

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Материалы XII международной
научно-практической конференции

(23 июня 2021)

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

Редакционная коллегия:

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

Р17 РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ: материалы III международной научно-практической конференции (23 июня 2021г., Санкт-Петербург) Отв. ред. Зарайский А.А. – Издательство ЦПМ «Академия Бизнеса», Саратов 2021. - 64с.

978-5-907385-43-6

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

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

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

ISBN 978-5-907385-43-6

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

© *Институт управления и социально-экономического развития, 2021*
© *Саратовский государственный технический университет, 2021*
© *Richland College (Даллас, США), 2021*

Akbarova M.R.

doktorant

*Davlat statistika qo'mitasi huzuridagi Kadrlar
malakasini oshirish va statistik tadqiqotlar instituti*

Akbarov J.M.

o'qituvchi

Toshkent axborot texnologiyalari universiteti akademik litseyi

Ilmiy rahbar: Gulyamov S.S., akademik

O'zbekiston, Toshkent

O'ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHI

Annotatsiya. Maqola O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlanish masalalariga bag'ishlangan. Unda 2016-2020 yillarda O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanish ko'rsatkichlari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar. Elektron tijorat, elektron hukumat tizimi, raqamli iqtisodiyot, telekommunikatsiya infratuzilmasi.

Akbarova M.R.

doctoral student

Institute for Personnel Training and Statistical Research Goskomstat

Akbarov J.M.

teacher

Academic Lyceum of Tashkent University of Information Technologies

Scientific adviser: Academician S.S. Gulyamov

Uzbekistan, Tashkent

DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN

Annotation. The article is devoted to the development of the digital economy in Uzbekistan. The indicators of the development of the digital economy in Uzbekistan in 2016-2020 are considered.

Keywords. E-commerce, e-government system, digital economy, telecommunication infrastructure.

Hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot va u bilan bog'liq bo'lgan bir qancha samarador texnologiyalar hayotimizga shiddat bilan kirib kelmoqda. Xuddi shu ma'noda davlat va jamiyat taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida respublikamiz rahbariyati bir qancha muhim qarorlarni qabul qildi.¹

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 28 dekabrda 2019 yil uchun eng muhim ustivor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida ham

¹ М.Бутабоев ва бошқ. Рақамли иқтисодиёт. “СамДУ” нашриёти, 2020 йил, 435 бет

mamlakatimizda raqamli iqtisodning rivojlanishi bo'yicha quyidagilarni aytib o'tdi: «Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilanishini ko'zda tutadigan «Raqamli iqtisodiyot milliy kontseptsiyasi»ni ishlab chiqishimiz kerak. Shu asosda «Raqamli O'zbekiston – 2030» dasturini hayotga tatbiq etishimiz zarur.²

Iqtisodiy tadqiqotlar bo'yicha mutaxassislarining fikriga ko'ra, raqamli iqtisodiyotning tarkibiy qismlariga quyidagilarni kiritish mumkin: elektron tijorat, elektron hukumat tizimi, ishlab chiqarish jarayonlariga, xizmat ko'rsatish sohalariga aqlli texnologiyalarni kiritish, "Smart City", "Xavfsiz shahar" ni yaratish, shuningdek, narsalar Interneti.

Axborot va kommutatsiya texnologiyalarining (AKT) rivojlanish darajasi bilan bevosita bog'liq bo'lgan mamlakatda raqamli iqtisodiyotning rivojlanish darajasi odatda turli ko'rsatkichlar bilan baholanadi: raqamli iqtisodiyotning YIMdagi ulushi, AKT soxasiga investitsiya miqdori, Internetning tezligi, uning mamlakat hududini qamrab olishi va aholi foydalanishi uchun imkoniyati, elektron tijoratning rivojlanish darajasi, elektron hukumat tizimidagi davlat xizmatlarining ulushi, tashkilotlarning AKT mutaxassislari bilan ta'minlanganligi va boshqalar. Bundan tashqari, xalqaro reytinglarda mamlakatda axborot texnologiyalarining rivojlanish darajasini baholovchi ko'rsatkichlar muhim ahamiyatga ega. Ushbu ko'rsatkichlarning aksariyati bo'yicha O'zbekiston 2016 yildan buyon sezilarli yutuqlarga erishdi.

Shunday qilib, "axborot va aloqa" sohasida yaratilgan xizmatlarning yalpi qo'shimcha qiymati 2016 yildan beri ikki baravarga, ya'ni 4,4 dan 8,8 trillion so'mga oshdi, iqtisodiy faoliyat turi ko'rinishidagi "axborot va aloqa" bo'yicha ko'rsatiladigan xizmatlar hajmi esa 2 baravar o'sib, 6,3 dan 12,9 trillion so'mni tashkil etdi.

2016-2020 yillarda telekommunikatsiya infratuzilmasi jadal rivojlandi. O'tkazilgan optik tolali aloqa liniyalarining uzunligi qariyb 3,8 baravarga o'sib, 17,9 dan 68,6 ming km gacha o'sdi; 2021 yil oxiriga kelib ularning uzunligi amalda ikki baravarga va 118,6 ming km ga o'sishi rejalashtirilgan. Uyali aloqa uchun tayanch stantsiyalar soni 1,8 baravar ko'payib, 17,7 dan 31,7 mingga etdi, faqat 2020 yilda mobil aloqa uchun 5600 dan ortiq yangi telefon stantsiyalari o'rnatildi va ishga tushirildi.

Uyali aloqaning tayanch stantsiyalari tarmog'ining kengayishi mamlakat aholisining 98 foiziga, shu jumladan, tezkor aloqa tizimining 90 foizigacha uyali aloqa xizmatlarini ko'rsatish (qamrov doirasini ko'paytirish) uchun sharoit yaratishga imkon berdi.

Tadqiqotchilarning ta'kidlashlaricha, uyali aloqa stantsiyalari tarmog'ining kengayishi 3G/4G tarmoqlarining ishlashini ta'minlaydigan yangi stantsiyalarning o'rnatilishi bilan bog'liq va Toshkentda beshinchi avlod - 5G ning 15 ta baza stantsiyalarini o'rnatish bo'yicha loyihalar amalga oshirildi.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2018 yil 28 dekabr

O'z ishlab chiqarish bazasini yaratish va import o'rnini bosish maqsadida "Jizzax" erkin iqtisodiy zonasida Koreya Respublikasi ko'magi bilan yiliga 50 ming km optik tolali kabellar ishlab chiqaradigan 11 million dollarlik zavod qurildi, bu o'z navbatida ichki ehtiyojni va eksport uchun kabel mahsulotlarini etkazib berishni ta'minlaydi.

2016 yildan beri uyali aloqa abonentlari soni 20 foizga o'sib, 25,4 million kishiga etdi, Internetdan foydalanuvchilar soni esa deyarli ikki baravarga oshib, 22,5 million kishini tashkil etdi.

Internetda keng polosali ulanish portlari soni yil sayin ko'payib bormoqda, bu esa abonentlarga yuqori tezlikda ma'lumotlarni uzatish va qabul qilish uchun uzluksiz ulanishni ta'minlaydi.

2020 yilda 1 millionga yaqin qo'shimcha portlar o'rnatildi, jami 2018 yildan buyon portlar soni 1,2 dan 3,2 milliongacha o'sdi va 2021 yil oxiriga kelib bu ko'rsatkichni 3,9 millionga etkazish rejalashtirilmoqda, bu abonentlar uchun keng polosali Internetga simli ulanish imkoniyatlarni sezilarli darajada kengaytiradi.

Bugungi kunga qadar barcha bolalar bog'chalari, tibbiyot muassasalari, shuningdek 8000 dan ortiq maktablar (umumiy sonning 80%) yuqori tezlikdagi Internetga ega. 2021 yilda barcha maktablar tarmog'iga, shuningdek fuqarolarning mahalla yig'ilishlariga (10 mingga yaqin yig'ilishlar) kirishni ta'minlash rejalashtirilgan.

Mobil aloqa va Internetdan foydalanuvchilar sonining o'sishiga nafaqat AKT infratuzilmasining rivojlanishi, balki Internetdan foydalanish narxining pasayishi ham yordam berdi. 2016 yildan beri ma'lumotlarni uzatish xalqaro tarmog'ining o'tkazuvchanligi (tezligi) deyarli 22 baravarga - 55 dan 1200 Gb/s gacha oshirildi. Shu bilan birga, provayderlar uchun Internet-xizmatlarining tariflari narxi 21 baravar, har bir Mbit/s uchun 91,5 dollardan 4,3 dollarga tushdi.

Hukumatning 17-apreldagi qaroriga binoan, "O'zbektelekom" Amerikaning Winncom Technologies kompaniyasi bilan birgalikda joriy yilda qiymati 26 million dollar bo'lgan paketlarni almashtirish markazini modernizatsiya qilish loyihasini amalga oshirmoqda, bu uning quvvatini 1800 Gbit/s gacha kengaytiradi.

Iste'molchilar uchun Internet tezligi ham oshdi. 2018 yildan boshlab abonentlar uchun keng polosali Internet tezligi 10,11 dan 36,85 Mb/s gacha, mobil Internet abonentlari uchun 9,97 dan 13,89 Mb/s gacha o'sdi.

2018 yilda aholini raqamli televidenie bilan to'liq qamrab olish ham yakunlandi, bu ko'rsatkich 2016 yilda atigi 68 foizni tashkil etar edi.

Elektron tijoratni rivojlantirish uchun sharoitlar yaratilgan. Prezidentning 2018 yil 14 maydagi "Elektron tijoratni rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoniga muvofiq, elektron tijorat sohasidagi tadbirkorlik sub'ektlarini rag'batlantirish maqsadida elektron tijorat sub'ektlarining Milliy reestri e-tijorat.uz yaratildi. Unga ixtiyoriy va bepul asosda elektron savdo orqali tovar va xizmatlarni sotishdan tushadigan daromad ular tomonidan sotilgan tovarlar va xizmatlar umumiy hajmining kamida 80 foizini tashkil etadigan yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlar kiradi. Bundan tashqari, ular 2% stavka bo'yicha yagona soliq to'lovini to'lashadi.

Kelgusida elektron shaklda ko'rsatiladigan davlat xizmatlari ulushini 2022 yilga kelib 60 foizga va 2025 yilga kelib esa 80 foizga etkazish ko'zda tutilgan. Shuningdek, 2025 yilda "Elektron hukumat" rivojlanish indeksining reytingida 50 o'ringa ko'tarish rejalashtirilgan.

Prezidentning 2020 yil 5 oktyabrdagi farmoni bilan "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasi tasdiqlandi, unda kelgusi ikki yil ichida mintaqalar va mamlakat iqtisodiyoti tarmoqlarini raqamli o'zgartirish bo'yicha 280 dan ortiq loyihalarni amalga oshirish ko'zda tutilgan.

Foydalanilgan manbalar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2018 yil 28 dekabr
2. М.Бутабоев ва бошқ. Рақамли иқтисодиёт. "СамДУ" нашриёти, 2020 йил, 435 бет
3. www.stat.uz O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining nashrlari

Nguyen Thi Bich Linh
Department of Corporate Finance
Faculty of Finance - Banking
University of Finance - Accountancy
Quang Ngai, Vietnam

APPLICATION OF DECISION TREE METHODS IN THE QUANTITATIVE ANALYZES TO DECIDE THE CREDIT GRANTING AT VIETNAM COMMERCIAL BANKS

Abstract. Most management decisions must be made under uncertain conditions because administrators must decide incomplete information, especially forecasts. Banks are financial institutions that credit is always the main activity, but this activity contain many potential risks. Commercial banks use many qualitative and quantitative methods to analyze credit decisions. If the decision tree method is used, it will contribute to limiting information asymmetry and helping banks to control risks in credit activities. Therefore, the article proposes to use the decision tree method in quantitative analysis to make a decision to grant credit at Vietnam Commercial Banks.

Key words: Vietnam Commercial Banks, decision tree method, credit extension, risks.

The banking system is the most crucial source of credit for the economy and an investor to promote economic development. If the banking system runs smoothly and efficiently, financial resources will be distributed, allocated, and utilized appropriately, leading to long-run growth. However, in a market economy, business risks are more and more common, particularly in banking operations, which are more complicated and involve chain reactions. In banks, business risk primarily focuses on credit portfolios, so it is crucial and practical to forecast probable scenarios for detecting risks before deciding to grant credit to customers.

Credit granting is a type of decision-making in terms of risk. Currently, there are two quantitative techniques used in this task: tabulation and decision tree. Within the scope of the research, this paper recommends applying the decision tree to make decisions about credit granting at Commercial Bank in Vietnam. This method is easy for users to understand the model after it is briefly explained. Besides, it is helpful for banks in detecting risks and making credit-granting decisions.

1. Basis of the application and the theory of a decision tree

1.1. Qualitative and quantitative methods used to make credit-granting decisions at Commercial Banks in Vietnam currently.

It's obvious that credit operations are complex and risky because when facing credit risk, a bank cannot collect the granted credit capital and loan interest. However, the bank has to pay capital and interest on the mobilized money on the due date, making it lose balance in revenue and expenditure. Moreover, if it fails

to collect the loan, using credit capital will not be effective, and its profits will also be affected significantly. As a result, it will easily fall into the state of insolvency, leading depositors to lose their faith in it and negatively impacting its reputation.

Eighteen commercial banks publishing their audited financial statements accounted for about 70% of the total assets of the commercial banking system at the end of 2020, except for Agribank and some small-scale banks that did not publish their financial statements. According to the latest statistics of these 18 commercial banks, from 2018 to 2020, profit from non-credit activities, such as payment services, treasury management services, and deposit services, accounted for a small proportion. On the other hand, profits from credit activities accounted for 76% to 79% of total profits, so it's important for banks to implement well in credit risk management.

