
**ВЕСТНИК
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

ISSN 1818-4057

№ 1 2020

Часть 2

Научный журнал

«Вестник Алтайской академии экономики и права»

ISSN 1818-4057

Журнал издается с 1997 года.

Издание включено в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК).

Официальный сайт журнала – www.vaael.ru.

Доступ к электронной версии журнала бесплатен. e-ISSN 2226-3977.

Издание официально зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 45458.

Учредитель – Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Алтайская академия экономики и права». 656038, Алтайский край, город Барнаул, Комсомольский проспект, 86.

Шифры научных специальностей

08.00.00 Экономические науки

12.00.00 Юридические науки

Все публикации рецензируются.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования РИНЦ и научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Номерам и статьям журнала присваивается Цифровой идентификатор объекта DOI.

Выпуск подписан в печать 27 января 2020 года

Распространение по свободной цене

Усл. печ. л. 15,25

Тираж 500 экз.

Формат 60×90 1/8

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ТУРИСТСКОМ КЛАСТЕРЕ

Абабкова М. Ю., Васильева О. О. 5

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СУБЪЕКТОВ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Абдуррахманова А. Ф. 12

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА В МАЛОЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Барковская П. Е., Кошкарева Н. В., Замиралова Е. В. 19

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Безпалов В. В., Лочан С. А., Федюнин Д. В., Иванов А. В., Автономова С. А. 28

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЭТАПНОГО РАСКРЫТИЯ СЧЕТОВ ЭСКРОУ В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бовсунувская М. П., Саакян С. С. 35

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УРОВНЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО МИКРОБИЗНЕСА С УЧЕТОМ ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ РЕГИОНА

Бояджан Г. Г. 40

ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО КРЕДИТНО-ДЕПОЗИТНОГО ПОРТФЕЛЯ НА ОСНОВЕ ПАРАМЕТРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ БАНКА

Горский М. А. 48

ПРОБЛЕМЫ СПИСАНИЯ МАТЕРИАЛОВ В УЧЕТЕ В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Еремеева С. В. 58

КРИПТОВАЛЮТА КАК ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ: НОВАЯ ВАЛЮТА ИЛИ ФИНАНСОВАЯ ПИРАМИДА?

Лантева Е. В. 63

ПРЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Максимов Д. А., Прудкова Е. С. 69

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ УСЛУГ ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ И РЕМОНТУ АВТОМОБИЛЕЙ

Мутраков О. С. 75

УЧЕТ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Просвирина Н. В. 83

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

Сафонова Н. Р. 90

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СЕТИ МФЦ

Сергеева Н. В., Рубцова Е. В., Суптело Н. П., Романова О. А. 94

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ
УГРОЗ В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Скоморощенко А. А., Мышонкова Е. С., Колесник А. В. 101

ЭТИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛЕВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ ОЦЕНОК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
БРЕНДОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Спрыжкова А. С., Вайгант Я. Я., Ступин А. О. 107

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ

Стельмах Е. В. 115

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338.48

М. Ю. Абабкова

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
e-mail: ababkova_myu@spbstu.ru

О. О. Васильева

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
e-mail: vasilieva_oo@spbstu.ru

**МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
МЕЖФИРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ТУРИСТСКОМ КЛАСТЕРЕ**

Ключевые слова: межфирменное взаимодействие, туристский кластер, методика оценки эффективности кластера, конкурентоспособность туристского кластера.

Данное исследование направлено на изучение подходов к определению туристский кластер, а также методических подходов к оценке межфирменного взаимодействия субъектов предпринимательства в туристских кластерах. Неосвязаемость туристского продукта определяет специфику взаимодействия хозяйствующих субъектов и территориальных органов государственной власти, как и наличие тесных межотраслевых связей, являясь одновременно и предпосылкой применения кластерного подхода для стратегического планирования межфирменного взаимодействия в туристско-рекреационной сфере. Межфирменное взаимодействие предприятий-участников туристского кластера является важным условием обеспечения его конкурентоспособности. Изучение и оценка уровня взаимодействия субъектов кластера является важным этапом при определении его эффективности и для принятия мер по устранению проблем, негативных факторов и их последствий, мешающих у функционированию кластера. Результатом является методика оценки эффективности межфирменного взаимодействия туристского кластера, позволяющей выявлять слабые места в межфирменном взаимодействии предприятий туристского кластера региона.

М. Yu. Ababkova

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, e-mail: ababkova_myu@spbstu.ru

О. О. Vasileva

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, e-mail: vasilieva_oo@spbstu.ru

**METHODICAL ASPECTS FOR EVALUATING FIRMS' COOPERATION
EFFICIENCY IN A TOURISM CLUSTER**

Keywords: inter-firm cooperation, tourism cluster, cluster effectiveness assessment, tourism cluster competitiveness.

This paper studies the approaches to the definition of a modern tourism cluster, as well as the methodological technique to assess the effectiveness of inter-firm interaction of business entities within the framework of tourism clusters. The intangibility of a tourist product determines the specifics of interaction between the tourist enterprises and the territorial public authorities. Close connections within inter-industry is a premise of the use of the cluster approach for strategic planning of inter-firm interaction in the tourist and recreational sphere. Inter-firm interaction within a tourism cluster is an important condition for ensuring its competitiveness. The study and assessment of the cluster subjects' interaction level is an important stage to evaluate its effectiveness and to make arrangements to eliminate problems, negative factors and their consequences disrupting a cluster functioning. The paper's result is the evaluation expert technique to identify weaknesses in the inter-company interaction within a tourism cluster of the region.

Введение

Данное исследование направлено на изучение межфирменного взаимодей-

ствия субъектов предпринимательства в туристских кластерах. Неосвязаемость туристского продукта определяет спец-

ифику взаимодействия хозяйствующих субъектов и территориальных органов государственной власти, наличие тесных межотраслевых связей, являясь одновременно и предпосылкой применения кластерного подхода для стратегического планирования межфирменного взаимодействия в туристско-рекреационной сфере.

Цель исследования

Анализ существующих подходов к понятию «туристский кластер» и рекомендации по оценке эффективности межфирменного взаимодействия в туристском кластере.

Материал и методы исследования

Кластерный подход к развитию предприятия был развит американским специалистом М. Портером в исследованиях, посвященных повышению конкурентоспособности регионов, на примере многолетнего изучения деятельности выборки из ста наиболее конкурентоспособных крупных, средних и множества малых предприятий в различных отраслях [1].

