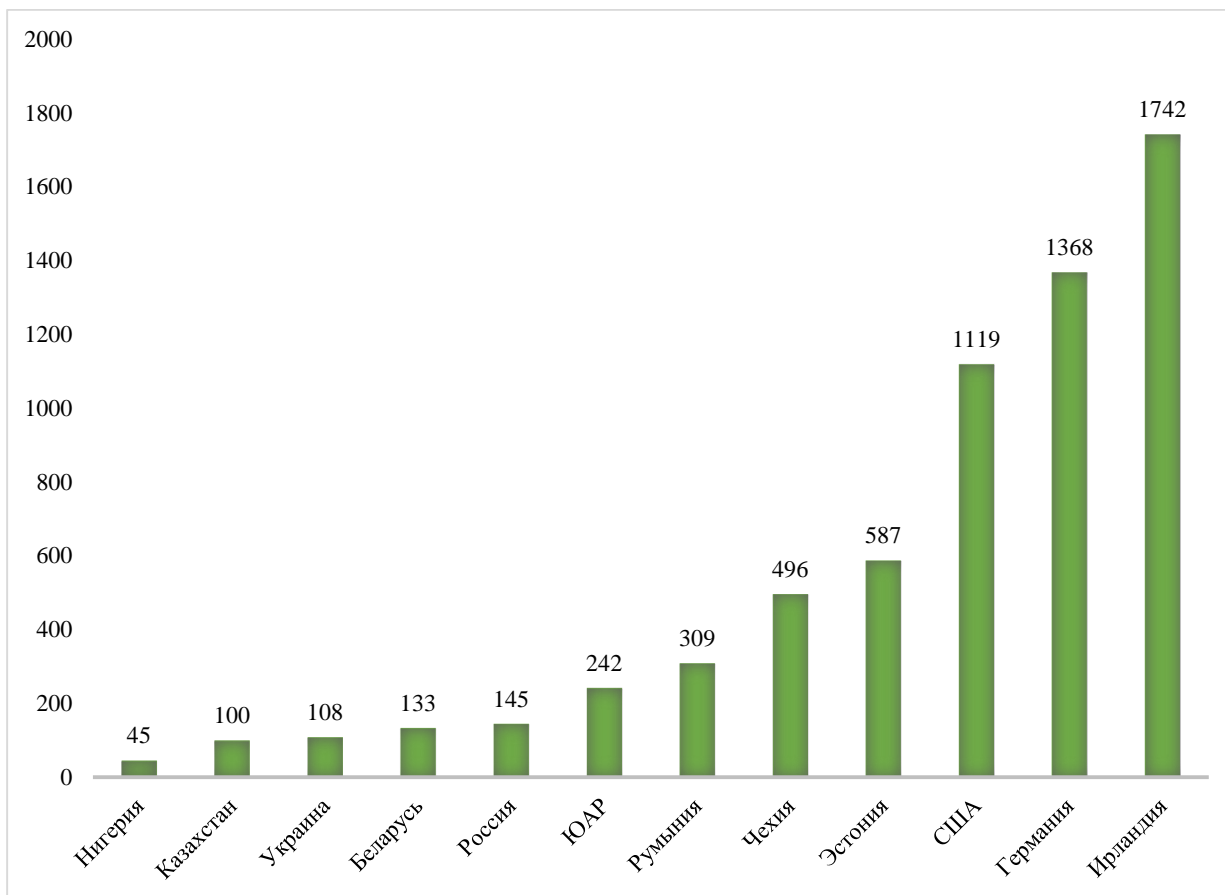


Рис. 5. Минимальный размер оплаты труда в разных странах (в долл. США)

Ирландия, Германия и США – тройка экономически развитых и обеспеченных стран с наибольшим минимальным размером оплаты труда (МРОТ) 1742 долл. США (132363 руб.), 1368 долл. США (103945 руб.) и 1119 долл. США (85025 руб.), в то время как Россия занимает 8 место с оплатой труда в 145 долл. США (11017 руб.). Даже в Эстонии МРОТ составляет 587 долл. США, т.е. фактически в 4 раза превышает уровень России.

Теперь давайте подробно рассмотрим основные показатели России, сравнив их с аналогичными показателями двух других развитых стран мира, таких как США и Германия. Проанализируем из чего состоит потребительская корзина в США (см. рисунок 7 далее):

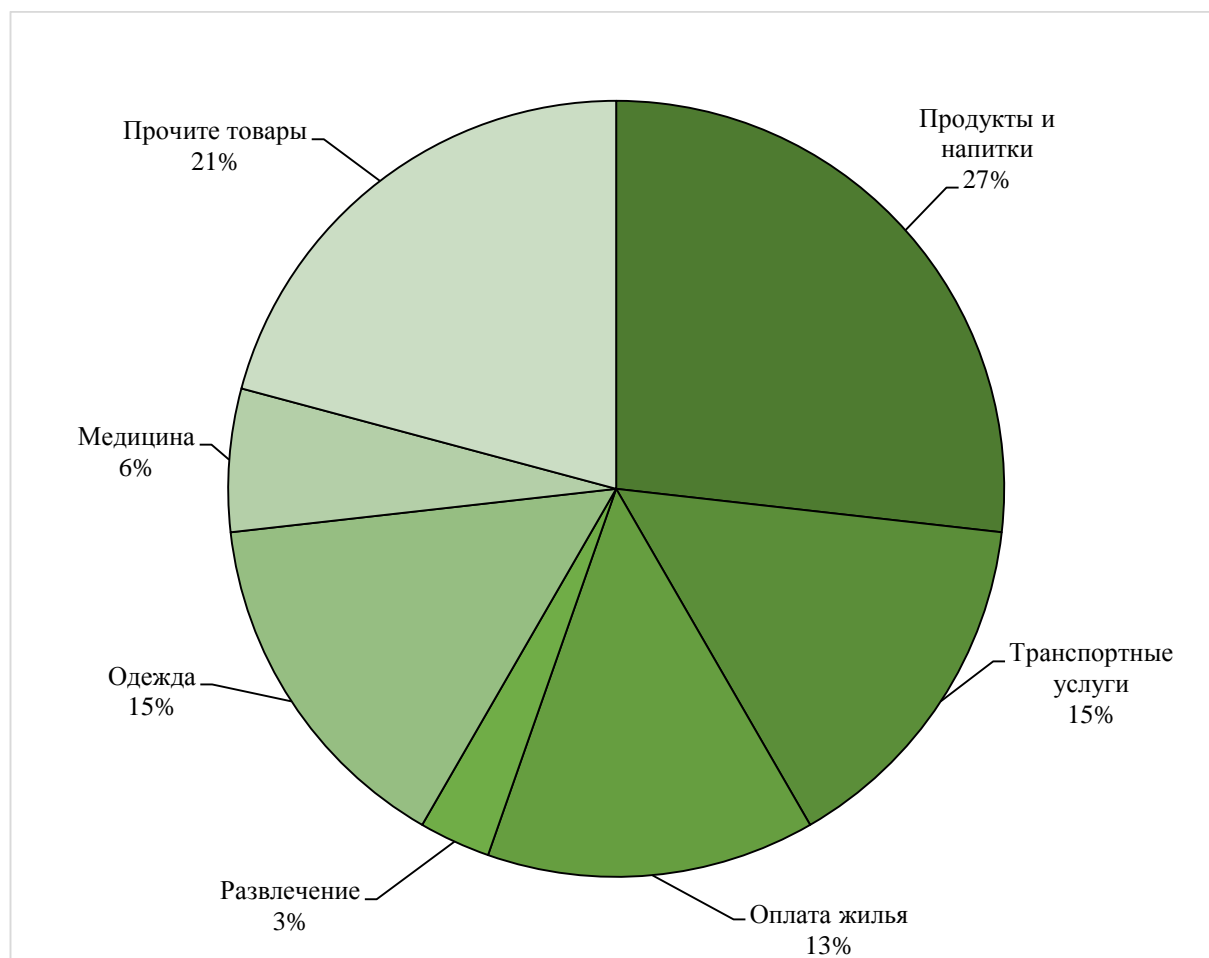


Рис. 7. Структура потребительской корзины США в 2020 году

Продовольственная корзина США, по данным Евростата, состоит из 300 наименований продуктов и услуг [1, с. 132-133].

Продукты питания, одежда, транспортные услуги и прочие расходы составляют больше половины корзины, но, в отличие от Российской Федерации, как видим, эти показатели значительно ниже. Рассмотрим продуктовую корзину США более подробно (табл. 4):

Таблица 4.

Продуктовая корзина США на 2020 год (кг/год)

Минимальный продуктовый набор	Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Хлебобулочные продукты	167,4	114,9	50,0
Картофель	97,0	75,0	73,1
Овощи и бахчевые	75,1	90,0	94,5

Минимальный продуктовый набор	Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Фрукты свежие	50,0	45,0	78,4
Сахар и кондитерские изделия	45,0	25,2	21,8
Мясопродукты	74,1	54,0	46,3
Рыбопродукты	30,0	11,0	18,5
Молоко и молочные продукты	352,6	224,4	360,2
Яйца	100,0	120,0	150,0
Масло, жиры	15,0	11,0	7,8

Продуктовая корзина России по официальным данным государственных статистических служб значительно проигрывает Соединенным Штатам по качеству и количеству необходимых товаров и услуг.

Следующей страной для проведения сравнительного анализа выступает Германия. В этом государстве функционирует особая система: специалисты проводят исследования различных социальных групп, таких как многодетные семьи, матери или отцы-одиночки и т.д. с целью определения уровня расходов немцев.

По данным исследования базы статистических данных по Германии «Federal Statistical Office» сами потребители определяют, что и в каком количестве будет включено в потребительскую корзину, охватившую заказ быстрого питания на дом и посещения фитнес-центров и даже соляриев.

Ниже рассмотрим процентное соотношение товаров и услуг в продовольственной корзине Германии (рис. 9), где оплата жилья является самой затратной категорией, после нее покупка продуктов и транспортные услуги. Это связано с высокой стоимостью недвижимости и ценами на ЖКУ, а также арендой жилья, которая делится на несколько типов: дом, отдельная квартира, студенческое общежитие или комната в коммунальной квартире.

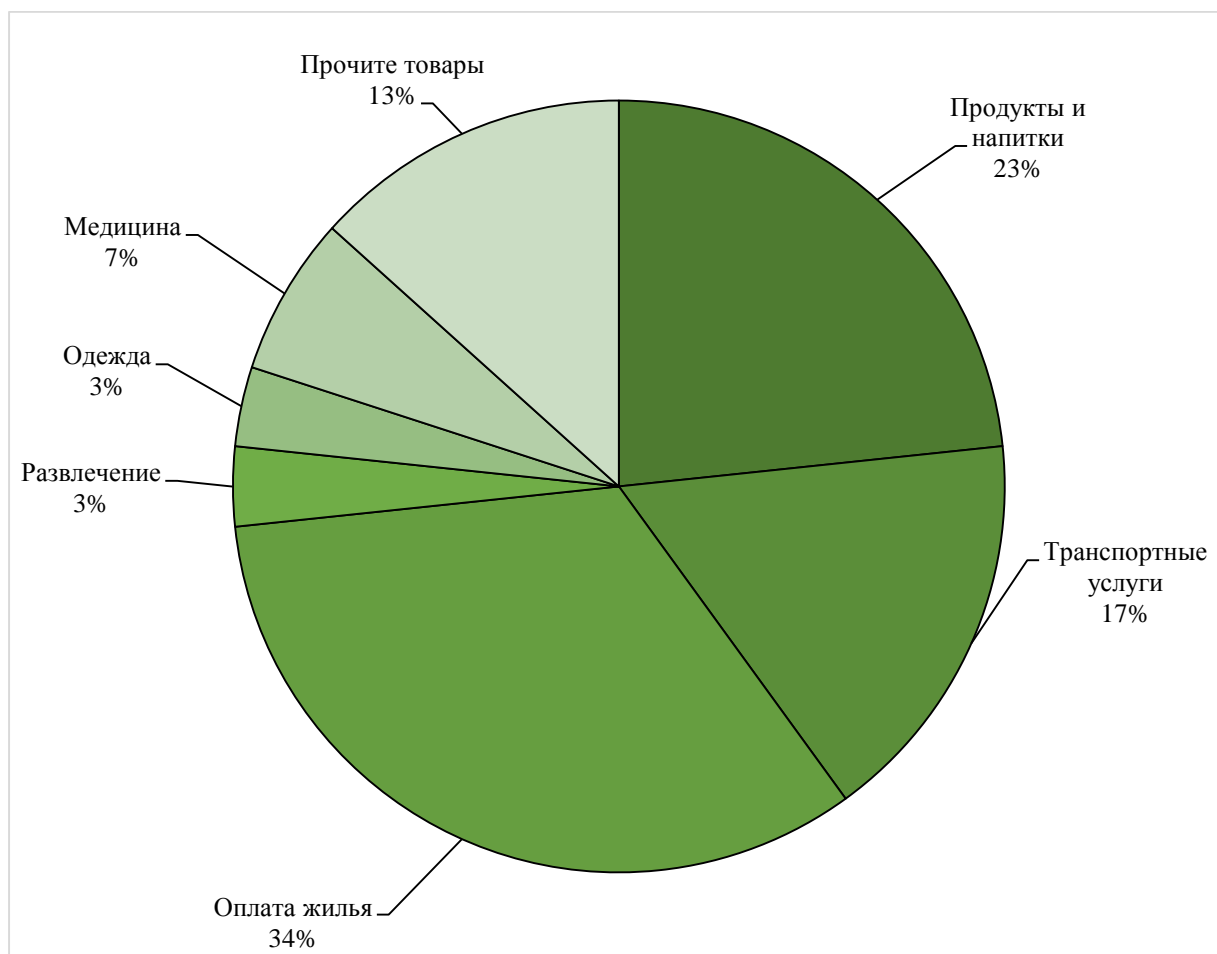


Рис. 9. Структура потребительской корзины Германии в 2020 году
(по данным «Federal Statistical Office»)

Структура продуктовой корзины ФРГ представлена в таблице 5.

Таблица 5.

Продуктовая корзина Германии на 2020 год (кг/год)

Минимальный продуктовый набор	Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Хлебобулочные продукты	132,6	106,9	79,9
Картофель	75,0	65,0	73,1
Овощи и бахчевые	122,2	107,0	124,5
Фрукты свежие	60,0	45,0	118,4
Сахар и кондитерские изделия	23,8	21,2	21,8
Мясопродукты	58,6	54,0	46,3
Рыбопродукты	20,0	17,0	18,5
Молоко и молочные продукты	257,6	224,4	360,2
Яйца	210,0	200,0	201,0

Минимальный продуктовый набор	Трудоспособное население	Пенсионеры	Дети
Масло, жиры	12,1	10,0	6,1
Прочие продукты	4,9	4,1	3,7

В процессе анализа были получены следующие данные: «овощи и бахчевые», «фрукты свежие» в Германии предусматриваются в большем количестве, чем в США, но по сравнению с РФ «хлебобулочных изделий» и «рыбопродуктов» в Германии больше, хотя потребительские корзины этих двух государств примерно схожи по стоимости и количеству выделяемых товаров [4, с. 56-70].

Теперь проведем общее сравнение в процентном соотношении использования денежных средств на продовольственные и непродовольственные товары, и услуги в России, Германии и США (табл. 7):

Таблица 6.

Сравнение расходования средств на различные категории товаров и услуг (по данным ВОЗ)

	Россия	Германия	США
Продукты питания и безалкогольные напитки	50,00%	10,00%	13,00%
Алкогольные напитки и табак, связь и образование		7,00%	7,60%
Одежда и обувь	25,00%	5,00%	3,00%
Товары для дома		5,00%	3,30%
Различные товары и услуги		7,00%	3,00%
Жилье, вода, электричество, газ и др. виды топлива	25,00%	32,00%	36,10%
Транспорт		13,00%	5,90%
Топливо			4,00%
Перевозка товаров			6,40%
Отдых, развлечение и культура		11,00%	3,90%
Ресторанные и гостиничные услуги		5,00%	7,00%
Здравоохранение		5,00%	7,10%
Итого	100,00%	100,00%	100,00%

Процентное соотношение на фоне Германии и США в России совсем неутешительное: многие категории, включенные в потребительскую корзины других стран, даже не рассматриваются в российском наборе, при учете того что стоимость корзин в других странах намного больше, а это говорит о том, что жители Германии и США могут позволить себе не только больше зарабатывать, но и больше тратить не только на продукты,

но и на путешествия, покупку недвижимости и инвестирования финансовых средств с целью из работы в единой экономической среде страны.

Также все показатели, рассмотренные выше, свидетельствуют о том, что уровень и качество жизни в США и Германии значительно выше, по сравнению с Россией, а именно низкая стоимость пособий, пенсий и индексирования заработных плат не дают возможности Российской Федерации обеспечивать своих граждан достойным потребительским набором, если сам россиянин не откладывает денежные средства и не имеет дополнительный вид заработка.

В этой связи нам представляется целесообразным предложить следующие пути государственного решения вышеперечисленных проблем:

- государственная политика России должна быть направлена на изменение состава и стоимости потребительской корзины по всем субъектам федерации, а в особенности по регионам со сложными природно-климатическими условиями и особенными национальными традициями;

- необходимо значительно расширить количество позиций потребительской корзины россиян, включив расходы на образование, аренду жилья, путешествия, питание вне дома и т.д.;

- необходимо начать разработку формирования состава корзины непродовольственных товаров для детей в зависимости от пола и возраста ребенка;

- следует провести обширную социально – экономическую реформу, разработать новые социальные выплаты, проиндексировать уровни доходов населения, увеличив минимальный прожиточный минимум, контролируя процесс инфляции, тем самым обеспечив население надежной социальной защитой и поддержкой государства;

- опираясь на опыт западных стран, необходимо пересмотреть и увеличить льготные выплаты для социально-нуждающихся групп общества;

- заработная плата каждого работника должна быть прямо пропорциональна объему его труда, включая профессиональные и региональные особенности трудовой деятельности.

Список использованной литературы:

1. Авдокушин, Е.Ф. Международные финансовые отношения (основы финансовики): Учебное пособие для бакалавров / Е.Ф. Авдокушин. - М.: Дашков и К, 2020. – 132-133 с.

2. Завалько, Н.А. Региональная экономика, как фактор, определяющий темпы экономического роста страны // Вестник академии, 2020. – 578-580 с.
3. Мамедов, О.А. Современная экономика. Лекционный курс. Многоуровневое учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. д.э.н. О.Мамедова. – Ростов/н/Д: изд-во «Феникс», 2019. – 545 с.
4. Смоленский, М.Б. История государства права и финансы зарубежных стран (для бакалавров) / М.Б. Смоленский. - М.: КноРус, 2020. – 56-70 с.
5. Официальная статистика: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/# (дата обращения 16.03.2021)
6. Статистическая служба Европейского союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/efficiency/# (дата обращения 16.03.2021)
7. Всемирная статистика в реальном времени [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldometers.info/ru/> (дата обращения 16.03.2021)

УДК 338.24

*Бондаренко В.В.,
д.э.н., профессор
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*
*Чирков Д.А.,
магистрант
направленность (профиль) программы Финансовая экономика
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В УСЛОВИЯХ «КОРОНАВИРУСНОГО КРИЗИСА»**

**ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE BANKING SECTOR OF THE
KRASNODAR REGION IN THE CONDITIONS OF THE «CORONAVIRAL CRISIS»**

Аннотация. Целью данной статьи является рассмотрение текущего положения дел и функционирования банковской системы Краснодарского края, а также ее дальнейшего развития в условиях пандемии COVID-19. На основе статистических данных проведен анализ экономических показателей состояния экономики страны и Краснодарского края, сделаны сравнительные характеристики по ключевым моментам. В рамках исследования проанализирован банковский сектор края за последние несколько лет, выявлены как положительные, так и отрицательные стороны. Для реализации задач в ходе работы использованы следующие методы исследования: метод сравнения, метод анализа, метод статистического обзора официальных данных.

Abstract. The purpose of this article is to review the current state of affairs and functioning of the banking system of the Krasnodar Territory, as well as its further development in the context of the COVID-19 pandemic. On the basis of statistical data, the analysis of economic indicators of the state of the economy of the country and the Krasnodar Territory was carried out, comparative characteristics were made on key points. The study analyzes the banking sector of the region over the past few years, identifying both positive and negative sides. To implement the tasks in the course of the work, the following research methods were used: the method of comparison, the method of analysis, the method of statistical review of official data.

Ключевые слова. банковская система, институциональный строй, кредитные организации, Краснодарский край, COVID-19.

Keywords. banking system, institutional structure, credit organizations, Krasnodar Krai, COVID-19.

Современный «коронавирусный кризис» глобального масштаба является поворотным моментом для всего современного мира, заставляющим мыслить значительно шире, чтобы найти наиболее подходящие рычаги воздействия на его последствия. Борьба с последствиями пандемии требует серьезного обсуждения того, как наиболее эффективно осуществлять ответные меры, чтобы охватить все сферы деятельности, и банковский сектор здесь не является исключением.

На сегодняшний день ситуация в экономике страны весьма нестабильная, об этом свидетельствуют статистические данные и основные экономические показатели состояния экономики страны за 2020 год [1], рассмотрим некоторые из них.

Следует подчеркнуть, что в 2020 году произошло рекордное падение цен на углеводороды. Так, цена на нефть марки «Юралс» в апреле достигла исторического минимума в 16,3 доллара США за баррель и, несмотря на дальнейший рост, в среднем за год составила 41,4 доллара США за баррель, более чем на треть ниже, чем в 2019 году (63,9 доллара США за баррель), что наглядно демонстрирует график, представленный на рисунке 1 далее по материалам Минэкономразвития Российской Федерации.



Рис. 1. Курс доллара США к рублю и цена на нефть в 2019 и 2020 годы [2]

Курс национальной валюты ослаб с 64,73 рубля за доллар США в 2019 году до 71,94 рубля за доллар США в 2020 году. При этом в 2020 году курс национальной валюты показал большую устойчивость к колебаниям нефтяных цен, чем во время кризиса 2014 – 2016 гг.: при снижении нефтяных цен на 35,2 %, ослабление курса рубля за год составило только 11,1 %.

По итогам года ВВП Российской Федерации сократился на 3,1 %, при этом снижение показателей потребительского спроса оказалось более существенным, чем показателей реального сектора, что наглядно демонстрирует график, представленный на рисунке 2 далее.

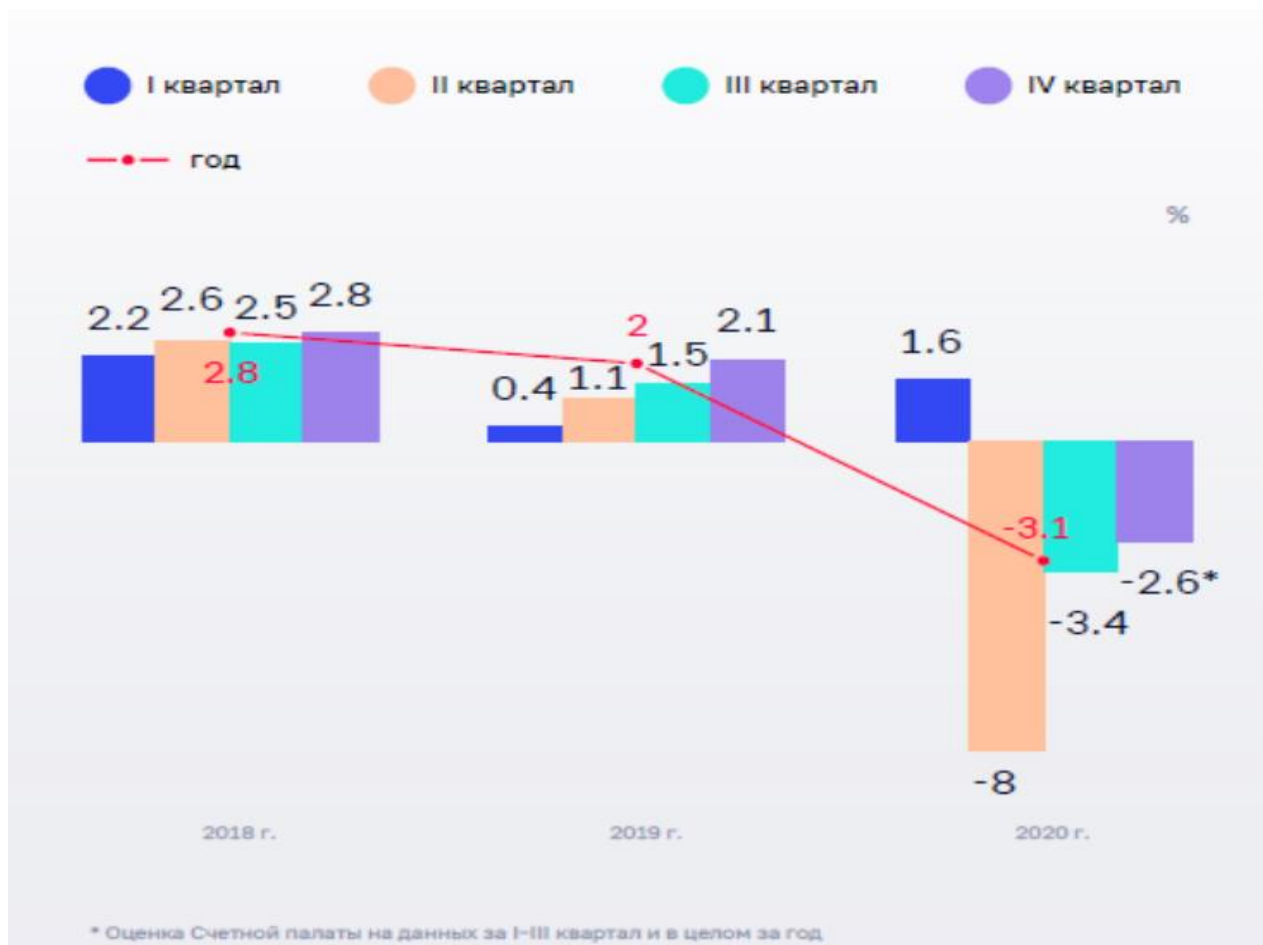


Рис. 2. Темпы прироста ВВП России в 2018–2020 годы [2]

Сокращение промышленного производства в России составило 2,9 %. Масштабная приостановка производств закономерно привела к ухудшению ситуации на рынке труда и

снижению уровня доходов. Пиковый уровень безработицы отмечался в августе – 6,4 %, по итогам года – 5,8 % (в 2019 году – 4,6 %).

На фоне падения реальных располагаемых доходов населения на 3,5 % оборот розничной торговли сократился на 4,1 %. Ввиду антиковидных ограничений больше всего пострадали предприятия сферы услуг, снижение в которой составило 17,3 %. Динамика потребительских цен в 2020 году формировалась на фоне ослабления курса рубля, ажиотажного спроса в конце марта – начале апреля и снижения предложения ряда ключевых продуктов в конце года.

Немаловажным показателем состояния экономики страны в целом, также являются инфляционные показатели. Так, по данным Росстата [4], годовая инфляция в Краснодарском крае в январе 2021 года ускорилась и составила 5,5% (после 5,1% в декабре 2020 года), что соответствует уровню инфляции в ЮФО и превышает показатель по стране в целом (5,2%) (рисунок 3).

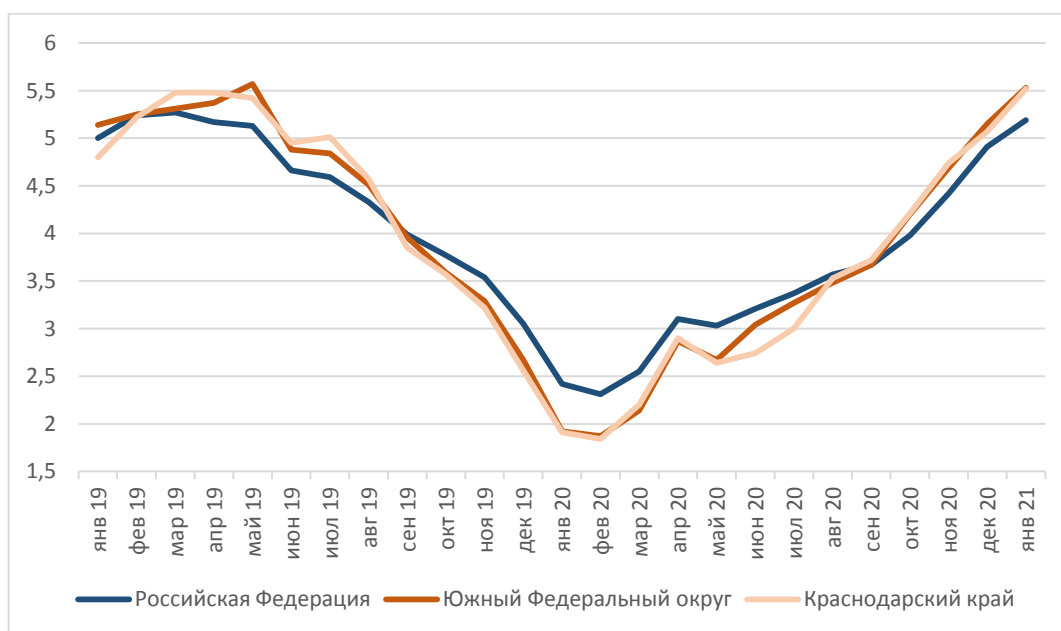


Рис. 3. Уровень инфляции в годовом выражении, %

Годовые темпы прироста цен на непродовольственные товары в Краснодарском крае в январе выросли на 0,3 прогнозного показателя до 4,6% [4].

Большее влияние на динамику оказал рост спроса на рынке жилья, который был связан со снижением рыночных ипотечных ставок и действием льготных ипотечных

программ с господдержкой. Увеличилась потребность в стройматериалах и мебели, что отразилось на ускорении роста цен на данные товары.

В 2020 году положительное сальдо счета текущих операций платежного баланса РФ сократилось по сравнению с показателем предыдущего года наполовину и сложилось в размере 32,5 млрд долларов США.

Однако, следует подчеркнуть, что по итогам 2020 года основные показатели деятельности кредитных организаций выросли. Огромную помощь банкам в прохождении коронавирусного кризиса экономики оказали регуляторные послабления, которые ввел весной 2020 года Банк России.

Согласно данным Банка России, за 2020 года активы банковского сектора России выросли на 12,5% с учетом влияния валютной переоценки и составили 103,8 трлн. рублей. Объем кредитов физлицам вырос на 13,5% и составил 20 трлн. рублей. Для сравнения – за 2019 год рост кредитного портфеля физлицам составил 18,6%. Темпы роста замедлились в основном из-за торможения необеспеченного потребительского кредитования, в котором сосредоточены самые высокие риски. При этом наибольшее увеличение выдач произошло в марте, что связано с возрастанием спроса перед введением карантинных мер. В апреле и мае наблюдался спад в розничном кредитовании, что в основном объясняется введенными мерами физической изоляции и ограничениями в работе отделений банков. Следует подчеркнуть, что после прохождения пика кризиса банки активизировали выдачу розничных кредитов, активное наращивание розничных кредитных портфелей произошло в июле-октябре 2020 года.

Розничное кредитование сохранило за собой статус ключевого драйвера рынка. Объем кредитов, выданных населению Краснодарского края, за 2020 год достиг 520,5 млрд рублей, увеличившись на 11,1% г/г и опередив по темпам роста общероссийский уровень (+10,9% г/г). При этом в крае все же произошло замедление темпов выдачи розничных кредитов, прежде всего, в результате действия ограничительных мер, снижения спроса со стороны населения на кредиты из-за неопределенности в отношении стабильности доходов в будущем, а также с сохранением у банков осторожного подхода к кредитованию данной категории заемщиков.

Розничный портфель заемщиков Краснодарского края (см. рисунок 4) за год увеличился на 14,6% до 685,5 млрд рублей по состоянию на 01.01.2021 (в целом по России –

рост на 13,4%), но по-прежнему уступал динамике кредитования по состоянию на 01.01.2020 (+21,0% г/г).