Table 1: Profit structure of Vietnam's commercial banking system from 2018 to 2020

Unit: trillion VND, %

No.	Targets	2018	2019	2020	Growth rate in 2019	Growth rate in 2020
1	Net interest income	195	238	267	22,1 %	12,3%
2	The provision for credit losses (PCL)	60	71	86	18,2%	21,9%
3	Interest income after making the provision for credit losses	135	167	181	23,8%	8,2%
4	Non-interest income	69	74	85	7,5%	14,4%
5	Operating costs	117	129	133	10%	3,3%
6	Profit before tax (PBT)	88	114	132	30,2%	15,8%

(Source: Bloomberg, Audited Consolidated Financial Statements of 18 Vietnam's commercial banks)

Commercial banks in Vietnam apply two traditional methods: the internal credit risk rating system and the credit appraisal model, helping them decide whether to accept or refuse the customer demands and prevent risks from the credit granting.

a. The internal credit risk rating system

The internal credit risk rating system is built based on scoring tables for customers' financial and non-financial criteria to quantify the bank's risks. This system uses a separate scoring and ranking method for each customer group (including individual customers and corporate customers). Each commercial bank has built its own internal credit risk rating system to match the nature of its

operations and characteristics. However, this system created will ensure the following requirements:

- The rating system shall quantify the criteria to evaluate the possibility (or probability) of the customer in terms of not fulfilling the repayment obligation as agreed (including macroeconomic factor and business environment affecting the ability to repay of customers);

- Having a database and data management techniques to quantify credit risk as required;

- The results of the internal credit risk rating system must be evaluated independently;

- Having sufficient information about the internal credit risk rating system to provide at the request of internal auditors, independent audit organizations, and other competent authorities when performing an internal audit, inspection, supervision, and independent audit.

b. Credit Appraisal

Credit appraisal means using technical analysis tools to verify and analyze the reliability of the information provided by customers and estimate the risks, helping banks make the right credit-granting decision. At the moment, Vietnam's commercial banking system is applying the "5C method" to assess the reliability and effectiveness of loan options and the level of risk associated with the credit that will be granted to customers. This method is as follows:

- Character
- Capacity
- Capital
- Collateral
- Conditions

Currently, the customer information system is incomplete. The National Credit Information Center (CIC) under the State Bank of Vietnam is the only organization implementing functions of collecting credit information of customers related to credit institutions. However, its current information has not been up-to-date, and the indicators have not been reliable.

In recent years, Vietnam's banking and financial markets have had more long-term dangers than accomplishments. Typically, many serious economic cases in the banking sector have been prosecuted. The bad debt situation in the credit sector has not improved significantly. Besides, the transparency in secured transactions is low. Although the national data system on transactions and collateral is being developed, it has not been exploited and used effectively. Therefore, the author suggests that commercial banks should use the decision tree, a modern quantitative technique. This diagram will help them calculate the interest rate of unrecoverable credits and compare among many different options before making a decision.

A decision tree will simultaneously represent multiple alternatives into a simple structure. Credit granting is a decision based on selecting and analyzing many options such as agreeing or refusing to grant credit to customers and using

mobilized capital for investment or granting credit. From there, a variety of problems, like customers' ability to repay and the profit from granting credit or investing in other sectors, will appear. Therefore, commercial banks should combine a decision tree with traditional measures to limit credit risk before making credit-granting decisions.

1.2. Decision tree

A decision tree is often used when there are many options, chances (states of nature), and many consecutive decisions. It is a diagram consisting of many nodes and branches.

- The decision tree consists of two types of branches: decision branches and chance branches.

- The decision tree consists of two kinds of nodes: decision nodes and chance nodes.

* The decision node is depicted by a square. Its branches starting at a decision point are options. However, the administrator must choose one of them with a series of different possibilities.

* The chance node is depicted by a circle. The branches starting at this node represent possibilities, which are not under the control of the decision-maker.

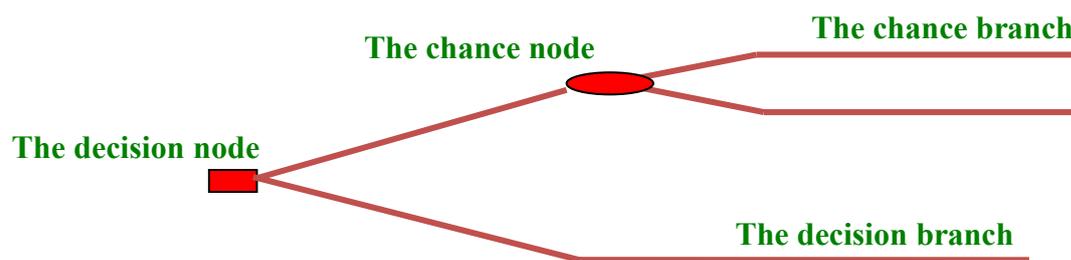


Figure 1: Decision tree diagram

Here are the steps to build a decision tree:

Step 1: Identifying the problem.

Step 2: Drawing the structure of the decision tree.

Step 3: Writing probabilities into the chances.

Step 4: Entering the payoffs for each combination between an option and a chance.

Step 5: Calculating the maximum Expected Monetary Value (EMVs) at the nodes in the tree from right to left.

2. Application

A loan to a corporate customer is 900,000 USD with an interest rate of 8% per year for one year. If a bank refuses the loan, it will buy government bonds with a 3% annual interest rate with this amount. If the company is not investigated, the probability of returning the loan is 0.95 (both principal and interest on time). On the contrary, the company's probability of bankruptcy is 0.05, and the bank cannot recover the loan. If the bank investigates the company before deciding to grant credit, it spends 5,000 USD each time. According to statistics of 500 cases in the past, the results are as follows:

Table 2: Results of the survey

Investigation results	Chances E ₁ Can pay	E ₂ Can't pay	Total
T ₁	421	09	430
T ₂	59	11	70
Total	480	20	500

Options are S₁, S₂, S₃, and S₄
 S₁ is investigating before deciding to grant credit. | S₃ is the decision to grant credit
 S₂ is not investigating before deciding to grant credit. | S₄ is the decision to refuse to grant credit

Chances are T₁, T₂ and E₁, E₂
 T₁: Should grant credit (favorable) | E₁: Can repay
 T₂: Buying government bonds | E₂: Can't repay

Step 1: Identifying the problem

Commercial banks shall consider options to make an optimal decision to grant credit (whether to investigate or not before deciding to grant credit, whether to grant credit or refuse and use this money to buy government bonds). Their situation is shown in the following decision tree.

Step 2: Drawing a decision tree

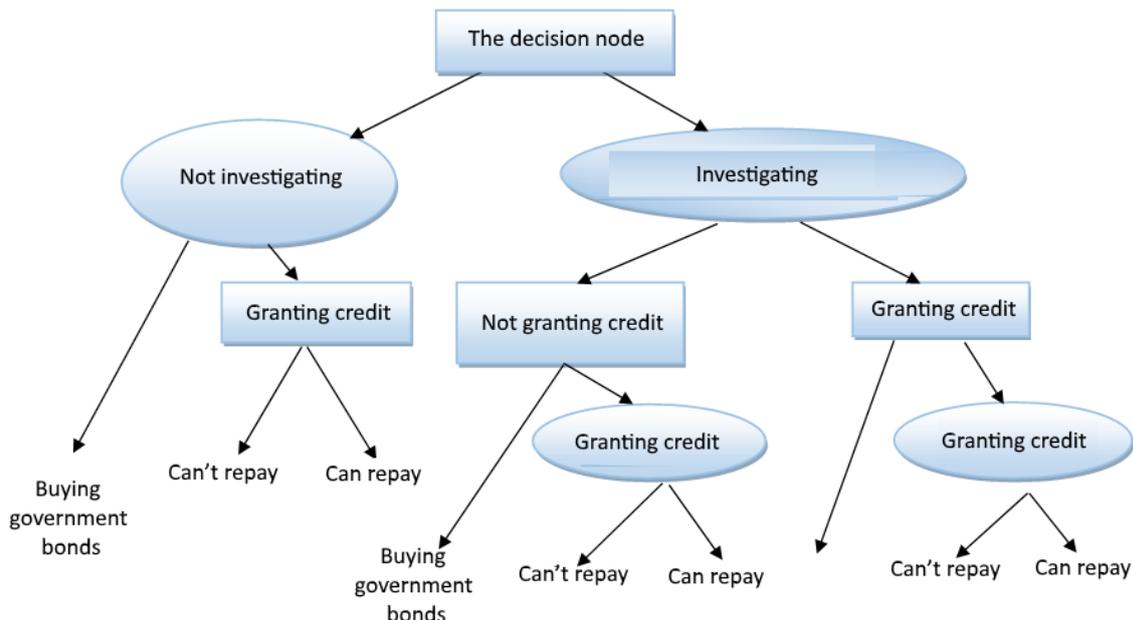


Figure 2: A decision tree structure

Step 3: Entering probability values for chances (Figure 4)

$$P(T_1) = \frac{430}{500} ; P(T_2) = \frac{70}{500} \qquad P(E_1/T_1) = \frac{421}{430} ; P(E_2/T_1) = \frac{9}{430}$$

$$P(E_1) = 0,95; P(E_2) = 0,05$$

$$P(E_1/T_2) = \frac{59}{70}; P(E_2/T_2) = \frac{11}{70}$$

Step 4: Entering the payoffs (Figure 4)

Expected profit from granting credit:

$$EMV_{S_1} = 900,000 \times 8\% = 72,000 \text{ (USD)}$$

Expected profit from buying government bonds:

$$EMV_{S_2} = 900,000 \times 3\% = 27,000 \text{ (USD)}$$

Step 5: Calculating the maximum Expected Monetary Values (EMVs) and making a decision (Figure 4)

Investigating before deciding to grant credit:

* $S_1 - T_1$

We have: $P(E_1/T_1) = \frac{421}{430}$; and $P(E_2/T_1) = \frac{9}{430}$, so:

$$EMV(S_3) = 72,000 \times \frac{421}{430} - 900,000 \times \frac{9}{430} = 51,656 \text{ (USD)}$$

* $S_1 - T_2$

We have: $P(E_1/T_2) = \frac{59}{70}$; and $P(E_2/T_2) = \frac{11}{70}$, so:

$$EMV(S_3) = 72,000 \times \frac{59}{70} - 900,000 \times \frac{11}{70} = -80,743 \text{ (USD)}$$

We have: $P(T_1) = \frac{430}{500}$; and $P(T_2) = \frac{70}{500}$, so:

$$EMV(S_1) = 51,656 \times \frac{430}{500} + 27,000 \times \frac{70}{500} = 48,204 \text{ (USD)}$$

Because the cost of an investigation is 5,000 USD, we have:

$EMV(S_1) = 48,204 - 5,000 = 43,204 \text{ USD}$ which is greater than 27,000 USD

Therefore, the bank's strategy is to investigate before deciding to grant credit.

Not investigating before deciding to grant credit:

We have: $P(E_1) = 0,95$; and $P(E_2) = 0,05$, so:

$EMV(S_3) = 72,000 \times 0,95 - 900,000 \times 0,05 = 23,400 \text{ (USD)}$ which is smaller than 27,000 USD

Therefore, the bank's strategy is to buy government bonds.

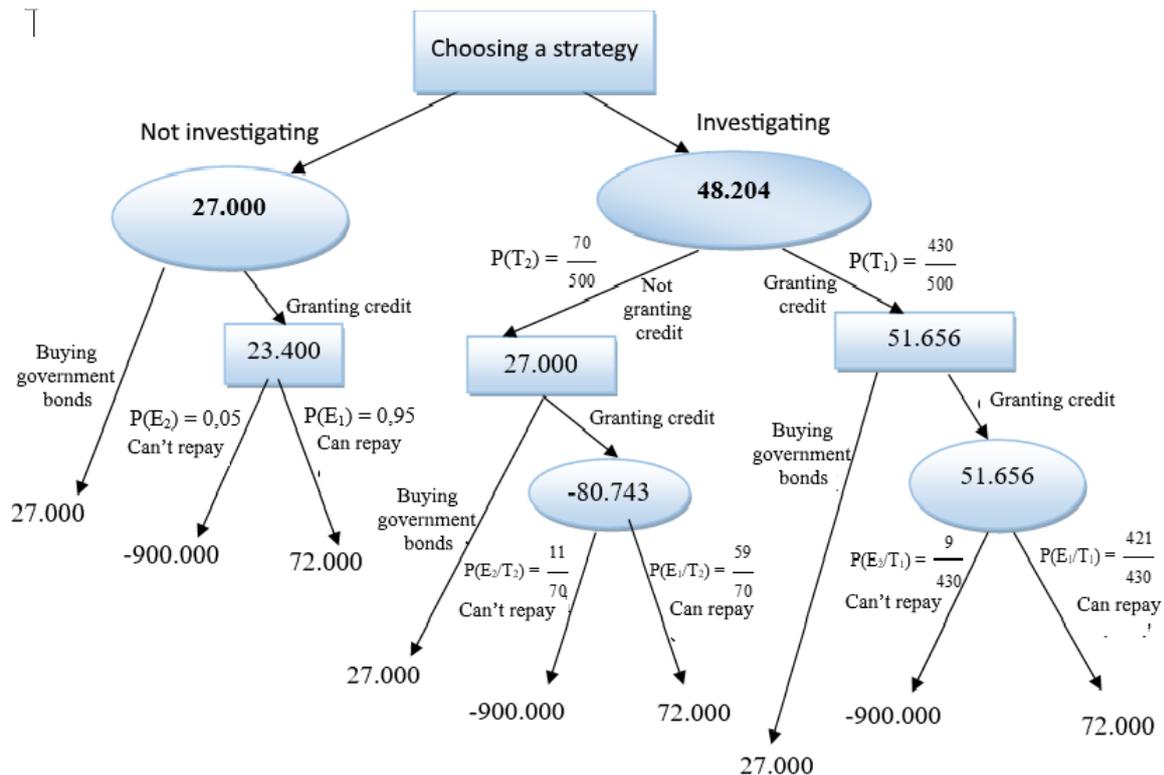


Figure 3: Decision Tree Structure

The decision tree structure shows more options to choose from before agreeing to grant credit to a customer. Besides, this method also indicates a bad possibility. If the bank agrees to grant credit and the consumer cannot repay the loan, it will lose 80,743 USD. In this dangerous activity, the decision tree will reduce risks and simultaneously make this amount more profitable.

Not using the decision tree	Using the decision tree
Agreeing to grant credit to the corporate customer and a profit is 27,000 USD.	The result of the investigation is to grant credit, and a profit is 43,204 USD. The result of the investigation is not to grant credit. Instead, the amount will be used to buy government bonds, and the profit is 27,000 USD.

3. Conclusion

Quantitative analysis techniques in management help banks understand and apply quantitative methods to make decisions by applying mathematical models and tools. Besides, they also quantify risks and expected profit among different options. Moreover, using the decision tree to calculate a credit that will be granted has helped commercial banks predict credit risk. Due to the increased accuracy, the risk will decrease accordingly. From there, banks can control the related risks to minimize the losses that they can encounter.

The decision tree represents multiple options into one structure to predict how customers will react to rate adjustments for a loan. In addition, it also proves which customer will be more likely to accept new credit products and which customer will be at a higher risk than default level for a loan. Moreover, it will

analyze how to make customer relationships increasingly profitable, helping commercial banks better understand potential customers. From there, they can develop policies and solutions to provide appropriate products and services to their customers. The most important thing is that they will plan and implement special offers to increase customer loyalty.