Широко известный «ромб конкуренции» М. Портера отражает условия возникновения кластера на основе общих предпосылок (спрос, конкурентная среда, наличие поддерживающих производств) и специализированных условий конкретной территории, требующих временных и финансовых затрат и создающих конкурентное преимущество (квалифицированные кадры, инфраструктура, капитал) [2].

Кластеры как стабильная сеть из поставщиков и потребителей туристско-рекреационной сферы формируются в результате распространения деловых связей и влияния крупных конкурентоспособных предприятий на свое ближайшее окружение. Участники туристско-рекреационного кластера получают широкий доступ к информации по всем аспектам туристской деятельности (ресурсам, рынкам сбыта, экспорт, информационное преимущество, партнёрские отношения (сфера HORECA, транспортными компаниями и т.п.).

На основе изучения исследований зарубежных и российских ученых в области туризма можно выделить следу-

ющие подходы к определению понятия «туристский кластер»:

Институциональный подход. В рамках данного подхода, предложенного А. Родригесом, комплексная туристская услуга создается и реализуется группой компаний, расположенных на определенной территории и обладающими вертикальными и горизонтальными связями. Вертикальные связи (предприятия, создающие туристский продукт) и горизонтальные связи (инфраструктура, нормативная база, информация) вместе с туристской услугой дают основание для кластера [3].

Системный подход. С. Нордин трактует туристский кластер как систему, состоящую из таких компонентов как:

- территориальные и исторические ресурсы въездного туризма;
- комплекс компаний, связанных с туризмом: HORECA, транспорт, традиционные промыслы и ремесла, туроператоры и турагенты и т.д.;
- сектора и производства, косвенно поддерживающие туристские услуги;
- инфраструктура территории;
- образовательные, консалтинговые и финансовые компании;
- государственные структуры, влияющие на кластерные образования [4].

По мнению Е.Г. Кропинова и А.В. Митрофанова туристский кластер является туристско-рекреационной системой, включающей локальные предприятия туризма и HORECA и их совместную деятельность, обеспечивающую конкурентоспособность и специализацию членов кластера и формирующую региональный туристский рынок труда [5].

«Подход 5И». Профессор М.П. Войнаренко указывает на то, что формирование эффективного туристского кластера требует таких условий как: инициатива, инновации, информация, интеграция и интерес.

Технологический подход. Исследователи Е.Г. Карпова, А.И. Тарасенок опираются на технологический процесс формирования туристского продукта и предлагают следующее понятие туристского кластера: «совокупность взаимодействующих и взаимосвязанных компаний и организаций, функционально обособленных в рамках системы накопления стоимости («цепочки каналов сбыта –

транспортных услуг – средств размещения – предприятий питания – средств развлечения – потребления комплексной туристской услуги»), объединяющихся на условиях кооперации и конкуренции с целью получения максимального дохода на базе локальных преимуществ территории, включая туристские аттракторы и инфраструктуру» [6].

Туристские кластеры при таком подходе могут быть исследованы в качестве инновационной формы модернизации и диверсификации экономики территории и как фактор ее устойчивой конкурентоспособности с учётом особенностей туристских услуг, положения и роли туроператоров.

Географический подход. Исследователь М. Бени считает, что «туристский кластер представляет собой группу туристских аттракций на ограниченной географической территории, обеспеченную высоким уровнем развития инфраструктуры и сервиса, имеющую устойчивые политические и социальные связи и отлаженную систему управления предприятий, входящих в сети по формированию туристских услуг, обеспечивающих стратегические конкурентные и сравнительные преимущества» [7].

О.В. Белицкая формулирует понятие туристско-курортного кластера, уточняя классическое представление о кластере, дополняя понимание его как структуры, где сходятся интересы бизнеса, общества, государства [6]. Основной особенностью географического понятия туристского кластера является упор на совокупность предприятий сферы туристского обслуживания и сопряженных отраслей, и их синергия, позволяющая усилить их эффективность и инновационность.

Одним из недостатков вышеприведенных определений туристского кластера является отсутствие указаний на особенности процесса их формирования (исторического развития, специализации территории на данном виде деятельности или в результате планомерных усилий по целевому созданию). Согласно Закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристский кластер представляет собой «совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, соз-

данных по решению правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых правительством РФ» [8].

Либеральная модель туристского кластера предполагает, что роль государства сводится к устранению препятствий для естественного развития кластера, а дирижистская модель основывается в первую очередь на активной государственной политике по формированию кластеров.

На наш взгляд, основной особенностью современного развития туристских кластеров в России является прямое государственное создание, управление, инвестирование и контроль за туристско-рекреационными зонами. Например, начиная с 2020 г. российская государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика» будет включать также программу развития туризма, причем инвестиции в инфраструктуру из бюджета составят 4,8 млрд. руб. в 2020 г., в 2021 г. – 10 млрд. руб., в 2022 г. – 9,8 млрд. руб. [9].

«Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» предусматривает развитие туристских кластеров, включая строительство, реконструкцию и развитие инфраструктуры, а также формирование локализованного туристского продукта. Так, в Кабардино-Балкарии строительство объектов туристской инфраструктуры в республике ведется на принципах государственно-частного партнерства 70/30, где 70 – частные средства, 30 – бюджетные. Инвестиционный проект включает в себя строительство туристского комплекса с гостиницей, причалом и спортплощадкой на берегу Верхних Голубых озер в Черекском районе [10].

Таким образом, особенностью российской модели туристского кластера следует считать:

- географически сконцентрированные предприятия и инфраструктура туристской сферы, государственные структуры, взаимодействующие на основе государственно-частного партнерства, ассоциаций, союзов и т.п.;

- ресурсы региона и совместное использование их субъектами с целью формирования конкурентоспособного сектора экономики;

– вертикальные связи (туристский продукт как результат взаимодействия предприятий гостиничной, транспортной, экскурсионной и др. сфер) и горизонтальные связи (между предприятиями-участниками кластера, реализующими процесс производства туристской услуги);

– разработка программ и прямое государственное содействие развитию туристского кластера и нацеленность на повышение его конкурентоспособности и удовлетворения туристско-рекреационных потребностей.

В рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы)» [11] учитываются различные типы туристских кластеров, предложенных исследователями (по стадии жизненного цикла, специализации и др.) [2]. Однако, следует указать, что данная типология туристских кластеров не учитывает такой критерий как особенности межфирменного взаимодействия в рамках туристского кластера, хотя данная характеристика кластера влияет на эффективность его функционирования.

Межфирменное взаимодействие субъектов кластера является важным условием обеспечения конкурентоспособности туристского кластера. Влияние предпринимательских структур и транснациональных корпораций является одним из основных факторов развития экономики туристского кластера. Например, взаимодействие отеля с международными туристическими маркетинговыми и рекламными сетями ведет к увеличению числа прибывающих туристов и увеличению дохода. Таким образом, все действующие лица в рамках кластера взаимосвязаны и предполагают учет связей между ними при анализе деятельности кластера. Особенности межфирменного взаимодействия в рамках кластера представлены на рисунке.

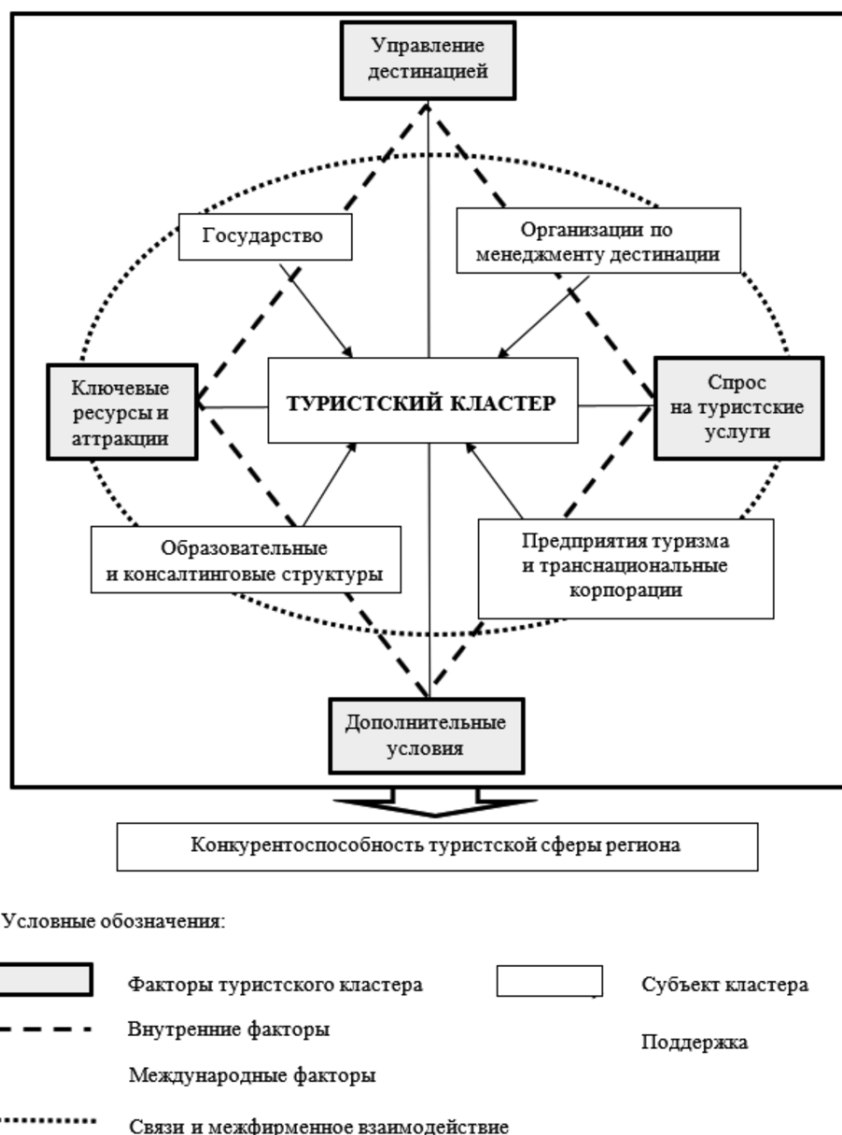
На рисунке стрелки указывают на то, что субъекты взаимосвязано поддерживают туристский кластер как органическую систему, что также предполагает, что субъекты кластера должны сотрудничать с целью максимизации как своих индивидуальных выгод, так и положительных эффектов от турист-

ского кластера в регионах и странах. Например, туристские предприятия могут сотрудничать с университетами или консалтинговыми организациями в целях повышения их производительности и эффективности.

Кроме того, значительный объем деятельности осуществляются через организации по менеджменту дестинации (DMOs) на трех уровнях – национальном, региональном и локальном (местном). Симбиотические отношения конкуренции и сотрудничества между субъектами содействуют укреплению туристского кластера на основе кооперативной конкуренции, который возникает, когда компании работают вместе для своего бизнеса, ожидая положительный эффект от распространения знаний и экономии за счет масштаба [13].

Основными факторами формирования туристского кластера на индивидуальном и системном уровне являются показателями внутренней и региональной среды, включая основные ресурсы и достопримечательности, менеджмент дестинации, дополнительные особенности и условия спроса. По мнению ряда исследователей данной сферы, очень «важно повысить привлекательность традиционных туристских и рекреационных центров и комплексов за счет развития дополнительных услуг и, прежде всего, услуг индустрии развлечений» [14].

Индустрия туризма стремительно развивается и многие страны, и регионы рассматривают туризм как средство укрепления своей экономики, которой обычно не хватает ресурсов. Более того, следует учитывать, что туризм дает «возможность столь необходимого для каждого человека общения с природой, разнообразие впечатлений, оздоровление тела и закалка характера, воспитание чувства коллективизма, организованности и дисциплинированности, приобретение необходимых знаний и трудовых навыков» [15]. Устойчивое развитие туризма в регионах должно быть нацелено на сведение к минимуму негативных последствий и максимизацию положительных эффектов. В данном контексте формирование туристских кластеров является долгосрочной стратегией.



Модель туристского кластера [12]

Результаты исследования и их обсуждение

Оценка уровня межфирменного взаимодействия субъектов туристского кластера может проводиться вместе с оценкой его состояния за определенный период и разработкой актуальной и обоснованной стратегии его дальнейшего развития [16]. Это позволит предусмотреть меры по устранению проблем, негативных факторов и их последствий, мешающих эффективному функционированию кластера и повышению его конкурентоспособности.