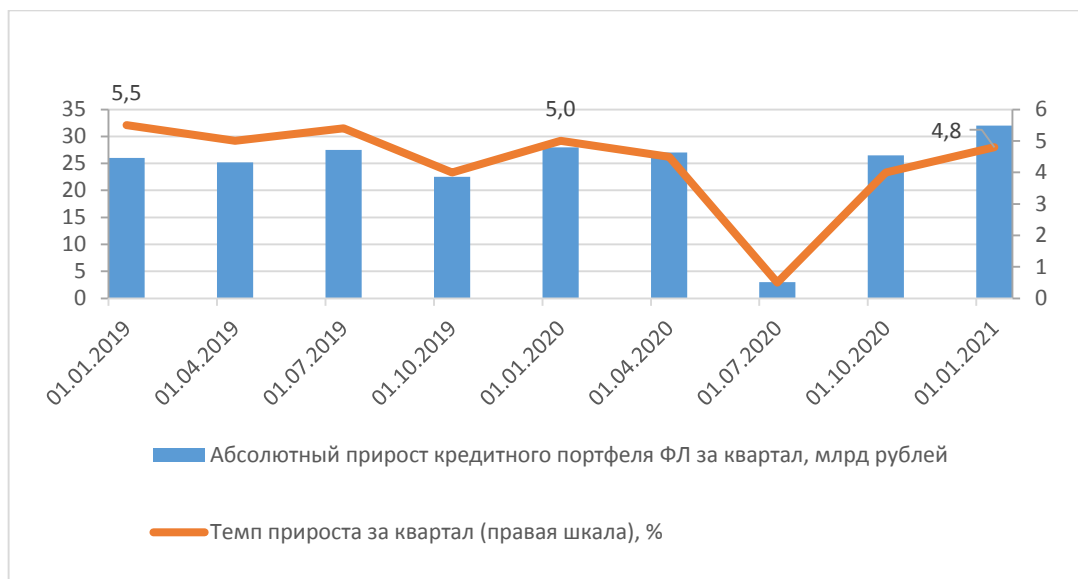


Рис. 4. Динамика розничных кредитов банков Краснодарского края (по данным отчетности банков по ф. 0409316) [3]

Существенную долю (60,5%) в структуре портфеля ссуд физических лиц региона традиционно занимала задолженность по потребительским кредитам (+8,5% г/г или 414,8 млрд рублей по состоянию на 01.01.2021), что выше общероссийского показателя (54,4%). При этом основную долю в годовом приросте розничного портфеля все же занимала ипотека (62,8%), что сопоставимо с общероссийской тенденцией (67,6%). Снижение доли потребительского кредитования в большей мере связано с популяризацией ипотеки (рост портфеля +25,5% г/г), а также с исчерпанием эффекта отложенного населением спроса, наблюдавшимся летом.

Привлекательности ипотеки также способствовало устойчивое снижение ее стоимости, преимущественно вследствие решений Банка России по ключевой ставке: в декабре ипотечные ставки по краю составили 7,5% при 7,4% по России (за год снижение на 1,6 прогнозного показателя и 1,4 прогнозного показателя соответственно).

Таким образом, однозначно можно сделать вывод, что ипотека остается основным драйвером роста розничного кредитного портфеля, как из-за популярности программы «льготная ипотека под 6,5% годовых», так и из-за общего снижения ставок.

Бизнесу и населению Краснодарского края в 2020 году предоставлено около 2 трлн рублей кредитов (см. рисунок 5), что ниже показателя 2019 года на 10,8% (в целом по стране +26,7% г/г).

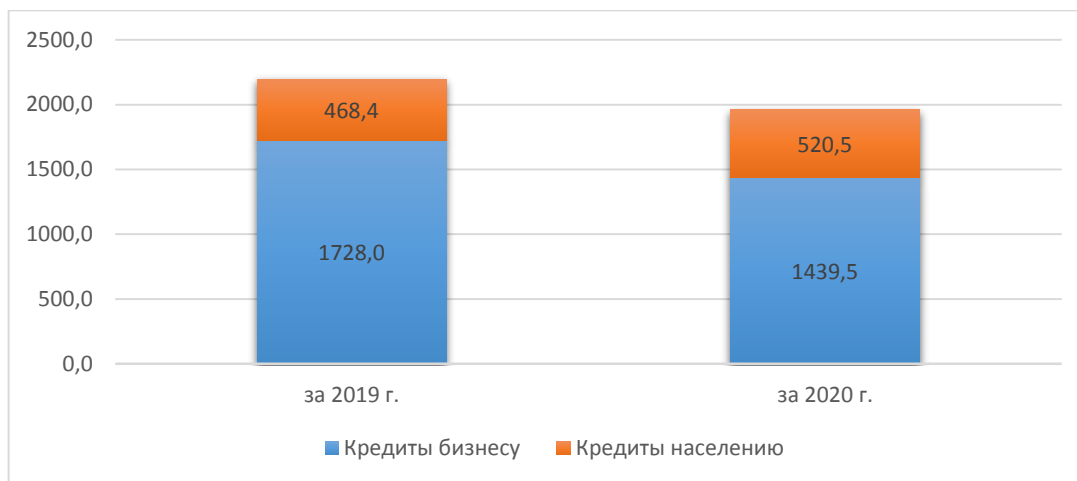


Рис. 5. Объем выданных кредитов заемщикам Краснодарского края, млрд руб. (по данным отчетности банков по ф. 0409316, 0409303) [3]

В 2020 году объем кредитов, предоставленных юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, составил 1,4 трлн рублей, сократившись по сравнению с 2019 годом на 16,7% (годом ранее – рост на 13,8% г/г, в целом по России за 2020 год рост на 30,5% г/г). Сложившаяся динамика обусловлена в большей мере сокращением объемов кредитования субъектов крупного бизнеса Краснодарского края (-22,0% г/г до 1,2 трлн рублей), на долю которых пришлось более 80% выдачи корпоративным заемщикам региона (в целом по России доля выдачи крупным заемщикам составила 89,8%).

Снижение объемов выдачи в 2020 году в первую очередь связано с приостановлением деятельности многих компаний в период введения ограничительных требований из-за распространения новой коронавирусной инфекции, а также сохранением у банков довольно жестких требований к финансовому положению данной категории заемщиков. Однако объем кредитования субъектов МСП, напротив, увеличился (+14,4% г/г до 286,8 млрд рублей, в целом по России – сокращение на 2,2% г/г) и опередил показатель за 2019 год (+6,6% г/г). Это в большей мере обусловлено введением мер поддержки отраслей, пострадавших от ограничений из-за распространения пандемии коронавируса.

Кредитный портфель корпоративных заемщиков Краснодарского края за год (с 01.01.2020 по 01.01.2021) вырос на 9,2% и составил почти 1,2 трлн рублей. В абсолютном приросте портфеля львиную долю, занимало кредитование крупного бизнеса (51,3%). При

этом темпы прироста портфеля крупного корпората (+5,4% г/г) значительно уступали приросту портфеля субъектов МСП (+27,5% г/г). В целом по России темп прироста задолженности юридических лиц составил 12,7%, в том числе крупного бизнеса – 11,0%, МСП – 22,6%.

Просроченная задолженность корпоративных заемщиков Краснодарского края за год уменьшилась на 16,9% до 51,9 млрд рублей по состоянию на 01.01.2021. Наблюдалось уменьшение доли непогашенных в срок кредитов с 5,8 до 4,4% на 01.01.2021 (см. рисунок 6 далее).

Качество портфеля улучшилось как за счет крупных клиентов (за год объем просроченной задолженности сократился на 25,2% до 28,5 млрд рублей, а доля снизилась с 4,3 до 3,1%), так и субъектов МСП (просроченная задолженность уменьшилась на 3,9%, а ее доля в портфеле МСП составила 9,9% (годом ранее 13,2%).

Доля просроченной задолженности юридических лиц в целом по России представлена на рисунке 6 далее, она, как видно, составила 6,4%, в том числе крупного бизнеса – 5,5%, МСП – 11,0%.

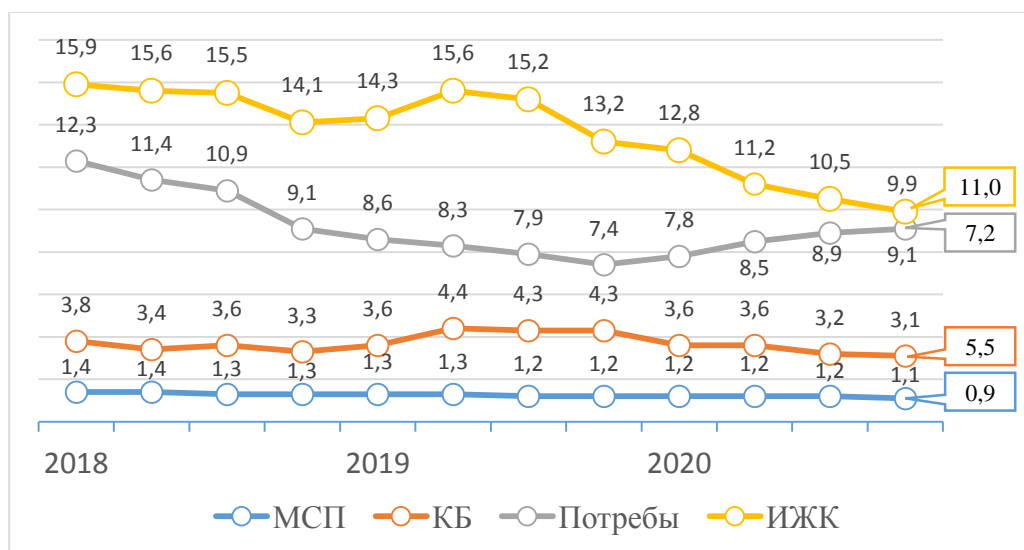


Рис. 6. Просроченная задолженность, %
(по данным отчетности банков по ф. 0409302, 0409303) [3]

Предотвратить более серьезные последствия для кредитного качества помогли меры, введенные Банком России в рамках поддержки экономики страны и финансового сектора в период пандемии. При этом стоит отметить, что продление возможности банкам реструктурировать задолженность проблемных заемщиков в рамках собственных программ до 01.04.2021, может сгладить рост проблемных кредитов.

Нельзя не отметить, что Центральный Банк вовремя и грамотно отреагировал на «коронавирусный кризис», что позволило банковскому сектору России в целом адекватно вести свою деятельность в непростых условиях.

Центральный Банк является главным звеном и регулятором в надзорной банковской системе. В результате пандемии в банковской системе Российской Федерации стали появляться проблемы, которые требовали и продолжают требовать принятия безотлагательных мер по совершенствованию банковского надзора в данных неблагоприятных условиях.

На сегодняшний день банковская деятельность нуждается в особом внимании, так как в условиях пандемического процесса, создаются непростые экономические условия. Данные обстоятельства требуют все более конкретных и действенных рычагов регулирования от Центрального Банка. Вхождение банков в «коронавирусный» год стал проверкой на уязвимость всей банковской системы страны в целом. В целях понимания текущего состояния банковского сектора России и принятых мер надзорного реагирования по отношению к кредитным организациям в первую очередь необходимо рассмотреть институциональные аспекты, динамику изменений, а также финансовые результаты деятельности банков за 2019 – 2020 г.г.

Характеристика состояния банковского сектора, содержащая информацию о количестве кредитных организаций (банков и небанковских кредитных организаций (НКО)), действующих на территории Российской Федерации в 2019 – 2020 г.г. представлена на рисунке 7 [3].

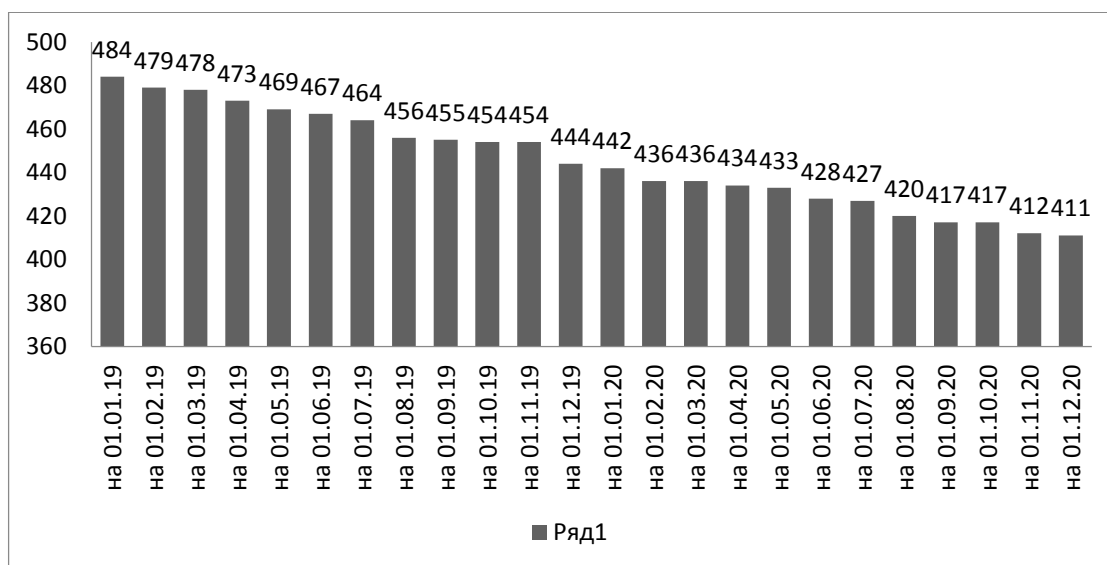


Рис. 7. График изменения количества кредитных организаций в РФ в 2019 – 2020 г.г.

С начала 2019 г. и на протяжении всего 2020 г., число кредитных организаций в России неуклонно сокращается.

За 2020 г. в России стало меньше действующих кредитных организаций – банков и небанковских кредитных организаций (НКО). Если в январе их насчитывалось 442 (402 банка и 40 НКО), то к 1 декабря 2020 г. продолжает работать всего 411 (371 банк и 40 НКО). Количество НКО на протяжении 2020 г. остается неизменным, а вот число банковских учреждений уменьшилось на 31 банк, что по сравнению с 2019 г. меньше на 9 учреждений.

Таким образом, в среднем, за 2020 г. с рынка уходило по 3 кредитные организации в месяц — схожая динамика наблюдалась в банковском секторе год назад.

Согласно материалам Банка России [3] по состоянию на 01.12. 2020 г. у 12 финучреждений регулятор, выполнив соответствующие надзорные функции, отозвал лицензии, у 8 лицензии были аннулированы, в отношении 12 кредитных организаций было принято решение о реорганизации.

Из приведенной аналитики, можно сделать вывод, что основной причиной закрытия банков в 2020 г. становится их добровольная ликвидация посредством сдачи лицензии, а также в результате проведения реорганизационных мероприятий, посредством слияния или присоединяя к более финансовому устойчивому кредитному учреждению. Стоит отметить, что все закрывшиеся в 2020 г. банки — это небольшие, как правило, регионального уровня учреждения. Их слияние с более крупными игроками или просто уход с рынка можно связать с высокой конкуренцией, попыткой удержать клиентуру, сохранить прибыль и рентабельность. В перспективе можно прогнозировать, что с этими проблемами столкнется большинство небольших банков страны.

Рассматривая деятельность кредитных учреждений на примере Краснодарского края можно отметить следующее, физическое присутствие точек банковской инфраструктуры на территории края, также, как и в целом по стране, снижалось. За 2020 год банковская сеть края (кредитные организации, филиалы и внутренние структурные подразделения (ВСП)) сократилась на 42 единицы до 1230 банковских учреждений по состоянию на 01.01.2021 (см. рисунок 8).

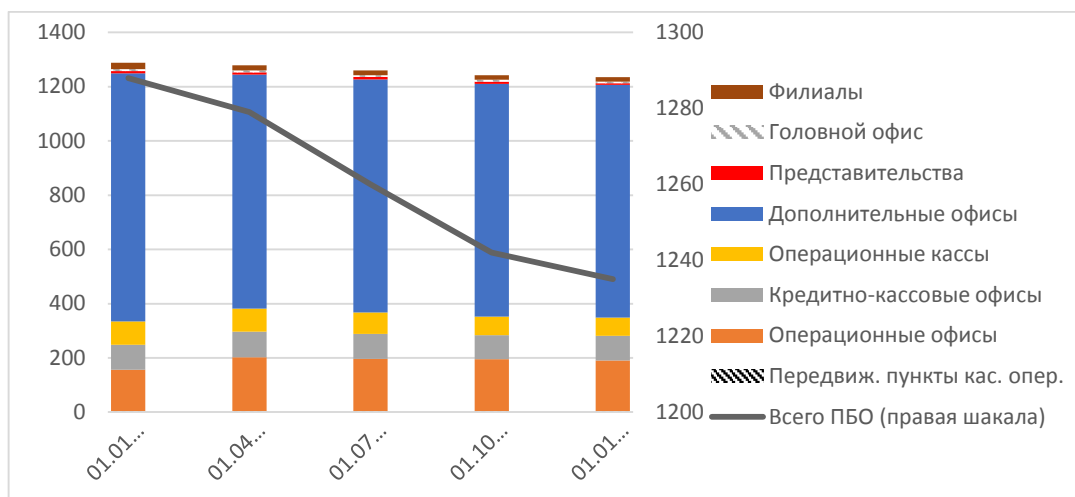


Рис. 8. Пункты банковского обслуживания на территории Краснодарского края [3]

Данная динамика обусловлена развитием и внедрением дистанционных методов обслуживания клиентов, оптимизацией и форматированием краевой сети крупных банков.

Представленная динамика, как в разрезе страны, так и на примере Краснодарского края на первый носит положительный характер, а представленная статистика говорит о замедлении процесса «ухода» с рынка кредитных учреждений.

В целях надлежащей оценки состояния банковского сектора, рассмотрим финансовые результаты деятельности действующих кредитных организаций за 2019 – 2020 гг., используя официальные материалы Банка России [3], которые наглядным образом продемонстрируют реальное положение дел в рассматриваемом секторе экономики.

Так, по состоянию на конец 2020 г., 299 кредитных организаций вышли с общим объемом чистой прибыли в сумме 1 479 млрд руб., 104 учреждения показали убыток в 29,7 млрд руб., 8 организаций не представили отчетность.

Из анализа данных на начало 2020 г. следует, что 366 кредитных организаций показали чистую прибыль в 1869,6 млрд руб., 75 учреждений ушли в минус на 154,5 млрд руб., 1 организация не предоставила отчетность [3].

В целом ситуация с ликвидностью банковского сектора на протяжении всего 2020 года оставалась стабильной. Кредитные организации не испытывали потребности в получении дополнительной срочной ликвидности. Клиентские платежи проводились, в том числе с использованием внутрисрочных кредитов Банка России. Временно свободные денежные средства кредитные организации размещали в депозиты Банка России.

В то же время ликвидность регионального банковского сектора (Краснодарского края)

остаётся стабильной. Объем обязательств Банка России перед кредитными организациями Краснодарского края по купонным облигациям Банка России по сравнению с началом 2020 года снизился с 7,54 млрд рублей до 1,01 млрд рублей. Объем средств кредитных организаций края, размещенных в депозитах Банка России, напротив, незначительно увеличился с 3,88 млрд рублей до 4,20 млрд рублей.

За период с 01.01.2020 по 31.12.2020 кредитным организациям (филиалам) Краснодарского края предоставлено кредитов Банка России на общую сумму 7,57 млрд рублей (за аналогичный период 2019 года – 17,89 млрд рублей), в том числе:

- внутрисдневные кредиты – 7,55 млрд рублей (в 2,3 раза меньше, чем за аналогичный период 2019 года (17,48 млрд рублей);

- кредиты овернайт – в указанный период не предоставлялись (в аналогичном периоде 2019 года – 253,3 млн рублей);

- ломбардные кредиты – в указанный период не предоставлялись (в аналогичном периоде 2019 года – 1,0 млн рублей).

В заключение необходимо подчеркнуть, что пандемия внесла свои значительные коррективы как в экономическую, так и политическую жизнь страны, отразилась практически на всех сферах деятельности, и банковский сектор не стал исключением. Вместе с тем, независимо от возникших трудностей, банковская система страны в целом и Краснодарского края в частности справилась «коронавирусным кризисом», что может свидетельствовать о позитивной тенденции.

Список использованной литературы:

1. Доклад об исполнении федерального бюджета за январь-декабрь 2020 года. М., 2020.
2. Россия в цифрах. 2020: Краткий статистический сборник / Росстат- М., 2020 – 550 с.
3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. Электронный ресурс. Режим доступа: https://cbr.ru/about_br/ip/
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

УДК 339.3

*Денисова Н.И.,
к.т.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Бринева Д.А.
обучающаяся 3 курса
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Штезель А.Ю.
к.э.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ВНЕДРЕНИЕ ПРОГРЕССИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТОРГОВОМ ОБСЛУЖИВАНИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

INTRODUCTION OF ADVANCED TECHNOLOGIES IN RETAIL CUSTOMER SERVICE

Аннотация: В статье основное внимание уделено внедрению инновационных технологий, которые не только повышают эффективность работы торгового предприятия, но и в значительной мере способствуют повышению качества обслуживания покупателя непосредственно в местах продажи. Инновационные технологии направлены на наиболее полное и квалифицированное удовлетворение потребностей клиента.

Abstract: The article focuses on the introduction of innovative technologies that not only increase the efficiency of the trading enterprise, but also significantly contribute to improving the quality of customer service directly at the points of sale. Innovative technologies are aimed at the most complete and qualified customer satisfaction.

Ключевые слова: розничная торговля, торговое обслуживание, прогрессивные технологии, радиочастотная идентификация, автоматическое пополнение, распознавание лиц, расширенная реальность, искусственный интеллект.

Keywords: retail trade, advanced technologies, retail service, radio frequency identification, automatic replenishment, face recognition, augmented reality, artificial intelligence.

На 2021 год инновационная деятельность является одним из основных условий успешного развития торговли в целом и предоставляет на рынке определенным предприятиям значительные конкурентные преимущества. Следует сказать, что инновации прямо могут воздействовать на макро и микросреду предприятия, нововведения эти

способствуют росту объемов продаж и уровню чистой прибыли.

На данное время специалисты отмечают значительное снижение покупательской способности населения, это связано с инфляцией, ростом цен, ухудшением условий кредитования. Доходы населения позволяют в буквальном смысле удовлетворять только ключевые физиологические потребности людей. В связи с этим организации, понимая данную проблему, стремятся ориентироваться на товары низкой ценовой категории, ибо именно эти товары пользуются большим спросом. Магазины же в свою очередь в данных условиях пытаются удержать покупателя на постоянной основе, отбить его у конкурентов. Следует сказать, что многие торговые организации, дабы удержаться на текущем рынке, вынуждены занимать оборонительную позицию на угрозы со стороны субъектов рынка, что в корне является неверным решением. На данное время на рынке лидером выступают те предприятия, которые начали разработку и внедрение инновационных разработок на постоянной основе. Следует отметить, что инновации требуют значительных финансовых вложений, позволить которые не все предприятия могут, а лишь те, что имеют хорошую финансовую подушку.

Кризис, связанный с распространением пандемии вызывает изменения экономической ситуации в стране. И, несмотря на то, что о некоторых инновациях в ритейле уже известно достаточное количество времени, тем не менее, внедряются они с большими трудностями. Технологии меняются всюду, мир не стоит на месте. Заметны такие изменения и в сфере торговли, которые в конечном итоге направлены на значительное увеличение среднего чека магазина, на повышение уровня продаж, на увеличение прибыли и на повышение качества обслуживания покупателей. Сложность реализации инноваций требует не только значительных экономических вложений, но и особых инструментов для быстрого их внедрения.

Работа предприятий торговли для удовлетворения потребностей покупателей основана на наличии определенных товарных запасов. Для того, чтобы организовать бесперебойную торговлю и удовлетворить спрос покупателей, магазину необходимо иметь достаточное количество товаров в запасе, постоянно поддерживать в магазине их уровень, чтобы не создавать перебои в товароснабжении и в то же время не допускать затоваривания складов. Если товарные запасы сформированы правильно, то магазин обеспечивает устойчивость ассортимента товаров, и повышает степень удовлетворения покупательского спроса. Для достижения этой цели необходимо наладить четкую систему управления

запасами.

В крупных предприятиях управление товарными запасами основано на использовании информационных технологий, с помощью которых практически ежедневно наблюдают за их состоянием, через компьютерную сеть размещают заказы и доводят запасы до оптимального уровня. Если товарные запасы на полках магазина снижаются до 30%, что говорит о недостаточном их количестве, то сигнал об этом поступает на распределительный склад для пополнения.

Поскольку прибыль базируется на продажах, крайне важно, чтобы магазины оптимизировали управление запасами. Поскольку розничная среда переходит на всеканальную модель, потребители ожидают, что смогут посетить веб-сайт магазина и проверить, есть ли товар на складе, прежде чем они посетят это место. Это означает, что розничные торговцы должны быть в состоянии точно отслеживать все свои запасы и даже прогнозировать потенциальные продажи в магазине на этот день, чтобы гарантировать, что обещанный объем запасов является точным и доступным для клиентов.

В общем, программное обеспечение может помочь менеджеру розничных операций определить, сколько запасов нужно заказать и когда, чтобы магазин мог поддерживать нужное количество запасов для обслуживания клиентов. Функция автоматического пополнения может даже автоматизировать часть этой работы для менеджера и автоматически заказывать дополнительные запасы, когда уровень запасов достигает определенной точки.

Однако отслеживание точного количества имеющихся запасов является более сложной задачей. Поскольку магазины, как правило, представляют собой хаотичную среду с продуктами, перемещающимися по магазину в корзинах потребителей и тележках для покупок и пополняемыми сотрудниками, трудно контролировать точное количество доступных запасов. В условиях низких технологий сотрудники магазина вручную подсчитывают товары на полке или сканируют штрих-коды для контроля уровня запасов.

Появление технологии радиочастотной идентификации (RFID) улучшило эту ситуацию. При использовании этой технологии происходит считывание информации со специальных RFID-меток с уникальными серийными номерами, с помощью которых можно отследить каждую единицу товара, находящуюся в радиочастотном поле считывателя. Его можно использовать для идентификации товара даже в транспортной упаковке при перемещении товара или же в кузове автомобиля.

В розничной торговле с использованием этого метода можно отследить сразу все товары на стеллажах и на полках в торговом зале магазина. Сотрудник магазина может направить RFID-считыватель на полку и собрать данные обо всех товарах на этой полке, что значительно сокращает время, затрачиваемое на подсчет запасов.

С помощью данного метода можно значительно сократить время инвентаризации, время приемки и перемещения товара, своевременно получать данные по товарным остаткам, достаточно быстро находить необходимый товар на полках магазина или на стеллажах

Наряду с RFID-технологией, которая уже достаточно широко распространена, некоторые магазины используют для тестирования беспилотные летательные аппараты и самонаводящиеся роботы для управления запасами, а также помогают гарантировать, что товары размещаются на правильных полках и расположены так, чтобы их этикетки были обращены наружу.

Робототехника в виде роботов-ассистентов помогает покупателям найти необходимые товары в магазине. У такого робота-ассистенту можно с помощью вопроса выяснить, где находится нужный товар или перед камерой поместить образец товара, и робот проведет покупателя к месту его нахождения.

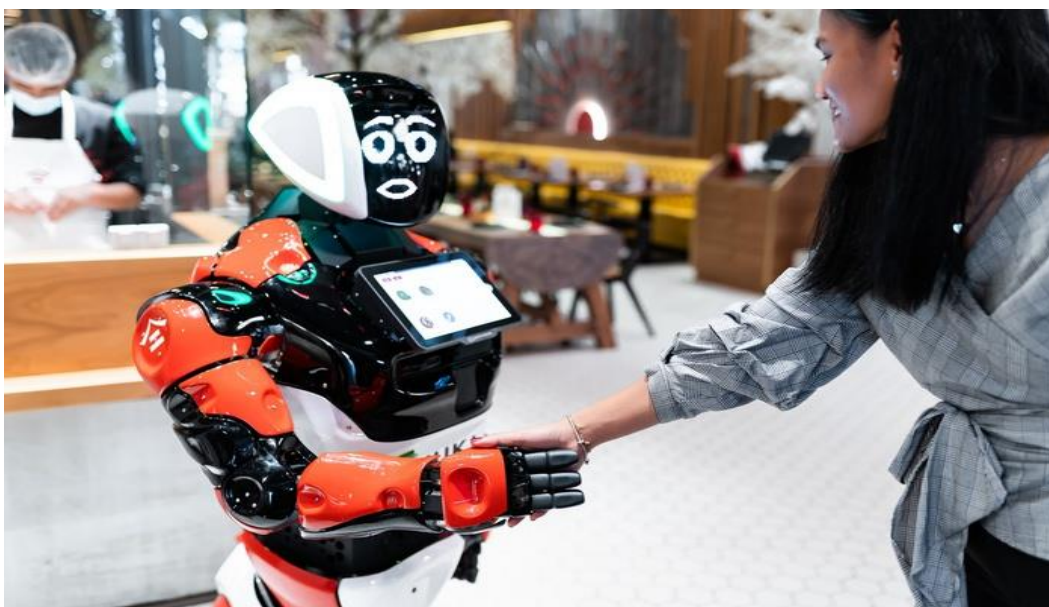


Рис. 1. Вежливый робот

Роботы могут помочь распределить товары на полках магазина или помочь при разгрузке товаров, что довольно успешно использует крупнейшая компания по интернет-продажам Amazon.

В Перми был разработан вежливый человекоподобный робот «Промобот», который может заменить продавцов-консультантов и администраторов, может выдавать карты лояльности, купоны скидок покупателям, консультировать по товарам путем считывания штрих-кодов. Если посетитель впервые появляется в магазине, то робот идет навстречу ему для знакомства, интересуется наличием карты лояльности и затем проверяет ее при наличии или выдает ему такую карту при отсутствии.

Разработанного робота Веру используют для поиска сотрудников, для самостоятельного проведения онлайн-собеседований с кандидатами.



Рис. 2. Робот «Алиса для Бизнеса» - виртуальный сотрудник

А робот «Алиса для Бизнеса» проводит телефонные опросы, информирует клиентов об акциях и даже проводит с высокой скоростью обзвон клиентов за день до проводимой акции, что позволяет экономить на зарплате сотрудникам.

Во время роуминга по магазину роботы и дроны также могут обеспечить наличие рекламных дисплеев, как и было обещано, чтобы помочь сократить штрафы за аудит.

Инвентаризационные роботы также могут помочь в обеспечении безопасности. Патрулируя магазины, они могут следить за упавшим, сломанным или протекающим инвентарем, который может вызвать опасность споткнуться или поскользнуться для покупателей и персонала. Они также могут обеспечить безопасное расположение предметов на полках, чтобы они не представляли опасности падения. Это освобождает сотрудников магазина, чтобы сосредоточиться на более важных задачах.

К 2025 году к Интернету вещей будет подключено более 75 миллиардов устройств. Возможности подключенных устройств будут практически безграничны: холодильники,

кофеварки и многое другое. Эти устройства сами станут потребителями.

Розничная торговля вступает в то, что называется экономикой «пополнения», где наши автомобили, бытовая техника, связанная упаковка и даже сами продукты начнут перезаказываться и покупаться с нашего одобрения. Особенно это было актуально в 2020 году во время пандемии, люди все заказы делали онлайн, доставка товаров осуществлялась прямо до двери с соблюдением всех правил безопасности.

Мы видели, как люди хотят, чтобы их розничный опыт был максимально удобным. В то время как клиенты могут наслаждаться походом в магазин, чтобы выбрать новый наряд или просмотреть раздел книг, мало кому нравится таскать тяжелые бутылки моющего средства, пакеты с подгузниками или кофе или хлопотать о походе в магазин за продуктами, которые, как они знают, им нужно будет пополнять на регулярной основе. Введена услуга автоматического пополнения.

Автоматическое пополнение уменьшает или устраняет два больших преимущества: никогда не кончается продукт и не нужно тратить время, чтобы пойти в магазин, чтобы купить его. Хотя это уменьшит потребность потребителей идти в магазин, предоставление этой очень удобной услуги повысит лояльность клиентов на новый уровень.

За последние два года замечается рост инвестиций в автономных роботов на 6%. Эти машины трансформируют и улучшают жизненно важные области: розничные операции, опыт клиентов и аналитику. Они используются для проверки инвентаря, обеспечения устранения опасных факторов, предоставления клиентам легкодоступной информации, отслеживания ранее не собранных данных и многого другого.

По мере того как роботы и другие технологии будут поддерживать более эффективные розничные операции, роль сотрудников магазинов будет смещаться в сторону более важных задач.

Еще одна технологическая тенденция, которая меняет шопинг, - это роботы-продавцы. Роботы, такие как Pepper, могут помочь покупателям найти товар, который они ищут, и ответить на вопросы. Они даже могут отправить по электронной почте специальные предложения или купоны.

Например, в то время как роботы берут на себя некоторые из более приземленных задач розничной торговли, менеджеры по человеческим технологиям будут программировать роботов для выполнения этих задач, контролировать их прогресс и проводить техническое обслуживание роботов.



Рис. 3. Робот-продавец

Кроме того, роботы и другие новые типы технологий имеют возможность собирать тонны потребительских данных. Люди необходимы для анализа этих данных, чтобы выявить действенные идеи, которые могут повысить эффективность работы магазина и улучшить качество обслуживания клиентов.