In summary, banks often have to make decisions related to their credit-granting process. The success of a decision depends significantly on the information they have collected. Despite having the same source of information, banks may make different decisions. They always hope their decisions are correct, but they are not always as good as they expected. Moreover, risks can accompany making credit-granting decisions. Maybe, a decision is evaluated well, but its outcome is terrible. In contrast, a decision that is considered a bad one can bring good results. As a result, the problem is making the right decision and controlling the unexpected risks associated with that decision. Therefore, banks need to enhance their ability to analyze and process information, the approach and assessment of problems, ability to judge, environmental forecasting, prediction of investment trends, and acumen accompanying delicacy for operating effectively.

References:

1. Pham Canh Huy. Lecture on Econometrics. Hanoi: Bach Khoa Publishing House, 2010.
2. Lecture on Decision Trees. Faculty of Business Administration, Ho Chi Minh City Open University.
3. Bui Tuong Tri. Textbook: Quantitative analysis in management. Ho Chi Minh City: Statistical Publishing House, 2007.
4. Business activity report of Vietnam commercial banks from 2016 to 2017.
5. Anderson Sweeney Williams, Study guide for Quantitative methods for business, Thomson South-Western 2001
6. Anderson Sweeney Williams, An introduction to Management Science, Quantitative Approaches to Decision Making, Thomson South-Western 2003

*Акберова Л.А.
студент 2 курса магистратуры
группы ЗМ-ЭУК19-3
Финансовый университет при Правительстве РФ
Лялькова Е.Е.
Заместитель заведующего кафедрой*

ВЛИЯНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (KPI) НА РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ

Аннотация. Публикация представляет собой исследование влияния ключевых показателей эффективности (KPI) на развитие компании. Каждый день компании обрабатывают большой объем новых данных, которые оказывают влияние на конкурентоспособность бизнеса. Однако, компании не понимают, как воедино структурировать получаемую информацию из разных источников и использовать ее так, чтобы осуществлять более качественное развитие бизнеса. Благодаря KPI возможно сделать систему управления бизнесом более совершенной. Ключевые показатели эффективности используются для измерения результативности работы сотрудников и предприятия в целом. Руководители компаний определяют ключевые показатели эффективности, которые наилучшим образом соответствуют потребностям их бизнеса. KPI тесно связано с бизнес-процессами, сбалансированной системой показателей (BSC), критическими факторами успеха (CSF), бизнес-аналитикой (BI) и управлением бизнес-показателями (BIM).

Ключевые слова: KPI, ключевые показатели эффективности, бизнес, компания, система, BIM.

*Akberova L.A.
2nd year graduate student
group ZM-EUK19-3
Supervisor: Lyalkova E.E., Candidate of Economic Sciences
associate professor
Deputy Head of the Department
“Modern technologies of collection and processing of reports »(MSB)*

IMPACT OF KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI) ON THE COMPANY'S DEVELOPMENT

Summary: The publication is a study of the impact of key performance indicators (KPIs) on the development of the company. Every day, companies process a large amount of new data that has an impact on the competitiveness of the business. However, companies do not understand how to structure the

information received from different sources together and use it in such a way as to carry out better business development. Thanks to KPI, it is possible to make the business management system more perfect. Key performance indicators are used to measure the performance of employees and the company as a whole. Business leaders identify key performance indicators that best meet the needs of their business. KPI is closely related to business processes, Balanced Scorecard (BSC), Critical Success Factors (CSF), Business Intelligence (BI) and Business Indicators Management (BIM).

Keywords: KPI, key performance indicators, business, company, system, BIM.

Историю происхождения KPI (Key Performance Indicators) связывают с появившейся в 60–70-е годы XX века методикой Management by Objectives (Управление по целям, МВО) [1].

В настоящее время многие предприятия создали относительно совершенную систему оценки ключевых показателей эффективности (KPI), но их режим управления был ограничен ручным управлением. Из-за усиления жесткой рыночной конкуренции и масштабов предприятий методы ручного расчета и управления оказались неспособными справиться с большим количеством статистических данных и быстрыми изменениями рынка.

Система оценки эффективности KPI основана на управлении бизнес-процессами, чтобы быстрее реагировать на стремительно меняющийся рыночный спрос.

KPI делает систему управления бизнесом более совершенной. Однако этот вид системы управления и другие системы управления имеют независимость существования, они не могут эффективно обмениваться данными, и что более серьезно, им не хватает достаточной информации для изменений рынка и бизнес-процессов. Это значит, что они не могут сплоченно корректировать в реальном времени ключевые показатели эффективности [2].

С точки зрения вышеуказанных проблем, предприятиям требуется сочетание оригинальной независимой системы оценки ключевых показателей, информатизации и анализа бизнес-процессов для разработки и внедрения масштабной системы оценки эффективности KPI.

KPI является ключевым движущим фактором, реализующим стратегические цели предприятий, показателем оценки основных событий и выступает количественной формой выражения бизнеса. Ключевые показатели эффективности используются для измерения результативности работы сотрудников и предприятия в целом [3].

Две главные особенности KPI:

1) KPI делает акцент на показателях эффективности, которые должны быть настроены в соответствии со стратегией развития организации;

2) KPI касается проблем, в решении которых организация больше всего нуждается за срочный конкретный период [4].

Современное отображение KPI благодаря программному обеспечению воплощается в двух форматах:

- 1) использование визуальных отчетных форм;
- 2) представление схем потоков данных при помощи различных диаграмм.

Благодаря этим шаблонам топ-менеджеры и руководство могут не только оценивать эффективность работы персонала, но и своевременно корректировать индекс KPI, рассчитанный на новый уровень результатов. Это делает индекс более продуктивным для выполнения трудовых задач.

Преимущества использования KPI в бизнесе:

- 1) Визуализация служебной аттестации работы персонала;
- 2) Увеличение контрастности оценки результатов;
- 3) Оптимизация системы оценки эффективности.

Благодаря KPI строится замкнутый цикл сочетания системы оценок ключевых показателей и адаптивной системы управления эксплуатацией предприятия, улучшая исполнительный аспект предприятий, чтобы способствовать реализации стратегии компании.

Каждый день компании обрабатывают большой объем новых данных, которые оказывают влияние на конкурентоспособность бизнеса.

Для успеха бизнеса важнее всего не только объем данных, но и то, что компании делают с этими данными. Мы можем анализировать данные для принятия решений относительно лучших стратегических направлений бизнеса [5]. Ключевые показатели эффективности, несколько примеров которых представлено на рисунке 1, обычно используются для измерения эффективности процесса управления, чтобы рекомендовать соответствующие будущие направления путем установления успешности проектов.

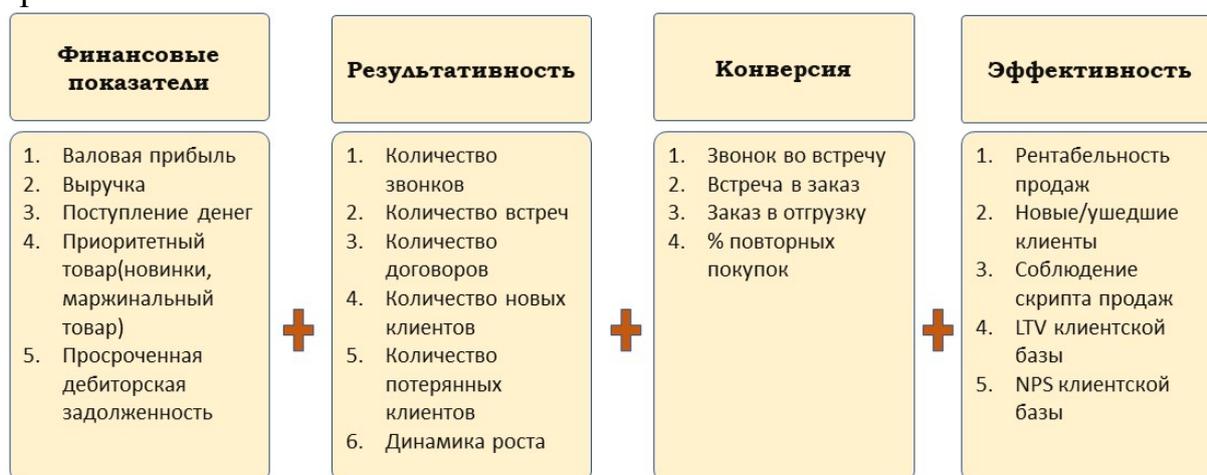


Рисунок 1 – Примеры ключевых показателей эффективности

Руководители определяют ключевые показатели эффективности, которые наилучшим образом соответствуют потребностям их бизнеса, и используют их в трех случаях:

1) чтобы проверить текущее состояние компании и создать новый план действий на случай, если показатели указывают на плохой сценарий в будущем;

2) предоставлять информацию, облегчающую понимание прогресса бизнеса;

3) сообщать сотрудникам, находящимся на разных уровнях иерархии сотрудников, о развитии компании [6].

Важность ключевых показателей эффективности уже была обоснована в литературе, особенно когда мы говорим о бизнес-аналитике, однако многие компании все еще используют электронные таблицы для проведения анализа своих показателей. Понятно, что это не эффективный подход к оценке.

В настоящее время существуют две широко приемлемые и применимые теории управления эффективностью: сбалансированная система показателей BSC и ключевые показатели эффективности KPI.

Сбалансированная система показателей (BSC), является относительно зрелой, однако из-за различных последствий в системе управления, инфраструктуре управления и культуре предприятий существует слишком много проблем управления эффективностью.

BSC ориентирована на стратегию предприятия, ищет критические факторы успеха (CSF) для достижения стратегического успеха и создания системы KPI, которая тесно связана с CSF. Основная идея BSC связана с эффективностью организации с четырех сторон: финансовые и клиентские бизнес-процессы, обучение и рост. При этом все вместе они должны поддерживать умеренный баланс.

Фактически BSC отражает равновесие, достигнутое между краткосрочными и долгосрочными целями с помощью финансовых и нефинансовых мер, с помощью показателей задержки, тенденций, а также внутренней и внешней производительности [7].

KPI же используется для измерения эффективности работы организации или персонала, и это важная часть планирования эффективности, которая исходит из декомпозиции общей стратегической цели организации и является метрикой для контрольной части эффективности.

Получение KPI должно быть основано на консенсусе между начальниками и их подчиненными. KPI является настолько эффективным инструментом измерения, что он может разложить стратегические цели предприятия на выполнимые долгосрочные целевые и количественные показатели. Система KPI является отформатированной сразу для 3-х слоев: предприятия, отдела и должности.

Одним словом, KPI - это поддержание ежедневных операций, в то время как BSC - это обеспечение достижения годовых целевых показателей. Поэтому сочетание KPI и BSC должно быть взаимодополняющим и взаимно продвигаемым.

Чаще всего KPI представлены в матричной форме, которая используется для декомпозиции ключевых показателей эффективности для каждого организационного уровня посредством различных весовых показателей.

Наличие системы управления бизнес-данными является фундаментальной частью конкурентоспособности.

С этой целью некоторые компании внедряют интегрированную систему управления KPI под названием BIM (Business Indicators Management), новое веб-приложение, целью которого является устранение визуальных и управленческих пробелов, существующих в компаниях, а также консолидация децентрализованной информации. Эта разработка позволяет оценивать результативность показателей при помощи различных вещественных и виртуальных индикаторов с высокой мобильностью, удобством использования и ремонтпригодностью.

Следовательно, BIM может быть развернут в любой компании с любой существующей системой хранения данных с помощью интеграции веб-сервисов для крупных и средних отраслей промышленности или в качестве автономной модели для управления данными и отображения информации для малых и микро-предприятий [8].

Использование BIM-системы приносит несколько преимуществ для бизнеса:

- 1) Доступность и прозрачность данных;
- 2) Гибкость в анализе данных;
- 3) Существенное сокращение времени, необходимого в процессе принятия решений;
- 4) Значительное сокращение личного участия в управлении ключевыми показателями эффективности;
- 5) Улучшение внутренней коммуникации.

Благодаря BIM компании могут повысить свою производительность, потому что теперь руководители могут получать и анализировать в режиме реального времени информацию о ситуации в своем бизнесе. Сегодня лишь малое количество компаний используют такой тип представления ключевых показателей эффективности управления.

Модель управления KPI, согласованная с управлением базами данных и бизнес-аналитикой, является инвестиционной точкой, на которую крупные компании, такие как IBM, тратят время и деньги, чтобы предложить наилучшую стратегию, поддерживающую процессы компаний.

Трудно проверять успех комплексных действий, когда информация децентрализована и разрознена.

В области бизнес-аналитики (BI) разработчики новых систем KPI сосредотачиваются на мониторинге эффективности бизнеса, выявлении критической информации для принятия решений и визуализации этой информации. В то же время стратегические карты и карта сбалансированных показателей (BSC) были приняты многими предприятиями для мониторинга их эффективности. Модель BI позволяет аналитикам формализовать бизнес-цели, ключевые показатели эффективности и их взаимосвязи.

Правда, существуют две основные проблемы, связанные с применением существующих методологий при разработке программного обеспечения:

1) Методологии не охватывают весь жизненный цикл разработки программного обеспечения, необходимого для реализации решений. Вместо этого они направлены на решение конкретных проблем, таких как согласование с помощью ключевых показателей эффективности анализа бизнес-стратегии или создания самого хранилища данных.

2) Методы BI редко содержат рекомендации по их применению в конкретных областях.

Эти проблемы влекут за собой наличие пробелов в разработанных решениях из-за отсутствия соответствующих концепций из области знаний.

Поэтому, к сожалению, ключевые показатели эффективности организации не содержат подробных сведений о следующем шаге в бизнесе, что очень важно компаниям.

Но решение для оптимизации инструментов KPI в виде BIM позволяет свести разрозненные данные о показателях результативности и устранить большинство описанных существующих проблем.

Эффективность такой новой системы управления KPI можно обосновать на примере медиахолдинга «Жара», составной части компании Socus Group. Целевая компания - крупный бизнес. [9]

Компания использует базу данных Oracle для управления большим объемом данных. Однако каждый сектор предприятия (и каждый вид продукции) использует отдельную систему управления для управления своими собственными данными. Самым крупным компонентом этого бизнеса является коммерческая система, используемая для обработки информации и запросов клиентов, обновлений, счетов, внешнего контроля доступа и географическая информация. Эта услуга получает примерно множество тысяч записей ежедневно.

Обычно компания тратит значительное количество времени на выполнение SQL-запросов для получения информации о ключевых показателях эффективности.

Это связано с тем, что для получения более точной информации (например, удовлетворенности клиентов и индекса качества) с системой Oracle необходимо сопоставить множество данных. Другая информация может быть получена непосредственно из коммерческой системы, например, об увеличении уровня продаж. Из-за количества разнородных частей

программного обеспечения несколько сведений о показателях компании децентрализованы.