Предлагаемая методика строится на экспертном методе оценки эффективности межфирменного взаимодействия (таблица).

Данная методика основывается на географическом и системном подходах к определению понятия «туристский кластер» предполагает определение географического каркаса туристского кластера, его структуры, анализ туристского продукта и поддерживающей инфраструктуры, политико-правовой базы и государственных программ в области поддержки туризма в регионе,

вертикальных и горизонтальных связей предприятий-участников кластера.

Выводы (заключение)

Данная методика нацелена на выявление слабых мест в межфирменном взаимодействии туристского кластера региона. Предложенная методика по оценке эффективности межфирменного взаимодействия туристского кластера позволит:

- определить сформированность туристского кластера;

- определить характеристики и особенности функционирования кластера в регионе;
- оценить общее состояние туристского кластера и структурные связи между предприятиями-участниками;
- идентифицировать основные проблемы в межфирменном взаимодействии в туристском кластере;
- разработать основные мероприятия по оптимизации развития туристского кластера.

Многофакторная оценка межфирменного взаимодействия в туристском кластере

№ п/п	Этап оценки	Показатели оценки	Экспертная оценка	Примечания
1.	Определение границ, структуры и отличительных характеристик туристского кластера.	Географические границы кластера, каркас кластера; Населенные пункты, центры туристских потоков, опорные пункты; Структура кластера (территориальные и исторические ресурсы въездного туризма; комплекс компаний, связанных с туризмом: HORECA, транспорт, традиционные промыслы и ремесла, туроператоры и турагенты и т.д.; сектора и производства, косвенно поддерживающие туристские услуги; инфраструктура территории; образовательные, консалтинговые и финансовые компании; государственные структуры)		
2.	Определение состояния и степени развитости туристского кластера	Широта и насыщенность предложения туристских услуг; Разнообразие ценовых предложений; Наличие предложений для различных целевых групп; Развитость гостиничного сектора и сектора общественного питания; Насыщенность транспортной инфраструктурой, многообразие транспортных предприятий, транспортная доступность населенных пунктов, входящих в кластер; Ресурсная составляющая и аттракции туристической дестинации; Согласованность действий участников кластера; Зависимость от иностранных производителей, сервиса и технологий; Восприимчивость к инновациям; Государственная политика в отношении туризма в регионе, наличие государственных программ поддержки туризма в регионе		
3.	Выявление проблем в межфирменном взаимодействии	Антимонопольная деятельность, защита конкуренции; Согласованность действий участников кластера; Благоприятный инвестиционный климат и меры по привлечению иностранных инвестиций; Разработка и поддержание в актуальном состоянии стандартов, систем сертификации услуг; Подготовка и наличие на рынке труда региона квалифицированных кадров; Особенности общей и специализированной туристской инфраструктуры; Финансовая и налоговая политика в регионе; Себестоимость и издержки туристского продукта; Наличие развитой сети конкурентоспособных локальных поставщиков; Особенности визовой политики; Государственная политика в области туризма, программы по поддержке туризма.		

Библиографический список

1. Скопа В.А. Теоретические основы формирования туристского кластера № 62-1, 17.03.2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://novainfo.ru/article/11838>.
2. Шматько Л.П., Жолобова Л.В. Подготовка туристских кластеров Ростовской области к приему чемпионата мира по футболу 2018 года // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения // Изд-во Ростовский государственный университет путей сообщения (Ростов-на-Дону). 2017. № 1. С. 133-1
3. Rodrigues A.B. Turismo rural: práticas e perspectivas. Sao Paulo: Contexto. 2003.
4. Идрисова Ж.Х., Занозин В.В. Развитие туристского кластера в дельте Волги // «Географические науки и образование» материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции. Астрахань: Изд-во Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Астраханский государственный университет». 2015. С. 115-118.
5. Куликова В.В., Заярная И.А. Дефиниции понятия кластер // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире. Материалы IX международной научно-практической конференции. Изд-во: World Press s.r.o, 2015. С. 146-149.
6. Большаков А.И. Формирование и развитие приграничных туристских кластеров: дис. канд. экон. наук. Москва. 2014.
7. Левченко Т.П., Кулян К.К., Кулян М.К. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций // Вестник СГУТиКД. 2012. № 2 (20). С. 67-72.
8. Шамахов В.А., Кудряшов В.С. Формирование туристского водного кластера в Санкт-Петербурге: анализ и перспективы развития // Управленческое консультирование. 2018. № 7(115). С. 56-68.
9. Национальный туристический рейтинг-2019 // Журнал «Отдых в России». [Электронный ресурс]. URL: <http://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019> (дата обращения: 29.12.2019).
10. Власти КБР прорабатывают вопрос включения двух туркластеров региона в госпрограмму // Территориальные кластеры. Дайджест новостей [Электронный ресурс]. URL: <http://cluster.hse.ru> июль 2019 г. (дата обращения: 29.12.2019).
11. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 – 2025 годы) // Экспертный центр электронного государства Цифровая Россия. [Электронный ресурс]. URL: http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2018/07/turism_proekt.pdf (дата обращения: 29.12.2019).
12. Namhyun Kim and Bruce E. Wicks, «Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness» (July 30, 2010). International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 28. [Электронный ресурс]. URL: http://scholarworks.umass.edu/refereed/CHRIE_2010/Friday/28 (дата обращения: 29.12.2019).
13. Brandenburger A.M., Nalebuff B.J. Co-Opetition (1st ed.). New York: Broadway Business. 1997.
14. Погодина В.Л., Тараканова Т.С., Евсеев В.В. Актуальные аспекты организации рекреационного туризма в регионах России // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Под ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 84-89.
15. Евсеев В.В. Физическая культура, спорт, туризм в формировании среды здоровьесбережения // Технологии PR и рекламы в современном обществе Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Под ред. И.Р. Тростинской. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 39-44.
16. Галиуллина Г.К., Галимов Ш.Ш., Шабанова Л.Б. Методика анализа туристского кластера региона // Вестник ТИСБИ// Изд-во Университет управления «ТИСБИ» (Казань). 2014. № 2. С. 141-149.