По мере того как ритейлеры начинают внедрять различные технологии для улучшения работы магазинов, улучшения клиентского опыта и аналитики, менеджеры магазинов должны будут проводить анализ, чтобы убедиться, что они эффективно используют технологии. С каждым годом с развитием научно-технического прогресса новые технологии становятся более доступными, розничные торговцы могут чувствовать давление, чтобы внедрить все технологии как можно скорее, чтобы оставаться конкурентоспособными. Общая проблема в розничной торговле заключается в том, что компании хотят или нуждаются в технологии, но не знают, как ее правильно реализовать.

Инвестирование и внедрение новых технологий - это большое обязательство, поэтому лидеры розничной торговли действительно должны учитывать все затраты и последствия, прежде чем начинать технологическую инициативу, а это просто невозможно сделать без технологической дорожной карты. Кроме того, они должны тщательно оценить различные типы доступных технологий, чтобы определить, какие из них обеспечат данному

физическому хранилищу наибольшую отдачу от инвестиций.

Технология будет продолжать развиваться, и испытания будут продолжаться, позволяя розничным торговцам совершенствовать преимущества автономных роботов, розничного программного обеспечения и многого другого. По мере внедрения соответствующих решений магазины смогут организовать свою деятельность более эффективной, работу своих сотрудников более легкой, опыт клиентов более последовательным и приятным, а бизнес более прибыльным.

К концу 2025 года будет развернуто более 580 000 автономных мобильных роботов (AMR), которые помогут складам выполнять заказы клиентов. Многие ритейлеры пытаются приспособиться к “эффекту Амазонки” и изучают автоматизацию выполнения заказов, чтобы попытаться увеличить скорость и гибкость операций, чтобы конкурировать с Amazon. Такая автоматизация позволяет значительно сократить время обработки заказов. Кроме того, склады изо всех сил стараются найти достаточно людей, чтобы не отставать от спроса, поэтому автоматизированные системы являются привлекательным решением.

Многие из самых успешных ритейлеров имеют онлайн и офлайн-присутствие. Технология распознавания лиц помогает розничным торговцам активно бороться с магазинными кражами и розничной преступностью. Кроме того, она может принести персонализированный опыт онлайн-покупок в удобное для вас место. Когда клиент идентифицируется с помощью технологии распознавания лиц, персонал магазина может лучше реагировать на уникальные потребности этого клиента. Конечно, есть юридические проблемы и проблемы конфиденциальности, которые необходимо решить, но есть несколько преимуществ для ритейлеров, которые приняли технологию распознавания лиц.

Стремительный рост гигантов электронной коммерции, таких как Amazon и Alibaba, и смена парадигмы потребительских предпочтений заставили традиционных ритейлеров пересмотреть свои стратегии и исследовать новые формы взаимодействия с потребителями. Революция началась с появлением разработки приложений для iPhone и смартфонов.

Ритейлеры теперь используют иммерсивный опыт, часто стирая границы между онлайн- и офлайн-мирами. Ставки высоки, и все дело в удобстве, персонализации и гибкости. Нельзя отрицать, что мандат ясен: либо измениться, либо остаться в стороне в мире высокой конкуренции.

Индустрия розничной торговли динамично меняется в соответствии с новыми технологиями и тенденциями. Ключом к выживанию в этой отрасли является адаптация к

меняющимся предпочтениям и требованиям клиентов с помощью розничных ИТ-решений и новых технологий в розничной торговле.

От распознавания лиц до биометрической проверки, интеллектуальные датчики, отслеживающие движения клиентов в магазине — технология переопределяет розничные программные решения и то, как ритейлеры функционируют с оптимальной эффективностью.

Распознавание лиц быстро становится неотъемлемой частью розничной торговли. Эта новаторская технология помогает розничным торговцам преодолеть проблему усадки, а также персонализировать опыт онлайн-покупок обратно в обычные магазины. Розничные торговцы могут использовать распознавание лиц для анализа поведенческих паттернов клиентов во время покупок в своих розничных магазинах. Это позволяет им понять, что чувствуют клиенты и как они ведут себя и действуют, находясь в своих магазинах.



Рис. 4. Оплата покупок по лицу

Использование смартфонов быстро растет, что приводит мобильные приложения в тренд. Благодаря широкому внедрению мобильных решений розничные приложения захватили всю отрасль. Это помогает розничным торговцам увеличить охват, повысить лояльность и повысить эффективность, предоставляя множество вариантов покупок и беспрепятственных услуг.

Основная причина, которая привлекает ритейлеров к сервису разработки мобильных приложений, заключается в том, что он позволяет вести бизнес 24/7. Кроме того, ритейлеры могут также сэкономить затраты на инфраструктуру и предложить своим клиентам опыт

покупок следующего поколения.

С помощью платформ социальных сетей легче ориентироваться на правильную и более широкую аудиторию. Сайты социальных сетей помогают более эффективно распространять информацию о продукте, поощряя пользователей ставить лайки, делиться ими и обсуждать их в разделе комментариев. Это считается мощной и эффективной маркетинговой стратегией для электронной коммерции, поскольку платформы социальных сетей могут привлекать пользователей.

Расширенная реальность включает в себя расширенные цифровые и физические возможности, сочетающие дополненную реальность (AR), виртуальную реальность (VR) и смешанную реальность (MR). Это сильно изменит торговые предпочтения и изменит взаимодействие между компанией и ее брендами.

Преимущества расширенной реальности:

- снижение затрат.
- увеличение доходов и производительности.
- улучшение качества обслуживания клиентов.

Расширенная реальность предоставляет клиентам возможность перемещаться по различным продуктам и виртуально пробовать продукты с помощью мобильного приложения. Это также дает клиентам возможность поделиться своим опытом с другими пользователями.

Расширенная реальность особенно набирает обороты в новой норме, избегая точек соприкосновения во время покупок из-за ограничений социального дистанцирования COVID-19. Это ограничивает потребность в прикосновении к предметам, которые клиент может в конечном итоге не купить.

Благодаря более миллиардам подключенных к Интернету продуктов, таких как домашние колонки, телевизоры, развлекательные системы и автомобили, розничные торговцы могут собирать обширные данные и действенные сведения об использовании и предпочтениях продуктов клиентов. Это позволит осуществлять таргетированный маркетинг для клиентов на каждом этапе пути покупателя. «Подключенные устройства к 2023 году будут в 3 раза больше населения планеты».

Искусственный интеллект готов полностью изменить перспективы розничной торговли. Наиболее вероятной технологией для изменения ландшафта розничной торговли является искусственный интеллект (ИИ), управляемый данными от самих клиентов. Анализ

“тепловых карт” дает подробную информацию о перемещениях клиентов в том или ином разделе и о том, какие товары они ищут. Эта информация может быть захвачена датчиками лидера. Точно так же виртуальные помощники и роботы внутри магазина помогают давать рекомендации покупателям, которые повышают их ценность.

ИИ, такие как Siri, Cortana и Alexa, полностью обновляют повседневный опыт покупок потребителей. От производства, распределения до доставки ИИ будет играть решающую роль в мире розничной торговли.

Искусственный интеллект готов изменить способ оплаты. Чат-боты, развернутые платежными компаниями, теперь предоставляют инновационный способ проверки балансов и осуществления платежей.

Поскольку ритейлеры борются за то, чтобы делать больше с меньшими затратами в условиях сокращения маржи, потенциал блокчейна для снижения операционных расходов является одной из его главных достопримечательностей. Блокчейн может заново изобрести основные бизнес-функции, привнеся доверие и безопасность в розничные функции, охватывающие управление цепочками поставок, бухгалтерский учет и аудит, а также связанные с ними процессы управления учетными записями.

Криптовалюты и блокчейн, возможно, не заменят обычные платежные системы в ближайшее время, но несколько банков изучают способность блокчейна аутентифицировать транзакции.

Список использованной литературы:

1. Денисова Н.И. Цифровые технологии в ритейле: искусственный интеллект и дополненная реальность / Денисова Н.И. // Сб. научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики. – Краснодар. 29.11.2019. - С. 490-501

2. Денисова Н.И. Инновационные технологии, применяемые в компании «Бауцентр» / Денисова Н.И. // Сфера услуг: Инновации и качество. - 2020. № 46. - С. 54-65.

3. Тренды сервисного обслуживания по итогам 2020 года. <https://vc.ru/future/176227-trendy-servisnogo-obsluzhivaniya-po-itogam-2020-goda>

4. Главные инновации в ритейле, которые поднимут российский бизнес на новый уровень 12 ноя 2020 <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-torgovle>

5. Инновации в ритейле 2020: технологии времен пандемии 4 февраля 2021 Валерия Миронова, Retail.ru. <https://www.retail.ru/articles/innovatsii-v-riteyle-2020-tekhnologii-vremen-pandemii/>
6. Шуркаев А. Шопинг-2020: пять революционных технологий в ретейле. Обновлено 20.03.2020. <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5e256df49a79476ca255a709>
7. Свиридонов П. Ритейл будущего: новые технологии, которые впечатляют. 24.09.2019. <https://mcs.mail.ru/blog/ritejl-budushchego-novye-tekhnologii-kotorye-vpechatlyayut>
8. Семь инноваций в ритейле, которые изменяют наши привычки. 29.04.2019. Рубен Бабаев. <https://rb.ru/opinion/innovacii-v-ritejle/>

УДК 339.138

*Денисова Н.И.,
к.т.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Гончарова Д.В.,
обучающаяся 3 курса
направления подготовки 38.03.06 Торговое дело
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Штезель А.Ю.,
к.э.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ЦЕПОЧКА ПОСТАВОК И УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ В СЕТЕВОЙ СТРУКТУРЕ ИКЕА

SUPPLY CHAIN AND IKEA NETWORK INQUIRY

Аннотация: в статье рассматривается цепочка поставок, как основополагающая функция бизнеса, используемая в сетевой структуре розничного предприятия ИКЕА, факторы, обеспечивающие эффективность поставок, этапы управления, логистика в магазине, а также управление запасами в данной структуре.

Abstract: The article discusses the supply chain as a fundamental business function used in the network structure of the IKEA retail enterprise, the factors that ensure the efficiency of supply, management stages, logistics in the store, as well as inventory management in this structure.

Ключевые слова: процесс управления цепочкой поставок, факторы влияния, этапы управления, круговая цепочка поставок, основные функции процесса управления, товарные запасы.

Keywords: supply chain management process, influencing factors, management stages, circular supply chain, main functions of the management process, inventory.

Как известно, компания ИКЕА, основанная в Швеции еще в 1943 году, сегодня является одним из самых популярных мировых брендов мебели и бытовой техники и управляет 330 магазинами в 42 странах и регионах. ИКЕА отличается от конкурентов, предлагая стильные, современные товары по доступным ценам.

Первоначально маленькая шведская фирма ИКЕА продавала мебель по каталогу и рассылала заказы по почте, но постепенно превратилась в крупнейшего в мире продавца мебели для дома.

ИКЕА - это крупнейшая компания-дистрибьютор мебели и товаров домашней обстановки, которая занимается производством, доставкой и продажей этих товаров или в своих розничных магазинах, или по почтовым заказам. В течение 75 лет компания добивалась своей ключевой цели, заключающейся в том, чтобы сделать «хорошо продуманную и функциональную мебель для дома, доступной каждому», как указано на ее веб-сайте.

Деятельность компании ИКЕА включает всю производственно-сбытовую цепочку, а именно закупает сырье, разрабатывает ассортимент, решает вопросы производства, транспортировки и розничной продажи товаров. В состав компании входят производственные предприятия, закупочные офисы, центры комплектации и доставки заказов покупателям, а также большое количество магазинов в различных странах мира

Несмотря на то, что компания в производственно-сбытовой цепочке решает вопросы производства, следует отметить, что она самостоятельно не изготавливает свою продукцию. Для ее производства компания привлекает почти 2000 субподрядчиков и поставщиков сырья почти в 55 странах. Изготовленная ими продукция отправляется на оптовые базы компании. Поэтому компания ИКЕА имеет 17 распределительных центров не только в самой Швеции, но и во Франции и Испании. Таким образом компания снижает затраты на производство, чтобы сделать конечный продукт доступным в цене.

Компания размещает заказы на материалы, комплектующие изделия, полуфабрикаты, и на производство продукции на территории многих стран, поэтому необходимо найти наиболее эффективную модель движения товарного потока и превращение его в готовую продукцию для доставки конечному потребителю. Цепочка поставок при вовлечении в неё большого количества стран, становится достаточно сложной и громоздкой. Цепочка поставок представляет собой группу поставщиков товаров и услуг, которая участвует в создании конкретного продукта компании.

Поскольку цепь поставок включает большое количество звеньев, которые связаны в первую очередь материальным потоком. В цепь поставок входит приобретение сырья, готовых материалов и комплектующих изделий у поставщиков, а также послепродажный сервис и логистику.

Управление цепочкой поставок способствует созданию конкурентного преимущества на рынке. Управление цепями поставок характеризуется процессом планирования, исполнения и контроля потоков сырья, материалов, незавершенного производства, готовой продукции, а также обеспечения эффективного и быстрого сервиса за счет получения оперативной информации о перемещениях товара. Все участники цепочки поставки связаны между собой информационными, денежными и товарными потоками, которые начинаются приобретением сырья у поставщиков, и заканчивается продажей готовых товаров и услуг клиенту.

Управление цепочкой поставок включает следующие этапы.

1. **Планирование.** На этом этапе компания определяет объем производства, источники поставок, объем поставок сырья/материалов и готовой продукции, товарные запасы, возможные каналы дистрибуции, анализируются предпочтения в потребительском спросе. Кроме того компания на этом этапе определяет объем самостоятельного производства и объем изделий, приобретенных у других производителей.

2. **Закупки.** Компания осуществляет на данном этапе оценку и выбор поставщиков, заключение контрактов с ними, проверку качества поставок, т.е. включают такие процессы, как: приобретения; получения; транспортировки; входного контроля и оприходование товара.

3. **Производство.** На этом этапе осуществляются вопросы управления производственными процессами, контроля технологических процессов, упаковки, хранения, графиком производства.

4. **Доставка,** включающая управление цепочками поставок, ведение клиентской базы, управление складом, транспортировку.

5. **Возврат, где фиксируются** элементы возврата товара, дефекты, требующие ремонта, составляют графики возвратов и направления на уничтожение или на переработку.

По мере того как мебельный гигант продолжает приспосабливаться к меняющемуся рынку и постоянно меняющимся предпочтениям потребителей, его цепочка поставок также развивается.

Компания ИКЕА предлагает покупателям сборку товаров и их доставку на дом, и гарантирует предоставить качественные современные товары по существенно сниженным ценам. Для этого компании необходимо мобилизовать своих поставщиков, осуществлять тщательный поиск и оценивать потенциальных поставщиков, для чего в компании

функционируют 30 закупочных офисов по всему миру, которые занимаются поиском компаний-кандидатов. Дизайнеры за два-три года до выхода товара на рынок решают, какой поставщик и каким товаром будет снабжать компанию.

Расширение ассортимента продукции влияет на цепочку поставок и усложняет ее за счет того, что спрос покупателей не всегда можно спрогнозировать, а это непременно увеличивает расходы и снижает влияние на цепочку поставок. С расширением ассортимента неизменно сокращается жизненный цикл товара. Поэтому и цепи поставки должны все время подстраиваться к жизненному циклу продукции. Потребитель постоянно увеличивает требования к приобретаемому товару, а с учетом самостоятельной сборки мебели у потребителя повышается потребность в быстрой доставке, в лучшем качестве, сохраняя при этом определенный уровень цены. В цепи поставок участвуют предприятия, различные по форме собственности, по своим интересам и стратегии, по местонахождению, что делает управление цепью более сложной функцией и затрудняется координация их деятельности.

Чтобы обеспечить эффективную и действенную цепочку поставок, ИКЕА фокусируется на нескольких ключевых областях.

Цепочка поставок и управления запасами ИКЕА - это основа компании и то, что позволило им расти в масштабах и достигать этих показателей:

- ИКЕА замыкает 40-ку самых дорогих брендов мира согласно рейтингу Forbes.
- Компании принадлежит более 400 магазинов в более чем 50 странах мира.
- В компании ИКЕА работает около 200 000 сотрудников по всему миру.
- ИКЕА напечатала 212 миллионов экземпляров своего каталога, переведенного на 29 языков. Сайты ИКЕА посетили более 1,2 миллиарда раз.
- По состоянию на 2016 год компания продала товаров на 42,4 миллиарда долларов.
- Ежегодно компания выпускает около 2500 новых продуктов. По состоянию на 2017 год в портфеле ИКЕА было 9500 товаров.
- Магазины ИКЕА посетили 775 миллионов раз в течение года
- В 2017 году веб-сайт ИКЕА достиг 2,3 миллиарда посетителей по всему миру, тогда как физические магазины достигли 936 миллионов посетителей.

Этим успехом мебельный гигант во многом обязан своей уникальной и инновационной стратегии цепочки поставок. Компания прилагает большие усилия, чтобы предоставить покупателям товары высокого качества по доступным ценам, для чего производят товары в большом объеме, выстраивает долгосрочные отношения с

поставщиками, вкладывает средства в автоматизацию производства, что дает ИКЕА ее конкурентное преимущество.

Хотелось рассмотреть ключевые особенности цепочки поставок ИКЕА и проанализировать, как они привели компанию к успеху.

Цепочка поставок ИКЕА: как это работает

Прежде чем мы углубимся в подробности, давайте кратко рассмотрим, как работает цепочка поставок ИКЕА.

Это примерно так:

1. Компания определяет производственные потребности каждой позиции, а также определяет необходимую логистику и связанные с ней расходы.

2. Представители ИКЕА заказывают необходимое сырье у поставщиков.

3. Компания распределяет ресурсы для производства и запускает производственный процесс, соблюдая свои требования к качеству.

4. Изготовленная продукция доставляется на склады и распределяется по магазинам, а в конечном итоге и покупателям.

5. Если покупатели не удовлетворены качеством, они могут вернуть товар в соответствии с гарантией, полученной при покупке.

Это общий обзор, но теперь бы хотелось рассмотреть более подробно, что делает цепочку поставок ИКЕА такой именно эффективной.

Перечисленные ниже функции позволяют компании оптимизировать процессы управления цепочкой поставок:

1 Экономия затрат на изготовление и отгрузку

- затраты на производство и доставку ИКЕА довольно низкие, поскольку ее мебель и аксессуары для дома изготовлены из переработанных и экологически чистых материалов. Таким образом, компания использует меньше материалов и требует меньше ресурсов для производства и отгрузки новых деталей.

2 Сборка своими руками

- самая примечательная особенность мебели ИКЕА в том, что покупатели собирают ее самостоятельно. Мебель продается частями, которые разложены в удобные плоские упаковки. В результате ИКЕА экономит на транспортировке и выполнении заказов, поскольку изделия занимают меньше места в грузовиках. ИКЕА может отправить больше товаров по более низкой цене. Принцип «сделай сам» также позволяет компании более

экономно использовать складские помещения и, таким образом, экономить деньги ИКЕА на управлении запасами. Наконец, многие продукты отправляются напрямую от поставщиков в магазины, что также значительно снижает затраты на складирование и хранение.

3 Долгосрочные отношения с поставщиками ИКЕА

- более 1800 поставщиков в 50 странах продают сырье ИКЕА. Компания использует 42 торговых офиса по всему миру для управления отношениями с поставщиками. Он заключает долгосрочные контракты с самыми проверенными поставщиками и, таким образом, получает материалы по самым низким ценам. Кроме того, ИКЕА поощряет своих оптовых партнеров проявлять заботу об окружающей среде, давая им правила и рекомендации, называемые «Способом ИКЕА покупки товаров для дома» (IWAY). Такой подход помогает повысить стандарты качества и снизить цены. Это делает мебель более доступной для покупателей.

4. Логистика в магазине ИКЕА и управление складом

- в отличие от других магазинов, ИКЕА нанимает менеджеров по логистике в магазине, которые отвечают за все процессы, связанные с инвентаризацией, такие как мониторинг поставок, сортировка и разделение товаров, а также направление их в нужные места. В каждом магазине ИКЕА есть выставочный зал на верхнем этаже и склад на первом этаже, где в наличии более 9 500 товаров. В выставочном зале покупатели могут увидеть и почувствовать товары. У каждой позиции есть собственный номер артикула, а также номер прохода и ячейки. Клиенты могут использовать эти номера для поиска товаров на складе. Однако покупатели не могут получить доступ к одной трети склада, потому что эта зона предназначена для крупногабаритных товаров, которые невозможно забрать без помощи персонала.

5. Стоимость касания Стратегии управления запасами ИКЕА

- стоимость прикосновения означает, что чем чаще кто-то касается продукта во время транспортировки, тем больше затрат несет компания, поскольку ей приходится платить персоналу, занимающемуся закупками и доставкой. Однако покупатели ИКЕА собирают большую часть предметов сами, поэтому требуется меньше «прикосновений» и меньше затрат.

6. Выделенные складские площади для скоростных и тихих

- склады ИКЕА делятся на автоматизированные помещения для быстро продающихся товаров и ручные для медленно продаваемых товаров. Это позволяет компании снизить затраты на транспортировку товаров с низким спросом и обеспечить бесперебойный поток

товаров с высоким спросом в цепочке поставок ИКЕА.

7. Точка заказа и управление количеством заказов

- с помощью системы отслеживания запасов ИКЕА сотрудники могут установить как минимальное количество продуктов, доступных перед повторным заказом, так и максимальное количество определенного продукта для одновременного заказа. Эти настройки помогают компании найти идеальную точку для повторного заказа и предотвратить проблемы с дефицитом и затовариванием. Он позволяет менеджерам по логистике знать, что продается, и сколько запасов поступает в магазин через прямые поставки и из распределительных центров. Они используют эту информацию для прогнозирования продаж на ближайшие пару дней и заказа продуктов для удовлетворения прогнозируемого спроса. Если данные о продажах не соответствуют ожидаемому количеству товаров, которые должны были быть проданы в этот день, менеджер по логистике проводит инвентаризацию вручную.

8. Клиентоориентированный подход

- ИКЕА превыше всего ценит своих клиентов и стремится предоставлять наилучшие услуги. Постоянный мониторинг удовлетворенности клиентов - неотъемлемая часть бизнес-стратегии ИКЕА. Они анализируют количество жалоб, возвращенные товары, спрос на определенные товары и предложения клиентов. Представители компании даже посещают дома своих клиентов, чтобы получить отзывы и идеи о продуктах, которые они могут искать. Собранные идеи затем используются как отправная точка нового процесса проектирования. Наконец, магазины ИКЕА предоставляют посетителям дополнительные удобства, такие как игровые площадки для детей, а также фуд-корты и мини-магазины с традиционной шведской кухней. Это побуждает клиентов посещать обычные магазины даже в эпоху электронной коммерции и онлайн-покупок.

Мы говорили о многих вещах, которые помогли мебельному гиганту стать тем, чем он является, в том числе:

- Как устойчивое производство снижает затраты на сырье.
- Подход «сделай сам», стратегия «цена за прикосновение» и прямая доставка в магазины позволяют экономить на хранении.
- Как долгосрочные контракты с поставщиками оставляют место для оптовых скидок.
- Как зонирование склада обеспечивает эффективное управление запасами.

- Как программное обеспечение для внутреннего управления запасами контролирует точку повторного заказа и оптимальное количество заказа.

Эти стратегии определенно стоит позаимствовать. Если их разумно использовать и адаптировать, они могут привести продавца к успеху.

Поскольку современная цепочка поставок продолжает меняться в ответ на изменения рынка, предпочтений потребителей и экономического ландшафта, предприятиям необходимо оставаться гибкими, если они хотят добиться успеха.

Хотя подражание стратегиям ИКЕА может быть сложной задачей для небольших компаний, розничный торговец может послужить источником вдохновения для нескольких аспектов цепочки поставок, особенно для дальновидных предприятий, стремящихся повысить устойчивость и оптимизировать эффективность.

Например, некоторые компании могут захотеть рассмотреть возможность внедрения или увеличения автоматизации для централизованного управления сложными процессами цепочки поставок. Это не только повысит производительность, но и снизит расходы.

Аспекты стратегии оптимизации запасов ИКЕА также могут быть приняты компаниями, стремящимися быть на переднем крае своей отрасли.

Имея ряд доступных систем управления запасами, предприятия могут выбирать из множества вариантов для своих конкретных нужд. Например, некоторые системы разработаны специально для малых и средних компаний, некоторые предназначены для определенных отраслей, а некоторые могут предлагать специальные функции для конкретных бизнес-потребностей.

Хотелось обратить особое внимание, с целью упрощения потоков в свои магазины и из них, ИКЕА использует уникальную и редкую функцию: персонал логистики в магазине.

Этот персонал следит за доставкой, регистрирует весь товар, поступающий в магазины, сортирует товары и обеспечивает их размещение в соответствующих местах.

Благодаря логистике в магазине каждое подразделение ИКЕА может внимательно отслеживать и контролировать все процессы, помогая обеспечить высокую точность запасов на уровне магазина - редкость для многих розничных продавцов, которые полагаются на логику прогнозирования и пополнения запасов, выполняемую в распределительных центрах.

Это не только помогает ИКЕА сокращать расходы, но также помогает повысить лояльность клиентов, создавая удобную навигацию по магазинам, которая позволяет потребителям покупать необходимую мебель и предметы домашнего обихода, где и когда

они им нужны.

Чтобы еще больше повысить устойчивость цепочки поставок, IKEA разработала собственный уникальный инструмент под названием «электронное колесо», который помогает оценить воздействие своей продукции на окружающую среду на пяти ключевых этапах цепочки поставок:

1. Сырье
2. Производство
3. Распределение
4. Потребительское использование
5. Конец жизни

В частности, IKEA работает над круговой цепочкой поставок с 2018 года: каждый предмет разрабатывается и изготавливается с учетом следующего использования. В зависимости от продукта это может означать использование в производстве только переработанных материалов или предоставление гарантии на запасные части.

В свете кризиса COVID-19 компании по всему миру переосмыслили и переработали свои операции по цепочке поставок, в том числе IKEA. Розничный продавец был вынужден временно закрыть некоторые магазины, но спрос на офисную мебель остался стабильным, поскольку люди, работающие удаленно, стремятся создать удобные и практичные помещения.

Специалисты компании IKEA, отмечают, что сбои в цепочке поставок увеличиваются по мере распространения вируса по США и Европе, а закрытые границы и подавление передвижения создают ограбления.

По его словам, помогло размещение запасов по складам в разных местах. Однако остается одна конкретная проблема: найти место для хранения товаров, которые в настоящее время находятся в пути в районы, где большинство магазинов IKEA закрыто.

Чтобы помочь в оказании помощи, мебельный гигант также переключил внимание на производство масок для лица, дезинфицирующих средств для рук, козырьков и одноразовых фартуков для медицинских работников.

Несмотря на то, что продолжающееся влияние COVID-19 и потенциальные всплески в будущем остаются неопределенными, IKEA заложила прочную основу для себя, построив эффективную и устойчивую цепочку поставок, которая поможет бизнесу преодолеть текущий кризис, а также любые сбои, которые могут произойти в ближайшие годы.

Список использованной литературы:

1. Денисова Н.И. Организация процесса закупочной деятельности торгового предприятия // Сфера услуг: инновации и качество. 2020. № 51. С 15-22.
2. Денисова Н.И., Укрепление позиций лидерства в цепочке поставок розничной торговли. Ж. Сфера услуг: Инновации и качество, 2020, № 47
3. Дроздов, П.А. Управление запасами в цепях поставок: учебно-методическое пособие / П.А. Дроздов. – Минск: ИБМТ БГУ, 2014. – 103 с.
4. Копытов С. Успех ИКЕА International Group, essay. Клуб логистов. Логист. Ru 18.06.2018, <https://logist.ru/tags/luchshaya-praktika>.
5. Крылатков П.П. Управление цепью поставок (SCM): учеб. пособие / П. П. Крылатков, М.А. Прилуцкая. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. — 140 с.
6. Куценко, Е.И. К95 Системы управления запасами в цепях поставок: учебное пособие / Е.И. Куценко, И.Н. Корабейников; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019. - 143 с.
7. Трудности разработки стратегии цепи поставок https://studme.org/181182/logistika/trudnosti_razrabotki_strategii_tsepi_postavok.
8. Будущее закупок: глобальные тренды и новые технологии в России. 19.09.19 <https://umestentorg.com/point-of-view/budushhee-zakupok-globalnye-trendy-i-novye-texnologii-v-rossii/>.

УДК 339.3

*Денисова Н.И.,**к.т.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Штезель А.Ю.**к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**Штезель А.Э.**к.э.н., руководитель**направления развития банковской
сети и устройств самообслуживания**ПАО «БАНК УРАЛСИБ»***ТРЕНДЫ РЫНКА DIY В СЕТИ «ЛЕРУА МЕРЛЕН»****TRENDY RYNKA DIY V SETI «LERUA MERLEN»**

Аннотация: Разработка и внедрение новых технологий в крупных сетевых структурах заставляет все пристальнее анализировать полученные результаты и выбирать те из них, которые повышают эффективность продаж. Изменением покупательского поведения в связи с происходящими изменениями во внешней среде, и усилением конкуренции на рынках, специалисты торговли разрабатывают и внедряют новые тренды развития, новые стратегии привлечения покупателей, что характерно и для рынка DIY ритейла.

Abstract: The development and implementation of new technologies in large network structures forces us to analyze the results obtained more and more closely and choose those that increase sales efficiency. Changes in consumer behavior in connection with the ongoing changes in the external environment, and increased competition in the markets, trade specialists develop and implement new development trends, new strategies for attracting buyers, which is also typical for the DIY retail market.

Ключевые слова: DIY, товары для дома, мебель, бренд Леруа Мерлен, развитие сети, строительные (Hard DIY) и отделочные (Soft DIY) материалы, гипермаркет-шоурум, магазины малого формата, дарк стор, тренды на рынке DIY, магазины городского формата.

Key words: DIY, household goods, furniture, Leroy Merlin brand, network development, construction (Hard DIY) and finishing (Soft DIY) materials, hypermarket showroom, small format stores, dark store, trends in the DIY market, city format stores.

Издавна люди самостоятельно в домашних условиях стремились создавать вещи своими руками, поскольку был ограничен выбор, люди хотели проявить индивидуальность, не потреблять одинаковые товары, да и качество товаров не всегда устраивало потребителей. В связи с этим возникли магазины, предлагающие товары для хобби, для ручного труда и продуктов этого рукоделия, за которыми закрепилось название DIY (do it yourself, «сделай сам»).

Поэтому в эту группу входят магазины, в которых можно приобрести товары для самостоятельного занятия по созданию домашнего декора и интерьера, для создания мебели, работ в саду и на даче, ремонта и даже строительства (а значит можно приобрести и инструменты, и сантехнику, и многое другое). Рынок DIY охватывает огромный сегмент современного рынка, который, несмотря на усложнения внешней среды, продолжает развиваться.

Сегодня DIY сети чаще всего представлены на рынке в формате гипермаркетов с широким ассортиментом не только товаров для рукоделия и хобби, но и различных строительных товаров, поскольку люди на протяжении многих лет всегда стремились облагородить и отремонтировать свое жилье. Сегодняшний рынок DIY в большей степени представлен широким ассортиментом строительных и отделочных материалов, различными предметами, необходимых не только для ремонта, но и для создания дома уютным, эргономичным, удобным для проживания, а еще товаров для дома и сада.

Первоначально в DIY сегменте России работали небольшие магазины и рынки, которые сегодня уступили первенство торговым сетям с аналогичным ассортиментом, а сами занимают лишь небольшую долю на рынке.

Розничные предприятия сегодня реализуют множество товаров, из которых важнейшими были и остаются продукты питания и хозяйственные товары, как пользующиеся самым большим спросом у покупателей. Самой обширной нишей в рассматриваемом сегменте выступают товары для строительства, сантехника и инструмент для ремонта, которые составляют почти 50% от всего объема рынка. Они представлены следующими группами:

- строительные материалы (Hard DIY), включающие товары для строительства, капитального ремонта и черновой отделки. Эти сети Hard-DIY имеют некрупные региональные строительные дворы («стройбазы») и обслуживают рынок B2B, который предпочитает работать только в офлайн-формате.

- отделочные материалы (Soft DIY). Магазины предлагают покупателям товары для внутренней отделки и косметического ремонта, а также предметы декора и товары для дома. В ассортимент продукции для этой группы входят изделия и материалы, используемые и для окончательной, чистовой отделки дома, и для его обустройства. В некоторых магазинах эта группа пополняется ассортиментом растений и садового инвентаря. Среди покупателей этой группы не только ремонтные бригады строительных фирм, но и индивидуальные потребители. Эти сети чаще всего работают на рынке B2C.

- сопроводительные товары для дома (Household) включают комнатные растения, изделия для создания интерьера, для проведения косметического ремонта. Поскольку покупатели этой группы хорошо владеют Интернетом, являются более информированным сегментом, хорошо разбираются в ассортименте, все время интересуются новинками, стремятся создать у себя удобную и комфортную обстановку, то таким потребителям необходимо предлагать новинки, какие-то уникальные предложения, которые должны, вызывать у него интерес.