Но каждые две недели компания проводит совещание для обсуждения показателей КРІ. Руководители анализируют КРІ, проверяют ход выполнения предыдущих планов действий и создают новые в случае обнаружения несоответствий в данных. Для этой цели IT-отдел и отдел развития бизнеса генерируют отчеты Excel и распространяют их правлению для перестройки своих заседаний.

Эта необходимость запрашивать отчеты порождает дополнительную работу для сотрудников и создает зависимость правления от другого отдела. Так компания теряет драгоценное время и другие аспекты.

Используя ВІМ эти сложности можно решить.

За счет удобства развертывания и переносимости системы сотрудники могут получить доступ к ВІМ с любого устройства через Интернет. База данных SQL ВІМ содержит все конфигурации системы и информацию, такую как данные КРІ (цели, планы действий, ответственные), контроль доступа, бизнес-единицы и аудиторская информация.

Для показательности на рисунке 2 представлена модель отображения ключевых показателей при помощи ВІМ [10].



Рисунок 2 – Модель представления КРІ-показателей при помощи ВІМ

Каждая из 12 ячеек обозначает уникальный КРІ со своим собственным цветом. Каждый цвет представляет собой определенную бизнес –цель.

В таком виде теперь доступна общая картина состояния компании в настоящий момент. Можно видеть, какова последняя информация (по месяцам/годам), какова была цель КРІ (чего компания ожидала достичь) и был ли КРІ реализован или нет. Кроме того, стрелки указывают на сравнение с предыдущим измерением: стрелка вверх означает, что индикатор был лучше, чем в прошлый раз (улучшение), а стрелка вниз означает, что этот период был худшим (ухудшение).

Также у стрелок есть разные цвета:

- красный означает, что этот индикатор достиг менее 80% цели;
- желтый означает, что этот индикатор достиг цели в диапазоне 80%-100%;
- зеленый означает, что этот индикатор достиг цели более чем 100%.

Теперь каждый раз, когда кто-то открывает панель мониторинга, он может сразу же получить полное представление о фактическом статусе компании и первоначальный анализ данных.

Самыми сильными сторонами использования ВІМ-системы являются:

- способность генерировать графики и численные данные в реальном времени, соблюдая историческую информацию непосредственно из базы данных.

- сокращение времени подготовки сотрудников к встречам
- удобство обсуждения сотрудниками развития бизнеса во время совещаний при ознакомлении данных из общей системы ВІМ.

- автоматическое обновление данных при внесении изменений;
- доступ к информации в режиме реального времени, что повышает прозрачность процесса и доступность информации.

- повышение уровня внутренней удовлетворенности персонала, поскольку теперь данные могут быть доступны и проанализированы в любое время из любого места, что подтверждает удобство использования.

- удобство использования

Управление эффективностью является одной из основных идей и методов управления человеческими ресурсами. Это непрерывный циклический процесс составления планов работы, информирования о результатах работы, оценки эффективности, применения результатов оценки эффективности и улучшения целевых показателей для достижения руководителями и персоналом стратегических целей предприятия.

С точки зрения оценки HR-кампании можно привести для примера следующую модель KPI, представленную на рисунке 3.



Рисунок № – Модель KPI для оценки HR-кампании

Цель управления эффективностью должна быть связана со стратегией и целями организации. Благодаря постоянному повышению эффективности работы отдельных лиц, департаментов и организаций, улучшится управление предприятием и операционная эффективность. Организации должны понимать, что управление эффективностью - это система, а не просто набор целей для оценки эффективности. [11]

Чтобы добиться успеха, компании должны иметь возможность получать и анализировать в режиме реального времени текущую ситуацию своего бизнеса. Как правило, каждый отдел компании использует свою собственную систему управления данными для выполнения необходимых задач. Следовательно, информация об эффективности бизнеса распространяется через различные программы.

Крайне важно внедрять систему для консолидации всей информации о компании. Существует необходимость в мощных, но простых инструментах управления для представления информации комплексным образом.

Использованные источники:

1. Саймон А., Программирование ключевых показателей эффективности (kpis) и ключевых операционных показателей (kois) // Enterprise Business Intelligence and Data Warehousing. Морган Кауфманн, 2015, стр. 65–72.
2. Crocus Group [Электронный ресурс]. - URL: <https://crocusgroup.ru/> (дата обращения: 17.06.2021)
3. Плишке Э., Как вычислить индикаторы чувствительности на основе дисперсии с помощью программного обеспечения для электронных таблиц // Экологическое моделирование и программное обеспечение. 2012. Т. 35. С. 188–191,
4. Ли Г. Процесс исследования методики оценки деятельности предприятия. Управление бизнесом Хэбэйского университета.

5. KPI: залог эффективности [Электронный ресурс]. - URL: <https://njt.ru/upload/iblock/887/menejment.pdf> (дата обращения: 17.06.2021)
6. Линчжэнь Л. Система архитектуры предприятия, основанная на разработке и внедрении системы оценки эффективности KPI. Сиань: Сианьский университет электроники и науки.
7. Андраде П. Р. М., Фрота О. Ф., Сильва Филхо Дж. Ф., Мораис М. А. Н. Использование мобильного приложения для повышения эффективности управления заказами услуг и командными процессами // ACM International Conference Proceeding Series. Дублин: ACM, 2015.
8. Каплан Р., Нортон Д., Ругельсоен Б., Управление альянсами с помощью системы сбалансированных показателей, Harvard Business Review, 2010. № 88, Т. 1, стр. 114-120,
9. Ляо С.Л., К.Г. Линь, Декомпозиция и анализ ключевых показателей эффективности // Исследование аграрных финансов. Китай, 2008., Т. 18. С. 16–20.
10. Адриано В., Роберто Б., Джанни К., Лучио Т., Паскуале Г., Альберто М. Многомерная оценка эффективности: экспериментальное применение сбалансированной системы показателей в университетской больнице Феррары // Экономическая эффективность и распределение ресурсов. Соединенное Королевство, 2009.Т. 7, С.1–8.
11. Хуэй З. Оценка эффективности KPI и исследование приложений. Промышленный и коммерческий менеджмент // Наньцзи .: Нанкинский финансово-экономический университет.

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

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ЗАКОНОМЕРНОСТЬ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: В данной статье рассматриваются актуальные проблемы нового этапа развития мировой экономики – глобализации, а также вопросы, связанные с понятием глобализации и этапами ее развития. Раскрывается сущность глобализации экономики, перечислены общие для нее черты, которые она включает в себя.

Ключевые слова: глобализация, мировая экономика, международные отношения, транснационализация, транснациональные корпорации.

*Gromak L.N.
Candidate for Master's Degree
Voronezh State University
Russia, Voronezh*

GLOBALIZATION OF THE ECONOMY AS A REGULARITY OF WORLD DEVELOPMENT

Annotation: This article examines topical problems of a new stage in the development of the world economy - globalization, as well as issues related to the concept of globalization and the stages of its development. The essence of the globalization of the economy is revealed, the features common to it are listed, which it includes.

Key words: globalization, world economy, international relations, transnationalization, transnational corporations.

На рубеже XX и XXI веков в мировой экономической жизни возникло и развивается новое явление, получившее название глобализации и отражающее новую ступень интернационализации мирового хозяйства. Под глобализацией понимается увеличение масштабов мировой торговли и других процессов международного обмена – это валютные потоки, движение капитала, обмен технологиями, информацией и идеями, перемещение людей. Также суть глобализации проявляется в формировании мирового рынка капиталов, товаров и рабочей силы, в интернационализации проблем техногенного воздействия на внешнюю среду, борьбы с терроризмом и обеспечения безопасности. В целом глобализацию мировой экономики можно охарактеризовать как усиление взаимозависимости национальных

экономик, взаимовлияния и взаимопереплетения различных сфер и процессов в мировом хозяйстве.

Если под глобализацией в широком смысле понимать процесс экономического сближения наций, интеграции, формирования единого мирового экономического правового и культурно-информационного пространства, то можно утверждать, что глобализация происходила на протяжении всей истории человечества, хотя это и непостоянный устойчивый процесс. В течение всего этого времени развивалась международное разделение труда, внешняя торговля, постепенно формировалась международная кооперация производства, происходило усиление взаимозависимости национальных экономик.

Феномен глобализации выходит за чисто экономические рамки и оказывает заметное влияние на все основные сферы общественной деятельности — политику, идеологию, культуру. Он, несомненно, будет играть определяющую роль в мировой экономике XXI в., придавая мощный импульс формированию новой системы международных экономических и политических отношений.

Во-первых, Глобализация вызвана объективными факторами мирового развития, углублением международного разделения труда, научно-техническим прогрессом в области транспорта и средств связи, сокращающим так называемое экономическое расстояние между странами. Позволяя получать необходимую информацию из любой точки планеты в реальном режиме времени и быстро принимать решения, современные системы телекоммуникаций беспрецедентно облегчают организацию международного инвестирования капиталов, кооперирования производства и маркетинга. В условиях информационного интегрирования мира намного ускоряется передача технологий и заимствование иностранного опыта хозяйствования. Складываются предпосылки для глобализации таких процессов, которые до сих пор оставались локальными по самой своей природе, например, получение высшего образования вдали от лучших учебных центров мира.

Во-вторых, еще одним источником глобализации выступает либерализация торговли и другие формы экономической либерализации, вызвавшие ограничение политики протекционизма и сделавшие мировую торговлю более свободной. В результате были существенно снижены тарифы, устранены многие иные барьеры в торговле товарами и услугами. Другие либерализационные меры привели к усилению движения капитала и остальных факторов производства.

Третьим источником интернационализационного процесса и одним из основных источников глобализации стал феномен транснационализации, в рамках которой определенная доля производства, потребления, экспорта, импорта и дохода страны зависит от решений международных центров за пределами данного государства. В качестве ведущих сил здесь выступают транснациональные корпорации (ТНК), которые сами являются

одновременно и результатом, и главными действующими лицами интернационализации.

Процесс глобализации экономики ускорился в последние десятилетия, когда различные рынки, в частности, капитала, технологии и товаров, а в известной степени и труда, становились все более взаимосвязанными и интегрированными в многослойную сеть ТНК. Хотя определенное количество ТНК оперирует в традиционном торговом секторе, в целом международные фирмы выступают за промышленную реструктуризацию многих развивающихся стран путем создания новых отраслей и модернизации традиционных.

Как правило, транснациональные корпорации переносят производство из стран с более высокой оплатой труда (развитых) в страны с более низкой оплатой труда (развивающиеся). Это приводит к тому, что развитые страны стали постиндустриальным обществом, а развивающиеся страны индустриализуются. При этом международное производство осуществляется как на принадлежащих транснациональным корпорациям предприятиях в зарубежных странах, так и на основе договоров с независимыми местными производителями.

Глобализация сказывается на политике и экономике всех стран. Она затрагивает производство товаров и услуг, использование рабочей силы, инвестиции, технологии и их распространение из одних стран в другие. Все это в конечном итоге отражается на эффективности производства, производительности труда и конкурентоспособности. Именно глобализация вызвала обострение международной конкуренции.

Таким образом, глобализация экономики — сложный процесс. Она облегчает хозяйственное взаимодействие между государствами, создаёт условия для доступа стран к передовым достижениям человечества, обеспечивает экономию ресурсов, стимулирует мировой прогресс. Для адаптации к новым условиям странам необходимо адекватно реагировать на глобализационные процессы и воспользоваться шансами, которые предоставляет интернационализация мировой экономики.

Сделать плоды глобализации доступными максимальному числу стран — одна из задач, стоящих перед мировым сообществом.

Использованные источники:

1. Глебов Г.И. Современные международные отношения/ Г.И. Глебов, О.В. Милаева. – Учебник-онлайн. – С.3. [Электронный ресурс]. – URL: <https://uchebnik-online.com/131/1437.html> (дата обращения: 17.06.2021)
2. Миклашевская Н.А., Холопов А.В. Международная экономика/под ред. А. В. Сидоровича. – М.: Дело и сервис, 2020. – С.12.
3. Загладин Н. В. Глобальное информационное общество и России/Н.В. Загладин// Мировая экономика и международные отношения. – 2019. №7. – С. 34-41.
4. Комарова Т.В. Роль транснациональных корпораций в процессе глобализации/ Т.В. Комарова//Вестник РУДН, серия Экономика. – 2020.

- №1(6). – С. 66-72. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-transnatsionalnyh-korporatsiy-v-protssesse-globalizatsii/viewer> (дата обращения: 17.06.2021)
5. Кучуров Р.А. Экономическая глобализация: процессы, противоречия/Р.А. Кучуров, А.В. Савка// Вестник ФА. – 2016. №3. – С. 46-58. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-globalizatsiya-protssessy-protivorechiya/viewer> (дата обращения: 17.06.2021)
6. Мерзляков В.Ф. Влияние глобализации на развитие предприятий/ В.Ф. Мерзляков//Вестник. – 2015. №5(2). – С. 161-163. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-globalizatsii-na-razvitie-predpriyatiy> (дата обращения: 17.06.2021)
7. Панасенко Т.В. Глобализация экономики/Т.В. Панасенко//Вестник. – 2012. №1. – С. 23-30. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalizatsiya-ekonomiki-kak-zakonomernost-mirovogo-razvitiya> (дата обращения: 17.06.2021)

*Давлетгареев Н.Р., кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры «Экономика»
Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники
Россия, г.Томск
Горулько С.С.
студент 1 курса
Чернова Е.А.
студент 1 курса
факультет «Экономика»
Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники
Россия, г.Томск*

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация: В статье рассматриваются понятия глобализации и цифровизации, негативные аспекты влияния глобализации, положительные последствия данного явления на экономику. Возможные пути преодоления проблем, Предпосылки возникновения цифровизации, а также ее влияние на российскую экономику.

Ключевые слова: глобализация, цифровизация, экономика, транснациональные корпорации, государство.

*Davletgareev N.R., PhD, assistant professor
associate professor at the department of Economics
Tomsk state university of control systems and radioelectronics
Russia, Tomsk
Gorulko S.S.
1st year student
Chernova E.A.
1st year student
faculty of Economics
Tomsk state university of control systems and radioelectronics
Russia, Tomsk*

ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION AND DIGITALIZATION

Annotation: The article examines the concepts of globalization and digitalization, the negative aspects of the impact of globalization, the positive consequences of this phenomenon on the economy. Possible ways to overcome the

problems, Prerequisites for the emergence of digitalization, as well as its impact on the Russian economy.

Key words: globalization, digitalization, economy, transnational corporations, state.