УДК 330.341

А. Ф. Абдулламанова

Институт экономики Национальной Академии Наук Азербайджана, Баку,
e-mail: ayten.abdullayeva1995@mail.ru

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СУБЪЕКТОВ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Ключевые слова: предпринимательские субъекты, инновационная активность, инновационный потенциал, факторы, препятствующие развитию инноваций.

В статье на основе многолетних статистических данных, а также результатов социологических исследований, проведенных среди руководителей и специалистов, около 800 предпринимательских субъектов в обрабатывающей отрасли Азербайджана анализируется состояние инновационной активности малых и средних предприятий, оценивается уровень основных индикаторов, характеризующих инновационный потенциал отрасли, различаются экономические, производственные и другие факторы, препятствующие инновационной деятельности, раскрываются мнения опрошенных об изменении состава этих факторов, выявляются соответствующие резервы и предлагаются пути их регионального использования.

A. F. Abdurrahmanova

Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Azerbaijan, Baku,
e-mail: ayten.abdullayeva1995@mail.ru

KEY FACTORS HINDERING THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY ENTREPRENEURIAL SUBJECTS IN AZERBAIJAN

Keywords: entrepreneurial subjects, innovative activity, innovative potential, factors hindering the development of innovation.

Based on many years of statistical data, as well as the results of sociological studies conducted among managers and specialists, about 800 business entities in the manufacturing sector of Azerbaijan analyze the state of innovative activity of small and medium enterprises, assess the level of key indicators characterizing the innovative potential of the industry, and economic, production and other factors hindering innovation, the opinions of the respondents changes in the composition of these factors, the corresponding reserves are identified and ways of their regional use are proposed.

В условиях глобализации страны с рыночной экономикой проводят целенаправленную политику, направленную на создание конкурентных преимуществ национальных экономических систем на основе эффективного использования всех видов интеллектуальных ресурсов и высоких технологий. По данным ЦСУ республики в обрабатывающей промышленности функционирует более двух тысяч предпринимательских субъектов и порядка 18 тысяч, индивидуальных предпринимателей занимаются промышленной деятельностью.

Однако инновационная активность этих субъектов остается низкой. Поэтому проблема развития инновационного предпринимательства в обрабатывающей промышленности лежит в русле более общей проблемы развития предпри-

нимательских отношений. Проведенное исследование показало, что из-за низкой инновационной активности ежегодно в республике ликвидируется несколько десятков предпринимательских субъектов. Остаток готовой продукции на складах производителей имеет тенденцию роста. Степень износа основных фондов на многих предпринимательских субъектах составляет около 60%. Из-за низкой мотивации труда текучесть кадров на этих субъектах более, чем в четыре раза превышает допустимое 5%-ное значение. Все эти факты отрицательно влияют на инновационную активность этих субъектов. В обрабатывающей промышленности удельный вес инновационной продукции в 2018 году составил 0,28%, что значительно ниже порогового значения, предусмотренного в миро-

вой практике [7, с. 14; 42; 53]. Для устранения этих недостатков в ряде Государственных Программ и Стратегических Дорожных Карт на период 2025 года указаны – трансферт передовых технологий; развитие высокотехнологичных и наукоемких отраслей; использование современных финансово-кредитных механизмов; совершенствование нормативно-правовых актов с целью расширения инновационной деятельности предпринимательских субъектов [1; 2; 3].

Цель исследования

Проанализировать состояние инновационной активности малых и средних предпринимательских субъектов в Азербайджане; классифицировать факторы, препятствующие их инновационному развитию; разработать практические рекомендации по устранению имеющихся недостатков.

Материалы и методы исследования

В качестве исходных данных были использованы официальные материалы ЦСУ республики и результаты социологических исследований. Методами исследования являются: статистическая группировка, сравнительный анализ, графическое изображение и анкетный опрос.

Результаты проведенного исследования

Основные индикаторы, характеризующие инновационный потенциал отрасли.

Прежде, чем определить основные факторы, отрицательно влияющие на инновационную активность предпринимательских субъектов в Азербайджане, считаем уместным проанализировать основные индикаторы, характеризующие уровень инновационного потенциала в обрабатывающей промышленности. По данным ЦСУ республики, на начало 2019 года в обрабатывающей промышленности функционировало 2034 ед. предприятий и их число, по сравнению с 2010 годом увеличилось на 106, 5 %.

Из общего числа этих предприятий в 2018 году 1355 ед., или 66,6% имеют статус малого предприятия. Ускоренное развитие не нефтяного сектора республики способствовало и измене-

нию структуры промышленности. Так, если в 2010 году доля обрабатывающей отрасли в структуре промышленности составляла 15,9%, то по итогам 2018 года она достигла 21,9%. За этот период число предприятий в негосударственном секторе увеличилось на 198 единиц, или 4,2%. Если в 2010 году в обрабатывающей отрасли промышленной деятельностью занималась 9644 индивидуальных предпринимателей, то в 2018 году их число достигло 17988 человек, или рост составил 186,5%. За указанный период среднесписочная численность работающих в отрасли увеличилась на 7,6 тыс. человек, а их среднемесячная заработная плата увеличилась на 177% и по итогам 2018 года составила 554 манат, или 326 долларов [5;7].

Расчеты показали, что в 2010–2018 гг. объем производимой продукции упомянутой отрасли увеличился на 182,5%, а на одном предприятии – на 171,5%. При этом интервал объема продукции, приходящегося на одно предприятие, колеблется от 3-х до 5-ти млн. ман. За указанный период объем инвестиции в основной капитал увеличился в 2,8 раза, а в расчете на одно предприятие – в 2,6 раза, затраты на технологические инновации – в 4, 1 раза, в том числе продуктовые инновации – в 2,9 раза, а процессные инновации – в 52 раза. В результате всего этого индекс основных производственных фондов (ОПФ) имел тенденцию роста с одновременным ростом их степени износа и снижением их активной части (табл. 1). При подобной ситуации в указанной отрасли в основном внедряются национальные стандарты, где преимущество дается техническим условиям или стандартам предприятия. Состояние внедрения международных стандартов типа ISO, API на многих подотраслях обрабатывающей промышленности нельзя считать успешным. Все это в конечном итоге сказывается на объеме и структуре экспортируемой продукции не нефтяного промышленного сектора. По данным ЦСУ республики, если в 2010 году удельный вес экспортируемой продукции не нефтяного сектора составлял 5,9%, то в 2018 году он достиг 8,1%, однако большинство из них являлось сырьем [8; 9].