- товары для сада (Garden) включают материалы, относящиеся к выращиванию растений и проведению досуга на дачном участке, а именно: садовую и дачную мебель и оборудование, различные растения. На рынке DIY совершают покупки две большие группы покупателей, которые значительно отличаются и запросами, и объемами покупок, и поведением.

- **Профессионалы** (B2B-клиенты - строительные и ремонтные бригады). Это обычно строители, подрядчики, бригады отделочников, прорабы - специалисты, которые занимаются ремонтом от нулевого цикла до окончательной отделки. Поэтому их интересует разнообразие стройматериалов для серьезных ремонтных работ и профессиональные инструменты. Строительные бригады для строительства домов или других объектов закупают материалы крупными партиями. Такие покупатели очень редко используют покупки в интернете, а чаще всего посещают магазин. Изменения на жилищном рынке оказывают влияние на формирование ассортимента этой группы товаров. Для поддержки лояльности этой группы покупателей компании улучшают для них условия обслуживания путем создания специальных зон ожидания, установки кофейных аппаратов, организации офиса прямо на месте продаж, предоставлением личного кабинета на сайте.

- **Домохозяйства** (B2C-аудитория - домохозяйства). Это обычные люди, которые хотят сделать ремонт, чаще всего самостоятельно им занимаются, предпочитают

приобретать материалы в небольших объемах. В период самоизоляции спрос на товары для ремонта несколько вырос, поскольку люди, имея свободное время и много времени проводя дома, осуществляли ремонт самостоятельно. Снижение доходов населения изменило планы многих потребителей – они откладывали приобретение нового жилья на дальнейшую перспективу, чаще всего проводят отпуск на даче, а не путешествуют как раньше. Да и самостоятельно проведенный ремонт обходится для людей более экономичным, поэтому таким покупателям в ассортименте можно предложить различные товары – от тканей и обоев до мебельной фурнитуры.

Их в большей степени интересуют товары не только для ремонта и отделки, но и товары для интерьера дома, товары из групп сантехники. Эта часть покупателей в связи с экономией, часто интересуется акциями и распродажами. Все они хорошо знакомы с Интернетом, могут с его помощью, используя мобильные приложения, получить информацию о товарах, провести сравнение и по ассортименту, по свойствам, и по цене, что позволяет им сделать правильный выбор. Эта группа при покупке чаще обращается к интернет-торговле.

Несомненным лидером является одна из крупнейших европейских сетей «Леруа Мерлен». К 2022 году сеть намерена увеличить долю на рынке DIY вдвое – до 26% (по итогам прошлого года доля оценивалась только в 12,6%), к 2024 году сеть доведет количество точек до 200 магазинов (в августе 2019 года сеть имела 102 магазина), планирует довести объем выручки в 2021 году до 558 млрд. руб. (в 2019 году ее объем составил 300 млрд. руб.).

Магазины сети «Леруа Мерлен» работают над тем, чтобы умело подстраиваясь под вкусы своих клиентов, дальше расширять круг своих клиентов, гарантируя каждому бесплатную доставку, высокое качество товара и заботливое обслуживание.

Пандемия COVID-19 и период самоизоляции в 2020 году изменили приоритеты покупателей: вырос спрос на товары для ремонта и декора для дома и сада на 89% по сравнению с прошлым годом, спрос на стройматериалы оказался в два раза выше, продажа садовой техники выросла на 127% по сравнению с предыдущим годом.

Компания «Леруа Мерлен Восток» с 2018 года разрабатывает и внедряет новые концепты в отношении форматов магазинов. Помимо гипермаркетов, компания открыла магазин-лабораторию ЗИЛ и «Фабрика идей», «Леруа Мерлен Владивосток», магазины малого формата под названием «Леруа Мерлен Городской», а также платформу

«МаксиПРО».

Еще одно направление в использовании эксперимента форматов в компании – это в содружестве с застройщиком открытие магазинов небольшой площади (всего 125 м²) под названием «Леруа Мерлен квартира», как правило, в строящемся микрорайоне. «Леруа Мерлен Квартира» предлагает своим посетителям, жителям конкретной новостройки, увидеть примеры дизайна и отделки квартир. После просмотра жители строящегося комплекса смогут выбрать для своей будущей квартиры необходимые материалы, что позволит им быстрее выбрать дизайн квартиры и купить необходимые материалы, сделать ремонт доступным.

Активное развитие бизнеса компания осуществляет с помощью продаж через интернет-магазин. В России интернетом пользуется 78% населения, что составляет 97.5 млн. человек. Покупки в интернете совершают более 40% россиян, большая часть которых пользуется мобильными приложениями для совершения заказа. Большинство пользователей (около 60%) пользуются смартфонами для сравнения цены, для изучения отзывов других пользователей, для заказа товаров в любое время и в любом месте. Ежегодно доля таких заказов увеличивается, по сравнению с прошлым годом доля таких заказов увеличилась в полтора раза. За 2019 год было осуществлено 425 млн. заказов через интернет, что в 1,6 трлн. руб.

Интернет-магазин «Леруа Мерлен» в Краснодаре, который в текущем году обеспечил почти 9% выручки, предлагает широкий выбор напольных и настенных покрытий, отделочных и облицовочных материалов, электроинструмента, строительных товаров и товаров для ремонта. В течение ближайшего времени «Леруа Мерлен» планирует увеличить долю продаж через онлайн-торговлю почти в три раза (с 3,3% до 10%), предлагая огромный выбор напольных и настенных покрытий, отделочных и облицовочных материалов, электроинструмента, строительных товаров и товаров для ремонта. В период кризиса доля онлайн-продаж была в районе 3% от всего товарооборота компании. Перед кризисом она была в 4–4,5%. В пике «коронакризиса» она доходила до 65%. Сейчас клиенты возвращаются к обычной жизни, опять едут в офлайн-магазины и продажи находятся на уровне 6–7 %.

Для помощи покупателям компания регулярно обновляет и предоставляет каталоги с целью подбора необходимого товара, оказывает через консультантов помощь в их выборе. С его помощью можно легко подобрать материалы известных производителей, в домашней

спокойной обстановке сопоставить технические характеристики, почитать рекомендации специалистов и заказать доставку прямо к двери. Цены всегда находятся на конкурентном уровне с другими магазинами, а для постоянных клиентов разработана гибкая система скидок.

Расширяя свою деятельность, магазин следит за тенденциями рынка, чтобы предложить покупателям только лучшее.

Рыночная доля Леруа Мерлен в России выросла с 14,5% в 2018 году до 15,6% в 2019 году. Товарооборот компании составил 370,9 млрд. руб., что на 14,9% больше, чем в прошлом году. Это стало возможным благодаря активной трансформации бизнеса, использованию и дальнейшему развитию основных трендов данного формата:

- использование маркетплейсов, что позволяет создать единую систему лояльности, удобные и быстрые способы онлайн-заказа и доставки домой или в пункты выдачи.

- увеличение онлайн-продаж – и хотя это далеко не новое направление, но стоит отметить, что при продаже строительных товаров этот тренд еще не так распространен. Мобильные приложения есть только у Леруа Мерлен, СТД «Петрович», ОБИ, «Мегастрой», «Вимос». Леруа Мерлен планируют увеличить долю онлайн-продаж с 3,3% до 10% в течение трех лет. У другого ритейлера («Петровича»), доля интернет-магазина и колл-центра в 2020 году достигла 72%.

- Омниканальность – характеризует бесшовный путь покупателя во всех каналах продаж (customer journey - это путь, который проходит клиент: от возникновения потребности в товаре до момента покупки или превращения в фаната бренда). В DTC сегменте довольно часто клиент изучает ассортимент магазина в онлайн, а покупает приглянувшийся товар в магазине.

- новые форматы магазинов – несмотря на то, что онлайн-трафик посещают 600 тыс. посетителей, а магазины – около 5 тысяч покупателей, тем не менее, было отмечено, что почти половина покупателей ищут товары в интернет-магазине, а покупают уже в гипермаркете. В 2019 году «Леруа Мерлен» на территории технопарка ЗИЛ в Москве открыл фиджитал стор, которые характеризуются сочетанием виртуального и реального общения, наличием киосков для заказа тех товаров, которые не представлены в магазине, для заказа ремонтных услуг, для аренды инструментов, VR-очки для подбора оформления кухни и др.

- экосистемы. Отличительной особенностью функционирования компании является забота об окружающей среде, поэтому первостепенной задачей фирмы является

продвижение экологичных товаров для ремонта и обустройства, безопасность для человека и низкое влияние на климат и на окружающую среду. Компания «Леруа Мерлен Восток» проводит работы по восстановлению лесов, сокращению выбросов, организует прием вторсырья, занимается утилизацией ртутных ламп, батареек.

Компания «Леруа Мерлен» нацелена на превращение ее в компанию-платформу. Если раньше предлагали клиенту широкий ассортимент товаров по ремонту и строительству и базовый набор услуг, то сейчас компания стремимся создать экосистему, в которой человека помещают в центр этой экосистемы. Для этого клиенту предлагают различные форматы торговых точек: если потребитель нацелен на основательный ремонт и обустройство дома, то ему предлагают ассортимент в гипермаркете, если ему нужна консультация или услуга, или товар не частого спроса, то ему предоставлен магазин «Леруа Мерлен Городской». А услуги по сборке, установке или мелкому ремонту изделий можно получить на портале «Руки.ру». Профессиональные клиенты могут использовать специальные предложения для профессионалов. Таким образом «Леруа Мерлен» выступает как компания-платформа для разных категорий покупателей.

Приложение позволяет оформить ремонтные услуги, арендовать инструменты, посмотреть обучающие видео о том, как этими инструментами пользоваться.

Компания создает B2B-экосистему для профессионалов, где предлагает эксклюзивные бренды, доставку купленных товаров на рабочую площадку, аренду профессиональных инструментов. Она объединяет B2B веб-сайт, аренду профессиональных инструментов, CRM-систему для продажи услуг и доставки.

Компания «Леруа Мерлен» использует все возможности для удержания потребителей. Поэтому в период пандемии многие торговые точки компании «Леруа Мерлен» перешли на режим работы в системе «дарк-сторов». Отличительная особенность dark stora в том, что он представляет собой по существу магазин без покупателей, для которого важна скорость комплектации и доставки заказа, а также условия хранения товара. Практически это склад, без вывесок, без покупателей, рекламы и касс, где формируются заказы покупателей, и который не несет издержек, связанных с обслуживанием потока покупателей. Но в любой момент компания может или полностью, или только какую-то часть магазина открыть для посетителей.

Основными работниками в нем являются профессиональные комплектовщики, которые, перемещаясь между рядами, отбирают товары, заказанные покупателями сегментов B2B и B2C. Контроль качества сборки заказов осуществляется с помощью системы видеонаблюдения. Доступ в дарк-сторы имеют только у сотрудники, которые комплектуют

заказы, и курьеры сервисов доставки.

Покупатели осуществляют свой заказ через он-лайн, а в дарк-сторе его формируют, собирают, а затем передают на выдачу или самому клиенту, или в транспортную компанию для доставки потребителю. Клиент забирает заказ самостоятельно в пункте выдачи, который находится недалеко от dark stora, или получает его через отдел доставки непосредственно на дому.

Эта система дарк-стор в компании «Леруа Мерлен» была опробована и до пандемии в Санкт-Петербурге, в Москве в ЦИЗ (Центре исполнения заказов), где заказы принимаются, собираются и отправляются в транспортные компании, оттуда доставлялись клиентам. В период пандемии магазины сети расширили возможности доставки, разрешая использовать клиентам самовывоз, что оказалось более оптимальным решением в этот период.

Оптимизация работы дарк-сторов в «Леруа Мерлен» была связана с решением компании выделить 3 клиентские зоны:

- клиент без оплаты;
- клиент с оплаченным заказом;
- клиент B2B.

Принцип работы дарк-сторов сводится к тому, что первоначально принимаются заявки на электронную очередь и на парковку, затем оформляется заказ и осуществляется бесконтактная оплата и консультация клиента. После получения оплаты за интернет-заказы происходит отгрузка заказов. При такой системе ограничены контакты, как между сотрудниками магазина, так и между самими клиентами.

«Леруа Мерлен» постоянно работает над совершенствованием технологических процессов и поддерживает те тренды, которые характерны для DIY сегмента

Тренд 1: Переход покупателей на стратегию бережливого потребления – люди стали совершать покупки более рационально, покупать только то, что необходимо, и очень чувствительно отзываться на различные специальные предложения и акции.

Тренд 2. Рост ипотечного кредитования – несмотря на непростую ситуацию с денежными доходами население приобрело 1,47 млн. квартир по ипотеке на сумму 3 трлн. рублей.

Тренд 3. Снижение средней площади квартир в новостройках, но рост площадей индивидуальных домостроений. Средняя площадь сдаваемых квартир составляет 50 кв. м. с тенденцией снижения этого показателя до 47 кв. м., но площадь частных домов растет.

Тренд 4. Рост доли квартир с отделкой – растет доля квартир с полной или частичной отделкой (почти 50%). Но, люди, получившие такую квартиру, занимаются частичным или

полным переделыванием

Тренд 5. Возможное введение критериев классификации стандартного жилья. Жилье экономичного класса согласно принятому Закону теперь относится к категории стандартного, которое включает определенный комплекс отделочных работ, что напрямую связано с ассортиментом реализуемых товаров.

Тренд 6. Россияне намерены улучшать свои жилищные условия. Если в 2018 году ремонт планировали 23% россиян, то в 2019 году ремонт планируют уже 26% россиян, и задача магазинов DIY сегмента помочь им осуществить запланированное.

Широкий ассортимент представленных строительных и отделочных материалов, хорошо проработанная ценовая политика, улучшение сервиса, как для физических лиц, так и для профессионалов, позволяет компании Леруа Мерлен с каждым годом завоевывать признание все большего количества покупателей и способствует активному развитию.

Список использованной литературы:

1. Денисова Н.И., Штезель А.Ю., Козлова А.А. Инновационные технологии, применяемые в компании «Бауцентр» // Ж. Сфера услуг: Инновации и качество. – 2020. № 46. – С. 54-65.
2. Денисова Н.И., Штезель А.Ю., Штезель А.Э. Рынок сетевой торговли в DIY сегменте // Ж. Сфера услуг: Инновации и качество. - 2021. № 52. - С. 34-55.
3. DIY-рынок: особенности, возможности и предостережения Яна Морозова, Retail.ru Тенденции на рынке DIY <https://rees46.com/blog/index.php/2017/04/11/diy-market-in-russia/> (дата обращения 18.04.2019 г.).
4. Рынок DIY России. Итоги 2019 года. Тенденции 2020 года. Прогноз до 2022 года. Стандартная версия <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-rynkov/page.php?ID=174178>. (дата обращения 29.05.2020).
5. Тренды в DIY-ритейле, за которыми стоит следить в 2020-2021 годах URL: <https://vc.ru/trade/148142-trendy-v-diy-reteyle-za-kotorymi-stoit-sledit-v-2020-2021-godah> (дата обращения 06.08.2020).
6. Анализ рынка DIY: розничная торговля товарами для ремонта в России URL: <https://drgroup.ru/435-analiz-rinka-diy-rozничnaya-torgovlya-tovarami-dlya-remonta-v-rossii.html> (дата обращения 12.02.2021).

УДК 640.4(07)

*Джум Т.А.,
к.т.н., доцент
кафедры общественного питания и сервиса КубГТУ*
*Тамова М.Ю.,
д.т.н., профессор
кафедры общественного питания и сервиса КубГТУ*
*Ксёиз М.В.,
к.т.н., доцент
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ГОСТЕЙ В ПРЕДПРИЯТИИ ПИТАНИЯ

DIFFERENTIATED SERVICE AS A POSSIBILITY OF ATTRACTING AND RETAINING GUESTS IN A CABINET

Аннотация: В статье уделено внимание тому, что в условиях восстановления от карантинных последствий предприятия питания при работе с гостями должны проявлять максимальную универсальность и гибкость. В тренде онлайн-коммуникации, что привело к повышенному спросу на автоматизированные платформы взаимодействия - CRM. Карантинные ограничения носят длительный характер, поэтому ресторанный бизнес должен оперативно перестраиваться с учетом трендов нового времени.

Abstract: The article pays attention to the fact that in conditions of recovery from quarantine consequences, catering establishments, when working with guests, should show maximum versatility and flexibility. Online communication is trending, which has led to an increased demand for automated interaction platforms - CRM. Quarantine restrictions are of a long-term nature, so the restaurant business must be quickly rebuilt taking into account the trends of the new time

Ключевые слова: ресторанный бизнес, доставка, реклама, рассылки, программы лояльности, бизнес-процессы, дифференцированный подход, социальные сети, мессенджеры

Keywords: restaurant business, delivery, advertising, mailings, loyalty programs, business processes, differentiated approach, social networks, instant messengers

Количество гостей и заинтересованных потребителей в продукции и услугах конкретного предприятия питания – это индикатор успеха ресторанного бизнеса. Поэтому

основная цель любого ресторатора – находить пути привлечения и удержания гостей, укрепления и расширения своей базы постоянных клиентов, так как это отражается на прибыли предприятия.

В работе с гостями нужно проявлять максимальную универсальность и гибкость.

Малое ресторанное предпринимательство во многом бизнес ожиданий и надежд. Эксперты подчеркивают, что COVID-19 стал мощным катализатором трансформации структуры спроса.

Интенсивно начали развиваться небольшие кафе, кофейни и кулинарии, а также операторы, торгующие продуктами питания и алкоголем.

Период 2019-2020 гг. показал значимость в сфере общественного питания грамотного распределения финансовых потоков и экономии.

В 2021 году статьи расходов нужно корректировать с учетом реалий времени и перераспределения выручки с учетом ценностей того или иного параметра.

Можно сэкономить на ненужном обновлении оборудования, посуды, униформы, охране, сотрудниках бэк-офиса, живой музыке, приглашая вместо известных групп недорогих вокалистов.

Но нельзя экономить на:

- гигиене, санитарии, соблюдении предписаний Роспотребнадзора,
- комплектации заказов на доставку, которая должна быть максимально удобной гостям при употреблении продукции питания в любых условиях. Пандемия коронавирусной инфекции, безусловно, внесла свои коррективы. Несмотря на то, что на рынке уже достаточно активно развивались сервисы по доставке еды, в новых условиях большинство рестораторов запустили собственные службы. Это помогло сохранить рабочие места и существенно расширить зону доставки. С одной стороны, у доставки есть свои плюсы. Благодаря ей потребители могут заказать любимые блюда, не подвергая себя риску. Для ресторанов доставка – это возможность покрыть часть расходов и подстроиться под новые обстоятельства. Но стоит помнить, что это искусственное изменение спроса, вызванное пандемией. Люди идут в ресторан не только за вкусной едой, они хотят вырваться из рутины и абстрагироваться от серых будней. Данная потребность никуда не исчезает;

- развлечении гостей, создавая атмосферу праздника, а не пира во время чумы. Во время карантина каждый ресторан старался придумать что-то оригинальное для своих гостей. Некоторые рестораторы решили создать онлайн-рестораны. У людей появилась

отличная возможность не только заказать свои любимые блюда, но и пообщаться с самим ресторатором или шеф-поваром, а также с другими гостями во время Zoom-конференции. Прежде всего, это отличный способ поддержать связи с постоянными гостями. Однако вряд ли данное решение сможет стать самостоятельным продуктом, заменив обычный ресторан;

- ведении социальных сетей и присутствии в интернете, доводя информацию до аудитории, что предприятие питания активно работает и ждет своих гостей. Конечно, часть каких-то бизнес-процессов уйдет в онлайн, например, приложения и доставка. Самое ценное, что есть у людей – это их время. Поэтому потребители сейчас будут склоняться к выбору более простой пищи. При этом скорость обслуживания станет играть ключевую роль. На это ориентируются сервисы по доставке еды. Чем быстрее доставка, тем легче быть лидером в сегменте.

В связи с введением ограничений из-за коронавируса число заказчиков в сфере обслуживания значительно сократилось. Это привело к изменению принципов работы бизнеса с потребителями. Если до карантина COVID-19 тесное общение с гостем было эффективным, то в настоящее время в тренде онлайн-коммуникации. Поэтому повышается спрос на автоматизированные платформы взаимодействия – CRM (Customer Relationship Management) – управление отношениями с клиентами.

Существует множество способов найти новых потребителей. Для предприятий питания одним из эффективных способов продвижения являются социальные сети, которые приобрели особую актуальность в нынешней ситуации с карантином. Среди базовых методов привлечения потребителей можно отметить:

- контекстную, тизерную, таргетированную рекламу в интернете;
- Email – рассылки;
- CRM Premium Bonus;
- SMM и мессенджеры.

Контекстные объявления – это платная реклама, которая размещается на страницах поисковой выдачи. Она автоматически демонстрируется выбранной целевой аудитории с учетом настроек пользователя.

Тизерная реклама размещается на своих и чужих информационных сайтах, в блогах, на страничках интернет-магазинов.

Таргетированные объявления «преследуют» человека на протяжении серфинга в Сети. Например, если вбить в строку поиска какую-либо продукцию или посмотреть её в онлайн-

магазине, то в дальнейшем информация о ней будет встречаться в поисковых системах, соцсетях, на различных сайтах и сервисах.

С каждым годом увеличивается число пользователей популярных социальных сетей: Facebook, YouTube, Instagram, «ВКонтакте», «Одноклассники». Все они имеют необходимый функционал для привлечения новой аудитории – платные рекламные объявления. В условиях пандемии продвижение продукции и услуг через социальные сети абсолютно безопасно, так как исключено личное общение с потенциальным клиентом.

Отлично зарекомендовал себя вирусный маркетинг. Бесплатно созданный такой контент позволяет пользователям делиться мнениями, информацией с друзьями. В него вставляют скрытую рекламу, что обеспечивает множество новых потребителей, для привлечения которых также активно используются мессенджеры. Например, Viber, WhatsApp, Telegram позволяют создать тематические рассылки с учетом потребительских предпочтений и их потенциальных запросов.

Активно практикуются и Email-рассылки. Для этого собирается база потенциальных клиентов путем специальных форм подписки на сайте ресторана или на продающей странице (Landing Page). Затем с учетом сегментации выполняются рассылки, в которых предлагаются услуги, продукция, дополнительные ценности, скидки и акции.

Основу любого бизнеса составляют постоянные заказчики. Затраты на поиск нового потребителя существенно превышают расходы на развитие и удержание лояльного гостя предприятия питания. Согласно экспертных исследований увеличение доли постоянных гостей всего на 5% приводит к повышению прибыли на 30-90%, что говорит само за себя – «игра стоит свеч». Поэтому развитие и удержание постоянной клиентуры – одна из базовых задач CRM Premium Bonus. Для этой цели в автоматизированной платформе предусмотрены такие основные инструменты как:

- мобильные приложения,
- программы лояльности,
- рассылки (автоматические, ручные, каскадные, триггерные),
- службы поддержки.

Мобильные приложения всегда под рукой у клиента. Через них он может получать выгодные персонализированные предложения, важную информацию деятельности конкретного предприятия питания.

Программы лояльности дают потребителю дополнительную выгоду от

сотрудничества – скидки, особые условия, бонусные баллы, подарки и прочие блага, что делает заказчика лояльным к конкретному бренду. В связи с этим потребитель отдает своё предпочтение продукции этого предприятия, рекомендует его своему окружению, заказывает услуги преимущественно в этом предприятии, охотно увеличивая свой средний чек заказа, оставляя чаевые за обслуживание.

С помощью рассылок задействуются все возможные каналы коммуникации с потребителями, что позволяет эффективно реагировать на возникающий спрос на продукцию и услуги общественного питания. Через рассылки можно делать персонализированные предложения различного формата.

С маркетинговым отделом тесную связь имеют службы поддержки, которые позволяют общаться с клиентской базой как до совершения заказа, так и после него, оперативно реагировать на возникающие проблемы, в кратчайшие сроки решать их с целью поддержания высокого лояльного уровня потребителей и гостей предприятия питания.

Основным преимуществом функционала CRM является онлайн-режим, который освобождает от необходимости общаться в прямом контакте с потенциальными клиентами, что особенно ценно в условиях пандемии.

Основными принципами дифференцированного обслуживания потребителей являются:

- 1) все гости разные;
- 2) поведение гостей зависит от стимулов.

В зале одного и того же предприятия питания одни гости тратят 1000 – 2000 рублей в месяц, а другие 20000 – 50000 рублей за тот же период. Одни появляются раз в полгода, другие же предпочитают обедать каждую неделю. Есть постоянные гости, есть случайные потребители, есть и лояльные, которые рекомендуют продукцию и услуги данного предприятия своему окружению. В связи с этим необходимо внедрять дифференцированный маркетинг с учетом показателя LTV (пожизненная ценность клиента) и ряда других параметров.

Если дать потребителю какую-либо конкретную выгоду, выражаемую в количественном или денежном эквиваленте, то можно добиться от него определенных действий, которые принесут пользу и доход данному предприятию. Но делать это следует дифференцированно на основе клиентских данных, которые содержатся в едином профиле в CRM.

Появление новых трендов в продвижении продукции и услуг продиктовано запретами, связанными с коронавирусом, введением ограничений на функционирование ресторанного бизнеса, на скопление людей, на проведение презентаций и всевозможных офлайн-акций.

Поэтому акценты смещены на удаленные каналы взаимодействия с потребителями – на социальные сети, мессенджеры, рассылки различного формата, онлайн-рекламу. Чтобы контролировать данные процессы имеются инструменты, присущие CRM- системе Premium Bonus, которые позволяют путем дифференцированного подхода находить новых потребителей, развивать и удерживать постоянную клиентуру.

Карантинные ограничения носят длительный характер, поэтому ресторанный бизнес должен оперативно перестраиваться с учетом трендов нового времени.

Сейчас на рынке услуг питания прослеживается небольшая рецессия, но после спада всегда идет подъем.

Адаптация к сложным условиям в текущих реалиях и вынужденная оптимизация помогут выстроить более эффективную работу, когда кризис завершится.

Важно помнить о том, что при оптимизации следует учитывать индивидуальность каждого ресторана. Есть общие направления, в которых стоит работать, но нет единых рецептов, подходящих абсолютно всем.

Рестораны были, есть и будут востребованы. Безусловно, поменяются экономические модели и поведение гостей. Прежней волны открытий уже не будет. Входить на рынок и зарабатывать на нем будет намного сложнее. Пандемия и спровоцированный ею кризис – это для ресторанного бизнеса вызов, который заставил рестораторов придерживаться выверенной стратегии, вырабатывать умение быстро адаптироваться к новым условиям, слышать желание гостя и разумно подходить к экономике ресторана. Ключевым фактором успеха становится качественная гастрономия. Рестораторы нацелены на создание продукта, за которым гости захотят приходить каждый день.

В тренде натуральность и ассортимент.

Пандемия – это точка роста, выход из зоны комфорта, что заставляет работать головой. Это касается не только бизнеса: люди пересмотрели некоторые вещи, жизненные ценности, отношения к близким. «Мир никогда не будет прежним» - сейчас эту фразу можно услышать от каждого, и только ленивый не строит прогнозов относительно того, каким же будет будущее.

Для сферы ресторанного бизнеса будущее:

- в экономике времени и денег;
- в сокращении издержек;
- в диверсификации;
- в новых технологиях.

Скорость обслуживания становится главным приоритетом при выборе форматов обслуживания. Ритм жизни значительно ускорился, поэтому в тренде приобретение еды на вынос, доставка, работа окна выдачи. Из-за пандемии за чертой бедности в России оказалось на 1,3 млн человек больше. Не у всех есть возможность удовлетворить базовые потребности в пицци. Поэтому в настоящее время очень важно развивать и поддерживать социальные направления деятельности, что укрепляет репутацию предприятия, работая на создание его положительного имиджа. Так открываются точки Free Dog (сеть по продаже ход-догов), Free Pizza. В приложении для Free Company гости за считанные минуты имеют возможность ознакомиться с расширенным меню и получить QR-код для получения бесплатного продукта.

Новые технологии в сфере общественного питания связаны с автоматизацией как можно большего числа процессов приготовления пищи. Это позволяет сократить время выдачи готового блюда, что опять же сконцентрировано на ускорении обслуживания гостя, так как для него решающим фактором является время получения своего заказа. Чтобы не потерять свою целевую аудиторию рестораторы должны идти в ногу со временем и быть способными конкурировать с более динамично развивающимися заведениями.

Уменьшение издержек за счет снижения арендной платы – одна из основных проблем ресторанного бизнеса. Аренда в 2020 году стала главной темой на ресторанном рынке и основным критерием выживания. От гибкости собственников коммерческой недвижимости во время локдауна, проявляющейся в предоставлении арендных каникул, льготных ставок, пересмотре условий договоров, зависела судьба многих проектов общественного питания.

Так как выручка в общественном питании в настоящее время минимальная, а арендные платежи в большинстве своём в период кризиса не снижались, то главной статьёй расходов рестораторов является именно аренда.

Сейчас рестораторы очень внимательно подходят к условиям досрочного расторжения договора и к формулировкам о событиях непреодолимой силы (форс-мажор). Сумма арендных платежей не должна превышать пятой части от планируемого товарооборота, в оценке которого лучше быть пессимистом.

Один из основных преимуществ ресторанного бизнеса связан с возможностью его

организации на небольшой площади.

Согласно аналитических данных к концу 2020 года объем свободных площадей в Краснодаре вырос, увеличилась вакантность особенно в центре города и в пешеходных зонах. А вот на транспортно-пешеходных улицах и на магистралях количество точек общепита осталось стабильным, что связано с универсальностью деятельности уличного формата ретейл. В настоящее время фиксируется всплеск интереса инвесторов к покупке помещений формата стрит-ретейл в составе жилых комплексов. Многие инвесторы, ранее вкладывающие средства в жилье, в 2020 году переориентировались на коммерческие помещения как наиболее надежный и эффективный актив. Наиболее популярны лоты от 60 до 200 кв.м. Это дает толчок интенсивному развитию небольших, как правило, узкоспециализированных точек общественного питания, составляющие 50% запросов на помещения стрит-ретейла.

В 2021 году тенденция увеличения спроса на объекты стрит-ретейла в составе жилых комплексов сохраняется. Это связано с высокой потребностью жителей во внутренней инфраструктуре, что четко проявилось в кризисный период. Индикатором стала высокая доходность качественного штучного товара формата стрит-ретейл, что привело к росту популярности коммерческих помещений и возможности организации на небольшой площади ресторанного бизнеса.

События 2020 года внесли дополнительные требования к помещениям. Например, кафе и рестораны, обладающие летней верандой, летом 2020 года открылись намного раньше, чем предприятия без террас. Точки питания, имеющие налаженную доставку, смогли сохранить коллектив и не оставить его без работы, не думая при этом о прибыли, приоритеты были другие.

Торговое окно на улице поддержало уровень выручки за счет продажи напитков и снеков проходящим мимо потребителям.

Все перечисленные аспекты помогли сохранить бизнес за счет грамотной вариативности помещений.

Дополнить ресторан или кафе за минимальные деньги и время можно следующими услугами с учетом концепции предприятия:

1. Японский ресторан: продажа наборов для самостоятельного приготовления роллов дома.
2. Русский, европейский ресторан: кулинария на вынос и с доставкой.
3. Кафе-кондитерская: поставка выпечки в ближайшие магазины при наличии сертификации продукции.

4. Организация банкетов: продажа света, звука, оформления и услуг флориста.

5. Продажа сувенирной и сопутствующей продукции.

Многим становится понятно, что нельзя просто арендовать помещение и реализовывать проект.

Без глубокого анализа концепции и локации не обойтись. Теперь бизнес ни творчество, а скорее математическая формула. Чем больше в ней неизвестных, тем выше доля риска убытков от конкретного объекта.

Потеря выручки ресторанов в 2020 году составила согласно статистическим данным не менее 20-30% к уровню 2019 года. Из-за введения запрета на работу предприятий питания после 23.00 этот показатель увеличился ещё больше. Так как фактически минимум за 30 минут до закрытия персонал предприятия должен просить гостей оплатить счет, для того, чтобы вовремя закрыть ресторан. Обязательная проверка у гостей температуры, масочный режим, контроль над соблюдением дистанции, завершение обслуживания ровно за час до полуночи, безусловно, негативно влияют на общую атмосферу уюта и гостеприимства. Если раньше рестораны шли навстречу гостям и работали до последнего клиента, понимая важность сохранения и повышения лояльности, то теперь предприятия питания лишены такой возможности.

Игроки рынка вынуждены менять стратегию ведения бизнеса, подходы к клиентскому сервису. Если в прошлые периоды основную выручку приносил классический ресторан (трафик гостей, средняя оборачиваемость стола, коэффициент посадки, скорость работы кухни и официантов), то в настоящее время драйвером роста являются дистанционные сервисы и доставка, что дало толчок активному развитию онлайн-каналов.