В современном мире ни одно государство не выживет в условиях замкнутой системы. Оно зависит от притока иностранных инвестиций, внешней торговли, движения капиталов и т.д. И в этих процессах ему содействует глобализация. Отношение к глобализации можно считать неравнозначным, так как единой точки зрения по отношению к данному процессу не существует. Представители неомарксистов и неолибералов по-разному трактуют определение понятия. Данный термин подразумевает современный этап интернационализации международных отношений, экономических, политических и социокультурных процессов, отличающийся особой интенсивностью [1].

Значительная часть экономистов полагает, что глобализация является объективно правильным направлением развития, поскольку приводит к повышению благосостояния широких слоев населения. Главной идеей в данных размышлениях является то, что процесс глобализации позволяет обеспечивать наиболее выгодное в планетарном масштабе сочетание ресурсов различных стран, а также рост объемов производства предприятий, являющихся частью транснациональных корпораций [2]. Данные факторы свидетельствуют о снижении цен на мировом рынке, так как издержки производства в свою очередь снижаются. Это снижение цен и приводит к повышению уровня благосостояния населения. Но ведь не вся выгода от снижения издержек предоставляется потребителям определенной продукции в виде снижения цен.

Глобализация порождает в обществе множество проблем. Широко известно, что на уровень благосостояния оказывают влияние не только цены, но еще и уровень общественных расходов. В ситуации, когда транснациональные корпорации перемещают свои предприятия из одной страны в другую, в поисках наиболее благоприятного сочетания ресурсов, значительная часть населения становится безработной. Но, помимо этого, лишаются работы и те, кто оказывал услуги данной части населения.

Еще одной проблемой выступает явление асимметричности процессов глобализации. Разные страны в системе глобального мира неравнозначно подготовлены. Страны с развитой экономикой имеют целью ослабить суверенитет отсталых стран для дальнейшего расширения своей экспансии на рынки таких государств. Соответственно, происходит своего рода естественный отбор, в результате которого выживают наиболее приспособленные государства, обеспечившие свою экономическую и военно-стратегическую безопасность [3].

Помимо вышеприведенного следует учесть, что глобализация экономики таит в себе риск ликвидации национальных особенностей в

культурной сфере, снижение национального производства, а также неравномерное распределение богатств, эксплуатация со стороны развитых стран дешевой рабочей силы отсталых стран и т.д.

Но, безусловно, помимо негативного воздействия, необходимо выделить положительные аспекты влияния глобализации.

Происходит ускоренное развитие экономики, так как государства взаимодействуют между собой, создаются транснациональные компании, предоставляющие рабочие места жителям данной страны, а также расширяется ассортимент товаров, доступных потребителям.

Помимо вышеперечисленного наблюдается свободное, неограниченное перемещение капитала, товаров и денег из страны в страну. Наибольший прогресс был достигнут в области финансов: глобальная финансовая система уже сформировалась и оказала гигантское влияние на всю экономическую жизнь мира [4].

В соответствии с ежегодно повышающимися требованиями между транснациональными компаниями возникает конкуренция, которая приводит к снижению цен, а также к формированию системы международного разделения труда, которая отражается в устойчивом производстве товаров и услуг отдельных стран.

Как и любое явление экономическая глобализация имеет ряд особенностей:

1. Цифровизация современной экономики, позволяющая сократить транзакционные издержки и время для их проведения.
2. Переход плановых экономик стран Восточной Европы к модели рыночной экономики.
3. Создание новых условий для свободного перемещения товаров и различных ресурсов.

Исходя из рассмотренного выше, следует отметить, что процесс глобализации привнес в мировую экономику немало изменений, положительно сказавшихся, как на состоянии экономики отдельных стран, так и мира в целом. И, конечно же, странам необходимо научиться жить в условиях стершихся границ. Для этого целесообразно разработать экономически верную модель поведения. Иначе, есть риск возникновения и последующего роста безработицы, а как итог – нищеты. Влияние глобализации на нашу жизнь необходимо регулировать и балансировать, чтобы в будущем избежать ситуаций, которые могут подорвать экономическую стабильность в какой-либо из стран.

Цифровизация зародилась еще в последнее 5-летие XX века, когда в 1995г. американский информатик Николас Негропonte рассказал о понятии «цифровая экономика». Определение «цифровизация» трактуют по-разному.

Цифровизация – процесс перехода предприятия или целой экономической отрасли на новые модели бизнес-процессов, менеджмента и способов производства, основанных на информационных технологиях [5].

Цифровизация имеет свои направления, которые представлены на рисунке 1.1:

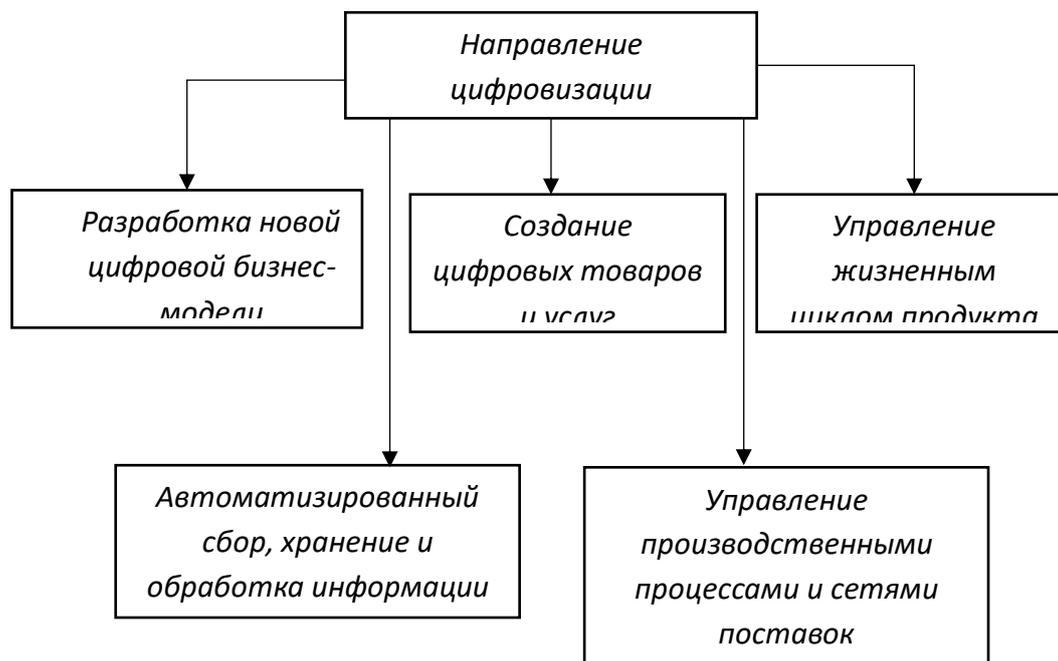


Рисунок 1 – Направление цифровизации

Предпосылками отраслевой цифровизации обычно относят: огромный поток информации, как важнейшего отраслевого ресурса, а также потребность в инновационных решениях, которые могут быть найдены на базе цифровой трансформации и тем самым может повлечь к оптимизации бизнес – процессов в отрасли, сокращению затрат и рождению новых источников отраслевых доходов.

К главной предпосылке цифровизации в повседневной жизни граждан обычно относят использование ноутбуков, стационарных компьютеров и информационно – телекоммуникационной сети интернет. Если сравнивать уровень использования их в России и в Европе, то ниже окажется Российская Федерация.

На уровне отдельных компаний и производства общие преимущества могут выразить:

- исключения посредников. Цифровизация разрешает производителям самим устраивать продажу товаров и услуг на своем сайте и находить своих будущих клиентов. Перед потребителями открывается возможность самостоятельного выбора товаров и услуг на серверах отелей, авиакомпаний, электронных магазинов и т.д.;

- ускорение бизнес – процессов, в том числе из-за того, что время не тратится на деловые переговоры;

- повышается эффективность понимания своих потребителей и повышении качества товаров и услуг;

- уменьшение времени реакции на рыночные изменения, сокращение сроков разработки продукции и услуг и вывода их на рынок.

Отставание России по темпам цифровизации может привести к тому, что она будет вдали от научно – технического прогресса. Это может привести к следующим угрозам:

- ее роль будет догоняющей в экономике;
- государственная безопасность в России будет под большим вопросом;
- утеря перспектив инновационного развития [6].

Использованные источники:

1. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://bigenc.ru/sociology/text/2364517#:~:text=ГЛОБАЛИЗАЦИЯ%20\(от%20лат.%20globus%20–](https://bigenc.ru/sociology/text/2364517#:~:text=ГЛОБАЛИЗАЦИЯ%20(от%20лат.%20globus%20–)

,рынка%20%20активное%20развитие%20межгосударств.%20финанс (дата обращения 06.06.2021г.)

2. Влияние глобализации на экономическое развитие [Электронный ресурс] – Режим

доступа:

[3. В чем выражается асимметричность процессов глобализации \[Электронный ресурс\] – Режим доступа: <https://beshenyeprodaji.ru/usefull/v-chem-vyrazhaetsja-asimmetrichnost-processov/> \(дата обращения: 07.06.2021 г.\)](https://docviewer.yandex.ru/view/0/?page=5&*=80hWXeIqbupZ2A3KsXwApTCy4wd7InVybcI6Imh0dHBzOi8vZWxhci51cmZ1LnJ1L2JpdHN0cmVhbS8xMDk5NS81MjE4NC8xLzk3OC01LTgyOTUtMDUyNS03XzIwMTcucGRmIiwidGl0bGUiOiI5NzgtNS04Mjk1LTA1MjUtN18yMDE3LnBkZiIsIm5vaWZyYW1lIjp0cnVILCJ1aWQiOiIwIiwidHMiojE2MjI5ODE2NzcxMjgsInl1IjoioTMwNjQwNjM5MTYwODc4MDczNSIsInNlcnBQYXJhbXMiOiI0bT0xNjIyOTgxMTkzJnRsZD1ydSZsYW5nPXJ1Jm5hbWU9OTc4LTU0ODI5NS0wNTI1LTdfMjAxNy5wZGYmdGV4dD0IRDEI0DAIRDAIQjAIRDAIQjclRDAIQjIIRDAIQjglRDEI0DIIRDAIQjglRDAIQjUrJUQxJThEJUQwJUIBJUQwJUIJFUQwJUJEJUQwJUIJFUQwJUIJFUQwJUI4JUQwJUIBJUQwJUI4KyVEMCVCMisIRDEI0DMIRDEI0DEIRDAIQkIIRDAIQkUIRDAIQjIIRDAIQjglRDEI0EYIRDEI0DUrJUQwJUIzJUQwJUJCJUQwJUIJFUQwJUIxJUQwJUIwJUQwJUJCJUQwJUI4JUQwJUI3JUQwJUIwJUQxJTg2JUQwJUI4JUQwJUI4JnVybd1odHRwcyUzQS8vZWxhci51cmZ1LnJ1L2JpdHN0cmVhbS8xMDk5NS81MjE4NC8xLzk3OC01LTgyOTUtMDUyNS03XzIwMTcucGRmImxyPTY3Jm1pbWU9cGRmJmwxMG49cnUmc2lnbj01MmZmZDQ4OGFhMTg0MmUzZGFhYjZjMGVkNDBjYzg1MCZrZXlubz0wIn0%3D&lang=ru (дата обращения: 06.06.2021 г.)</p></div><div data-bbox=)

4. Преимущества и недостатк процесса глобализации мировой экономики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://natalibrilenova.ru/preimuschestva-i-nedostatki-protsesssa-globalizatsii-mirovoj-ekonomiki/> (дата обращения: 07.06.2021 г.)

5. Определение цифровизации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bit.samag.ru/uart/more/67> (дата обращения 12.06.2021г.)

6. 2 Что такое цифровизация и какие сферы жизни она задает [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://center2m.ru/digitalization-technologies> (дата обращения 13.06.2021 г.)

*Исмаилоглы Г.И.
студент 3 курса
факультет «Экономика»
Азербайджанский Государственный
Экономический Университет (UNEC)
Азербайджан, г.Баку*

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ВНИМАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ТОРГОВЫХ ЗАЛАХ

Аннотация: В статье рассматриваются результаты эксперимента, проведенного с целью выявления факторов, влияющих на формирование внимания покупателей в торговых залах. Респондентам сначала задавались вопросы, не имеющие прямого отношения к целям эксперимента, а затем демонстрировался плакат, который они видели при входе в торговый зал. Результаты эксперимента нам говорят о том, что покупатели зачастую не замечают всего из того, что видят. Именно поэтому розничным продавцам следует обращать больше внимания на эффективную демонстрацию ассортимента, а не на его расширение.

Ключевые слова: эксперимент; торговая марка; ассортимент; рекламный плакат; магазин.

*Ismayiloghlu H.I.
3rd year student
faculty "Economics"
Azerbaijan State Economics University (UNEC)
Azerbaijan, Baku*

FACTORS INFLUENCING THE FORMATION OF ATTENTION OF BUYERS IN THE SHOPPING ROOMS

Annotation: In this article are considered the results of an experiment held to identify factors affecting the formation of buyers' attention in shopping rooms. The respondents were first asked questions that were not directly related to the objectives of the experiment. Then they were shown the poster, which they had seen entering the shopping room. The results of the experiment say that buyers often do not notice everything they see. That is why retailers should pay more attention to efficiency of product demonstration rather than to its expansion.

Key words: experiment; trade label; assortment; advertising poster; shopping store.

Распространено мнение, что миссия магазина состоит в том, чтобы приобрести привлекательный ассортимент товаров и предложить его покупателям по приемлемым ценам. Это заблуждение.

Следующий эксперимент помогает прояснить данную мысль. Представьте, что рядом с входной дверью в помещение висит рекламный плакат. Каждый входящий должен посмотреть на него, в противном случае рискуя врезаться в дверной косяк. Оказавшись в помещении, участники эксперимента должны ответить на ряд вопросов о своих покупательских привычках в отношении шоколада. Затем им демонстрируется рекламный плакат и задается вопрос, знаком он им или нет. Как вы понимаете, это тот самый плакат, который висел рядом с входной дверью. Одни люди узнают его, другие – нет. Важный момент: плакат был создан лично экспериментатором, поэтому те, кому он показался знакомым, могли встретить его только в одном месте – перед входом в помещение. Таким образом, все участники эксперимента видели эту рекламу, но лишь немногие уделили ей достаточно внимания, чтобы впоследствии узнать.

Исследователь попытался найти причину, по которой одни люди заметили плакат, а другие – нет, т. е. почему из всех контактировавших с рекламой лишь некоторые пропустили ее в свое сознание. В таблице 1 можно увидеть, что некоторые из возможных причин стоит исключить из рассмотрения, поскольку они не позволяют объяснить вышеуказанный феномен. О том, что переменная сыграла роль «замочной скважины» или фильтра, можно говорить только в том случае, если ее значение сильно отличается между группами, не узнавшими плакат и узнавшими его. Например, те, кто любит прорекламированную торговую марку или продуктовую линейку, не были сколь-нибудь более внимательными. Не отличились повышенной восприимчивостью и те, кто часто покупает эту торговую марку.