Таблица 1

Основные индикаторы, характеризующие инновационный потенциал предпринимательских субъектов в обрабатывающей промышленности Азербайджана

Показатели	Годы					Темп роста 2018 к 2010 году в процентах
	2010	2015	2016	2017	2018	
Число действующих предприятий, ед. из них:	1909	1778	1775	1826	2034	106,5
Малые предприятия	1510	964	1056	1218	1355	89,7
Удельный вес малых предприятий, в %-ах	79,1	54,2	59,5	66,7	66,6	X
Объем производимой продукции, млн. ман.	5736	7880,4	8899,5	9723,5	10465,4	182,5
Объем производимой продукции, приходящегося на одно предприятие, млн. ман	3,0	4,43	5,0	5,33	5,15	171,5
Объем инвестиции в основной капитал, млн. ман	510	483	424,3	652,6	1432,0	в 2,8 раза
Объем инвестиции, приходящейся на одно предприятие, млн. ман	0,27	0,27	0,24	0,36	0,70	в 2,6 раза
Индекс основных, производственных фондов (ОПФ) в процентах к предыдущему году	104,3	106,8	105,3	112,1	110,1	X
Степень износа ОПФ, в процентах	56,9	57,1	54,8	56,9	58,1	X
Удельный вес активной части ОПФ, в процентах	46,7	41,9	41,8	38,9	38,6	X
Затраты на технологические инновации ВСЕГО, в том числе	8,1	32,5	27,8	16,1	33,0	в 4,1 раза
Продуктовая инновация	7,9	11,2	20,3	10,4	22,6	в 2,9 раза
Процессная инновация	0,2	21,3	7,5	5,7	10,4	в 52 раза
Источник: Промышленность Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2014, с.91, 106; 2019 с. 53; 63 (составлено и рассчитано автором)						

Инновационная активность предприятий

Все эти организационно-экономические и технико-технологические изменения нашли свое отражение в росте объема инновационной продукции в отрасли, хотя ее удельный вес составлял от 0,02 % до 0,41 %, а удельный вес инновационно-активных подотраслей изменяется от 12,5 % до 45,8 % имея тенденцию снижения (табл. 2).

К числу инновационно-активных подотраслей обрабатывающей промышленности республики относятся: производство пищевых продуктов, текстильная, химическая, металлургическая промышленность, производство одежды, машин, оборудования, компьютеров, металлоизделий. В результате сравнительного анализа нами выявлено, что уровень их инновационной активности значительно отстает от рекомендуемого в мировой практике порогового значе-

ния, которое предлагается на уровне 15-ти процентов.

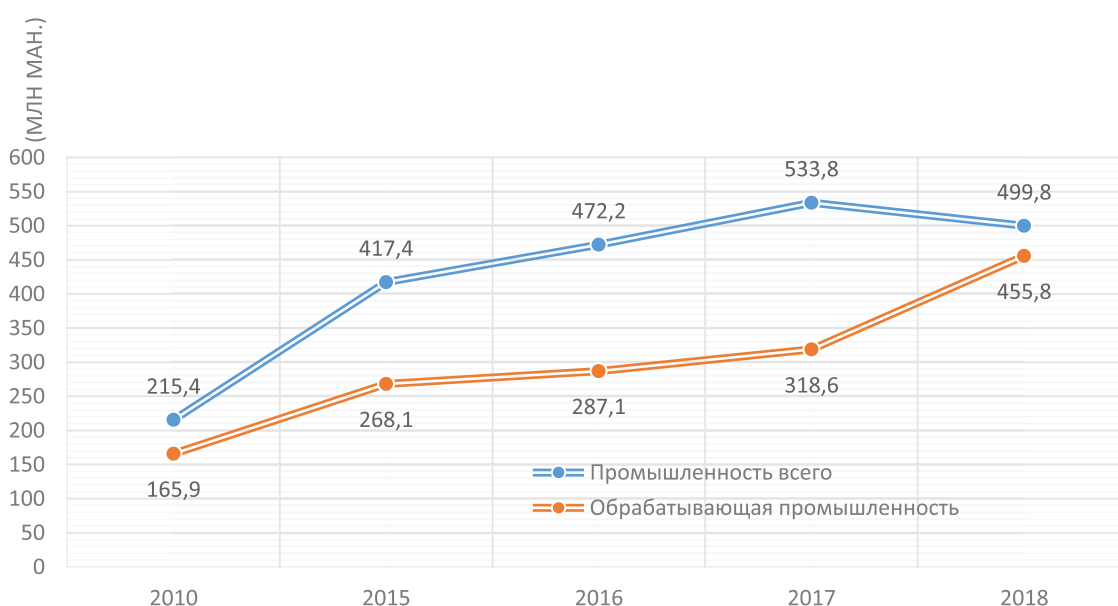
Нашими исследованиями выявлено, что в упомянутой отрасли республики низкий технико-технологический уровень имеет место в основном на малых и средних предприятиях. Анализ их финансово-хозяйственной деятельности показал, что более половины из них работают убыточно, причем сумма ежегодных убытков несколько раз превышает годовую прибыль [10]. По этой причине они не в состоянии производить высококачественную продукцию, в конечном итоге многие из них не выдерживают конкурентной борьбы и ликвидируются. По данным ЦСУ только за 2015-2018 гг. в республике было ликвидировано более 140 малых и средних предприятий. На складах производителей остатки готовой продукции, не отвечающие международным стандартам, имеют тенденцию роста, о чем свидетельствуют данные диаграммы.

Таблица 2

Индикаторы, характеризующие инновационную активность предпринимательских субъектов в обрабатывающей промышленности Азербайджана

Показатели	Годы					Рост за 2010-2018 гг. (±)
	2010	2015	2016	2017	2018	
Объем инновационной продукции в обрабатывающей отрасли, всего млн. манат	6,4	1,5	36,2	14,9	29,6	+23,2
Удельный вес инновационной продукции обрабатывающей отрасли, в процентах	0,11	0,02	0,41	0,15	0,28	+0,17
Удельный вес инновационно- активных подотраслей в обрабатывающей промышленности, в процентах	16,7	12,5	45,8	20,8	25,0	8,3

Источник: Таблица составлена и рассчитана автором на основе данных стат. сборников ЦСУ «Промышленность Азербайджана» до 2014-2019 гг. [5; 6; 7].