В приоритете сейчас зонтичные бренды, которые объединяют сразу несколько гастрономических направлений, например, хот-доги, пицца, суши, кофе, шаурма. При этом современный потребитель желает, чтобы его удивляли, особенно если предоставляется возможность получить бесплатную еду.

Развитие отдельных направлений бизнеса под одним ресторанным брендом способствуют росту компании, увеличению спроса и конкурентоспособности. Примером является ресторанный холдинг в Краснодаре «Семья Ресторанов Мандарин», который объединяет от элитного ресторана «Беллини» до демократических форматов - ресторана быстрого питания «Бумбараш СБС» и закусочной «Кулинаристика».

Таким образом, на плову останутся те предприятия питания, которые сумеют быстро адаптироваться к действительности и обстоятельствам нового времени, те, у кого налажена доставка, те, кто ведет постоянную работу с лояльной базой клиентов и отстраивает онлайн-

каналы продвижения.

Любой кризис – это всегда новые возможности. Как показывает практика, многие россияне приспособились к изменениям: стали чаще заказывать блюда с доставкой или пользоваться услугой take-away близлежащих к дому ресторанов.

Главная задача на современном этапе – оперативно подстроиться под новые реалии ведения бизнеса и стараться даже в условиях ограничений максимально реализовывать привычный клиентский сервис.

Список использованной литературы:

1. Аносова, Т. Г. Технологии комфорта: учебное пособие / Т. Г. Аносова, Ж. Танчев; Министерство образования и науки РФ, Урал. Федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 72 с.
2. Джум Т.А. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: учеб. пособие / Т.А. Джум, Г.М. Зайко. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015. – 528 с.
3. Куткина М.Н. Инновации в технологии продукции индустрии питания / М.Н. Куткина, С.А. Елисеева. - СПб.: Троицкий мост, 2016. – 168 с.
4. Романова Г.М. Индустрия питания: современные инновационные процессы и их оценка / Г.М. Романова, Т.Е. Гварлиани, Л.М. Романова, Н.В. Баль. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 240 с.
5. Джум Т.А., Заднепровская Е.Л., Поддубная Т.Н. Пути повышения гостевого потока в предприятии питания на современном этапе // Сборник научных трудов национальной (всероссийской) научно-практической конференции «Наука и образование: актуальные вопросы, проблемы теории и практики», г. Краснодар, 27 ноября 2020 / КФ ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2020, с. 419-427.
6. Джум Т.А., Тамова М.Ю. Пути повышения эффективности ведения ресторанного бизнеса // Материалы науч.-практ. конф. «Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов» 20-21 октября 2020 г., г. Донецк / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2020. – с. 431-435.

УДК 347.67

*Дудченко А.В.,
к.ю.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Григорян Ж.Г., Спрожницкая Е.Н.
обучающиеся по направлению подготовки «Менеджмент»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРАВА НАСЛЕДОВАНИЯ ПО ЗАВЕЩАНИЮ В РФ С ИНОСТРАННЫМИ ГОСУДАРСТВАМИ

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RIGHT OF INHERITANCE BY WILL IN THE RUSSIAN FEDERATION WITH FOREIGN COUNTRIES

Аннотация: Известно, что институт наследования применим с древнейших времен и развивается и по сей день. Именно поэтому вопросы регулирования наследственного права с участием зарубежных стран занимают особое место в структуре права. Данная статья посвящена изучению направлений и аспектов, на которых строится институт наследования по завещанию в Российской Федерации, в зарубежных странах, а также содержит их сравнительный анализ.

Abstract: It is known that the institution of inheritance has been applicable since ancient times and is developing to this day. That is why the issues of regulation of inheritance law with the participation of foreign countries occupy a special place in the structure of law. This article is devoted to the study of the directions and aspects on which the institute of inheritance by will is built in the Russian Federation, in foreign countries, and also contains their comparative analysis.

Ключевые слова: право наследования; завещание; наследование по завещанию; сравнительное правоведение; иностранные государства.

Keywords: inheritance law; probate; probate inheritance; comparative law; foreign countries.

С древнейших времен в сфере политической жизни, а особенно в политике издания законов изменилось многое. Так в Российской Федерации и других странах поменялись и законодательные акты права наследования и регулирования данных отношений. Для более

подробного описания рассмотрим право наследования в иностранных государствах и стран СНГ, чтобы дать четкую характеристику и составить сравнительный анализ.

После образования независимых государств, возникших вследствие распада СССР, вопрос о появлении национального законодательства, в частности в сфере регулирования частно-общественных отношений, стал особо важным. Государства-участники СНГ понимали важность сохранения социальной целостности, при помощи идентичных подходов к правовой деятельности, а также создание модели принятия и осуществления правовых актов.

Особо важно и создание типовых систематизированных законов, носивших рекомендательный характер, которые принимали для сближения регулирования однообразных сфер общественных отношений в странах СНГ.

Участники СНГ направили специалистов в специальную рабочую группу по созданию базового Гражданского кодекса, который лег в основу Гражданского кодекса Российской Федерации, кодифицированных актов гражданского права Республики Армения, Республики Беларусь, Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана и Таджикистана. Через некоторое время издался и ГК Украины, в котором сочетались как достижения романо-германской доктрины, собственной правовой доктрины, а также нормы, изложенные в Модельном кодексе СНГ [7, с. 32].

В России формулировки и принципы, изложенные в типовом Гражданском кодексе, приняли определенные формы. Так, Конституция РФ гарантирует всем гражданам право наследования государством. В соответствии с этим положением, любой гражданин может составить завещание, тем самым реализовав свои права в деятельности. Согласно статье 1046 Гражданского кодекса Российской Федерации под завещанием понимается воля гражданина распоряжаться своим имуществом в случае смерти.

Позднее, в 1997, в Грузии был принят гражданский кодекс, который значительно по своему содержанию отличался от Типового Кодекса, и на его основе были созданы новые кодифицированные акты в Азербайджане, Республике Молдова и в Туркменистане.

Наследственное право в своем развитии образовалось в отдельную отрасль ГК различных стран. Так наследственное право имеет свои функции, принципы, методы регулирования, а также предмет.

В настоящее время в большинстве стран СНГ смерть определенного лица или же признания его умершим по законодательству является основанием для открытия наследства, то есть возникновения наследственных правоотношений [9, с. 41].

Главным принципом наследования по завещанию является свобода завещания. Особо важно сохранение этого принципа наследственного права, так как именно благодаря ему разрешается вопрос согласованность воли человека, который наследует свое имущество и человека, который получает наследство.

Законодательством предусмотрен список определенного имущества, которые могут включаться в наследство: вещи, ценные бумаги, а также другое имущество, которое включает в себя имущественные права и обязанности.

В законодательстве различных стран предусмотрены не только вещи, которые можно передать в наследство другому лицу, но и список определенных личных прав, не передающихся по наследству. Так, если наследодатель ранее создал какое-либо техническое изобретение или написал песню, то его авторские права не могут быть переданы другому человеку. Также следует учитывать и то, что если определенное имущество наследодателя не было его собственностью, то соответственно у него и нет права его отдавать наследователю.

Еще одним пунктом данного перечня служат алименты, то есть наследователю не должен осуществлять данные выплаты по обязательствам наследодателя.

В таких странах как Армения и Украина существует еще и прямой запрет на наследование нематериальных благ и неимущественных прав. Такой же закон установила и Россия, однако у такой политики есть и минусы. Так, иногда происходит полное исчезновение четкой черты определения сущности понятий личное и неимущественное. Также следует учитывать, что при смерти наследодателя, защита и осуществление некоторых неимущественных прав становится невозможным. Если же рассматривать Беларусь, Кыргызстан и Казахстан, то можно проследить, что здесь образовали общую формулу наследования личных неимущественных прав, связанных с имущественными правами наследодателя.

В Типовом Гражданском кодексе оговаривается и такое понятие как наследственная масса. Наследодатель имеет право наследовать свое имущество в полном объеме одному лицу, даже не указывая самого имущества. А также он может указать конкретные доли в имуществе для определенных наследников. Законодательство позволяет наследодателю указывать определенный перечень имущества с четким перечнем наследников. Лицу, которое передает свое наследство даже разрешается включать в завещание имущество, которое не было приобретено в момент составления завещания, но может быть приобретено в дальнейшем [7, с. 31].

Наследником по завещанию в соответствии с законодательством может являться любой субъект, например, государство. Однако в ряде таких стран, как Грузия и Туркменистан, предусмотрено ограничения круга лиц, которые могут являться наследники. К таким субъектам относятся публичные юридические лица, а также «недостойные наследники».

Рассмотрим несколько основных групп «недостойных наследников» в наследственном праве стран СНГ с помощью таблицы 1.

Таблица 1.

Основные группы недостойных наследников

Группы недостойных наследников	Основные страны, в которых действует данное право
Лицо, покушавшееся на жизнь другого наследника	РФ, Казахстан, Украина, Туркменистан
Родители или усыновители, которые были лишены родительских прав	Типовой кодекс СНГ
Люди, совершившие какой-либо аморальный поступок	Молдова, Грузия, Азербайджан

Под ограничением свободы воли, в наследственном праве понимается такое понятие, как «обязательная доля». Данный принцип предусматривает включение определенного круга лиц в обязательное получение не менее половины завещания, несмотря даже на то, включены ли эти люди в содержание завещания. К таким лицам можно отнести несовершеннолетних детей, родителей, супруг, детей-инвалидов.

В Российской Федерации завещание это односторонняя сделка, основанная на воле завещателя. В странах СНГ понятие завещания относится только к форме завещания, не затрагивая его сущности и оснований.

В РФ под завещанием понимается односторонняя сделка по волеизъявлению наследодателя. В то время, как в определенных государствах СНГ сущность завещание определяет только его формы, не обозначая её природы и её оснований, в следствии чего не исключается многостороннее завещание. Однако, в настоящее время многосторонни договоры, в таких странах, как Украина или Грузия практикует только лишь форму совместного завещания супругов. Правда пока это принимает лишь форму совместного завещания супругов, которое имеет практику применения в Грузии, Украине, Туркменистане [4, с 14].

При исследовании процессов наследования по завещанию и сравнении настоящего времени и постсоветского периода, можно заключить, что не только сохранились основные положения старого времени, но и вводились различные новшества. Завещание прекращает быть лишь сделкой по определению наследников и делению наследства. Завещание также может являться формой осуществления субъективных прав и обязанностей в случае смерти наследника – условные завещания. В данном типе завещания наследодателю даже дается право обязать человека, которому передается наследство, выполнить определенные условия для получения имущества. Однако, законодательство установило определенные условия получения наследства, которые сопровождаются требованиями законности, нормами морали и нравственности, а также реальностью исполнения.

Также следует отметить такую важную особенность завещания, как его форма. Так, форма завещания является гарантом выполнения одного из принципов завещания- его тайны.

Законодательством закреплено два вида завещания, таких как открытое и закрытое.

Первый вид завещания, то есть закрытое, пишется наследодателем нотариусу. Данное завещание хранится в конверте и оглашается только при вскрытии его у нотариуса.

Второй вид завещания- открытое, которое сразу при его составлении известно не только наследодателю, но и другим свидетелям. Следует учитывать, что данный вид завещания хранится у нотариуса, поэтому именно он несет уголовную ответственность за вскрытие содержания завещания, при его хранении [8, с. 27]

В различных государствах мира форма завещание бывает только одна, а именно нотариально заверенная форма или же форма завещания, которая заверена специальным субъектом. Основными представителями таких стран являются Казахстан, Беларусь, Армения, Российская Федерация и многие другие.

В случаях, когда существует реальная угроза жизни человека, составляющего завещание возможно составление рукописной формы, которую вследствие должен одобрить суд. Данная форма в отличии от нотариальной формы завещания применяется только в особых случаях, так как из-за возможности искажения мыслей наследодателя рукописная форма завещания не была принята в национальном законодательстве.

Кроме нотариального завещания, также в некоторых государствах, например, Грузии и Азербайджане, существует еще домашнее завещание, написанное в рукописной форме. Однако следует учитывать тот факт, что при составлении такого вида завещания с

применением технических средств по нормам законодательства обязательно наличие свидетелей [2, с 11].

В Латвийском наследственном законодательстве распространена еще одна форма завещания- устная. Раньше в проектах ГК РФ и других странах СНГ подразумевалась такой вид формы завещания, но после того, как было представлено большое количество пунктов для реализации устной формы завещания законодательство решило отказаться от такой модели.

Для того, чтобы обеспечить дополнительную гарантию исполнения воли наследодателя, а также его других юридических прав можно рассмотреть такие случаи оформления завещания, при которых присутствуют свидетели. Так свидетели могут находиться рядом с человеком, которые составляет завещание, не только при его написании, но также при его зачитывании, передачи на хранение в конверте или при возникновении ситуации, составления завещания в особых (чрезвычайных) условиях.

Принцип публичной достоверности гласит, что сведения, которые находятся в государственном реестре, являются достоверными, а субъекты, ориентированные на данный государственный реестр, будут добросовестными приобретателями и в тех ситуациях, при которых данные не являются настоящими, пока не решит данное дело [4, с.10].

При наследовании по завещанию наследник должен знать и учитывать такой факт, как долговые обязательства. На рисунке 1 рассмотрена классификация долговых обязательств.



Рис. 1. Схема долговых обязательств при наследовании

Классификация долговых обязательств:

1) Долговые обязательства наследства. В данную категорию обычно входят расходы на погребение и затраты на хранение, содержание и охраняемость ценностного имущества до вступления в наследство человеком.

2) Долговые обязательства наследника. Данные обязательства, при отсутствии особых условий завещания, наследники несут солидарно, то есть в границах суммы переданного ему имущества. Но также в таких странах, как, например, Туркменистан и Грузии, остается актуальна долевая ответственность лиц, которым было передано какое-либо имущество

В настоящее время во многих государствах, кроме Молдовы, Грузии и некоторых других, завещательная дееспособность наступает одновременно с полной дееспособностью. Однако, данный аспект имеет ряд минусов и различных взглядов на него, так как, например в России по эмансипации, то есть достижения полной дееспособности в 16 лет, можно получить и наследственную дееспособность, что имеет ряд негативных фактор. Именно поэтому такое государство, как Грузия сохранило доктрину СССР, в которой оглашалось наступление наследственной дееспособности только в совершеннолетнем возрасте. Примером негативных факторов такой ситуации является многочисленные случаи оспаривания составленных завещаний и после смерти наследователя, вследствие обнаружения у него физического или социально-психологического недомогания [7, с 15].

Сравнивая статистику оформлений завещаний по наследству в настоящем времени и в период СССР, можно сказать, что количество таких процессов значительно выросло. Данный факт, связан в первую очередь с тем, что раньше, особенно у большинства людей не было большого имущественного состояния, а имелись только вещи первой необходимости. Также в период СССР значительную роль играла именно совместная долевая собственность. С развитием стран, передовых технологий, и осуществлением различных реформ, уровень благосостояния людей значительно повысился, а вместе с тем возросла и роль наследования. Также можно сказать, что процессы развития законодательства России и совпадение норм с законодательными нормами других стран значительно сблизило участников СНГ.

В практике можно выделить следующие направления по рационализации и усовершенствованию процесса наследования:

1. Государство должно способствовать массовому распространению квалифицированной консультации и информации по аспектам данной темы. Так, основным

способом повышения правовой культуры населения является введения в школах и высших учебных заведениях такого предмета, как право.

2. Наследодатели, то есть лица, которые завещают свое имущество должны заранее продумать, кто будет являться наследником, то есть лицом, получившим имущество в наследство. Лицо, передающее свое имущество, должен быть уверен в правильности и рациональности своего выбора.

3. При возникновении ситуаций, при которых наследодатель в плохом, болезненном, предсмертном или любом другом, угрожающем его жизни состоянии, оформляет завещание на наследование, следует принять меры по предотвращению данного процесса, так как в дальнейшем данное завещание может быть оспорено [3, с.13].

Исследуя наследственное право в Германии, следует учитывать такой фактор, как парантелла, то есть целую группу кровных родственников, у которых имеется общий предок и его нисходящие. Именно по парантеллам определяется очередность призвания людей из определенных категорий к наследованию. Рассмотрим три основные парантеллы наследования на рисунке 2.

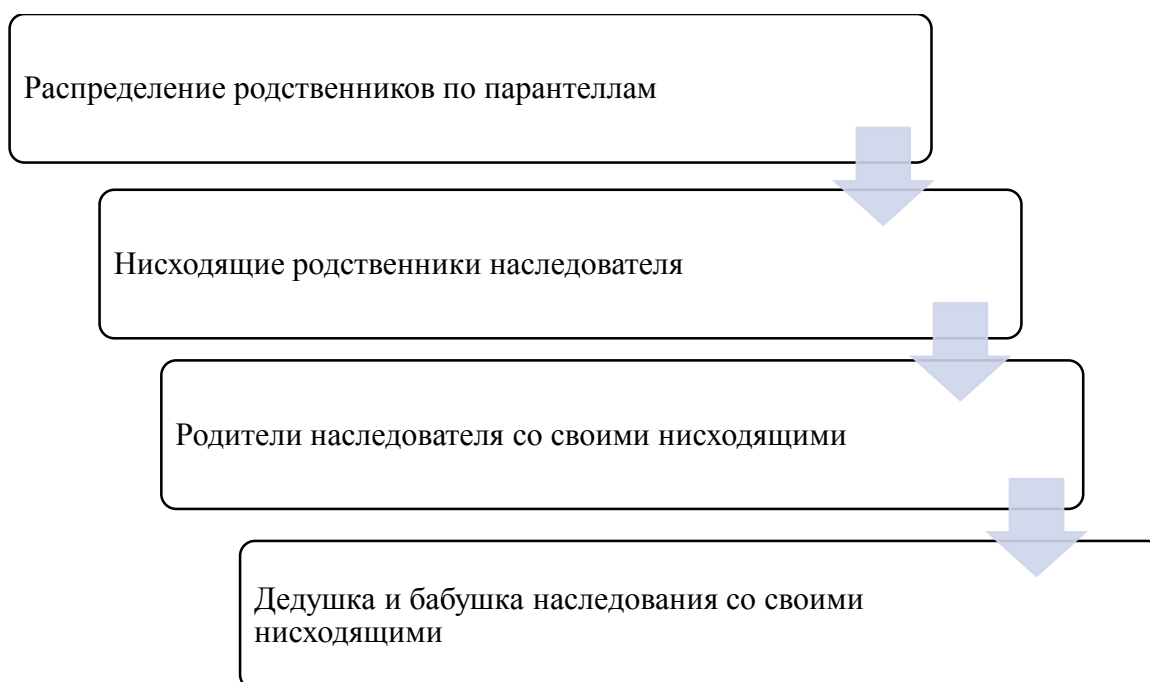


Рис. 2. Распределение наследования по парантеллам.

Следует уточнить правовой аспект при передаче наследования по третьей парантелле, который гласит, что при отсутствии бабушки или деда наследодателя, а также их нисходящих, имущество достается пережившему наследнику или его нисходящим.

Также существует четвертая парантелла, в которую входят прадеды, прабабки и их нисходящие. В пятую- прапрадеды, прабабки и соответственно их нисходящие.

Так, совместно с участниками первой, второй и третьей парантелл наследует супруг наследодателя. Если есть внебрачный ребенок, то он имеет по отношению к родителям одинаковое положение с законнорожденными детьми

В случае, если у умершего наследодателя отсутствуют наследники или они отказываются от получения имущества, то все наследство по законодательству Германии переходит во владение государства [9, с.25].

Существуют несколько основных пунктов, по которому наследники могут быть лишены право получить имущество, а именно:

- Принуждение наследником наследодателя составления данного завещания;
- Причастие наследника к ухудшению здоровья, смерти человека, который составляет завещание.

Разбирая Гражданский кодекс Франции, а именно принципы наследования в данном государстве, следует отметить, что здесь предусмотрено четыре ступени наследников по закону. Первая категория включает в себя детей и нисходящих родственников, вторая- восходящих родственников лица, составляющего завещание, третья категория- кровных родственников по боковой линии, а четвертая- переживших супруг.

В законодательстве Франции закреплено такое положение, которое указывает, что в наследство могут вступать даже только зачатые дети, то есть все существующие люди в настоящий момент времени [7, с.9].

Дополнительной пятой категорией при вступлении в наследство можно считать лица, которые могут стать наследниками по праву представления.

Одной из схожих черт в наследственном праве Франции и Германии является наличие случаев, при которых определенное лицо, не имеет право вступать в наследство.

Если недостойный наследник, на момент лишения его права наследования уже потратил или использовал какие-либо блага наследодателя, то он обязуется вернуть все ценности обратно.

Страны Европы выходили на путь законного наследования, которое также помогало определять последовательность вступления каждого родственника, наследуемого в наследство. Конечно, законное наследование сохраняет право свободного распоряжения наследодателем своего имущества, а также предоставляет наследнику возможность вступить или, наоборот, не вступить в наследство [5, с.7].

В сфере наследственного права Англия всегда возвышала других родственников наследодателя по сравнению с пережившим супругом. Так, по их законодательству английское право имеет институт взаимных завещаний, то есть взаимное принятие прав друг друга. Если сравнивать принципы политики Англии и России в данном вопросе, то можно увидеть огромное расхождение, так как, например, многосторонний договор является противоречием политики Российской Федерации. Также в Англии правительством определена единственная форма завещания, а именно письменная, подписанное завещателем и удостоверено хотя бы двумя-тремя свидетелями. Рассматривая аспекты наследственного права в различных странах, можно проследить большую схожесть политики Франции и России.

Основным различием в наследственном праве разных стран является возраст, по достижению которого можно составлять завещание. Так, в Швейцарии и Франции можно стать наследодателем с 18 лет, а в Германии с 16 лет. В Англии существует закон, по которому военнослужащие и моряки могут завещать свое имущество по достижении 14 лет.

Сравнивая наследования по завещанию России и стран СНГ, можно сказать, что все государства имеют свои особенности и тенденции развития данной отрасли, но при этом значительных расхождений в существующих принципах политики стран не наблюдается.

Список используемой литературы:

1. Гражданский кодекс Армении. Режим доступа: URL: <http://www.ipso.at.tut.by/civen.html>.
2. Гражданский кодекс Грузии. Науч. ред. Бигвава З.К.; Вступ. ст. Чантурия Л.; Предисл. Елисеева И.В., Коновалова А.В./ Серия: «Законодательство зарубежных стран». СПб: Юридический центр Пресс, 2002г. 800 с.
3. Гражданский кодекс Республики Казахстан https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1006061

4. Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Режим доступа: URL: <http://www.ipso.at.tut.by/civen.html>.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации. Гражданского кодекса Российской Федерации от 26 ноября 2001 г. N 146-ФЗ//СЗ РФ от 3 декабря 2001 г. № 49 ст. 4552.
6. Гражданский кодекс Украины: науч.-практ. комментарий/ Под ред. Е.О. Харитоновна. - Харьков: Одиссей.
7. Женетль, С. З. Наследственное право: Учебное пособие / Женетль , Володина О. В., 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 188 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01475-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1004348>
8. Крашенинников, П. В. Наследственное право: Учебное пособие Пособие / Крашенинников П.В. - Москва: Статут, 2016. - 207 с. ISBN 978-5-8354-1190-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/765904> (дата обращения: 23.03.2021)
9. Эриашвили, Н. Д. Наследственное право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н. Д. Эриашвили, А. Ю. Касаткина, З. В. Каменева; под ред. Ю. Ф. Беспалова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 335 с. - ISBN 978-5-238-02687-9.

УДК 336.7

*Дудченко А.В.,
к.ю.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

*Нам Т.А.,
обучающийся
кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ,
ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

**DEVELOPMENT TRENDS OF ELECTRONIC PAYMENT INSTRUMENTS USED IN BANKING
IN FOREIGN COUNTRIES**

Аннотация: В данной статье рассматриваются электронные платежные инструменты, используемые в банковской деятельности, и технологические тенденции их развития. Никогда еще в сфере финансовых услуг значение технологий не было столь велико. Конкуренция со стороны финтех-компаний и крупных технологических гигантов, возросшие ожидания потребителей и новые инновации, связывающие данные с цифровой доставкой, требуют от банков и кредитных организаций использования новых технологий для построения выигрышных стратегий.

Abstract: This article examines electronic payment instruments used in banking and technological trends in their development. Technology has never been more important in financial services. Competition from fintech companies and big tech giants, heightened consumer expectations, and new innovations linking data to digital delivery require banks and lending institutions to use new technologies to build winning strategies.

Ключевые слова: технологии, банки, кредитные организации, искусственный интеллект, потребители, кибербезопасность, блокчейн.

Keywords: technologies, banks, credit institutions, artificial intelligence, consumers, cybersecurity, blockchain.

Пластиковые карты банков уже давно стали частью жизни каждого современного человека. И на это есть целый ряд причин. Кто-то получает на банковские карты зарплату, кто-то – стипендию или материальную помощь.

Наиболее популярными международными платежными системами являются Visa (доля на мировом рынке составляет более 50%) и MasterCard (около 30% всех карт). На третьем месте находится American Express, который занимает около 18%.

Одними из самых популярных форм оплаты являются кредитные и дебетовые карты. Кроме них существуют и альтернативные способы оплаты, такие как электронные кошельки, банковские переводы, биткоин-кошельки и так далее.

Кредитные карты – это пластиковые карты, которые позволяют клиентам осуществлять операции через систему электронной обработки данных. Кредитная карта выдается таким агентством, как Master или Visa. Это дает заранее определенный лимит расходов держателю карты.

Кредитные карты могут иметь механизмы револьверного кредитования. Потребители фактически платят после транзакции по кредитной карте. Возобновляемые кредитные соглашения позволяют клиентам осуществлять минимальный платеж в каждом платежном цикле [1].

Дебетовые карты выпускаются банком или финансовым учреждением, в котором у владельца карты есть счет. Карта позволяет потребителям получить доступ к счету для проведения различных операций. Потребитель фактически немедленно оплачивает транзакцию с помощью онлайн-дебетовой карты [1].

Дебетовая карта-это альтернатива чековой книжке или наличным деньгам. Многие банкоматы имеют функции дебетовой карты.

Преимущества дебетовых карт:

1. Получить дебетовую карту гораздо проще, чем кредитную.
2. Использование дебетовой карты освобождает вас от необходимости носить с собой наличные.
3. Торговцы принимают дебетовые карты с большей готовностью, чем чеки, особенно в других странах.

Покупки по дебетовым картам могут иметь меньшую защиту, чем покупки по кредитным картам для товаров, которые никогда не доставлялись или были неисправны. Возврат товаров или отмена услуг, приобретенных с помощью дебетовой карты, рассматривается так же, как если бы покупки были сделаны наличными или чеком. Продавец не взимает никаких сборов, когда клиент использует дебетовую карту для оплаты покупки. Поэтому продавцы поощряют клиентов использовать дебетовые карты для оплаты.

Электронные деньги эквивалентны наличным деньгам. Он выдается частными лицами. Он действует как замена физической валюты. Электронные деньги-это деньги, имеющиеся на электронном счете. Это помогает осуществлять электронные деловые операции в Интернете [1].

Электронные деньги обеспечивают удобство для клиентов, так как им не нужно носить с собой наличные деньги. Это очень выгодно для небольших денежных операций. Электронная наличность доступна на счете электронной наличности. Деньги можно снять со счета. Или он может быть загружен на карту.

Функции электронной наличности:

1. Пользователь сначала должен иметь кассовую программу и банковский счет.
2. С этого счета он может снять или внести электронные наличные.
3. Пользователь может вывести ecash со счета с помощью компьютера.
4. Получатели ecash отправляют деньги на свой банковский счет, как если бы они вносили «настоящие» наличные.

Стоит отметить, что функции электронных денежных средств весьма схожи с электронными переводами средств, которые происходят между банками.

Электронная наличность предполагает более низкие транзакционные издержки. Для этого не требуется никаких специальных разрешений, таких как кредитные карты. Недостатком является то, что это может привести к отмыванию денег.

Электронный кошелек похож на физический кошелек. Он имеет память для хранения баланса счета в финансовом учреждении. В нем можно хранить кредитные карты, электронные деньги, удостоверение личности владельца и адрес. Электронные кошельки делают интернет-магазины удобными. Клиент может нажать на электронный кошелек, чтобы быстро заказать товар.

Электронный кошелек разделен на две категории:

1. Электронный кошелек на стороне сервера.
2. Электронный кошелек на стороне клиента.

Клиентский электронный кошелек хранит информацию о клиенте на компьютере пользователя. Серверный электронный кошелек хранит информацию о клиенте на удаленном сервере. Удаленный сервер может принадлежать торговцу или издателю кошелька [1].

Также, рассмотрим четыре основных требования безопасности для безопасных электронных платежей:

- Аутентификация: Способ проверки личности покупателя до авторизации платежа.
- Шифрование: процесс, делающий сообщения нечитаемыми, кроме тех, у кого есть авторизованный ключ расшифровки.
- Целостность: Обеспечение того, чтобы информация не была намеренно или непреднамеренно изменена или уничтожена во время передачи.
- Отсутствие отказа: Защита от отказа клиентов в размещенных заказах и от отказа продавцов в произведенных платежах.

Теперь перейдем к преимуществам и недостаткам электронных платежных систем.

Преимущества:

Экономия времени: перевод денег между виртуальными счетами обычно занимает несколько минут, а банковский или почтовый перевод может занять несколько дней. Кроме того, вы не будете тратить время на ожидание в очередях в банке или почтовом отделении.

Контроль над расходами: даже если кто-то хочет взять под контроль свои выплаты, необходимо набраться терпения, чтобы записать все мелкие расходы, которые часто составляют большую часть общей суммы выплат. Виртуальный счет содержит историю всех транзакций с указанием магазина и суммы, которую вы потратили. И вы можете проверить это в любое время. Это преимущество электронной платежной системы в данном случае очень важно.

Сниженный риск потери и кражи: вы не можете где-то забыть свой виртуальный кошелек, и его не могут забрать грабители. Хотя в киберпространстве много мошенников, в одной из предыдущих статей мы подробно рассказали, как обезопасить свой счет в электронной валюте.

Низкие комиссии: если вы платите за интернет-провайдера или пополнение мобильного счета через UPT (автоматический платежный терминал), вы столкнетесь с высокими комиссиями. Что касается системы электронных платежей: комиссия за подобные операции составляет 1% от общей суммы, и это существенное преимущество.

Удобство для пользователя: обычно каждый сервис предназначен для охвата максимально широкой аудитории, поэтому у него интуитивно понятный пользовательский интерфейс. Кроме того, всегда есть возможность задать вопрос в службу поддержки, которая часто работает круглосуточно и без выходных. В любом случае вы всегда можете получить ответ на форумах по этой теме. Также, все переводы могут быть выполнены в любое время и в любом месте. Достаточно иметь доступ в Интернет.

Недостатки:

Ограничения: каждая платежная система имеет свои ограничения относительно максимальной суммы на счете, количества транзакций в день и суммы вывода.

Риск взлома: если вы соблюдаете правила безопасности, угроза минимальна, ее можно сравнить с риском чего-то вроде ограбления. Хуже всего ситуация, когда система процессинга компании была взломана, потому что это приводит к утечке личных данных о картах и их владельцах. Даже если система электронных платежей не запускает пластиковые карты, она может быть замешана в скандалах по поводу кражи личных данных. Проблема перевода денег между разными платежными системами. Обычно большинство электронных платежных систем не взаимодействуют друг с другом. В этом случае вам придется воспользоваться услугами обмена электронной валюты, и это может занять много времени, если у вас все еще нет доверенного сервиса для этой цели. Наша статья о том, как выбрать лучший обменник электронных валют, значительно облегчает процесс поиска.

Отсутствие анонимности: информация обо всех транзакциях, включая сумму, время и получателя, хранится в базе данных платежной системы. А значит, у спецслужб есть доступ к этой информации. Вы должны решить, хорошо это или плохо.

Но все же, одни из наиболее важных технологий, на которых банки должны сосредоточиться в обозримом будущем, не расположены в определенном порядке, поскольку каждая организация будет отличаться в отношении приоритизации и распределения инвестиций. Достаточно сказать, что ни один из них не должен быть проигнорирован.

Когда дело доходит до персонализации, потребители довольно четко понимают, чего они хотят. Им нужны рекомендации, о которых они сами бы не подумали, и четкие указания о том, что им следует покупать, когда они покупают продукт или услугу. Другими словами, финансовые учреждения должны показать потребителям, что они прислушиваются к их деятельности и извлекают из нее уроки.

Люди также хотят, чтобы их банковские провайдеры знали их, присматривали за ними и вознаграждали их независимо от того, какой канал они используют или в какое время дня или ночи. Это включает в себя предоставление им информации об их общем финансовом положении – по требованию. Наконец, банки и кредитные организации должны постоянно демонстрировать ценность, которую они обеспечивают для потребителей информации, которую они позволяют им собирать [2].