Таблица 1. Переменные, объясняющие, почему мы видим или не видим определенные вещи.

Кол-во респондентов	Нет узнавания 70	Узнавание 49	р
Немедленное привлечение внимания	2,99	3,39	0,03
Немедленное ощущение попытки влияния	4,40	3,84	0,02
Необходимость подумать	2,40	2,22	0,13
Активный поиск информации	3,43	3,31	0,43
Заинтересованность в продуктовой линейке	5,27	5,07	0,43
Высокая частота покупок данной торговой марки	0,92	1,15	0,24
Автоматическое узнавание торговых марок в продуктовых линейках	4,63	4,80	0,24
Большая готовность к восприятию информации о продуктовых линейках	2,89	3,06	0,25
Осведомленность о продуктовой линейке	3,54	3,60	0,42
Позитивное отношение к торговой марке	5,20	5,04	0,29

Единственными переменными, существенно повлиявшими на то, была ли замечена реклама или нет, стало спонтанно возникшее у человека позитивное отношение вкупе с отсутствием ощущения того, что на него пытаются оказать воздействие. Обратите внимание, что оба эти чувства возникли еще до того, как мозг осознал наличие рекламного плаката. Пока эти фильтры не сказали либо «да», либо «нет», люди были не способны ничего «увидеть». Помните, что зрительное восприятие – многоступенчатый процесс.

Данный эксперимент с рекламным объявлением был приведен Й. Нордфальтом с целью доказать, что, прежде чем попасть в сознание, визуальная информация всегда проходит процесс предварительного отбора. Это утверждение справедливо и для товаров в магазине. Еще в одном эксперименте ни один из покупателей не заметил пастилок для горла на полке с соком или, по крайней мере, не обратил на них достаточно внимания, чтобы они оставили след в его памяти. Если люди действительно «видят» товары на полках, трудно объяснить, почему, как показывает

исследование за исследованием, специальная выкладка (с акцентом на 10-процентное снижение цены) может обеспечить рост продаж более чем на 500 %. Разве это не доказывает тот факт, что, пока продукт не выложен привлекающим внимание образом, большинство посетителей его попросту не замечают? И как объяснить тот факт, что покупатели воспринимают ассортимент как более разнообразный, если те же товары и в том же количестве развешаны на стойках, а не просто выложены на столах? Или результаты экспериментов, показывающие, что при соблюдении розничным продавцом определенных правил выкладки потребителям кажется, что товаров стало больше, тогда как в действительности их стало меньше на 50 %?

Розничным продавцам нужно понять, что люди не видят всего, на что смотрят. Если покупатели не воспринимают ассортимент как содержащий нужные им продукты, его расширение не всегда лучшее решение. Часто гораздо эффективнее сосредоточиться на более грамотной демонстрации уже имеющихся товаров. Магазин должен помочь покупателю увидеть.

Использованные источники:

1. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг: Практики и исследования: учеб. пособие. М.: Альпина Паблишер, 2015. – 490 с.

Ракшаева П.В.
студент 1 курса
Самарский Государственный
Экономический Университет
Россия, г. Самара
Карева Ю.Ю.
старший преподаватель
кафедра физического воспитания
СГЭУ
Россия, г. Самара

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СПОРТЕ И ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: В этой статье отражена важность спорта и экономики для общества, показана тесная связь двух этих сфер. Благодаря экономике, в нашей стране благополучно развивается спортивное направление жизни людей. Экономические законы играют огромную роль в современном большом спорте. Экономика меняет спорт. Эти изменения могут быть как положительными, так и отрицательными. Слишком долго спорт считался лишь хобби для общества, однако экономика внесла свои коррективы в эту сферу. Из за этого теперь для нас является нормальным то, что спорт стал профессиональной частью нашей жизни. Также экономика определяет успешность в спортивных достижениях страны. Спорт тоже влияет на экономику в равной мере. Закрытие некоторых спортивных организаций может вызвать целый ряд проблем связанных с экономикой. Конечно же, вложения в спорт, также положительно влияют на экономическую сферу, потому что спорт - одно из наиболее окупаемых вложений в современном обществе.

Ключевые слова: экономика, спорт, образование, спортивный рынок, Экономические факторы, спортивная индустрия, современное общество.

Rakshaeva P.V.
Ist year student
Samara State Economic University
Russia, Samara
Kareva Yu.Yu.
Senior Lecturer
Department of Physical Education
SSEU
Russia, Samara

ECONOMICS AND MANAGEMENT IN SPORTS AND EDUCATION

Annotation: This article reflects the importance of sports and the economy for society, and shows the close relationship between these two areas. Thanks to the economy, our country is successfully developing the sports direction of people's lives. Economic laws play a huge role in modern big-time sports. The economy is changing sports. These changes can be either positive or negative. For too long, sport was considered a hobby for society, but the economy has made its own adjustments in this area. Because of this, it is now normal for us that sport has become a professional part of our lives. The economy also determines the success of a country's sporting achievements. Sports also affect the economy in equal measure. The closure of some sports organizations can cause a number of problems related to the economy. Of course, investments in sports also have a positive impact on the economic sphere, because sport is one of the most profitable investments in modern society

Keywords: economy, sports, education, sports market, Economic factors, sports industry, modern society.

Введение.

С каждым годом физическая культура, образование и спорт в нашей жизни играют более значимую роль: Олимпийские Игры, Чемпионат мира по футболу, хоккею и многое другое. Все человечество следит за спортсменами, ходом игры. Тем самым все больше и больше людей начинают заниматься спортом, укреплять свое здоровье.

Физическая культура и спорт в целом затрагивают множество сфер жизни общества:

1. Политическая
2. Духовная
3. Социальная
4. Образовательная
5. Экономическая.

Рассмотрим ее подробнее.

Отрасли народного хозяйства не могут развиваться без экономики. В том числе и отрасль ,рассматриваемая нами. Физическая культура, спорт и образование в целом являются одними из сфер жизнедеятельности людей. В менеджменте и экономике физическую культуру, а так же спорт можно трактовать как деятельность, которая удовлетворяет жизненные потребности человека и служит как общественно полезная деятельность.

Менеджмент или управление производством — разработка и создание (организация), максимально эффективное использование (управление) и контроль социально-экономических систем.

Экономика — хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления.

В физической культуре и спорте взаимодействуют:

1. Люди, которые оказывают спортивные услуги.

2. Люди, которые получают спортивные услуги.

Экономические отношения. Их связь со спортом.

В общественной жизни, а так же в сфере спорта и физической культуры немаловажную роль играют экономические отношения, они охватывают материальное и нематериальное производство.

Одной из потребностей людей являются развлечения, отдых. Эту потребность в экономике и менеджменте мы можем рассмотреть с 3 сторон.

С одной стороны стадионы, спортивные площадки, спортзалы необходимы людям, так как таким образом многие активно проводят свое свободное время, отдыхают от работы, учебы. С другой стороны, в XXI веке большинство людей ведут малоподвижный образ, в вечной суете шумных городов не успевают правильно питаться

С третьей стороны, из-за большого количества в современном мире соревнований и игр, многие люди проводят свое свободное время на трибунах, болея за своих любимых спортсменов или же команд. На трибунах люди получают заряд эмоций, получают хорошее настроение. Посещая спортивные мероприятия, болельщики тратят деньги: билеты, атрибуты своей любимой команды, пища и многое другое, тем самым вкладывают деньги в экономику спорта.

Значение спорта для экономики.

Экономика спорта имеет еще много неизученных сторон. На данный момент мы можем выделить такие стороны как: финансирование, спортивный менеджмент, рынок труда в спорте. Спорт помимо оздоровления, физической активности, туризма – материальных благ, приносит и нематериальных – духовные блага – расширение кругозора людей, так как они участвуют в различных соревнованиях.

Так же спорт является одной из самых значимых отраслей мировой экономики. Спорт занимает весомые позиции в странах, которые экономически развиты. В ЕС спортивная отрасль сравнима по размерам с суммарным вкладом в ВВП сельского хозяйства, лесоводства и рыболовства. Чистый доход спортивных отраслей по национальному доходу ЕС можно оценить в 1.14. Следовательно можно сделать вывод, что с увеличением национального дохода происходит увеличение роли спорта в экономике.

Взаимосвязь экономики и спорта.

Долгое время спорт и экономика рассматривались как две отдельные самостоятельные отрасли. Люди считали спорт за хобби, а экономику – серьезной наукой. Одно – свободное времяпрепровождение, другое же – серьезная сфера деятельности. Но оказалось все совсем не так. Спорт из хобби стал возможностью показать свои таланты, а так же заработать в условиях жестко конкуренции, среди таких же талантов.

Следовательно, мы видим, что для профессионального спорта нужны не только высококлассные тренеры и одаренные спортсмены, но и профессиональные экономисты, юристы, соц. работники, медики.

Естественно, есть и различия. Рассмотрим их:

Продукцию спорта можно разделить на коммерческую и некоммерческую.

Некоммерческая, такая как тренировка в спорт зале, нужна людям для самосовершенствования, удовлетворения своих потребностей, но никак не несет за собой рыночные цели.

В то время как коммерческая рассматривает спорт как товар. На сегодняшний день можно выделить такие развивающиеся спортивные рынки как:

Рынок, который специализируется на прибыли продавцов спорта, то есть тех, чья деятельность направлена на представление оздоровительных, танцевальных, гимнастических студий и спортивных школ.

Следующий спортивный рынок, который мы можем рассмотреть – это рынок товаров для спортивного туризма. Для данного туризма необходимы технические приборы, например : горные лыжи, сноуборды, серфинг.

В современном мире спортивный стиль является одним из ведущих . Рынок продавцов спортивной одежды и оборудования тоже является одним из самых главных.

Рынок коммерчески организованных спортивных событий. В современном мире каждый человек следит за мировыми событиями в спорте. Такими как Олимпийские игры, чемпионаты, турниры, мемориалы и т.п.

Экономические факторы и спорт.

Сейчас часто в спортивной и экономической сфере поднимается вопрос: «каким образом экономические факторы в стране влияют на успехи в спорте.»

Давайте разберемся в этом: одним из важнейших факторов является доход населения, за ним идет доля населения, занятого в промышленности, и, конечно же, степень урбанизации. Данные факторы все тесно связаны друг с другом. Мы можем сделать вывод: чем выше внутренняя стабильность в стране и чем больше возраст господствующей политической системы, тем больших успехов в спорте следует ожидать.

Одним из способов улучшения жизни , настроения и здоровья людей является спорт. Спорт и экономику можно считать неотделимыми друг от друга. Они являются взаимодополняющими.

В последние годы огромными темпами идет развитие спорта в стране и в мире в целом. Спорт становится целой индустрией , полной зрелищ , борьбы и радости. Физическая культура и спорт в современном обществе являются важнейшим фактором поддержания и укрепления здоровья людей, совершенствования их культуры, способом общения, активного проведения досуга, протест против курения и алкоголя.

Так же физическая культура и спорт влияют на экономику государства, а значит и общества.

Какие выгоды получает государство, проводя массовые спортивные мероприятия у себя?

Выгоды на данном этапе можно разделить на прямые и косвенные.

К прямым выгодам следует отнести:

1. Конечно же, доходы от продажи билетов;
2. Так Как все игры транслируются во всех странах мира, то доходы от продажи прав на телевизионные трансляции и лицензирование;
3. Каждый турист по приезду в страну, покупает сувениры, с символикой страны или же мероприятия.

Косвенные же выгоды состоят из:

1. Рост платёжеспособного спроса;
2. Создания новых рабочих мест
3. Понижение уровня безработицы;
4. Повышения деловой активности.

Вывод.

Размышляя над темой: «Экономика и менеджмент в спорте и образовании», можно отметить следующее. Во-первых, спорт и экономика играют большую роль в общественной, социальной жизни людей . Так же можно отметить важную роль влияния экономики на спорт и их взаимосвязь. Во- вторых, в последнее время люди стали больше посещать спортивные массовые мероприятия, тем самым улучшая свое настроение и экономику спорта. В-третьих, спорт несет не только характер материальных благ, а так же нематериальных – духовная сфера.

Не смотря на то, что спорт и экономика были долгое время представлены как разные сферы жизнедеятельности людей, которые никак не связаны, в современном мире эти два понятия тесно связаны друг с другом.

Экономика является главным катализатором развития и совершенствования нашей страны на арене спорта. инновационный спортивный государственный экономический. Так же стоит отметить, что экономические законы играют большую роль в современном большом спорте. Последние годы спорт подвергается изменениям. Как положительным , так и отрицательным. Из положительных мы можем выделить: развитие спортивной инфраструктуры, появление и совершенствование фирм. Спорт стал более общедоступным.

Использованные источники:

1. Экономика спорта и спортивный бизнес. Галкин В. В. — М., 2006 – 321с.
2. Особенности маркетинга взаимоотношений в спорте// Маркетинг в России и за рубежом.Литвин А.В. — 2001. — № 1. — С.65–71.

3. Рынок труда профессиональных игроков в бейсбол. —1956.

Розенберг Г. С. Рынок труда профессиональных игроков в бейсбол. —1956.

4. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: / Золотов М. И., Кузин В. В., Кутепов М. Е., Сейранов С. Г. — М.: Изд. центр «Академия», 2001. Уч. пособие для студентов высших педагогических учебных заведений.

*Семикина Н.А.
студент 3 курса
Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.
Россия, г.Саратов*

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ПО ДОХОДАМ

Аннотация: Разработана математическая модель, позволяющая определить численность населения региона с доходами выше заданного. В основу модели положены данные, публикуемые государственными органами статистики. Модель может использоваться для прогноза численности потребителей на локальном рынке. Эта задача актуальна при маркетинговых исследованиях, разработке бизнес-планов.

Ключевые слова: эконометрика; маркетинговый анализ; математическая модель.

*Semikina N.A.
3rd year student
Yuri Gagarin State Technical University
Russia, Saratov*

MATHEMATICAL MODEL OF POPULATION DISTRIBUTION BY INCOME

Annotation: A mathematical model has been developed that makes it possible to determine the population of a region with incomes above a given one. The model is based on data published by government statistics bodies. The model can be used to predict the number of consumers in the local market. This task is relevant for marketing research, developing business plans.

Key words: econometrics; marketing analysis; mathematical model.