Остатки готовой продукции на складах предприятий-производителей (разработано автором)

Цель внедрения инноваций

Согласно приоритетам Государственных программ и Стратегических Дорожных Карт [1-3] основной целью внедрения инноваций в предпринимательских субъектах республики является:

- увеличение прибыли (дохода) при наименьших материальных и трудовых затратах;
- освоение новых видов продукции широкого ассортимента;
- повышение конкурентоспособности продукции;
- расширение рынка сбыта;
- улучшение условий труда работников;

- внедрение в производство новой техники и технологии;
- создание высокооплачиваемого рабочего места;
- уменьшение объема выбросов в окружающую среду.

Факторы, препятствующие инновациям

Однако ежегодно проводимые социологические исследования со стороны работников ЦСУ республики среди руководителей и специалистов около 800 предпринимательских структур показали, что они не всегда достигают указанных выше целей.

Обработка данных социологических исследований показала, что в течение 2010-2018 гг. удельный вес экономических и производственных факторов, отрицательно влияющих на инновационную активность предприятий имеют тенденции снижения, а другие факторы – тенденции увеличения (табл. 3).

По мнению 27,6 процентов опрошенных руководителей – специалистов недостаток собственных денежных средств – является важным экономическим фактором, препятствующим внедрению инноваций. На высокую стоимость нововведений указали 18,7% опрошенных. На третьем месте находится фактор – недостаточная финансовая поддержка со стороны государства (15%). В качестве четвертого экономического фактора опрошенные указали – низкий платежеспособный спрос на новую продукцию (14, 0%).

Среди опрошенных 13,5% указали на высший экономический риск, а 11,3% – на длительный срок окупаемости средств, вложенных в инновационный проект. Как и следовало ожидать, среди производственных факторов опрошенные сделали акцент на низкий инновационный потенциал предприятия (31,1%); недостаток информации о новых технологиях (19,1%). Почти на одинаковом уровне были отмечены факторы – недостаток квалифицированного персонала (14,8%) и невосприимчивость предприятия к нововведениям (14,3%). Недостаток информации о рынке сбыта указали 12,4% опрошенных, а 7,7% – подчеркнули отсутствие возможности кооперирования с другими предприятиями и научными организациями (табл. 4).

Анализ состава других факторов, препятствующих внедрению инноваций, показал, что 23% опрошенных указывают на недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих и стимулирующих инновационную деятельность; 22,8% опрошенных – на неразвитость инновационной инфраструктуры; 22,1% – на неразвитость рынка технологий; 16,2% – на неопределенность сроков инновационного процесса, а 16,0% – на отсутствие необходимости в нововведениях (табл. 5).

Подводя итоги проведенного системного анализа, на наш взгляд, можно сформулировать следующие выводы:

– Из-за низкого и технико-технологического уровня производства традиционных подотраслей обрабатывающей промышленности предпринимательские субъекты неравномерно вовлечены в инновационную деятельность. Это подтверждают и факты, так как преобладающее число малых предприятий не участвуют в инновационном процессе и только 54,2% средних и крупных предприятий участвуют в этом процессе, однако доля их инновационной продукции не превышает 0,50%.

– Из 24 подотраслей обрабатывающей промышленности республики только 13 в незначительной степени занимаются инновационной деятельностью.

– В исследуемой отрасли основным источником финансирования инновационной технологии является непосредственные средства самих предприятий.

– Отсутствует механизм стимулирования инновационной активности предпринимательских субъектов.

Таблица 3

Факторы, препятствующие инновационной активности предпринимательских субъектов обрабатывающей промышленности Азербайджана

Факторы	Годы				Отклонения за 2010-2018 годы (±)
	2010	2015	2017	2018	
Всего, в т.ч.	100	100	100	100	–
Экономические	55,4	42,9	44,3	43,2	-12,2
Производственные	35,2	29,7	26,2	33,0	-2,2
Другие	9,4	27,4	29,5	23,8	+14,4

Источник: Таблица составлена и рассчитана автором на основе данных статистического ежегодника ЦСУ «Промышленность Азербайджана» за 2015-2019 гг., с. 99-101; 61.

Таблица 4

Состав экономических и производственных факторов, препятствующих внедрению инноваций в предпринимательские субъекты (в процентах от общего числа опрошенных)

Состав факторов	Годы			Среднестатистическое значение за 2010-2019 годы
	2010	2015	2018	
Экономические факторы				
Недостаток собственных денежных средств	26,8	29,5	26,4	27,6
Недостаточная финансовая поддержка со стороны государства	17,9	12,9	14,3	15,0
Низкий платежеспособный спрос на новые продукты	14,2	14,0	13,7	14,0
Высокая стоимость нововведений	17,9	19,2	19,0	18,7
Высокий экономический риск	12,6	13,5	14,3	13,5
Длительные сроки окупаемости	10,6	10,9	12,3	11,3
Производственные факторы				
Низкий инновационный потенциал предприятия	34,0	28,4	31,0	31,1
Недостаток квалифицированного персонала	10,7	17,2	16,4	14,8
Недостаток информации о новых технологиях	15,2	22,4	19,8	19,1
Невосприимчивость предприятия к нововведениям	19,6	13,8	9,5	14,3
Недостаток информации о рынках сбыта	8,0	14,6	16,4	12,4
Недостаток возможностей для кооперирования с другими предприятиями и научными организациями	12,5	3,6	6,9	7,7
Источник: Таблица составлена и рассчитана автором на основе данных стат. Сборников ЦСУ «Промышленность Азербайджана» Баку. 2014. с.100-101; 2019. с. 61.				

Таблица 5

Состав других факторов, препятствующих внедрению инноваций в предпринимательские субъекты (в процентах от общего числа опрошенных)

Состав фактора	Годы			Среднестатистическое значение за 2010-2018 годы
	2010	2015	2018	
Отсутствие необходимости в нововведениях, вследствие более ранних инноваций	16,2	13,8	17,8	16,0
Недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов, регулирующих и стимулирующих инновационную деятельность	28,0	26,6	19,2	23,0
Неопределенность сроков инновационного процесса	16,2	15,9	16,6	16,2
Неразвитость инновационной инфраструктуры (посреднические, информационные, юридические, банковские, пр. услуги)	24,3	22,3	21,8	22,8
Неразвитость рынка технологий	20,3	21,4	24,6	22,1
Источник: Таблица составлена и рассчитана автором на основе данных стат. сборников ЦСУ «Промышленность Азербайджана» Баку, 2014, с. 100-101; 2019, с. 61.				