С помощью искусственного интеллекта (ИИ) существует потенциал для трансформации клиентского опыта и создания совершенно новых бизнес-моделей в банковской сфере. Чтобы достичь

наивысшего уровня результатов, необходимо сотрудничество между людьми и машинами, которое обеспечит гуманизированный опыт, который отличается для каждого клиента.

Основная часть парадигмы «голос-первый» – это современный «интеллектуальный агент», также известный как «интеллектуальный помощник». Со временем у всех нас будет много, возможно, десятки таких агентов, взаимодействующих друг с другом и действующих от нашего имени. Эти агенты будут «призраком в машине» в голосовых устройствах. Они будут отправляться независимо от основного программного обеспечения и образуют вторичный слой, который может плавно соединяться между спектром услуг и систем [2].

Большинство финансовых организаций перейдут от простого диалога и запросов по счетам к совершению транзакций с помощью голосовых команд. Это может включать в себя возможность выполнять платежи с помощью голосовых команд, а также осуществлять переводы по счетам и устанавливать оповещения по счетам с помощью голосовых команд. Многие считают, что в ближайшие пять лет 50% всех банковских взаимодействий будет осуществляться с помощью голосовых устройств.

Поскольку подавляющее большинство потребителей имеют банковские отношения, охватывающие десятилетие или более, интеграция голоса, долгосрочного анализа транзакций, геолокации и текущих контекстуальных знаний в сочетании с предпочтениями и поведением вне банковского сектора с течением времени – все это является силой искусственного интеллекта и голосовой коммерции становится действительно захватывающей.

В то время как крупнейшие технологические компании – Google, Apple, Facebook, Amazon (GAFA) – ведут борьбу за внедрение открытых платформ API, модель, которую они используют, может быть не той, которой следует следовать большинству банковских организаций. Мало того, что большинству финансовых институтов не хватает технических знаний или финансовых средств для реализации этих моделей и поддержки огромного сообщества разработчиков, так еще и маловероятна возможность приобретения новых клиентов для повторения их успеха.

Тем не менее, будущее открытой банковской платформы находится в пределах видимости для финансовых организаций всех размеров. Например, агрегирование счетов становится все более распространенным явлением, и такие фирмы, как Citibank, разрабатывают совершенно новые цифровые продукты с такой возможностью. Точно так же традиционные банковские функции, такие как прием депозитов или осуществление платежей, могут быть интегрированы в нетрадиционные организации (Starbucks, Amazon и так далее). В конце концов, ключевые менеджеры практически всех финансовых организаций уже должны встретиться, чтобы определить, как их организация может выглядеть в будущем и как будут создаваться, продаваться и распространяться услуги.

Создание банковского предложения, ориентированного только на цифровые технологии, предполагает согласование новых технологий и решений с существующим дизайном, стоимостью бренда и бизнес-моделью унаследованного банка. Должны быть задействованы лидеры, которые разбираются в технологиях и строят технологии с ориентированным на клиента подходом. Финансовые учреждения также могут использовать технические возможности финтех-стартапов для оказания помощи в развитии банков, работающих только в цифровом формате [2].

Наличие предложения только для цифровых технологий может стать все более важным, поскольку сегодня потребителям доступно все больше нетрадиционных банковских услуг, что побуждает их переключать банки на более индивидуальные услуги и ценностные предложения. Согласно отчетам многих компаний, «потребители банковских услуг в Северной Америке хотят всего этого – сделок и скидок, удобства, актуальности и банковского обслуживания клиентов, которые сочетают новейшие достижения в области цифрового банкинга с человеческим взаимодействием. Потребители будут делиться личными данными, чтобы получить то, что они хотят, и переключать банки, если они этого не делают».

Нет никаких сомнений в том, что все более широкое использование технологий и цифровых каналов сделало банковскую отрасль более восприимчивой к кибератакам и вынудило банки и кредитные организации оказаться в незавидном положении, играя в «догонялки». Новые открытые банковские правила, требующие от банков делиться информацией о клиентах со сторонними поставщиками, делают отрасль еще более уязвимой [2].

Сейчас, как никогда ранее, банки должны стать активными в своей работе по защите данных и управлению рисками кибербезопасности. К сожалению, потребители хотят лучшего из обоих миров – простоты использования и повышенной защиты данных и личных данных. Это потребует от банковской отрасли внедрения многофакторной аутентификации, защищенных приложений, цифровых подписей и других форм безопасности, таких как биометрия [3].

Согласно аналитическим данным, почти шесть из десяти потребителей, которые хотят перейти в новое первичное финансовое учреждение (или хотели бы сделать это), открыты для крупных технологических компаний, таких как Google, Amazon, Facebook или Apple. Это представляет собой увеличение на 14 пунктов по сравнению с опросами прошлых лет, иллюстрируя потенциальное влияние внедрения крупного банковского продукта любой из крупных технологических компаний [8].

Одним из главных преимуществ традиционных банков и кредитных организаций перед конкурентами в прошлом было доверие. Никто не хочет подвергать риску свои сбережения или сотрудничать с организацией, которая не защитит их личность и частную жизнь [3]. Однако, согласно

последним опросам, доверие не является большой проблемой для таких компаний, как Amazon. На самом деле многие потребители доверяют Amazon больше, чем своему нынешнему основному банку.

Если организация хочет улучшить свое положение по сравнению с такими компаниями, как Google, Amazon, Facebook и Apple, лучше всего сосредоточиться на том, чтобы стать гораздо лучшей цифровой организацией и облегчить цифровым потребителям ведение бизнеса с вами[7]. Это может потребовать партнерства со специалистами или поставщиками решений, которые преуспевают в этих преобразованиях, но инвестиции важны, поскольку разрыв в производительности между лучшими и массовыми увеличивается с каждым днем.

Все больше и больше финансовых учреждений используют технологию блокчейн или находятся в процессе реализации возможностей блокчейна, учитывая его бесчисленные приложения [4].

По большей части основное внимание при внедрении блокчейна было сосредоточено на снижении затрат и упрощении процессов. Внедрение блокчейна в платежах, денежных переводах, происхождении и отслеживаемости – это то, где технология блокчейна, по-видимому, используется наиболее широко в настоящее время.

По данным Американской ассоциации банкиров, банки, как правило, восприимчивы к облачному базовому банковскому обслуживанию: 29% заявили, что рассмотрят его, 50% - что не уверены, а 21% - что не будут рассматривать. Многие эксперты считают, что облачный основной банкинг вскоре станет более распространенным, и многие полагают, что большинство запущенных основных банковских проектов будут находиться в облаке[6].

Большая часть импульса вокруг облачных решений заключается в том, что любое финансовое учреждение, опирающееся на устаревшую инфраструктуру, не может конкурировать с более быстрыми и инновационными цифровыми конкурентами. Внедрение облачных технологий автоматизирует операции и рабочие процессы, что приводит к повышению эффективности, безопасности и экономии средств [5].

Итак, независимо от того, используют ли банки публичное или частное облако, безопасность данных, идентификационных данных и так далее. И хотя облачная банковская система, возможно, не является самой большой тенденцией прямо сейчас, банки и кредитные организации должны рассматривать ее как одну из самых важных технологических тенденций в будущем.

Список используемой литературы:

1. Ануреев С.В. Платежные системы и их развитие / С. В. Ануреев. - М.: Финансы и статистика, 2019.
2. Защита информации в электронных платежных системах. Электронный учебник. - Москва: СИНТЕГ, 2017.
3. Липис А. Н. Электронная система денежных расчетов / Липис А.Н., Маршал Е.Р. - М.: «Церих-пел», 2017.
4. Рудакова О.С. Банковские электронные услуги. Учебное пособие для вузов / О.С. Рудакова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2019.
5. Тедеев А.А. Электронные банковские услуги / А.А. Тедеев. - М.: ЭКСМО, 2018.
6. Колкарева И.Н., Колкарева Э.Н. Перспективы ограничения наличного денежного оборота в РФ//В сборнике: Сборник научных статей профессорско-преподавательского состава и студентов Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. Берлин, 2017. С. 153-163.
7. Салий В.В., Кузьмина Э.В. Перспективы функционирования и развития документальных потоков в интернете//В сборнике: Кайгородовские чтения. Материалы региональной научно-практической конференции. Краснодарский государственный университет культуры и искусств. 2010. С. 106-109.
8. Салий В.В. Роль веб-сайтов фирм в информационном обслуживании специалистов//Культурная жизнь Юга России. 2010. № 1 (35). С. 101а-102.

УДК 349.3

*Дудченко А.В.,
к.ю.н, доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Скакунова А.В.
обучающаяся на очной форме по направлению подготовки «Торговое дело»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН CHARITY AS A SOCIO-ECONOMIC PHENOMENON

Аннотация: В данной статье рассматривается такой феномен, как благотворительность, её признаки и функции. Актуальность этой темы связана с тем, что перед обществом стоит множество различных социальных и экономических проблем, которые государство не может решить в полной мере. Так, благотворительность является ценностью, ведь она помогает государству в решении проблем, и также тем, кто нуждается в помощи. Также на основании статистических данных сравнивается благотворительность в разных странах.

Abstract: This article examines such a phenomenon as charity, its features and functions. The relevance of this topic is due to the fact that society faces many different social and economic problems that the state cannot fully solve. So, charity is a value, because it helps the state in solving problems, and also those who need help. Also, based on statistical data, charity is compared in different countries.

Ключевые слова: благотворительность, социальная помощь, благотворительная деятельность, благотворитель, пожертвования, безвозмездная помощь.

Keywords: charity, social assistance, charitable activities, philanthropist, donations, gratuitous assistance.

Благотворительность - это добровольная деятельность юридических организаций или частных лиц в оказании безвозмездной помощи тем слоям населения, которые нуждаются в этом [1].

Благотворительность является инструментом, с помощью которого общество удовлетворяет свои экономические и социальные потребности. Благодаря ей происходит

перераспределение доходов в обществе от наиболее богатых к менее богатым. Благотворительность предполагает, что за счёт собственного времени и ресурсов происходит помощь другим людям. Важным условием является, чтобы эта помощь осуществлялась в рамках закона и не причиняла другим вред. При оказании благотворительности предполагается, что помощь и польза относятся не к конкретному её получателю, а к обществу в целом.

Рассматривая благотворительность можно выделить несколько признаков. Самым важным и главным признаком благотворительности является её добровольность. Никто не может заставить совершать благотворительность или оказывать административное давление. Вторым и немаловажным признаком является её бескорыстность. То есть тот, кто совершает благотворительность, не ждёт от неё какой-либо выгоды. И третьим признаком является то, что благотворительность является целенаправленной деятельностью. Это объясняется тем, что благотворительность не может продолжаться вечно, существует определённая цель, ради которой она совершается, когда эта цель достигнута, то и благотворительная деятельность прекращается [1].

Важной составляющей благотворительности являются её участники т.е. субъекты и объекты. Под участниками благотворительной деятельности понимаются граждане и юридические лица, осуществляющие благотворительную деятельность, а также граждане и юридические лица, ради которых и осуществляется данная деятельность [1].

Субъекты – это те, кто осуществляет данный вид благотворительность. Субъектов благотворительной деятельности можно разделить на: коммерческие организации, некоммерческие организации, физические лица, грантодатели. Коммерческие организации оказывают материальную поддержку гражданам и некоммерческим организациям, которые нуждаются в этом, из своей собственной прибыли. Многие некоммерческие организации специально созданы, чтобы помогать незащищённым слоям населения. Некоммерческие организации часто привлекают волонтеров. Помимо организаций в благотворительной деятельности также участвуют и физические лица, в основном через пожертвования или труд в некоммерческих организациях. Ещё одним из видов субъектов являются грантодатели.

К ним относятся: крупные международные организации, например, ООН и его подразделения; государственные программы, например, канадская программа помощи; частные, корпоративные фонды, например, фонд Форда. Помимо субъектов благотворительной деятельности существуют также её объекты т.е. это те группы, которые

нуждаются в помощи. Объекты, в свою очередь, могут быть разделены на основании выделения социальных групп. Это такие группы как: дети, инвалиды, профессиональные группы, беженцы, мигранты и др. Однако, в качестве объектов может быть указана и ситуация, например, поддержка медицины. Исходя из объектов выделяют благотворительные программы. Ярким примером являются программы борьбы с бедностью. Программа включает в себя обеспечение трудоустройства, создание новых рабочих мест, оказание психологической помощи и т.д.

Важным вопросом являются мотивы, которыми руководствуются благотворители. Самым важным и главным мотив – морально-нравственный. Именно воспитание с детства развивает в человеке такие качества, как милосердие, альтруизм и т.д. и теперь они подталкивает человека совершать добрые дела и помогать другим. Другой причиной благотворительности может быть личное отношение т.е. человек сам сталкивался с этой проблемой. Также важным мотивом является самореализация. То есть оказывая помощь, человек получает моральное удовлетворение от поступка. Немаловажным является и религиозный мотив. Однако есть и отрицательные мотивы, например, часто люди помогают ради своей личной выгоды или просто хотят выделиться. Другими словами, от участия в благотворительной деятельности, они рассчитывают получить какое-то вознаграждение или выгоду, забывая, что благотворительность – это безвозмездная помощь [3].

Нужно отметить, что благотворительность выполняет ряд функций[4]:

- Экономическая - заключается в обеспечении материальной помощи тем, кто не в состоянии сам о себе позаботиться.
- Социальная – выравнивает уровень жизни населения за счёт помощи социально-незащищённым слоям населения т.е. происходит снижение социального неравенства.
 - Рыночная – устранение недостатков социальной политики государства.
 - Политическая – реализуется механизм обратной связи населения и государства
 - Рекламная – удовлетворение потребности филантропов, продвижение альтруистического настроения в обществе и др.

Благотворительность оказывает двухстороннее влияние т.е. она воздействует и на тех, кто оказывает помощь и на тех, кто её получает. Действия, направленные на оказание помощи, влияют на психологическое состояние. Человек начинает верить, что он нужен и у него повышается чувство значимости.

Почему же существует страх заниматься благотворительностью? Одна из причин почему люди не занимаются благотворительностью являются распространение мошенников. Люди обязательно должны проверять документы, чтобы не отправить свои деньги им. Существование в обществе мошенников заставляет более настороженно и внимательно относиться к данной теме. Очень частой проблемой является то, что люди думают, что их маленькая сумма денег не окажет никакой помощи, хотя это не так.

Также проблемой является то, что люди не знают, как будут расходоваться их пожертвования. Однако в век информационных технологий всю информацию о деятельности фонда можно найти в Интернете. Можно отследить любой перевод, а также все расходы фонда [5].

В Российской Федерации существует множество нормативно-правовых актов, которые регулируют благотворительную деятельность. Главные из них – Конституция РФ, Гражданский кодекс, ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» и т.д. В Конституции России сказано, что благотворительная деятельность поощряется. Если рассматривать Гражданский кодекс, то можно найти определение слова «пожертвование» и на что оно может осуществляться. И самый главный документ в сфере благотворительности – это ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)», который регулирует правовые основы благотворительной деятельности и её особенности.

В наше время благотворительность становится всё популярнее, и соответственно, у каждого человека формируется своё мнение на этот счёт. Поэтому можно найти много исследований на данную тематику, а также мировой рейтинг благотворительности (CAF). Всемирный индекс благотворительности (TheWorldGivingIndex)– это показатель, который измеряет отношение населения к благотворительности. Данный рейтинг рассчитан по методике Института Гэллапа, основанный на результатах всемирного опроса, проводимого в 140 странах. Место страны в рейтинге зависит от таких показателей, как оказание помощи нуждающемуся, денежные пожертвования и работа в качестве волонтера. Чем выше страна в рейтинге, тем благотворительность в этой стране развита больше. Последние строчки занимают страны, в которых благотворительность является непопулярной темой. В таких странах она развивается меньше, по сравнению с другими, потому что население данных странах хуже относится к благотворительности [6].

Последний опрос для рейтинга стран по уровню благотворительности проводился в 2019 году (табл.1)

Таблица 1.

Рейтинг стран по уровню благотворительности на 2019 год.

№	Страна	Итого, %
1	США	58
2	Мьянма	58
3	Новая Зеландия	57
4	Австралия	56
5	Ирландия	56
6	Канада	55
7	Великобритания	54
8	Нидерланды	53
9	Шри-Ланка	51
10	Индонезия	50
117	Россия	21
118	Хорватия	21
119	Черногория	20
120	Болгария	19
121	Литва	19
122	Палестина	19
123	Сербия	19
124	Йемен	17
125	Греция	16
126	Китай	16

Источник: составлено на основе рейтинга стран по уровню благотворительности[6].

В данной таблице представлены данные о 10 самых щедрых странах и 10 странах с самым низким уровнем благотворительности. Анализируя данную таблицу, можно сделать следующие выводы. По итогу опроса, страна, где преобладает наибольший уровень благотворительности является США. На втором месте находится Мьянма, однако стоит отметить, что она уже 4 раза становилась лидером. А третье место занимает Новая Зеландия. Если рассматривать первую десятку, то можно заметить, что почти все страны являются экономическими лидерами, кроме Мьянмы, Шри-Ланки и Индонезии. Рассматривая десятку с низким рейтингом, можно сказать, что в этих странах недостаточно развита культура

благотворительности, а также плохо функционирует гражданское общество. Самый низкий уровень благотворительности в Китае. Он показал самый худший результат за последние 10 лет.

Согласно данным САФ, Россия попала в десятку с самым низким рейтингом, она занимает 117 место. Так, на протяжении 10 лет она улучшала свои позиции. В 2010 году она занимала 138 место, в 2017 уже 124 место, в 2018 – 112, а в 2019 году Россия занимает 117 позицию. Динамику развития благотворительности отражена на рисунке 1.

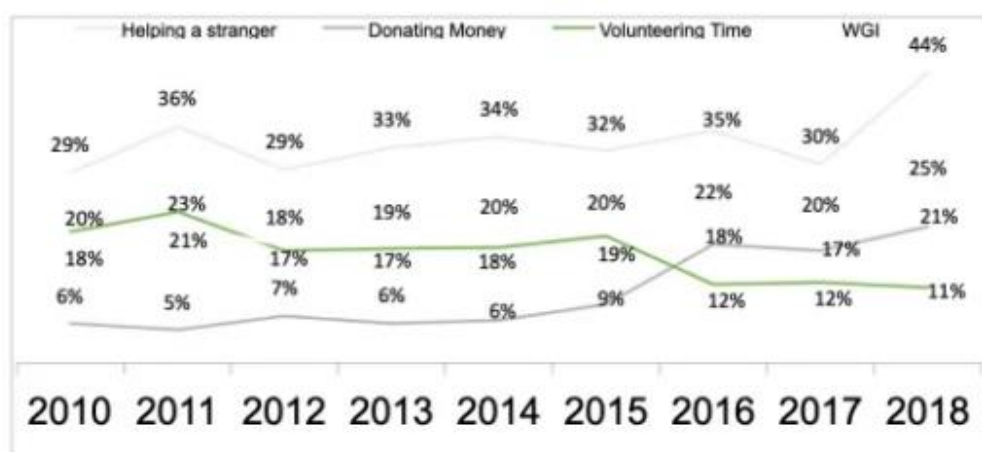


Рис. 1. Динамика участия России в рейтинге.

Из анализа сложившейся картины видно, что выросла доля тех, кто помогал незнакомцам с 29% до 44% и доля те, кто совершает пожертвования с 6% до 21%. Однако снизилась доля тех, кто принимал участие в волонтерстве. Из этого можно сделать вывод, что по двум показателям из трёх у России наблюдался рост.

По данным исследования платежной системы «Мир», 2020 году сократилась доля тех, кто участвует в благотворительной деятельности и составила 43%, это на 7% меньше, чем в 2019 году. Большинство жителей России тратили на благотворительность от 100 до 1000 рублей. Среди опрошенных это 32%. Доля тех, кто жертвует на благотворительность меньше 100 рублей составила 5%, а в 2019 году 18%. Те, кто отдаёт на благотворительность больше 5 тысяч, составляют 3%, это на 3% меньше по сравнению с 2019 годом.

Активнее всего люди жертвует на поддержку животных и окружающей среды. Доля тех, кто заботиться о животных и природе, составляет 37%, а в 2019% - 30%. Также люди равнодушно относятся к пострадавшим в результате стихийных действий. Так, 29% людей готовы жертвовать на помощь таким пострадавшим, в 2019 году – 33% [7].

При этом хорошо развивается онлайн благотворительность. Так, благотворительные фонды получают до 80% пожертвований. На начало января 2020 года средняя сумма взносов составляла 650 рублей. Если сравнивать с 2019 годом, то в том году этот показатель не превышал и 500 рублей. В связи с пандемией приоритетным направлением для благотворительности стала медицина. В среднем 750 рублей пожертвований приходилось на борьбу с вирусом [8].

Однако согласно опросу, который сообщает «Инвестия», в 2020 году благотворительные фонды недополучили 20-30% пожертвований. Связано это с распространением пандемии. Из-за этого некоторые фонды отказались от части проектов, например, фонд «Орби», который недополучил 5 млн закрыл бесплатную телефонную линию – об этом заявила директор по развитию фонда Екатерина Милова[9].

Рассмотрим несколько крупнейших благотворительных фондов России:

1. Благотворительный фонд «Подари жизнь» - занимается поддержкой тяжелобольных детей и взрослых, а также поддерживает развитие новых медицинских технологий [10].

2. Благотворительный фонд «Нужна помощь» - фонд, который занимается поддержкой некоммерческих организаций. За 2020 год данный фонд собрал более 71 млн рублей [11].

3. Благотворительный фонд «Русфорд» - фонд, который занимается помощью тяжелобольных детей с особенностями здоровья. За 2020 год фонд собрал более 1 млрд рублей на лечение больных [12].

Отношение населения за рубежом рассмотрим на примере США. Это страна занимает одно из лидирующих мест по благотворительности. По данным CAF, можно увидеть, что в США 72% людей передавали деньги незнакомцам, 61% населения жертвовали на благотворительность и 42% занимались волонтерством [6]. Эти показатели являются достаточно высокими по сравнению с другими странами, особенно с Россией. Существование всемирного рейтинга позволяет сравнивать различные страны и задумываться о причинах, которые обуславливают место страны в этом.

Согласно данным GivingUSA2020, уровень пожертвований на благотворительность в 2019 году вырос на 4,2% и достиг 449,64 млрд долларов. А самые крупные благотворители передали на 15,8 млрд долларов. По данным газеты ChronicleofPhilanthropy, благотворители пожертвовали 24,7 млрд долларов некоммерческим организациям. Это на 1,6 больше, чем в прошлом году. Из-за развития пандемии самые известные благотворители увеличили свои

пожертвования. Они вложили большие суммы на борьбу с последствиями пандемии. К крупнейшим благотворителям относятся Майк Блумберг, Билл Гейтс и его жена Мелинда, Маккензи Скот и др [13].

Рассмотрим лучшие благотворительные фонды США[14]:

1. Благотворительный фонд Bill&MelindaGatesFoundation – фонд, который помогает социально-незащищённым слоям населения, принимает участие в разработке новых методов борьбы с болезнями и т.д. Сумма активов фонда достигла 35 млрд долларов.

2. Благотворительный фонд FordFoundation – фонд, главная цель которого обеспечение денег в пользу лечения тяжелых заболеваний. Бюджет организации составляет 10 млрд долларов.

3. Благотворительный фонд RobertWoodJohnsonFoundation – фонд, который занимается помощью детям и взрослым, которые имеют хронические заболевания. Сумма активов достигает 10 млрд долларов.

Можно сделать вывод, что отношение населения в США, а также в других западных странах, является положительным. Если рассматривать Россию, то можно сказать, что отношение населения к благотворительности также является положительным, однако значительно ниже, по сравнению с западными странами. Это связано с теми проблемами, которые рассматривались ранее.

На основании вышеизложенного напрашивается один общий вывод, благотворительность – это добровольная и безвозмездная помощь, которая оказывает существенное влияние на социальную и экономическую сферы общества. В результате уменьшаются противоречия между богатыми и бедными, за счёт помощи нуждающимся. Поэтому государство должно стремиться способствовать развитию благотворительной деятельности, создавая правовые условия для её развития. Несмотря на то, что благотворительность с каждым годом в России развивается, показатель уровня благотворительности также остается низким. Благотворительная деятельность в России имеет перспективы, однако для этого нужно устранять проблемы, связанные с недоверием населения и развитием правовой базы.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)»// Собрание законодательства РФ, 14.08.1995, № 33, ст. 3340

2. Денисова Е.А. Реализация принципов устойчивого развития в современной культуре: причины имитации // В сборнике: ИМИТАЦИЯ КАК ПРИНЦИП ИНТОЛЕРАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ. сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-просветительской конференции. В.В. Шалин - ответственный редактор, Ю.Г. Тамбиянц - составитель. 2013. С. 71-79.
3. Исмайлова, С. А. Основные мотивы благотворительной деятельности в современном обществе // Инновационные подходы в решении проблем современного общества: монография. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2018. – С. 243-249.
4. Функции благотворительности. Благотворительный фонд «Анна Мария» URL: <https://bf-annamariya.ru/242-funkcii-blagotvoritelnosti.html> (дата обращения: 18.04.2021).
5. Благотворительность в России - 5 основных страхов жертвователей. Российская газета от 30.07.2019 URL: <https://rg.ru/2019/07/30/blagotvoritelnost-v-rossii-5-osnovnyh-strahov-zhertvovatelej.html> (дата обращения: 18.04.2021).
6. Рейтинг стран по уровню благотворительности URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/giving-index> (дата обращения 18.04.2021).
7. Напалкова М.Г., Сигида Д.А. Медиакультура как вызов постмодернистскому и информационному обществу//В сборнике: Сборник научных статей профессорско-преподавательского состава и студентов Российских научно-образовательных учреждений. Берлин, 2020. С. 272-276.
8. Статистика благотворительности в России. ПОДАРИ ШАНС БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД URL: <https://chance.su/389-statistika-blagotvoritelnosti-v-rossii.html> (дата обращения: 18.04.2021).
9. Редько Г.В., Еремеева А.А. Коммуникативная стратегия как стратегия понимания и интерпретации смысла//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 4 (207). С. 108-113.
10. Официальный сайт фонда «Русфорд» URL: <https://rusfond.ru> (дата обращения: 18.04.2021).
11. Самарская Т.Б., Мартиросьян Е.Г. Концепт и концептосфера в литературном произведении: соотношение понятий//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2014. № 3 (145). С. 71-74.

12. В 2020 году в США пожертвования крупнейших благотворителей достигли почти \$25 млрд. Финмаркет новости экономики от 11.02.2021 URL: <http://www.finmarket.ru/database/news/5409602> (дата обращения: 18.04.2021).

13. Терминологический словарь по гуманитарным дисциплинам: пособие для студентов высших учебных заведений, изучающих гуманитарные дисциплины/Под редакцией Б.С. Сармабехьяна. -Краснодар, 2004. -277 с.

14. Лучшие благотворительные фонды США. Благотворительный фонд «Анна Мария» от 24.02.2021 URL: <https://bf-annamariya.ru/520--luchshie-blagotvoritelnye-fondy-ssha.html> (дата обращения: 18.04.2021).

УДК 336

*Ермакова Ю.С.,
к.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Кравцова П.В.,
обучающаяся по кафедре финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

АНАЛИЗ БЮДЖЕТА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В 2020 ГОДУ И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД

ANALYSIS OF THE BUDGET OF THE KRASNODAR TERRITORY IN 2020 AND FOR THE PLANNING PERIOD

Аннотация: в данной статье описан бюджет Краснодарского края: его особенности и цели. Представлена характеристика бюджета Кубани, проанализированы показатели его доходов и расходов в динамике за 2019 и 2020 годы. Изучено влияние пандемии COVID-19 на доходные и расходные статьи регионального бюджета. Также в статье описан проект бюджета Краснодарского края на плановые 2021-2023 годы.

Abstract: this article describes the budget of the Krasnodar territory: its features and goals. The article presents the characteristics of the Kuban budget, analyzes the indicators of its revenues and expenditures in dynamics for 2019 and 2020. The impact of the COVID-19 pandemic on revenue and expenditure items of the regional budget was studied. The article also describes the draft budget of the Krasnodar territory for the planned years 2021-2023.

Ключевые слова: бюджет, доходы, расходы, плановый период, статьи бюджета, финансовые ресурсы.

Keywords: budget, income, expenses, planning period, budget items, financial resources.

В Российской Федерации региональные бюджеты играют очень важную роль в экономике страны. На них возложены функции по финансированию регионов и областей, к которым они принадлежат, обеспечению их экономического, социального и культурного развития, поддержанию хорошего уровня жизни населения.

Региональный бюджет Краснодарского края представляет собой довольно сложную структуру. Его основой является консолидированный бюджет края. Он состоит из суммы элементов на разных уровнях: краевых, окружных, городских, сельских, муниципальных бюджетов. Всего в регионе 37 районов, 7 городских округов и 382 поселения.

Главная цель, которая ставится при формировании бюджета Краснодарского края – улучшение качества жизни граждан. Прежде всего это обеспечение доступа к качественным услугам и социальной помощи тем, кому она необходима. Также это создание комфортабельных и благоприятных условий для жизни людей. [3]

В Бюджетном кодексе Российской Федерации указано следующее определение понятия «бюджет»: «Форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления». [1]

С юридической точки зрения, бюджет представляет собой финансовый план государства (региона), излагаемый в форме закона. В нем представлена сумма денежных средств, которую планируется потратить на обеспечение функций государства в будущем периоде, а также направления расходования этих средств.

С помощью бюджета осуществляется взаимодействие между государством, предприятиями и гражданами по поводу распределения и перераспределения совокупного общественного продукта и национального дохода. Также посредством бюджета государство выполняет свои экономические, социальные, культурные и другие функции.

Реализация бюджетной политики в 2019 и 2020 годах происходила в принципиально разных условиях. [2]

В течение 2019 и в начале 2020 года единая экономическая политика Российской Федерации, а также регионов, в том числе Краснодарского края, была направлена на долгосрочное развитие страны, формирование устойчивых темпов роста экономики, улучшение качества жизни населения.

Но в 2020 году условия реализации экономической политики принципиально изменились в связи с глобальной пандемией новой коронавирусной инфекции. Меры, направленные на сдерживание ее распространения, привели к беспрецедентному в послевоенной истории сокращению экономической активности в мире и вызвали глубокое падение на глобальных сырьевых и финансовых рынках. [2]

Средства бюджета Краснодарского края в больших объемах направлялись на увеличение количества мест в больницах, покупки автомобилей скорой помощи, приобретение аппаратов искусственной вентиляции легких и различных лекарств для лечения людей с новым вирусом.

Изначально в план бюджета Кубани не входили такие расходы, поэтому распределение денежных ресурсов в течение года подвергалось неоднократным изменениям. Также были реализованы следующие программы для поддержки населения во время пандемии, которые тоже увеличили расходные статьи бюджета:

1. Увеличение пособий по безработице;
2. Уменьшение налоговой нагрузки предприятий;
3. Отсрочка кредитов и арендных платежей;
4. Льготное кредитование;
5. Увеличение выплат пособий на детей;
6. Налоговые каникулы.

Для анализа бюджета Краснодарского края в 2020 году необходимо изучить его показатели и сравнить с показателями в том же периоде за предыдущий 2019 год. В таблице 1 представлена характеристика исполнения бюджета Краснодарского края по доходам в октябре 2019 и 2020 гг.

Таблица 1.