Одной из важнейших задач маркетингового исследования является оценивание численности потребителей целевого рынка, имеющих достаточный располагаемый доход для приобретения товара с заданной ценой. К сожалению, исследователь обычно не имеет доступа к первичным данным обследований, проводимых органами статистики, а публикуемые ими данные являются предельно обобщенными. Целью данной работы является создание математической модели распределения потребителей локального рынка по доходам, позволяющей получить оценку их численности для заданной величины среднедушевого дохода. В качестве

исходных данных для модели использованы стандартные данные, публикуемые Росстатом.

Под локальным рынком в настоящей работе понимается регион или населенный пункт, для которого публикуются статистические данные, с населением стабильной численности и состава, получающим доходы и осуществляющим расходы в данном регионе.

Пусть сообщество потребителей локального рынка отнесено к l группам по величине среднедушевого дохода $I_{pci}, i \in (1, l)$ с известным распределением численности потребителей по группам n_{ci} . Целесообразно принять $l = 5$, поскольку в таблицах статистических данных обычно применяется распределение по 20% группам, для которых данные о структуре расходов указаны непосредственно.

Каждая группа характеризуется минимальным I_i^{min} и максимальным I_i^{max} доходом, а также известным по статистическим данным средним доходом I_i^a по группе. Учитывая, что $I_{i+1}^{min} = I_i^{max}$ и предполагая линейное изменение дохода в группе от минимального к максимальному, можно построить кумулятивное распределение числа потребителей по среднедушевому доходу, приняв в качестве начального значения величину прожиточного минимума I^{nm} . Это приводит к следующим рекуррентным выражениям, позволяющим вычислить все граничные значения доходов групп:

$$\begin{aligned} I_1^{min} &= I^{nm}; \\ I_i^{max} &= 2I_i^a - I_i^{min}; \\ I_{i+1}^{min} &= I_i^{max}; \end{aligned}$$

Граничным значениям доходов соответствуют следующие значения кумулятивного ряда численности потребителей: точке I_1^{min} соответствует численность получателей социальной пенсии по инвалидности и старости n_0 , которая может быть получена в органах статистики и из отчетов пенсионного фонда региона. Численность получателей меньших доходов в целях настоящей работы может быть принята нулевой. Остальные граничные значения численности могут быть вычислены по известным численностям потребителей в группах:

$$n_i^{sp} = n_0 + \sum_{i=1}^l n_{ci}$$

Полученные характеристики групп потребителей позволяют для заданного значения среднедушевого дохода I_d вычислить количество потребителей g_i i -й группы с доходами, превышающими заданный:

$$g_i(I_d) = \begin{cases} n_{ci}, & I_d \leq I_i^{min} \\ \frac{(I_i^{max} - I_d)n_{cj}}{I_i^{max} - I_i^{min}}, & I_d \in (I_i^{min}, I_i^{max}) \\ 0, & I_d > I_i^{max} \end{cases}$$

Кумулятивное распределение численности потребителей $G(I_d)$ может быть получено суммированием по группам:

$$G(I_d) = \sum_{i=1}^1 g_i(I_d)$$

В качестве примера рассмотрим построение модели локального рынка бутылированной питьевой воды г. Балашов Саратовской области. Распределение среднедушевого денежного дохода населения области по 20% группам может быть получено из таблицы 1-2-4 статистического обследования Госкомстата³

Таблица 1 - Распределение среднедушевого денежного дохода населения области по 20% группам.

	Значение среднедушевого денежного дохода в группе, рублей в месяц					
	Все население	в том числе по 20-ти процентным группам населения				
		I_{pc1} (с наименьшими доходами)	I_{pc2}	I_{pc3}	I_{pc4}	I_{pc5} (с наибольшими доходами)
Саратовская обл.	21423	6858	12058	17197	24606	46396

Распределение среднедушевого дохода I_{pcti} по группам для г. Балашов может быть вычислено пересчетом областных показателей в показатели для городского населения $I_{pcti} = \frac{I_{pci}I_{pct}}{I_{pcr}}$, где I_{pct} и I_{pcr} – располагаемый среднедушевой денежный доход в месяц соответственно городских домохозяйств (25 648,6 руб) и домохозяйств по области в целом (23 502,7 руб), значения которого приведены в табл. 1.1.1 Госкомстата⁴. Вычисленные значения приведены в Табл. 2.

Таблица 2 - Распределение среднедушевого месячного дохода по 20% группам для г. Балашов.

	I_{pct1}	I_{pct2}	I_{pct3}	I_{pct4}	I_{pct4}	I_{pct5}
Среднедушевой доход для г. Балашов	23378	7484	13158	18767	26852	50632

³ https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tab1/1-2-4_2018.doc

⁴ https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tab1/1-1-1.xlsx

Численность членов домохозяйств в 20% группах может быть получена экстраполяцией на городское население данных табл. 1.2.5 Госкомстата⁵ о распределении численности населения Саратовской области.

Таблица 3 - Распределение населения Саратовской области по 20% группам (в процентах от населения РФ)

	Все население	в том числе население, относящееся к соответствующей 20-процентной группе				
		γ_1	γ_2	γ_3	γ_4	γ_5
Саратовская область	1,7	2,8	2,1	1,7	1,2	0,6

Численности населения г. Балашов в 20% группах были вычислены исходя из численности населения города ($N_{гор} = 76766$) и данных Табл. 3 следующим образом:

$$n_i = \frac{N_{гор}\gamma_i}{\sum_{i=1}^5 \gamma_i}$$

Результаты вычислений представлены в Табл. 4

Таблица 4 - Численность населения 20%-х групп г. Балашов

	Всё население	Население, относящееся к соответствующей 20-процентной группе				
		n_1	n_2	n_3	n_4	n_5
г. Балашов	76766	25589	19192	15536	10967	5483

Вычисленные граничные значения доходов групп потребителей представлены в Табл. 5 и на диаграмме Рис. 1.

⁵ https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tab1/1-2-5_2018.doc

Таблица 5 - Граничные значения доходов групп потребителей г. Балашов

	Группа				
	1	2	3	4	5
Численность группы n_{ci}	25589	19192	15536	10967	5483
Среднедушевой доход группы I_{ai}	7484	13159	18767	26853	50632
Значения среднедушевого дохода в группе					
I_{\min} группы	5500	9468	16850	20685	33020
I_{\max} группы	9468	16850	20685	33020	68244

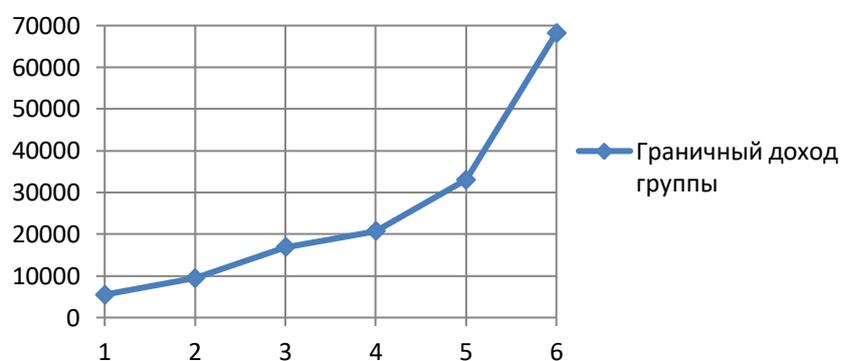


Рисунок 1- Граничные доходы групп потребителей г. Балашов

Распределение численности потребителей по группам и суммарная численность потребителей всех групп в зависимости от среднедушевого дохода представлены на Рис.2.

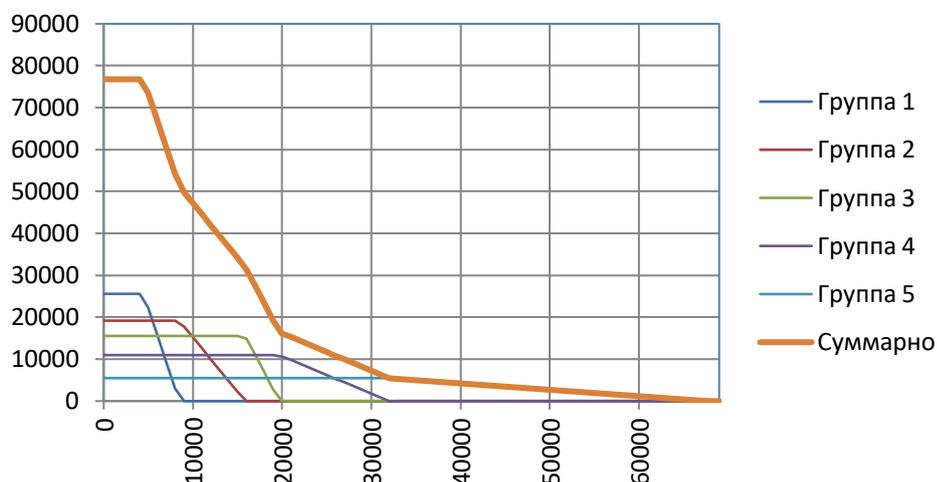


Рисунок 2 – Распределение численности населения в зависимости от среднедушевого дохода

Выводы:

Предложена методика построения математической модели распределения численности потребителей локального рынка по среднедушевому доходу с использованием данных, публикуемых органами статистики. Модель позволяет получить обоснованную оценку численности потребителей локального рынка с доходами, превышающими заданный, что позволяет проводить маркетинговые исследования и прогнозировать емкость рынка новых товаров.

Точность модели может быть повышена использованием гладких кривых вместо линейной аппроксимации распределения доходов, что, однако, приведет к существенному повышению её вычислительной сложности.

Использованные источники:

1. Распределение доходов населения, методология. [Электронный ресурс] / Офиц. сайт Федеральной службы государственной статистики. – М., 2019. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/WGJUik9m/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F.html> Дата посещения: 20.06.2021 г.

2. Доходы и расходы домашних хозяйств на потребление, распределение располагаемых ресурсов по 20-ти процентным группам населения. [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – М., 2019. – Режим доступа: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/bednost/tab1/1-1-1.xls Дата посещения: 20.06.2021 г.
3. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017. 432 с.
4. Горлач, Б. А. Математическое моделирование. Построение моделей и численная реализация / Б.А. Горлач, В.Г. Шахов. - М.: Лань, 2016. - 292 с.

Руденко Т.Е.
студент 2 курса магистратуры
направление: Государственное и муниципальное управление
Уральский институт управления – филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации
Научный руководитель: Качанова Е.А., к.э.н.
Россия, г.Екатеринбург

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Аннотация: В статье автор рассматривает зависимость уровня собираемости налоговых поступлений от налоговой культуры и грамотности населения.

Ключевые слова: налоговая культура, налоговые поступления, налоговый потенциал региона.

Rudenko T.E.
2st year master's student
Direction of preparation: State and municipal government
Ural institute of management branch of the Russian Presidential Academy of
National Economy and Public Administration
Scientific adviser: E.A. Kachanova, Ph.D.
Russia, Yekaterinburg

THE INFLUENCE OF THE TAX CULTURE OF THE POPULATION ON THE FORMATION OF THE TAX POTENTIAL OF THE REGION

Resume: In the article the author examines the dependence of the level of collection of tax revenues on the tax culture and literacy of the population.

Key words: tax culture, tax revenues, tax potential of the region.

Налоговая культура населения – это система ценностей, установленных правил, норм и принципов в сфере налоговых отношений. Она представляет собой модель, включающуюся в себя правомерные действия налогоплательщиков и налоговых органов.⁶

Согласно статистическим данным, представленных ФНС России, динамика собираемости налогов и сборов в Свердловской области находится в отрицательном коэффициенте (-3.90). Свердловская область занимает 42

⁶ Мирошников Л.Н. Налоговые обязательства как одна из функций культуры общества / Л.Н. Мирошниченко // Культурная жизнь Юга России. – 2015. - № 5. – С. 130-132

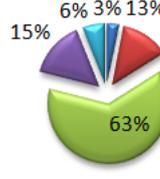
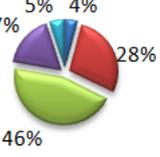
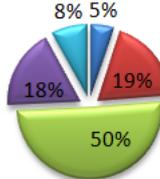
место в Рейтинге регионов по собираемости налогов. Это означает, что налогов и сборов в бюджет поступило меньше, чем они были начислены к уплате. Такую статистику фиксирует и региональное управление ФНС России по Свердловской области: за 2019 год в областной бюджет собрано 144,8 млрд. рублей налоговых и неналоговых платежей, администрируемых налоговыми органами. Снижение по сравнению с 2018 годом составило 1,7 млрд. рублей (1,2%).

Актуальность данной проблемы обуславливается неопровержимым влиянием налоговой грамотности граждан на общее состояние и развитие не только налоговой системы, но и экономики государства в целом. От налоговой культуры и грамотности населения зависит уровень собираемости налоговых поступлений, а также уровень эффективности работы налоговых органов.

Низкий уровень налоговой дисциплины показали результаты социологического исследования, проведенного в 2019 году на тему «Уклонение от уплаты налогов». Результаты опроса указаны в таблице 1.

Таблица 1

Результаты опроса «Уклонение от уплаты налогов»⁷

<p>1. Как вы относитесь к руководителям предприятий, которые уклоняются от уплаты налогов?</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ■ С одобрением ■ С пониманием ■ С осуждением ■ Мне это безразлично ■ Затрудняюсь ответить
<p>2. Как вы относитесь к рядовым гражданам, которые уклоняются от уплаты налогов?</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ■ С одобрением ■ С пониманием ■ С осуждением ■ Мне это безразлично ■ Затрудняюсь ответить
<p>3. Как вы относитесь к руководителям, которые помимо зарплаты, отраженной в официальной платежной ведомости, расплачиваются с работниками наличными (в том числе и валютой)?</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ■ С одобрением ■ С пониманием ■ С осуждением ■ Мне это безразлично ■ Затрудняюсь ответить

Проведенный опрос свидетельствует о том, что преобладает количество сознательных налогоплательщиков, которые выступают против уклонения от уплаты налогов, однако высокий процент и тех, кто придерживается мнения, что налоги платить не обязательно и с пониманием или с безразличием относится к людям, совершающим подобные правонарушения.

⁷ Левада-центр: «уклонение от уплаты налогов» [Электронный ресурс] URL: <http://www.levada.ru> (дата обращения: 14.05.2021).

Таким образом, чтобы повысить уровень налогового потенциала региона важно акцентировать внимание на повышении налоговой дисциплины жителей Свердловской области, так как изменение данного внутреннего фактора возможно благодаря интенсивной государственной политике региона.

Для решения данной проблемы необходимо принятие соответствующих мер со стороны органов государственной власти региона, а именно:

1. Необходимо формировать налоговую культуру населения, начиная с подрастающего поколения: включать в школьную и учебную программу колледжей и вузов для всех направлений дисциплину «Налоги и налогообложения», в том числе издание специальных учебников, пособий и презентаций.