Исполнение бюджета Краснодарского края по доходам в октябре 2019 и 2020 гг. [6]

Доходы	На 01.10.2019			На 01.10.2020		
	Плановые показатели, млн. руб.	Исполнено, млн. руб.	Исполнено, %	Плановые показатели, млн. руб.	Исполнено, млн. руб.	Исполнено, %
ДОХОДЫ ВСЕГО	257 533,25	241 766,48	93,88	292 204,27	247 709,36	84,77
НАЛОГОВЫЕ И НЕНАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ	213 557,46	207 099,93	96,98	216 756,91	176 949,15	81,63
Налог на прибыль организаций	54 558,32	58 617,21	107,44	60 147,68	50 040,09	83,20
Налог на доходы физических лиц	63 203,65	62 786,14	99,34	64 728,90	48 669,66	75,19
Акцизы	27 725,88	22 912,77	82,64	25 916,48	22 965,90	88,62
Упрощенная система налогообложения	17 678,40	16 148,80	91,35	15 263,96	16 198,42	106,12
Налог на имущество организаций	36 477,84	35 769,89	98,06	36 597,78	29 178,24	79,73
Транспортный налог	7 012,26	4 050,65	57,77	7 210,17	3 976,08	55,15
Налог на добычу полезных ископаемых	158,54	129,49	81,68	159,40	103,61	65,00
Прочие налоговые доходы	1 394,05	1 319,22	94,63	1 504,11	868,73	57,76
Неналоговые доходы	5 348,53	5 365,76	100,32	5 216,49	4 947,51	94,84
БЕЗВОЗМЕЗДНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ	43 975,79	34 666,55	78,83	75 447,35	70 760,21	93,79
Безвозмездные поступления от	43 808,45	34 244,05	78,17	75 038,11	70 347,54	93,75

Доходы	На 01.10.2019			На 01.10.2020		
	Плановые показатели, млн. руб.	Исполнено, млн. руб.	Исполнено, %	Плановые показатели, млн. руб.	Исполнено, млн. руб.	Исполнено, %
других бюджетов бюджетной системы РФ, в том числе.:						
дотации	12 811,04	10 675,87	83,33	23 533,43	26 539,54	112,77
субсидии	11 399,53	7 288,26	63,93	21 768,21	18 242,26	83,80
субвенции	13 472,67	11 106,41	82,44	19 655,66	17 367,28	88,36
иные межбюджетные трансферты	6 125,21	5 173,51	84,46	10 080,81	8 198,47	81,33
Безвозмездные поступления от государственных (муниципальных) организаций	167,35	122,42	73,15	270,35	122,60	45,35

На основании представленной таблицы можно сделать вывод о том, что плановые доходы бюджета должны были вырасти в 2020 году, по сравнению с 2019 годом, на 34 671,02 млн. руб. Но в 2019 на октябрь было исполнено уже 93,88%, а в 2020 – 84,77% доходов. Подавляющее большинство статей доходов бюджета должны были увеличиться, но многие показатели наоборот снизились. Налоговые и неналоговые доходы бюджета в 2020 году сократились на 30 150,78 млн. руб., безвозмездные поступления в бюджет наоборот выросли – на 36 093,66 млн. руб.

Наблюдаются следующие изменения в статьях доходов бюджета Краснодарского края в октябре 2020 года, в сравнении с октябрём 2019 года: доходы с налога на прибыль организаций уменьшились на 8 557,12 млн. руб., с налога на доходы физических лиц – на 14 116,48 млн. руб. Это связано с внеплановыми нерабочими днями весной 2020 года, которые были введены для сокращения распространения коронавируса. Многие предприятия стремительно теряли прибыль и были вынуждены либо закрыться, либо уволить часть сотрудников, которые в итоге потеряли источники своих доходов. Доходы с акцизов увеличились на 53,13 млн. руб., с упрощенной системы налогообложения доходы выросли на 49,62 млн. руб., доходы с налога на имущество организаций снизился на 6 591,65 млн. руб. Поступления с транспортного налога уменьшились на 74,57 млн. руб., с налога на добычу полезных ископаемых – на 25,88 млн. руб. Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы РФ выросли на 36 103,49 млн. руб., безвозмездные поступления от государственных (муниципальных) организаций увеличились на 0,18 млн. руб.

В таблице 2 представлена характеристика исполнения бюджета Краснодарского края по расходам в октябре 2019 и 2020 гг.

Таблица 2.

Исполнение бюджета Краснодарского края по расходам в октябре 2019 и 2020 гг. [6]

Расходы	На 01.10.2019			На 01.10.2020		
	Плановые показатели, млн. руб.	Исполнено, млн. руб.	Исполнено, %	Плановые показатели, млн. руб.	Исполнено, млн. руб.	Исполнено, %
РАСХОДЫ ВСЕГО	267 668,36	196 728,27	73,50	329 268,83	245 088,00	74,43
Общегосударственные вопросы	7 483,20	5 169,70	69,08	14 259,13	6 374,85	44,71
Социальная политика	76 935,27	61 158,50	79,49	98 919,79	79 982,78	80,86
Физическая культура и спорт	6 294,22	4 227,98	67,17	6 906,11	4 838,39	70,06
Средства массовой информации	644,06	504,95	78,40	703,64	495,53	70,42
Обслуживание государственного (муниципального долга)	4 200,00	3 038,99	72,36	3 060,00	1 752,01	57,26
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы РФ	11 560,16	9 000,31	77,86	15 081,86	12 143,15	80,51
Национальная оборона	271,94	211,90	77,92	304,46	227,45	74,71
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2 688,79	1 866,97	69,44	2 389,95	1 708,18	71,47
Национальная экономика	54 234,63	35 918,27	66,23	56 363,62	41 050,74	72,83
Жилищно-коммунальное хозяйство	8 144,54	3 881,35	47,66	8 362,18	5 174,69	61,88
Охрана окружающей среды	387,34	286,32	73,92	295,75	213,09	72,05
Образование	61 640,63	47 301,11	76,74	71 906,56	54 569,88	75,89
Культура, кинематография	2 816,69	2 073,70	73,62	3 473,11	2 470,44	71,13
Здравоохранение	30 668,90	22 088,22	72,74	47 242,67	34 086,82	72,15

Из данной таблицы видно, что расходы бюджета Краснодарского края в октябре 2020 года, по сравнению с октябрём 2019 года, выросли на 48 359,73 млн. руб. В том числе расходы на общегосударственные вопросы выросли на 1 205,15 млн. руб., на социальную политику – увеличились на 18 824,28 млн. руб., на физическую культуру и спорт – поднялись на 610,41 млн. руб. Расходы на средства массовой информации, наоборот, снизились на 9,42 млн. руб., обслуживание государственного (муниципального долга) также уменьшилось на

1 286,98 млн. руб. Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы РФ выросли на 3 142,84 млн. руб., затраты на национальную оборону увеличились на 15,55 млн. руб., расходы на национальную безопасность и правоохранительную деятельность сократились на 158,79 млн. руб., затраты на национальную экономику выросли на 5 132,47 млн. руб. Расходы на жилищно-коммунальное хозяйство увеличились на 1 293,34 млн. руб., на охрану окружающей среды, наоборот, снизились на 73,23 млн. руб. Затраты на образование, культуру и кинематографию, здравоохранение увеличились соответственно на 7 268,77 млн. руб., 396,74 млн. руб., 11 998,6 млн. руб.

Краснодарский край относительно спокойно и стабильно существовал в условиях пандемии коронавируса и преодолевает ее последствия. Это связано с тем, что в 2019 году бюджет края был исполнен с профицитом в размере 28,5 млрд. рублей. Эти денежные средства помогли бюджету Кубани справиться с непредвиденными расходами 2020 года.

За счет мер государственной поддержки, малый и средний бизнес на Кубани восстанавливается высокими темпами – это отмечает губернатор Краснодарского края Вениамин Кондратьев. Он утверждает, что план доходов краевого бюджета за 2020 год будет выполнен благодаря сильной экономике региона.

Среди расходов 2020 года намечается дополнительное финансирование объемом 12,7 млрд. рублей. Губернатор края раскрыл основные направления этого бюджетирования: на выплаты семьям с детьми от 3 до 7 лет пойдет 2,4 млрд. рублей, на выплаты врачам, работающим с больными коронавирусом затратят более 1 млрд. рублей, на строительство школ и детских садов также направят более 1 млрд. рублей, 500 млн. рублей - на докапитализацию фонда развития промышленности края, 253 млн. - на переселение из аварийного жилья, 1,2 млрд. рублей - на ремонт дорог в сельской местности.

Министерство финансов Краснодарского края представило проект бюджета на следующие 3 года. По плану, доходы бюджета Кубани составят в 2021 году 280,9 млрд. рублей, в 2022 году – 289,7 млрд. рублей, в 2023 году – 295,4 млрд. рублей.

Также в будущем периоде планируется и увеличение расходов бюджета – в 2021 году они должны составить 293 млрд. рублей, в 2022 – 302,9 млрд. рублей. В 2023 планируется их уменьшение до 300 млрд. рублей.

В ближайшие три года бюджет будет дефицитным. Наибольший «недостаток» планируется в текущем 2020 году – он составит около 24,8 млрд. рублей. В 2021 году

дефицит бюджета ожидается в 12,5 млрд. рублей, в 2022 году – 13,1 млрд. рублей, в 2023 году ожидается наименьший дефицит в размере 4,6 млрд. рублей.

Согласно плану, собственные доходы бюджета Краснодарского края в 2021 году составят 217,5 млрд. рублей, что на 3,6% больше, чем в 2020 году. В 2022 году планируется рост собственных доходов еще на 6,5%, то есть они составят 231,6 млрд. рублей. В 2023 году данный показатель должен увеличиться до 247,8 млрд. рублей, что составит 107% от предыдущего года.

Как и ранее, основная сумма поступлений, или 96,3%, запланирована от шести доходных источников. Это налог на прибыль организаций (23,6%), налог на доходы физических лиц (29,8%), налог на имущество организаций (17,9%), акцизы (13,1%), упрощенная система налогообложения (8,3%) и транспортный налог (3,6%). Уменьшение ожидается только в одной из статей доходов – налог на прибыль организаций. В 2021 он должен сократиться на 3,6% и составит 51,26 млрд. рублей. [4]

Ожидаются следующие изменения в доходах бюджета Кубани в 2021 году: поступления налогов на доходы физических лиц вырастут на 4,3% и составят 64,7 млрд. рублей. Поступления акцизов увеличатся до 28,6 млрд. рублей, то есть на 2,4% - это обусловлено повышением норматива зачисления доходов от их уплаты в бюджеты субъектов. Доходы с упрощенной системы налогообложения должны вырасти на 16,4% и составить 18,1 млрд. рублей. Это связано с отменой единого налога на вмененный доход, а также с «налоговыми каникулами» из-за пандемии вируса COVID-19.

Планируется увеличение поступлений от налогов на игорный бизнес на 12% до 424,7 млрд. рублей. Это связано с возобновлением работы казино на Красной поляне, которые закрывались из-за пандемии коронавируса. Должны вырасти также сборы транспортного налога на 7,7% до 7,7 млрд. рублей, налога на добычу полезных ископаемых на 12,1% до 129 млрд. рублей.

В планируемом периоде намечается уменьшение расходов. Основную часть бюджета направят на реализацию 26 государственных программ. На социально-культурную сферу, как обычно, направят наибольшую часть финансирования – 70,5% всех расходов.

За основу объема и структуры расходов краевого бюджета были приняты ассигнования, утвержденные на 2020 год с учетом индексации социальных выплат и повышении оплаты труда. Расходная часть бюджета Кубани на 2021 год, несмотря на это, на 7,5% меньше показателей 2020 года — 293 млрд. рублей. [4]

Сокращению подвергнутся почти все статьи расходов. Но социальная политика останется в приоритете – на нее в 2021 году запланировано выделить 92,5 млрд. рублей. Этот показатель на 2,1% больше, чем в 2020 году.

Намечается увеличение расходов на средства массовой информации на 2,5% до 721 млрд. рублей. Обслуживание государственного долга также увеличится – на 37,3% до 4,2 млрд. рублей.

Расходы бюджета Краснодарского края в 2020 году оказались больше плановых показателей. Это объясняется затратами на борьбу с коронавирусом, выплатами субсидий населению и иными мерами поддержки граждан. Поэтому в плановом периоде намечается сокращение некоторых расходных статей бюджета края.

В 2021 году должны сократиться расходы бюджета на общегосударственные вопросы до 10 млрд. рублей, то есть уменьшение произойдет на 34,3%. Причиной такого сокращения, согласно пояснительной записке, стали расходы 2020 года, связанные с пандемией коронавируса и выборами губернатора Краснодарского края.

Также сокращению подвергнется расходная статья бюджета «Национальная оборона». Затраты на нее планируют сократить до 267,4 млрд. рублей – на 12,2%.

Финансирование раздела «здравоохранение» будет сокращено на 24%. Объем ассигнований составит 33,9 млрд. рублей. Власти объяснили сокращение большим количеством выплат, выплачиваемых медицинскому персоналу, организацией лечебных обсерваторов и другими мерами борьбы с COVID-19 в 2020 году. Кроме того, в пояснительной записке говорится, что большое количество субсидий связано с сокращением на 6% расходов по разделу «Национальная экономика» до 51,8 млрд. рублей.

Губернатор Краснодарского края Вениамин Кондратьев подробно рассказал, на что планируется потратить бюджет Кубани в следующем 2021 году. Так, по его словам, социальные выплаты (материнский капитал, пособия на детей, компенсация оплаты коммунальных услуг, льготы ветеранам) достигнут в 2021 году 57,4 млрд. рублей. Также планируются инвестиции в объекты здравоохранения: лечебно-диагностический корпус в Краснодаре (1,7 млрд. рублей), 2-я очередь краевой клинической больницы №1 им. Очаповского (1,4 млрд. рублей), акушерско-гинекологический корпус в Кореновске (474 млн. рублей), проектирование краевого онкологического центра в поселке Знаменский (200 млн. рублей). Средства, выделенные на строительство школ и детских садов, достигнут 6,8 млрд. рублей.

Объем дорожного фонда в 2021 году составит 32,7 млрд. рублей, в том числе на реконструкцию трассы Краснодар-Ейск уйдет 1,5 млрд. рублей, и на строительство обхода станции Ленинградской будет затрачено 2,8 млрд. рублей. Также планируется проектирование и строительство ниток Троицкого, Таманского и Ейского групповых водопроводов – на них будет использовано 2,1 млрд. рублей.

На реализацию национальных проектов Российской Федерации в 2021 году запланировано 32,6 млрд. рублей, из них средства краевого бюджета составляют 14 млрд. рублей.

Исходя из исследованных данных, понятно, что 2020 год был нелегким для бюджета Краснодарского края. Пандемия коронавируса, вынужденный карантин, существенно повлияли на экономику края, на финансовые результаты организаций и доходы граждан. Непредвиденные расходы, связанные с пандемией, привнесли свои корректировки в бюджет текущего года, а также в бюджеты на плановые 2021-2023 годы. Но большого дефицита бюджетных средств не предвидится, так как бюджет 2019 года был исполнен с профицитом.

Учитывая, что последние годы Кубань развивалась динамичнее, чем Россия в среднем, есть основания надеяться, что край придет в себя быстрее, чем большинство других субъектов. [5] Созданные экономические и социальные условия в Краснодарском крае предоставят возможность бюджету эффективно выполнять свои функции и позволят ему вскоре вернуться в привычное сбалансированное состояние.

Список используемой литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 31.07.1998 № 145-ФЗ (в ред. от 26.07.2019 №199 - ФЗ). Принят Государственной думой 17.07.1998. Одобрен Советом Федерации 17.07.1998. // КонсультантПлюс. – 1997-2020. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/.
2. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов. Утверждены Министерством финансов Российской Федерации. // КонсультантПлюс. – 1997-2020. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_364178/.
3. Бюджет Краснодарского края: цели и динамика [Электронный ресурс] /FB. – 2020. – Режим доступа: <https://fb.ru/article/424494/byudjet-krasnodarskogo-kraja-tseli-i-dinamika>.

4. Дефицит и сокращение расходов: каким будет бюджет Кубани в 2021 году [Электронный ресурс] /РБК. – 2020. – Режим доступа: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/16/11/2020/5fb26eda9a79477a47905537>.

5. Игорь Галась: «Потери бюджета Кубани от пандемии достигнут 30 млрд руб.» [Электронный ресурс] /РБК. – 2020. – Режим доступа: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/interview/09/07/2020/5f058c0b9a79474635c7e326>.

6. Основные характеристики исполнения бюджета [Электронный ресурс] /Открытый бюджет Краснодарского края. – 2019 - 2020. – Режим доступа: <https://openbudget23region.ru/>.

УДК 336.77

Пантелеева О.Б.,*к.э.н., доцент**кафедры бухгалтерского учета и анализа**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Деляев Г.В., Поляновская С.В., Чуприянов Н.Е.***обучающиеся**на очной форме обучения по направлению подготовки «Менеджмент организации»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ПРИ РАСЧЕТАХ В БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЯХ****MATHEMATICAL METHODS FOR CALCULATIONS IN BANKING OPERATIONS**

Аннотация: банковская система является неотъемлемой частью экономики, поэтому необходимо понимать, как она работает, и какие применяются методы при расчетах в банковских операциях. Это нужно для того, чтобы у потребителя при необходимости в банковских услугах было представление, как выгоднее и где взять займ, где дешевле будет его погашать, и какая система начисления процентов происходит в разных банках.

Ключевые слова: банковская система, банки, проценты, наращение, дисконтирование, ставка.

Annotation: the banking system is an integral part of the economy, therefore it is necessary to understand how it works and what methods are used in in banking operation settlements. This is necessary so that the consumer, when the need for banking services arises, has an idea of how it is more profitable and where to get a loan, where it will be cheaper to repay it and what system of interest accrual takes place in different banks.

Key words: banking system, banks, interest, accumulation, discounting, rate.

Математика применяется во многих науках, и экономика является хорошим примером такой взаимосвязи между этими науками, роль математических методов в анализе экономических процессов, объектов и явлений была отмечена учеными ещё в XVII веке. В XX веке происходило бурное проникновение математических методов в самые различные науки, в том числе и в экономику. На сегодняшний день применение математических расчетов при совершении действий с банками необходимо и производится либо людьми, либо вычислительными машинами. Использование математических методов в экономической

сфере – важнейшее направление совершенствования экономических систем. Математические методы позволяют ускорить проведение экономического анализа, повышают точность вычислений. Поэтому следует сделать вывод, что математика является неотъемлемой частью экономики. В данной статье мы рассмотрим работу с математическими формулами при взаимодействии с банковской системой.

Начнем рассмотрение математических методов с наращенная и дисконтирования, двух противоположных способов расчета капитала. Рассмотрение будем проводить на примере банковских операций.

При вложениях денег вводится понятие процентной ставки, величины дохода за определенный промежуток времени. Она является основным элементом, отражающий временной фактор и является своего рода ценой за использование денег, взятых в займ. В финансовом анализе процентная ставка является измерителем доходности финансовой, инвестиционной или коммерческой деятельности. Так же появляется такое определение как период начисления- временной интервал, к которому относится процентная ставка. Такой период может быть в виде года, полугодия, квартала, месяца или дня, чаще всего используют годовые ставки. Проценты выплачиваются по мере их накопления или прибавления к основной сумме долга. Процентная ставка называется ставкой наращенная при условии, что идет увеличение суммы денег в связи с присоединением к ней процентов. Дисконтные или учетные ставки применяются при уменьшении суммы денег на величину равную дисконту. Данные операции по своей сущности схожи, но имеют разную направленность. Наращенная направленно на то, чтобы показать цену сегодняшним деньгам через определенное время. Дисконтирование- наоборот описывает цену ожидаемых прибылей по состоянию на сегодняшний день с учетом дисконта.

Рассмотрим ставку как норму заработка на проводимых операциях. Ее можно рассчитать, если поделить полученный объем дохода на объем инвестиционных средств и выразиться она будет в процентах или долях единицы.

Проценты бывают

Декурсивными (декурсивная процентная ставка) - данные проценты выплачиваются, когда определенный период времени подходит к концу. Применяются при выдаче ссуды, а также при страховании.

Антисипативными (антисипативная процентная ставка) - в данном случае процент выплачивается непосредственно при выдаче кредита, а рассчитывается на основании конечной суммы задолженности.

Для расчета процентной или дисконтной ставки существуют формулы:

$$r = (FV - PV) / PV * n$$

$$d = (FV - PV) / FV * n$$

Где PV (present value)- первоначальная сумма, FV (future value)- наращенная сумма, n- количество периодов времени, r-процентная ставка, d- ставка дисконтирования.

Для того чтобы выгодно взять деньги в долг или предоставить их за определенную плату, необходимо понимать на какое время берется сумма и какие будут условия, чтобы прогнозировать подобный процесс существует методы наращенная и дисконтирования.

Наращивание подразумевает увеличение начальной суммы за счет прибавления к ней процентов за определенное время.

Различают два вида процентов:

Простые- начисление процентов происходит на первоначальную сумму, а выплаты долга происходят один раз в конце периода.

Формула:

$$FV = PV * (1 + r * n)$$

Где r-процентная ставка, n- количество периодов времени.

Сложные- начисления долга происходят за определенные промежутки с учетом уже начисленных ранее процентов за предыдущий отрезок времени, т.е. при начислении оплаты учитываются проценты, начисленные на начальную сумму за предыдущий временной интервал. Такой метод часто используется при долгосрочных вкладах.

$$FV_n = PV(1 + r)^n$$

Так же часто появляется необходимость сравнить условия финансовых операций, предусматривающие различные периоды начисления процентов. При таком условии необходимо привести процентные ставки в их годовой эквивалент по данной формуле:

$$EPR = (1 + r/n)^n - 1$$

При этом получают величину, которая называется эффективной процентной ставкой (effective percentage rate).

Дисконтирование- это определение стоимости денежного потока путем приведения будущей стоимости средств к состоянию на момент расчета. При помощи дисконтирования

можно зная размер конечной суммы понять сколько необходимо вложить ресурсов, чтобы достичь этой суммы.

Данный метод необходим при оформлении депозита.

При получении ссуды. Клиент должен сразу выплатить процент за то, что берёт её, такая сделка называется **учётом**, а проценты называют **дисконтом**.

При получении векселя раньше момента времени его оплаты т.е. **учета** векселя. В таком случае банк должен выплатить клиенту сумму, которая меньше номинала. Разница, которая получается между номиналом и полученной суммой по факту называется дисконтом.

Так как дисконтирование является процессом обратным наращению, то его формулу можно получить путем преобразования формулы наращенного:

$$PV = FV * 1 / (1 + r)^n$$

Тогда ставки дисконтирования и процентная ставка имеют соотношения:

$$d = r * (PV / FV) - \text{относительно начальной суммы}$$

$$r = d * (FV / PV) - \text{относительно наращенного денежного показателя}$$

Представленная формула представляет собой математическое дисконтирование, но так ещё различают банковское дисконтирование, тогда формула имеет вид:

$$PV = FV * (1 - r * n)$$

Данный метод в основном применяется при учете векселей. Суть метода заключается в том, что проценты начисляются на сумму, которая подлежит уплате в конце операции. При дисконтировании по учетной ставке чаще всего применяют временную базу 360/360 или 360/365, при этом норму приведения d называют антисипативной ставкой процента.

Рассмотрим пример применения данных формул расчета в реальной жизни, чтобы понять актуальность и полезность навыков использования данных количественных методов. Для этого воспользуемся данными различных банков. Предположим, что нам необходимо 500000 р. Для открытия своего бизнеса, обращаясь в различные банки, чтобы взять займ следует понимать, что существует два способа начисления процентов:

Дифференцированный график- размер займа равномерно делится на весь срок, а проценты ежемесячно начисляются на остаточный объём денег. Из этого следует, что самые большие выплаты будут проходить вначале получения кредита и с каждым месяцем они будут становиться меньше.

Аннуитетный график- при данном методе расчёта основной долг по платежу разбивается на неравные части (наименьшая идёт вначале срока, наибольшая- на конец).

Процентная ставка также начисляется на остаток займа. Отсюда следует, что доля процентов в ежемесячном платеже будет увеличиваться, а доля процентов- снижаться. При аннуитетном способе заёмщик каждый раз платит одинаковую сумму, поэтому банки чаще используют именно его.

Алгоритм расчёта процента по кредиту

Аннуитетный график:

1. Определяем ежемесячный платеж

$$x = S * (P + P / (1 + P)^N - 1)$$

Где S- сумма займа, P- доля процентной ставки(ежемесячно), N- срок кредитования(ежемесячно).

2. Вычисляем долю процентов в ежемесячном взносе

$$I = S * P$$

Где S- остаточный объем средств, P- процентная ставка.

Дифференцированный график:

1. Вычисляем ежемесячный долг по формуле

$$b = S / N$$

Где S- размер займа, N- количество месяцев.

2. Определяем проценты

$$p = S_n * P$$

Где S_n - остаток займа, P- процентная ставка

Рассмотрим пример, когда берется кредит. Для этого воспользуемся официальными сайтами, на которых банки предоставляют всю необходимую информацию.

Банк	Кредит наличными
Сбер	9,9%
ВТБ	6,4%

В соответствии договором, который вы заключаете с банком, кредит может погашаться либо аннуитетным или дифференцированным способом.

Но какой бы способ не был выбран, платеж состоит из двух частей- суммы процентов(СП) и части основного долга(ОД) и рассчитывается по формуле:

$$AP = SP + OD$$

Приступим к расчету процентов по займу с учетом аннуитетного графика.

Будем пользоваться формулами- $x = S \cdot (P + P / (1 + P)^N - 1)$, $I = S \cdot P$.

Сбер банк:

1. Необходимо вычислить значение P , для этого мы делим размер ставки 0,99 на количество месяцев

$$0,099/48 = 0,00206$$

Месяцы	Остаток долга	Платеж	Процентная часть	Долговая часть	Остаток долга на конец периода
Первый	500000	9920	$500000 \cdot 0,00206 = 1030$	$9920 - 1030 = 8890$	$500000 - 8890 = 491110$
Второй	491110	9920	$491110 \cdot 0,00206 = 1011,7$	$9920 - 1011,7 = 8908,3$	$491110 - 8908,3 = 482201,7$
Третий	482201,7	9920	$482201,7 \cdot 0,00206 = 993,34$	$9920 - 993,34 = 8926,66$	$482201,7 - 8926,66 = 473275,04$
Четвертый	473275,04	9920	$473275,04 \cdot 0,00206 = 974,94$	$9920 - 974,94 = 8945,05$	$473275,04 - 8945,05 = 464329,98$

2. После чего мы рассчитываем аннуитетный ежемесячный платеж.

$$x = 500000 \cdot (0,00206 + 0,00206 / (1 + 0,00206)^{48} - 1) = 500000 \cdot (0,00206 + 0,00206 / 0,10382) = 500000 \cdot 0,01984 = 9920$$

В оставшемся банке займы выплачиваются по дифференцированному графику. Из этого следует, что проценты нужно будет считать по другим формулам:

$$b = S/N$$

$$p = S_n \cdot P$$

ВТБ банк:

Исходя из условий, подставим значение в уравнение и найдем долговую часть ежемесячного платежа.

$$b = 500000/48 = 10416$$

После чего необходимо посчитать процентную ставку по кредиту. Для этого мы делим размер ставки на количество месяцев

$$0,064/48 = 0,0013$$

Затем определяем процентную долговую часть, умножаем сумму займа на процентную ставку, которую мы посчитали в предыдущем действии.

$$p = 500000 \cdot 0,0013 = 650$$

Чтобы рассчитать сумму платежа в первый месяц нужно сложить долговую часть и проценты по кредиту

$$10416+650= 11066$$

Дальше все расчеты будут проходить в таблице.

Месяцы	Остаток долга	Платеж	Процентная часть	Долговая часть	Остаток долга на конец периода
Первый	500000	11066	$500000*0,0013=650$	10416	$500000-10416=489584$
Второй	489584	11052,45	$489584*0,0013=636,45$	10416	$500000-10416=479168$
Третий	479168	11038,91	$500000*0,0013=622,91$	10416	$479168-10416=468752$
Четвертый	468752	11025,38	$500000*0,0013=609,38$	10416	$468752-10416=458336$

При данном методе расчета выплат по кредиту видно, что сумма платежа уменьшается с каждым временным периодом за счет уменьшения процента, но при этом неизменным остается долговая часть. При аннуитетном методе было наоборот, процент уменьшался, но при этом увеличивалась долговая часть.

Исходя из всех сделанных нами расчетов, можно сделать вывод, что выгодным банком для кредита является ВТБ банк, он предоставляет низкую процентную ставку.

Таким образом следует, что современная жизнь заставляет человека быть финансово грамотным, он должен разумно распоряжаться денежными средствами, знать принцип работы банковского вклада как инструмента хранения и увеличения денежных средств. Поэтому можно утверждать, что математические методы являются важнейшими методами, которые в состоянии дать экономической теории научную законченность

Список использованной литературы:

1. Балдин К.В. Краткий курс высшей математики: Учебник / К.В. Балдин. - М.: Дашков и К, 2015. - 510 с.
2. Камаев В.Д. Экономическая теория: Краткий курс / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская. - М.: ИД КАМЕРОН, 2018. - 384 с.
3. Кузнецов Г. В. Основы финансовых вычислений: учеб. пособие / Г.В. Кузнецов, А.А. Кочетыгов. — Москва: ИНФРА-М, 2017. — 407 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/553583> (дата обращения: 06.12.2020)

4. Мелкумов Я. С. Финансовые вычисления. Теория и практика: учеб.-справоч. пособие / Я.С. Мелкумов. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 408 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966750> (дата обращения: 06.12.2020).
5. Пантелеева М.А., Климова Н.В. Принципы государственного регулирования зернового рынка и внешней торговли зерновыми культурами Российской Федерации// Естественнo-гуманитарные исследования. 2019. № 24(2). С. 59-63
6. Пантелеева М.А., Климова Н.В. Эффективность использования сельскохозяйственной техники российскими агропроизводителями// Вестник Академии знаний. 2020. № 1(36). С. 192-196.
7. Сотников В.Н. Высшая математика для экономистов: Учебник для бакалавров / А.М. Попов, В.Н. Сотников; Под ред. проф. А.М. Попов. - М.: Юрайт, 2016. - 564 с.

УДК 658.6

Штезель А.Ю.,*к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Денисова Н.И.,***к.т.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Дудукчян А.А.***обучающаяся**по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РИТЕЙЛЕ МЕНЯЮТ ОЖИДАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ****NEW TECHNOLOGIES IN RETAILS CHANGE THE EXPECTATIONS OF BUYERS**

Аннотация: в данной статье рассмотрены инновационные технологии, которые применяются в сфере розничной торговли. Показано влияние каждой из технологий на деятельность розничного торгового предприятия.

Abstract: This article discusses innovative technologies that are used in the retail sector. The influence of each of the technologies on the activity of a retail trade enterprise is shown.

Ключевые слова: инновации, ритейл, розничная торговля.

Key words: innovation, retail, retail trade.

Достижение наилучших результатов в розничной торговле зависит в первую очередь от ее развития. Ведь оставаться актуальным в мире растущей конкуренции, значит постоянно искать возможности выделиться на фоне других. Получить конкурентные преимущества могут только те розничные продавцы, которые успешно применяют инновационные технологии в своей деятельности. Потребности и запросы покупателей постоянно меняются, поскольку мир не стоит на месте. Именно покупатели своими запросами заставляют торговые сети внедрять новые технологии. Это возможно только при хорошей материальной и финансовой базе, что по силу крупным торговым сетям.

Инновации – это нововведение, которое повышает эффективность действующей системы. Достижения в области ИТ-технологий позволили предложить ритейлерам более эффективные системы планирования ассортимента, определения товарных запасов,

ускорения расчетных операций и внедрения различных акций для привлечения внимания покупателей и стимулирования продаж. Изучение спроса потребителей дает ритейлеру огромный объем информации, который под силу обработать с помощью инновационных методов.

С развитием технологий розничная торговля постоянно получает новые решения, которые способствуют увеличению продаж.

Основными трендовыми направлениями, применяемыми в ритейле, являются: технологии больших данных (Big Data), искусственный интеллект, видеоаналитика, технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности, инновационные форматы магазинов, инновации в автоматизации и оптимизации процессов и интернет-торговля.

Наиболее значимыми инновациями являются технологии больших данных (Big Data). Поток информации постоянно увеличивается, обработать его и проанализировать простыми методами уже не получается.

В розничной торговле фигурируют огромные данные: это тысячи магазинов, в каждом из которых десятки тысяч товарных позиций, масса логистических цепей, миллионы клиентов-покупателей, бесчисленное количество коммерческих и технологических операций. Поэтому необходимо знать, для каких целей они будут использоваться, как их правильно сохранить и защитить.

Большие данные представляют собой огромное количество сложной и объёмной информации, обработка которой уже невозможна традиционными способами. Чтобы упростить процесс используют различные сервисы Big Data (1С-Битрикс Big Data, Crossss, Alytics, RTB Media) позволяющие анализировать, хранить и структурировать большое количество разнородной информации.

Big Data – это инструменты и способы обработки большого количества различной информации, которая собирается в центры обработки информации – data-центры. Чем больше центр, тем больше возможности обработки данных. С помощью технологии Big Data не только собирается большой объем информации, но и хранится и параллельно анализируется.

Развитие программы «Цифровая экономика РФ» включает и такое направление, как обработка больших данных. Для розничных торговцев это одно из привлекательных направлений, поскольку именно эта технология позволяет достаточно точно и адресно коммуницировать с покупателями. Довольно часто покупатель принимает решение о

покупке непосредственно в магазине, находясь около полки с товаром. Поэтому в торговом зале магазина необходимо сделать все возможное для представления покупателю оптимального ассортимента, чтобы он тратил на поиски товара минимум времени. Чем больше инноваций внедряют магазины, тем больше данных поступает для анализа. Многие магазины признают, что необходимо пересмотреть взаимодействие с клиентами.

В гипермаркетах сети X5 Retail Group выкладка товаров связана автоматически с торговым оборудованием, с предпочтениями покупателей, с данными по продажам отдельных категорий товаров и др.

При изучении больших категории данных о демографической ситуации, о платежеспособности клиентов, о покупательском восприятии товаров ритейлеры могут сформировать ассортимент, который отвечает спросу, и осуществить оптимальную выкладку товаров. Именно на основе анализа больших данных можно сделать вывод об объемах продажи отдельных товаров и перераспределить полочное пространство.



Рис. 1. Технология Big Data

Эта инновация помогает с высокой вероятностью спрогнозировать спрос на рынке, оценить реакцию потребителей на рекламную кампанию фирмы, позволяет предусмотреть изменение спроса на товар в конкретной торговой точке с учетом времени суток, дня недели, сезона, погоды, а также понять привлекательность товаров и услуг.

Путем обработки данных с помощью BigData в ритейле можно определить местонахождение будущего магазина, спрогнозировать продажи, предусмотреть проведение маркетинговых акций.

Используя технологию BigData, в ритейлере анализируют чеки, чтобы выявить предпочтения в покупательском поведении, разделяют полученные данные на сегменты и выделяет тех, кто готов совершить покупку, и анализируют позиции товаров, привлекающих внимание покупателей.

Следующей инновацией является искусственный интеллект (ИИ)- технология, которая позволяет компьютерам с помощью специальных программ приспосабливаться к конкретным условиям и решать те задачи, которые раньше мог осуществлять только человек.

Искусственный интеллект имитирует поведение человека. Он помогает прогнозировать спрос и планировать закупки, понять потребности покупателя, что позволяет ритейлерам затем делать персонализированное предложение каждому клиенту.

Сегодняшние покупатели привыкли использовать различные каналы для приобретения товаров и могут совершать покупки, как из дома, так и с места работы или в дороге, поскольку Наличие мобильных устройств и надежное подключение к Интернету и наличие мобильных телефонов у каждого привело к появлению цифрового поколения. Использование ИИ помогает предлагать покупателям нужные товары, в нужное время, в нужном месте и так, как им нравится. В торговле ИИ используют для общения со своими клиентами в форме индивидуальных онлайн-интерфейсов, роботов-продавцов, социальных сетей.

С помощью анализа предыдущих покупок ИИ уточняет потребности, предлагая указать марку, модель, ценовой диапазон и на основе этого посетитель получает персональные рекомендации по приобретению нужного товара.

Теперь средства искусственного интеллекта позволяют владельцам торговых сетей, анализируя предыдущие результаты наблюдений, делать более точные прогнозы на будущее.

Примером применения ИИ в розничной торговле могут быть чат-боты, расположенные на сайтах ритейлеров. Они отвечают на типовые вопросы покупателей, помогают осуществить покупку, сообщают о скидках. Более широкое использование ИИ даст возможность ритейлерам влиять на покупательский выбор и делать предложения все более персонализированными.

Американская компания Walmart, с помощью системы ИИ следит за товарными запасами и предупреждает персонал или о пополнении запасов, или при их длительном хранении, об изъятии таких товаров из продажи. С помощью ИИ можно загрузить в мобильное приложение понравившееся изделие, а система учтет заявку и найдет похожие

товары.

Кроме того, Walmart использует робота Bossa Nova, который три раза в день с небольшой скоростью проезжает вдоль стеллажей супермаркета, сканирует полки с товарами и выполняет функции мерчендайзеров.

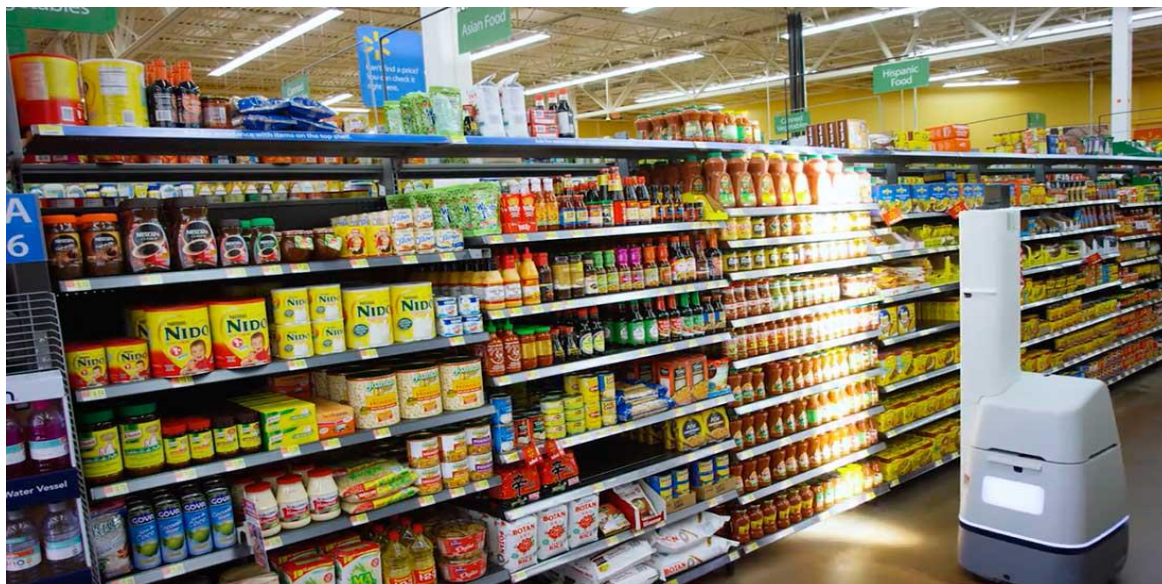


Рис. 2. Робот-мерчендайзер Walmart

Полученную информацию робот отправляет на склад для пополнения товарных запасов на полках. У сотрудников супермаркета появляется время для общения с покупателями. На принципе использования ИИ фирма может осуществлять контроль за «умными» холодильниками, поскольку на дверях холодильников располагаются дисплеи с изображением всего содержимого. Контроль позволяет вовремя пополнить запасы.

Искусственный интеллект (ИИ) уже становится для торговых сетей необходимостью, без которой невозможно сохранить выдержку конкуренцию на рынке.

Популярной и практичной инновацией в торговле послужило применение системы видеоаналитики – технология, использование которой основано на применении компьютерного зрения. Видеоаналитика – это анализ видеопотока с камер при помощи методов компьютерного зрения, где решение принимает система.

Видеоаналитика использует изображения, поступающие из архива или с видеокamer, и подвергает их анализу.

С помощью данной технологии розничные предприятия выявляют самые посещаемые отделы магазина, определяют количество, пол и возраст посетителей, скопление людей в отдельных секциях, наличие очередей на кассе. При отсутствии товара на полках

компьютерное зрение направляет сигнал сотруднику для пополнения продукцией. Поэтому видеоаналитика помогает осуществить контроль выкладки товаров, анализ очередей у касс, а также защиту от краж.

В настоящее время существенно влияют на результаты бизнеса технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальности. Виртуальная реальность (VR) полностью погружает пользователя в искусственную среду с помощью шлема или гарнитуры виртуальной реальности. В то время как AR, дополненная реальность, позволяет увидеть виртуальные предметы в реальном виде – чаще через камеру смартфона. Эти технологии позволяют покупателям получить расширенную информацию о товаре, посмотреть, как будет выглядеть товар в другом цвете или размере. Наиболее ярким примером применения AR в розничной торговле может послужить компания ИКЕА. В 2017 году она создала приложение дополненной реальности IKEA Place. Приложение сканирует пространство, учитывает размеры и показывает 3D-модель с разных сторон, что позволяет увидеть товар в интерьере покупателя.

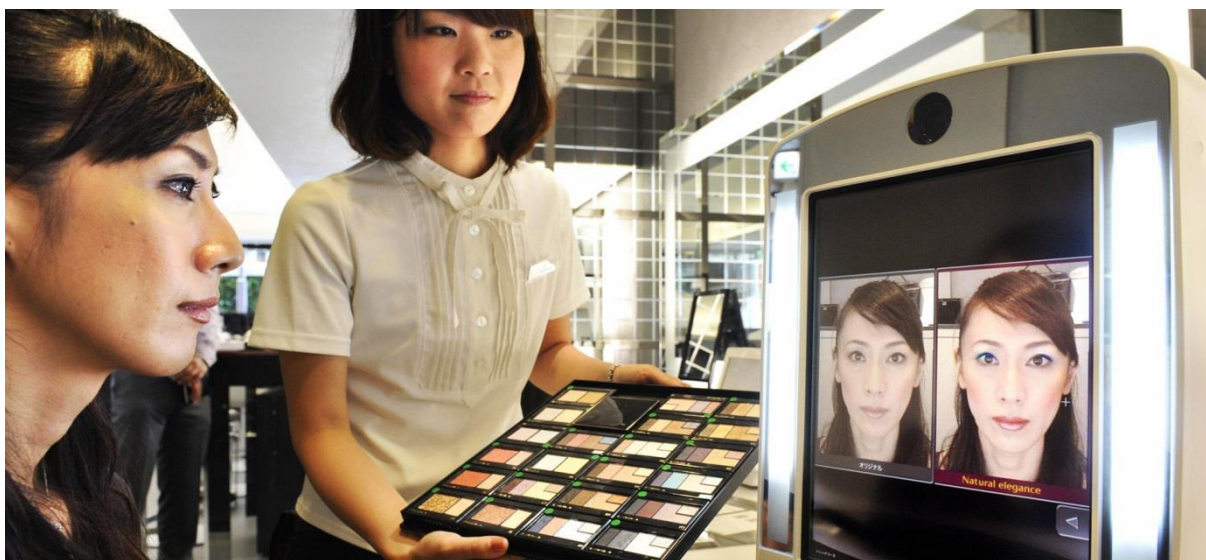


Рис. 3. Зеркала для макияжа

Ещё одним примером применения дополнительной реальности может стать компания Specsavers, которая предложила подбирать оптимальные варианты очков, ориентируясь на форму лица, на пол, возраст человека с помощью 3D-модели, введенной в приложение планшета.

Внедрение технологий виртуальной и дополненной реальности в ритейле способствует увеличению объема продаж, так как эти технологии привлекает потребителей и способствуют увеличению продаж.

За последние 5 лет стали очень популярны инновационные форматы магазинов. Выделяют несколько видов таких магазинов: это форматы автономных магазинов, магазинов-лабораторий и магазинов без покупателей.

Автономный магазин оснащен камерами, датчиками на полках и компьютерным зрением. В таком магазине покупатель может выбрать товар, а сумма списывается с банковской карты, привязанной к приложению магазина. Основной задачей автономных магазинов являются уменьшение издержек ритейлеров, привлечение покупателей и сбор максимальных объёмов данных для улучшения маркетинговых предложений.

Как яркий пример такого магазина можно рассмотреть американскую компанию Amazon, которая открыла магазин без персонала, где продавцов и кассиров заменили камеры.

Магазин без покупателей (dark store) представляет собой торговый зал обычного супермаркета, куда не входят обычные покупатели. Основными работниками являются профессиональные комплектовщики, которые собирают интернет-заказы и передают его в пункт выдачи, откуда покупатели забирают заказ или получают товар на дом. Такая технология используется в компании X5 Retail Group.

Торговая сеть «Пятерочка» открыла для покупателей беспилотный магазин «Пятёрочка #налету», внутри жилого квартала в Новой Москве, что является ярким примером автономного магазина.

Инновационные форматы магазинов способствуют увеличению объема продаж, повышению лояльности потребителя, за счёт привлекательности с точки зрения потребителя.

С высоким развитием цифровизации возникает потребность в применении инноваций в автоматизации и оптимизации процессов работы. Используются такие инновации как омниканальная доставка, электронные ценники, RFID-метка, кассы самообслуживания и др.

Внедрение электронных ценников, устройств с дисплеем, на котором отображается информация о продукте, позволяет быстро менять цены, облегчить работу персонала, повысить лояльность покупателей и улучшить имидж магазинов в глазах покупателей.

Касса самообслуживания – это устройство самостоятельного сканирования товаров для автоматизации оплаты покупок в магазинах, работающее без участия кассира. Сканирование товаров и внесение денег в кассу выполняет сам покупатель. Внедрение инновационных технологий действует очень благоприятно для розничной торговли. Инновации позволяют розничным торговым предприятиям привлечь к себе внимание со

стороны покупателей и выделится на рынке среди многочисленных конкурентов.

Список использованной литературы:

1. Ласкина Л.Ю., Силакова Л.В., Варакса А.М. Внедрение инноваций в ритейле и их влияние на стоимость компании // Экономика. Информатика. – 2020. Том 47, № 2. – С. 274 – 287.
2. Что такое искусственный интеллект. URL: <https://thecode.media/ai/>
3. BeaversBrothers AR и VR в маркетинге URL: <https://vc.ru/marketing/126761-ar-i-vr-v-marketinge>
4. Ищенко Н. X5 открыла магазин-лабораторию для разработки инноваций: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/10/11/783374-x5>
5. Екатерина Кочеткова. Большие данные в рознице: маленькие хитрости для высоких прибылей. https://www.cnews.ru/articles/bolshie_dannye_v_roznitse_malenkie
6. Big Data на службе розничной торговли. 28.09.2020 Подробнее на РБК: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d66c23c9a79476e7d9aff95>
7. Роль искусственного интеллекта в розничной торговле. <https://polygant.net/ru/blog/rol-iskusstvennogo-intellekta-v-roznichnoj-torgovle/>
8. Как VR и AR могут улучшить розничную торговлю. <https://homido.ru/news/kak-vr-i-ar-mogut-uluchshit-roznichnuyu-torgovlyu-/>
9. Дополненная реальность в ритейле. 5 июля 2019, 06:40 19700 просмотров <https://www.retail.ru/cases/5-keysov-dopolnennoy-realnosti-v-roznitse/>
10. Иван Петров Розница и искусственный интеллект: можно ли преодолеть кризис? 13.01.2020. https://www.cnews.ru/articles/2019-11-05_roznitsa_i_iskusstvennyj_intellekt
11. Сергей Рыбачук Искусственный интеллект в ритейле. 15 марта 2019 <https://www.retail.ru/articles/iskusstvennyy-intellekt-v-riteyle/>, Retail.ru
12. Применение искусственного интеллекта в ритейл и e-commerce: ожидания и реальность <https://www.everest.ua/ru/prymeneniye-yskusstvennogo-yntellekta-v-rytejl-y-ecommerce-ozhydanyya-y-realnost/>
13. Алексей Осипов (osipov_cvizi) Видеоаналитика в магазинах. Маркетинговый тренд или необходимость в новом цифровом мире? <https://infostart.ru/1c/articles/1226347/>

УДК 658.6

*Штезель А.Ю.,**к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Денисова Н.И.,**к.т.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Козырь М.А.**обучающаяся**по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ВНЕДРЕНИЯ

THE LATEST TECHNOLOGIES IN RETAIL TRADE AND THE PROBLEMS OF THEIR IMPLEMENTATION

Аннотация: В современных условиях инновации довольно прочно укрепились в жизни нынешнего общества. Они могут быть использованы во многих сферах жизни людей. Большое влияние они проявляют в сфере розничной торговли. Ведь многие торговые организации хотели бы занимать определенное место среди своих конкурентов и получать больше клиентов. В данной статье раскрывается вопрос, связанный с новейшими технологиями в розничной торговле, способами их реализации и проблемами, возникающих при их внедрении.

Abstract: In modern conditions, innovation is quite firmly entrenched in the life of today's society. They can be used in many areas of people's lives. They have a great influence in the retail sector. After all, many trade organizations would like to occupy a certain place among their competitors and get more customers. This article covers the issue related to the latest technologies in retail trade, the ways of their implementation and the problems that arise during their implementation.

Ключевые слова: розничная торговля, инновации, конкуренция, торговый зал, покупатели, удовлетворение потребностей, внедрение, креативность.

Keywords: retail trade, innovation, competition, sales floor, buyers, satisfaction of needs, implementation, creativity.

В современном мире развитие технологий и инновации занимают существенное место в розничной торговле и помогают добиваться предприятиям большей конкурентоспособности в дальнейшей деятельности. Применяя инновационные технологии, субъекты рыночной сферы показывают свою реакцию на изменения в макро и микросреде и приспосабливаются к данным условиям.

В последнее время в нашей стране наблюдается достаточно значительное снижение покупательской способности населения из-за роста цен на товары, растущей инфляции, наличия не снижающей безработицы населения. Все это создает ситуацию удовлетворения самых неотложных потребностей населения, что связано с повышением спроса на товары более низкой стоимости и качества. Розничным предприятиям приходится свой ассортимент наполнять по большей части именно такими товарами. Даже не смотря на снижение эффективности работы из-за низкой покупательной способности, предприятия стремятся заполнить как можно больше покупателей и перевести их в постоянных покупателей.

Согласно наблюдениям экспертов, не все торговые организации справляются с данными условиями макросреды и вынуждены покинуть рынок. Чаще всего предприятия сейчас используют инновации для того, чтобы противостоять натиску рынка. Выбранное предприятием направление чаще всего требует серьезных финансовых вложений, поэтому новые технологии могут применять в своей деятельности достаточно крупные предприятия.

Чаще всего, инновации применяются не столько для получения прибыли, сколько для сохранения и поддержания лидирующих позиций на рынке. Крупные торговые организации перестали бы развиваться, если бы не использовали прогрессивные технологии в различных направлениях своей деятельности.

Применение новейших технологий помогает организациям осуществлять рациональное управление товарными запасами и товароснабжением. С помощью специального оборудования в торговом зале товарный запас можно оперативно отслеживать и при снижении его до 30% передавать сигнал в места распределения заявок для дальнейшей обработки и пополнения запаса магазина.

В качестве наглядного примера можно привести инновационные технологии, входящие в проект «Магазин будущего», от компании X5 Retail Group.

По данным официального сайта компании, 10 марта 2021 года стало известно, что в 52 супермаркетах «Перекресток» стала использоваться система оплаты покупок взглядом,

которая получит внедрение еще в 150 супермаркетах «Перекрестка», а позднее она станет доступной и в нескольких магазинах «Пятерочки». Эта технология запущена в порядке тестирования и работает только для клиентов «Сбербанк».

Использование такой технологии позволит осуществлять покупки без банковских карточек, без мобильных телефонов и даже без наличных денег. Клиент Сбербанка на своем телефоне для пользования такой технологией устанавливает услугу «Оплата одним взглядом» и привязывает ее к той карте, с которой будет в дальнейшем производиться оплата. При расчете необходимо клиенту посмотреть в камеру после сканирования товаров и деньги за покупку будут сняты с указанной карты.

ОПЛАЧИВАЙ ПОКУПКИ ОДНИМ ВЗГЛЯДОМ

Без карты и смартфона

Как подключить:

- 1 Быть клиентом Сбербанка
- 2 Выбрать «Оплата одним взглядом» в разделе «Карты»/«Профиль» в приложении банка
- 3 Сдать биометрию в приложении банка
- 4 Привязать к опции банковскую карту



Как оплатить:

- 1 Отсканировать покупки на кассе самообслуживания в «Перекрёстке»
- 2 Нажать кнопку «Оплата одним взглядом»
- 3 Снять маску, улыбнуться
- 4 Вы великолепны!

Рис. 1. Оплата покупок взглядом

В дальнейшем в магазинах с кассами самообслуживания можно будет также оплатить свои покупки.

Компания планирует к концу года перевести все магазины «Перекресток» в Москве и Московской области в данный способ оплаты. Но в дальнейшем в планах подключение магазинов и в других регионах Российской Федерации.

Использование биометрической оплаты значительно сокращает время обслуживания покупателя (вместо средних 20 секунд затраты составляют 5 секунд), причем точность

распознавания лица клиента, которая отличает лицо живого покупателя от фотографии, достаточно высокая (99,9%). В случае сомнения для подтверждения автомат может запросить у покупателя пароль.



Рис. 2. Аппараты для оплаты покупок взглядом



Рис. 3. Оплата товара по технологии «Распознавание по лицу»

В данной технологии используется 3D-камера с высокой точностью распознавания, что обеспечивает высокий уровень безопасности и позволяет быстро считывать черты лица с учетом роста человека и независимо от изменений во внешности.

Несмотря на ограниченное пока применение такой технологии, следует отметить стремление покупателей, особенно молодым поколением, к более широкому использованию бесконтактных способов оплаты своих покупок и услуг. Подтолкнула к широкому

использованию бесконтактных платежей пандемия, которая оказалась одним из методов защиты от COVID-19.

Внедрение бесконтактной оплаты покупок способствует повышению среднего чека в магазине и получению удовлетворения от покупок для самого покупателя.

Несмотря на то, что магазины в регионах используют меньшее количество технологий, все-таки они применяют новые технологии и в регионах.

Например, использование касс самообслуживания для клиентов магазина. В большинстве крупных магазинов применение данной инновации уже становится привычным. Пионерами внедрения этой технологии явились сеть «Магнолия» и два супермаркета X5 Retail Group. Сейчас системы Self Checkout можно также найти в супермаркетах «Ашан», «Магнит», «О'Кей», SPAR и других. Кроме того, сеть X5 Retail Group внедряет кассы, которые могут общаться с покупателем на английском и китайском языках, поскольку рассчитаны на туристов из англоязычных стран и Китая: говорящие «Выручай-кассы» в «Пятерочке».

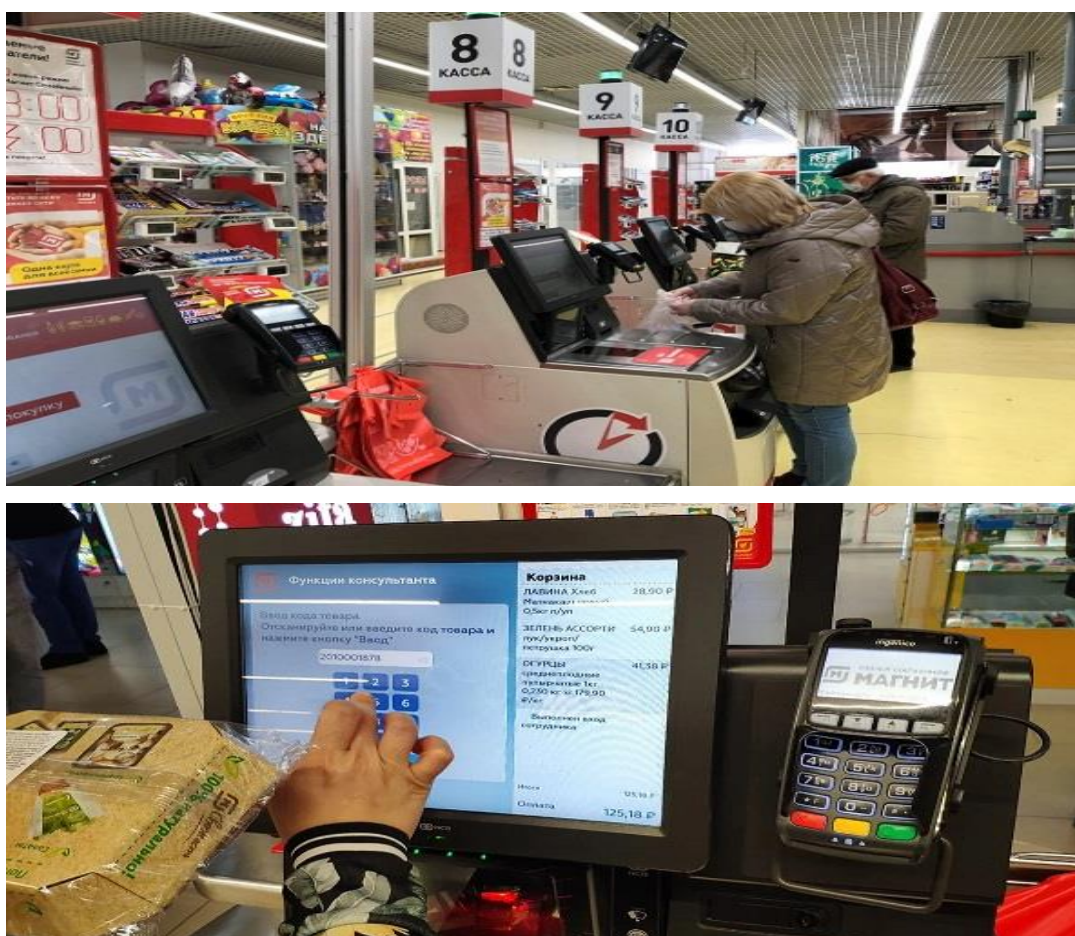


Рис. 4. Оплата покупок через кассу самообслуживания

Наряду с этой технологией в сетевых магазинах используют самостоятельное сканирование, которое заключается в том, что покупатель при входе в магазин получает персональный сканер, и прежде чем положить товар в корзину, сканирует его и таким образом формирует свою покупку. После окончания выбора он нажимает кнопку «оплатить» и далее оплачивает эти покупки или в кассе самообслуживания, или в обычной кассе.

Также в некоторых магазинах используют технологии радиочастотной модификации RFID, которые являются альтернативой штриховому кодированию. Каждая RFID-метка имеет уникальный серийный номер, который позволяет распознавать каждую единицу товара. В розничной торговле благодаря этому можно идентифицировать сразу все товары на полках в торговом зале магазина. Эффективность использования данной технологии проявляется в большей степени, если эти метки наносятся производителем при изготовлении изделий.

С помощью применения этих касс торговые предприятия экономят свои денежные средства и торговые площади. Еще одним плюсом этой технологии можно отметить повышение пропускной способности магазинов, так как сокращается время ожидания и оплаты покупок. Автоматические кассы не нуждаются в сотрудниках и могут работать круглосуточно.

Технология RFID имеет еще несколько положительных функций.

С помощью нее можно отслеживать движение товаров от поставщика до потребителя и вести аналитику, анализировать срок годности товаров на полках магазина и своевременно заменять товары с истекшим сроком на свежие. Это является важным аспектом работы магазина и поэтому сотрудники всегда проводят маркировку товаров и присваивают им специальные коды, которые затем хранятся в базе данных магазинов.

Эта технология позволяет сократить время выполнения трудоемких процессов, таких как инвентаризация, приемка/отгрузка и перемещение товаров, а также быстро найти нужный товар на полках в магазине и получать своевременную информацию по объемам продаж и по товарным остаткам.

Еще одним бонусом можно назвать использование специальных тележек с дисплеями, в которые встроено навигационное устройство, позволяющее устанавливать связь между каталогом товаров и их расположением на прилавках магазинов. Умные тележки могут помочь покупателю в изучении информации о необходимом ему товаре, изучить

сопутствующие товары и найти нужную полку в торговом зале. Это помогает покупателю не совершить ошибку в приобретении некачественной и испортившейся продукции.

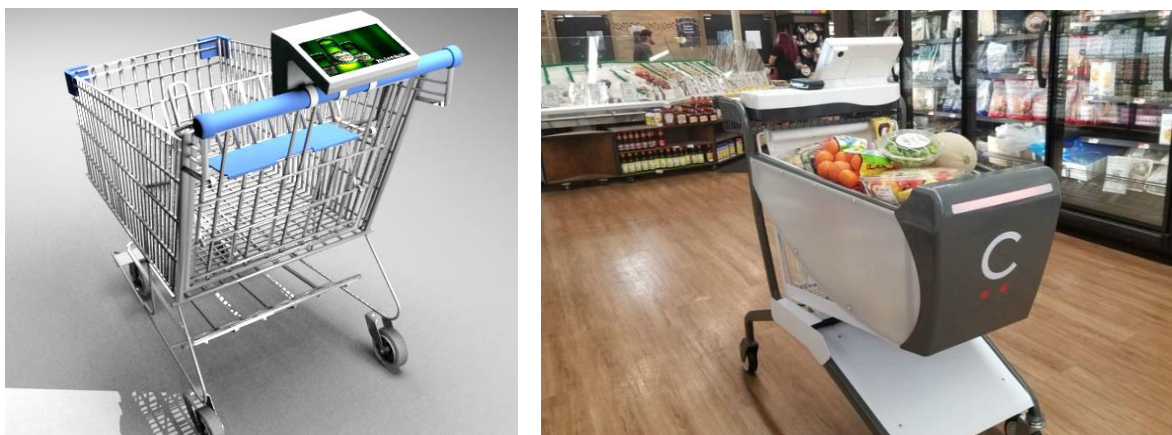


Рис. 5. «Умные тележки» в ритейле

Использование данной технологии помогает торговым организациям уменьшить потери товаров от кражи из торгового зала, так как применяется более тщательное слежение за всеми товарами в магазине по антеннам и датчикам. По данным статистики, магазины получают убытки в размере 1-2% от объема товарооборота из-за краж. Это заставляет применять дополнительное слежение за покупателями и увеличение количества охранников, за счет чего растут расходы на заработную плату сотрудников.



Рис. 6. Использование «умных тележек»

Интересным вариантом инноваций можно назвать введение электронных ценников в магазинах, которые подключаются к одной базе в магазине. Частым явлением в магазинах можно назвать конфликты между сотрудниками и покупателями из-за изменений цен на товары в сторону увеличения, о которых покупатели узнают только на кассе магазина.



а) инфракрасные



б) низкочастотные

Рис. 7. Варианты электронных ценников**Рис. 8.** Внедрение электронных ценников

Данные ситуации приводят к падению репутации магазинов и к снижению лояльности клиентов. Использование описанной выше технологии позволяет изменить все цены на товары в течение получаса и избежать неприятных ситуаций. Использование таких электронных приборов возможно даже в морозильных камерах при температуре до -18 градусов.

К не менее важному пункту в технологиях торговых организаций можно отнести постоянное слежение за протекающими в магазине процессами с помощью систем видеонаблюдения и хранением данных на специальных серверах. Очень важно наладить данный процесс в любой торговой организации для того, чтобы была достигнута непрерывность работы и контроля над качеством работы персонала.

Это помогает найти и устранить недочеты в работе компании и улучшить работу в целом. Также возможность дополнительного слежения за всем торговым залом помогает

восстановить события в случае неприятных ситуаций.

Применение новых технологий можно назвать неотъемлемой частью развития любой торговой организации со своими положительными сторонами. Но также существуют отрицательные моменты во внедрении этих приспособлений.

К ним можно отнести:

1. Достаточно большие расходы на приобретение и внедрение необходимого оборудования. Использование таких технологий могут позволить себе только торговые организации, которые отличаются высоким покупательским потоком и достаточно большими финансовыми возможностями. Например, применение маркировки всех товаров может повысить стоимость одного товара в среднем на 4-5 рублей.

2. В современных условиях при производстве упаковки некоторых товаров используют фольгу, которая затрудняет передачу данных по специальным датчикам, поэтому это затрудняет применение технологии.

3. Слишком высокая стоимость прогрессивных технологий мешает их повсеместному применению и использованию, так как не все торговые организации обладают достаточными ресурсами и возможностями для этого.

4. Чаще всего данные технологии можно отметить в магазинах торговых сетей, поэтому небольшие магазины с площадью до 100 квадратных метров и не входящие в торговые сети не могут позволить себе данные нововведения.

5. Применение системы самообслуживания не применяют во многих небольших магазинах, именно поэтому все технологии, связанные с RFID, невозможно применять в данных организациях из-за отсутствия базы, на которую это можно внедрять.

Таким образом, можно отметить, что во многих крупных торговых сетях нашей страны уже применяются новые технологии и довольно успешно, однако этим в свою очередь не могут похвастаться небольшие торговые магазины. По нашему мнению, в дальнейшем многие магазины будут развиваться и внедрять новые технологии в свою повседневную деятельность.

Все это они будут использовать для поддержания конкурентно-способности на рынке среди других торговых организаций и для получения максимально возможной прибыли.

Список используемой литературы:

1. Денисова Н.И. Современные технологии сети «Магнит» в борьбе за покупателя.

Сфера услуг: инновации и качество. 2019. № 43. С. 30-40.

2. Денисова Н.И. Цифровые технологии в ритейле: искусственный интеллект и дополненная реальность Сб. научных трудов Национальной (всероссийской) научно-практической конференции Актуальные вопросы современного социально-экономического развития России: проблемы теории и практики, Краснодар, 29 ноября 2019 г. с.490-501

3. Денисова Н.И. Инновационные технологии, применяемые в компании «Бауцентр», Ж. Сфера услуг: Инновации и качество, 2020, № 46, с. 54-65.

4. Денисова Н.И. Инновационные технологии и их практическое применение в торговой сфере. Сфера услуг: инновации и качество. 2020. № 51. С 23-31

5. Главные инновации в ритейле, которые поднимут российский бизнес на новый уровень URL:- <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-torgovle>

6. Инновации в кризис: 5 технологий, которые уже изменили ритейл. Тренды сервисного обслуживания по итогам 2020 года. 12.11.2020. URL: <https://vc.ru/future/176227-trendy-servisnogo-obsluzhivaniya-po-itogam-2020-goda>

7. Миронова Валерия Инновации в ритейле 2020: технологии времен пандемии 4 февраля 2021, URL: Retail.ru <https://www.retail.ru/articles/innovatsii-v-riteyle-2020-tekhnologii-vremen-pandemii/>

8. Шуркаев Александр Шопинг-2020: пять революционных технологий в ретейле, URL: РБК: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5e256df49a79476ca255a709>