2. Повышать информированность граждан о целевом назначении налоговых поступлений через официальные сайты налоговых органов, органов государственной власти региона, СМИ.

3. Ослабление давления со стороны налоговых органов и органов судебных приставов на налогоплательщиков, в том числе сокращений угроз, судебных разбирательств, штрафов.

4. Улучшать процесс консультирование граждан по поводу сроков и размеров уплаты налогов с помощью Интернет-ресурсов, телефонной связи, личного посещения налогоплательщиками налоговых органов, а также проявлять сотрудникам налоговых органов терпимость и уважение к обратившимся налогоплательщикам, внимательно относиться к их проблемам.

5. Упростить налоговое законодательство РФ (простоту и понятность уплаты налогов, прозрачность расходования налоговых поступлений), совершенствование механизма разрешения налоговых споров.

Таким образом, органы государственной власти региона и население должны иметь общую заинтересованность для создания благоприятного климата уплаты налогов, что приведет к добросовестному исполнению возложенных налоговых обязательств населения.

Использованные источники:

1. Мирошников Л.Н. Налоговые обязательства как одна из функций культуры общества / Л.Н. Мирошниченко // Культурная жизнь Юга России. – 2015. - № 5. – С. 130-132

2. Богославец Т.Н. Региональные особенности повышения уровня налоговой культуры [Электронный ресурс] // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2015. – № 4. – Режим доступа. – URL: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 14.05.2021).

3. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 14.05.2021).

*Турсунова Ш.Т.
ассистент кафедры
Худжандский политехнический институт
Таджикский технический университет
Таджикистан, Согдийская область*

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: В современных условиях конкуренции, масштабных науднотехнических преобразований, выпуска высококачественной продукции успешность развития бизнеса непосредственно зависит от компетентности имеющегося персонала. Именно человеческий потенциал выступает как наиважнейший ресурс организации. Поэтому руководство компании должно иметь адекватное представление о том, каким человеческим потенциалом оно располагает. Сегодня на формирование и развитие человеческого потенциала промышленных предприятий оказывает влияние ряд факторов, характеристики которых описаны в данной статье.

Ключевые слова: человеческий потенциал, развитие человеческого потенциала, внутренние и внешние факторы.

*Tursunova Sh.T.
Assistant of the Department of the Khujand Polytechnic Institute of the
Tajik Technical University
Tajkistan, Sughd region*

FACTORS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF HUMAN POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Annotation: In modern conditions of competition, large-scale scientific and technical transformations, the release of high-quality products, the success of business development directly depends on the competence of the existing personnel. It is the human potential that acts as the most important resource of the organization. Therefore, the company's management must have an adequate idea of what kind of human potential it has. Today, the formation and development of the human potential of industrial enterprises is influenced by a number of factors, the characteristics of which are described in this article.

Key words: human potential, human development, internal and external factors.

Научный подход к изучению роли, возможности и человеческого потенциала в экономических процессах имеет давнюю историю. Методологические исследования в этой области в работах зарубежных

экономистов, таких как И.В. Соболевой [1], Кондаурова И.А. [2], Римашевская Н.М. [3], Шамарова Г.М. [4], Иванова О.И., Солнцева Б.Г., Смолян Г.Л., А. Докторович, Т. Заславская, Ю. Попов, Н. Кормин, Н. Миценко, Г. Хмелева, Г. Беккер, Л. Сен были обоснованы, в которых были приведены ряд представлений о положении человека, роль интеллектуальной деятельности, необходимость повышения эффективности инвестиций в человеческое развитие. Например, А. Смит включил в национальное богатство квалифицированных специалистов. Позднее Т. Шульц и Г. Беккер заложили основы теории человеческого потенциала и доказали важную роль науки, образования, здоровья и профессионального развития рабочих в экономическом развитии общества.

Большинство ученых и практиков понимают человеческого потенциала как набор взаимосвязанных элементов и чаще всего относятся к индивидуальной человеческой силе, которая называется индивидуальным потенциалом. Но человеческий потенциал необходимо анализировать не только на уровне отдельного человека, но и на уровне других связанных субъектов экономической системы. В данном случае речь идет о коллективном и общем потенциале.

Одним из ключевых вопросов в решении проблемы управления развитием человеческим потенциалом является выявление и учет факторов, влияющих на управление развитием человеческих потенциалов предприятия. Это явления, причины, движущие силы, которые останавливают деятельность или служат для развития предприятия.

На развитие и эффективное использование человеческого потенциала влияет множество факторов, которые можно разделить на две группы: *внешние* и *внутренние*.

Внутренние факторы, влияющие на предприятие, включают развитие инноваций, науки и технологий, занятость и безработицу, образование и здравоохранение, а также доходность сотрудников, рисунок 1.



Рисунок 1. Система факторов, влияющие на развитие человеческого потенциала

Социальная политика - еще один фактор развития человеческого потенциала. Современный этап экономического и социального развития в области социальной политики ставит принципиально новые задачи.

Личные факторы, в том числе: способности сотрудников; их уровень знаний, навыков и умений; личная мотивация сотрудников; желание и усилия сотрудников расширить свои возможности имеют особое значение. Характеристики персонала предприятия напрямую влияют на уровень развития человеческого потенциала предприятия и отражаются на его структурном потенциале.

На эффективность управления развитием человеческих ресурсов на предприятии влияют человеческие факторы, инструменты развития человеческих потенциалов, системные факторы, информационные и энергетические факторы.

Все эти факторы взаимосвязаны, и появление одного фактора приводит к возникновению другого.

Факторы, действия которых влияют на управление человеческим потенциалом сотрудников предприятия.

- социально-психологический;
- организационно-технический.

Раздельное группирование факторов основано на системном подходе, поскольку оно рассматривает управление развитием человеческих потенциалов как процесс со своими целями, механизмами управления,

информационным и энергетическим воздействием, возникающими в результате разработки и организации определенных видов деятельности.

Использованные источники:

1. И.В. Соболевой. Человеческий потенциал российской экономики. Проблемы сохранения и развития / Соболева И. В.; РАН, Ин-т экономики. - М.: Наука, 2013. С. 12.
2. Кондауровой И.А. человеческий потенциал как основа экономического успеха // *Общественные науки и современность*. 2012. № 1. С. 28-38.
3. Римашевская Н.М. человеческие потенциалы и их распределения: проблема измерений // *Человеческий потенциал: опыт комплексного подхода* / под ред. И. Т. Фролова. – М. : Права человека, 2008. – С. 124–150.
4. Шамарова Г.М. стратегия управления человеческим потенциалом предприятия

*Ухова А.И., к.э.н.
доцент
кафедра менеджмента
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Россия, г. Челябинск
Левина А.Б., к.э.н.
доцент
заведующий кафедрой менеджмента
Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Россия, г. Челябинск*

АНАЛИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Аннотация: Авторами рассмотрены ключевые направления использования цифровых технологий и инноваций для развития городской среды. Описаны основные цифровые сервисы, используемые в управлении городом, а также базовые принципы цифровизации европейских городов. Изучение опыта развития концепции «умного города» в Европе позволило сделать вывод об активном использовании цифровых технологий европейскими городами для развития горизонтальных и вертикальных коммуникаций, а также вовлечению жителей в развитие городского пространства и решение существующих социально-политических проблем.

Ключевые слова: маркетинг городской среды, урбанизация, развитие городской среды, цифровые инновации, цифровизация городской среды, европейский опыт, устойчивое развитие.

*Ukhova A.I., Candidate of Science
assistant professor
Department of Management
South Ural State University (national research university)
Russia, Chelyabinsk
Levina A.B., Candidate of Science
associate professor
head of the Department of Management
South Ural State University (national research university)
Russia, Chelyabinsk*

ANALYSIS OF EUROPEAN EXPERIENCE IN USING DIGITAL INNOVATIONS FOR THE URBAN ENVIRONMENT DEVELOPMENT

Abstract: The authors considered the key areas of using digital technologies and innovations for the development of the urban environment. The main digital services used in city management are described, as well as the basic principles of digitalization of European cities. Studying the experience of developing the concept of a "smart city" in Europe made it possible to draw a conclusion about the active use of digital technologies by European cities for the development of horizontal and vertical communications, as well as the involvement of residents in the development of urban environment and the solution of existing socio-political problems.

Keywords: urban environment marketing, urbanization, urban environment development, digital innovation, urban environment digitalization, European experience, sustainable development.

Появление и развитие передовых технологий, таких как искусственный интеллект, сенсорные технологии, облачные вычисления, открытые данные, Интернет вещей и блокчейн, позволило создать новые подходы к управлению ростом и ответу на глобальные вызовы. Города находятся в центре этих событий из-за близости и концентрации людей, потребления, строительства и мобильности.

Городам необходимы правильное отношение, знания, навыки и инструменты, чтобы заложить правильную основу для цифровой трансформации. Аналитическая записка ESPON «Цифровые инновации в городской среде» [1] формулирует ключевые основы использования цифровых инноваций в развитии городской среды европейских городов, и является, своего рода, руководством по цифровизации городского пространства. Так в аналитической записке отмечены следующие ключевые тезисы:

– Человеко-центричный и целостный подход к цифровой трансформации – ключ к успеху, а технологии выступают в качестве платформы для инноваций;

– Надлежащее городское управление и лидерство имеют решающее значение для объединения заинтересованных сторон и объединения различных политик в рамках единого цифрового пространства;

– Граждане могут играть центральную роль в выявлении городских проблем или активно вмешиваться в них, часто предлагая новые перспективы и решения;

– Открытость и совместное создание стратегий и решений обеспечивают их полезность и гарантируют заинтересованность конечных пользователей;

– Решения, созданные на базе единой цифровой платформы, становятся основой для совместного создания ценности, способствуют вовлечению и эффективному участию граждан в развитии городской среды;

– Открытые данные, стандарты и функциональная совместимость способствуют развитию цифровых инноваций, ускоряют предоставление услуг, стимулируют бизнес и расширяют возможности граждан и органов власти;

– Цифровая интеграция всех направлений развития городской среды позволяет применять межотраслевой и более интегрированный подход к управлению городским хозяйством и более эффективно использовать существующие ресурсы.

Информационно-коммуникационные технологии уже играют и будут играть все более важную роль в управлении городами, а также в социальных и хозяйственных процессах повседневной городской жизни. Как отмечают авторы [2], основой городской инфраструктуры в ближайшем будущем станет «цифровая кожа», которая призвана связать всех его стейкхолдеров. «Цифровая кожа» города предполагает массовое внедрение в городскую среду датчиков для сбора данных, сетевые узлы, коммуникационные устройства и посты контроля и анализа данных, связанные с серверами, а также повсеместное использование высокоскоростной широкополосной связи и доступа в Интернет.

Отметим, что актуальной концепцией развития цифровых инноваций в городской среде является концепция «умного города». Развитие мобильных технологий и повсеместное использование смартфонов поспособствовали также и развитию мобильных приложений, связанных с городской жизнью, которые также становятся частью единой цифровой системы «умных городов», или частью, так называемой, «цифровой кожей» города. Среди основных цифровых сервисов и приложений, связанных с городской жизнью, необходимо отметить следующие [3]:

- городская мобильность;
- совместное использование автомобилей;
- покупки и доставка;
- финансовые услуги;
- краткосрочная аренда;
- электронное правительство;
- медицинское обслуживание.

Изучение опыта развития «умных городов» в Европе позволило отметить, что европейские города не пытаются копировать чужие практики внедрения цифровых технологий в городскую среду, но ищут собственные оригинальные пути использования технологий в социально-политическом управлении, опираясь на свои традиции и менталитет жителей. Авторами работы [4] отмечается, что лидирует в этой области Амстердам (Нидерланды), который в рамках одной платформы Amsterdam Smart City предлагает жителям функции по информированию, участию в разработке собственных инициатив и решений, а также голосованию за понравившиеся проекты других пользователей. Лондон (Великобритания) и Барселона

(Испания) на своих городских порталах предоставляют горожанам возможность получить информацию о жизни города и существующих сервисах, однако здесь пока в меньшей степени выстроена горизонтальная коммуникация с жителями в контексте формирования политики городского управления. При этом, зачастую, в крупных европейских городах граждане имеют возможность получения 80–90% необходимых услуг в электронном виде за счет внедрения сервисов электронного правительства [4].

В заключение отметим, что городские власти европейских городов в настоящее время достаточно активно используют технологии «умного города» при решении социально-политических задач, активизируя потоки коммуникации между жителями и властью, а также внутри самого общества, тем самым вовлекая горожан в развитие городского пространства.

Использованные источники:

1. Digital innovation in urban environments: Policy brief / EPSON [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/Policy%20Brief%20-%20Digital%20Innovation%20in%20Urban%20Environments.pdf> (дата обращения: 25.05.2021).
2. Фролов, Д.П. Современные модели городского развития: от противопоставления – к комбинированию / Д.П. Фролов, И.А. Соловьева // Пространственная экономика. – 2016. – № 3. – С. 151–171. – DOI 10.14530/se.2016.3.151-171
3. Социально-умные устойчивые города / ЕЭК ООН [Электронный ресурс]. – URL: https://unece.org/sites/default/files/2021-04/ECE_INF_2020_3_RUS.pdf (дата обращения: 24.06.2021).
4. Василенко, И.А. Европейский опыт формирования социально-политической концепции «умного города» / И.А. Василенко, Е.В. Михайлова // Мировая экономика и международные отношения. – 2020. – Т. 64. – № 9. – С. 83–95. – DOI 10.20542/0131-2227-2020-64-9-83-95.

Оглавление

Akbarova M.R., Akbarov J.M., O'ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHI	3
Nguyen Thi Bich Linh, APPLICATION OF DECISION TREE METHODS IN THE QUANTITATIVE ANALYZES TO DECIDE THE CREDIT GRANTING AT VIETNAM COMMERCIAL BANKS	7
Акберова Л.А., Лялькова Е.Е., ВЛИЯНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КРІ) НА РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ	15
Громак Л.Н., ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ЗАКОНОМЕРНОСТЬ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ.....	25
Давлетгареев Н.Р., Горулько С.С., Чернова Е.А., РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ	29
Исмаилоглы Г.И., ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ВНИМАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ТОРГОВЫХ ЗАЛАХ	35
Ракшаева П.В., Карева Ю.Ю., ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СПОРТЕ И ОБРАЗОВАНИИ	39
Семикина Н.А., МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ПО ДОХОДАМ	45
Руденко Т.Е., ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА	52
Турсунова Ш.Т., ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	55
Ухова А.И., Левина А.Б., АНАЛИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ.....	59

Научное издание

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ

Материалы III международная
научно-практической конференции
23 июня 2021

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