– На инновационную активность отрицательно влияет неразвитость инновационных инфраструктур и внедрение прогрессивных форм менеджмента.

– До сих пор в республике не принят закон об инновационной деятельности.

– Остро нуждаются в обновлении базы нормативно-технические доку-

ментации и внедрение международных стандартов.

Заключение

Для увеличения объема высококачественной, импортозамещающей и экспортируемой промышленной продукции необходимо поэтапное обновление тех-

нико-технологического парка предпринимательских субъектов путем применения целевых инновационных проектов, активного привлечения инвестиций иностранных компаний, создания совместных предприятий.

Для уменьшения влияния отрицательных факторов на инновационную активность настоятельно требуется создание системы мониторинга эффективности использования объектов инновационной инфраструктуры, реализации пилотных проектов по обработке механизмов поддержки масштабных инновационных программ бизнес-структур, в частности поддержки кластерных инициатив, широкого внедрения международных стандартов

Низкая инновационная активность малых и средних предприятий выводит на первый план и меры по совершенствованию механизма стимулирования работников, привлечение высококвалифицированных специалистов в обраба-

тывающую отрасль, где уровень текучести кадров в несколько раз выше порогового значения.

Думается, что разработка и осуществление целевой, долгосрочной, инновационной программы по подотраслям обрабатывающей промышленности будет способствовать заметному повышению их инновационной активности. Подобную программу прежде всего необходимо разработать по химической и нефтехимической отрасли, от инновационного развития которого зависит и устойчивое развитие других подотраслей обрабатывающей промышленности, использующих их продукцию в качестве сырья и материалов.

В условиях рыночной экономики для экономики развивающихся стран важное значение приобретает стратегическое управление, малого инновационного предприятия, которое ориентирует производство на предпочтения потребителей.

Библиографический список

1. Стратегическая Дорожная Карта по развитию тяжелой промышленности и машиностроения в Азербайджанской Республике. Баку, 2016, 51 с.
2. Стратегическая Дорожная Карта о производстве потребительских товаров на уровне малого и среднего предпринимательства в Азербайджанской Республике. Баку, 2016, 101 с.
3. Государственная Программа о социально-экономическом развитии регионов Азербайджанской Республики на 2019-2023 годы. Баку, 2019, 93 с.
4. Статистические показатели Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2019, 782 с.
5. Промышленность Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2014, 338 с.
6. Промышленность Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2018, 328 с.
7. Промышленность Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2019, 250 с.
8. Внешняя торговля Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2015, 258 с.
9. Внешняя торговля Азербайджана. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2019, 214 с.
10. Малое и среднее предпринимательство в Азербайджане. Статистический ежегодник. Баку, ЦСУ, 2018, 196 с.

УДК 658.512

П. Е. Барковская

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», Красноярск, e-mail: barkovskayapolina@mail.ru

Н. В. Кошкарёва

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», Красноярск, e-mail: natalya.coshkareva@ya.ru

Е. В. Замиралова

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», Красноярск, e-mail: zamiralova@mail.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА В МАЛОЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: система менеджмента качества, застройщик, подрядчик, строительство, строительное производство, процессный подход.

В статье рассмотрены особенности строительного производства в малых строительных организациях. В рамках применения процессного подхода при внедрении системы менеджмента качества малой строительной организации, определены участники строительного производства (Застройщик, Подрядчик; Организации, осуществляющие эксплуатацию сетей инженерно-технического обеспечения; Проектировщик; Лицо, выполняющее инженерные изыскания; Лицо, осуществляющее геодезические работы; Учреждение, уполномоченное на проведение государственной экспертизы; Орган государственного строительного надзора; Орган местного самоуправления, Орган технического учета; Управление Росреестра) и выделены этапы и виды работ, выполняемые Застройщиком и Подрядчиком. Представлены разработанные схемы взаимодействия и документооборота Застройщика и Подрядчика на стадиях строительного производства (предпроектная, инженерные изыскания и разработка проектной документации, государственная экспертиза проектной документации и результатов инженерных изысканий, получение разрешения на строительство, строительство, ввод объекта в эксплуатацию). Графически представлена сеть процессов строительного производства по возведению промышленного здания Подрядчиком.

P. E. Barkovskaya

Siberian state University of science and technology named after academician M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk, e-mail: barkovskayapolina@mail.ru

N. V. Koshkareva

Siberian state University of science and technology named after academician M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk, e-mail: natalya.coshkareva@ya.ru

E. V. Zamiralova

Siberian state University of science and technology named after academician M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk, e-mail: zamiralova@mail.ru

APPLICATION OF THE PROCESS APPROACH IN A SMALL CONSTRUCTION ORGANIZATION

Keywords: quality management system, builder, contractor, construction, construction production, process approach.

The article discusses the features of construction production in small construction organizations. As part of the application of the process approach when implementing the quality management system of a small construction organization, the participants in the construction industry are identified (Developer, Contractor; Organizations engaged in the maintenance of engineering networks; Designer; Person performing engineering surveys; Person performing geodetic works; Institution authorized state expert examination; state construction supervision body; local government body, technical authority accounting, management Federal Service for State Registration) and highlights the stages and types of work performed by the developers and contractors. The developed schemes of interaction and workflow of the Developer and the Contractor at the stages of construction production are presented (pre-design, engineering surveys and development of design documentation, state examination of design documentation and results of engineering surveys, obtaining a building permit, construction, commissioning of an object). The network of construction processes for the construction of an industrial building by the Contractor is graphically presented.

Введение

Строительная деятельность – одна из ведущих отраслей экономики России, оказывающая немалое влияние на развитие множества смежных производственных отраслей и имеющая перспективы дальнейшего роста и развития. В 2014–2017 гг. в отрасли наблюдался спад, однако в 2018 г. по данным Росстата объем строительных работ составил 8,39 трлн. руб., что на 5,3 %, выше показателя 2017 г. [1]. В основе роста объема строительных работ лежат государственные программы в сфере промышленного строительства, возведения социальных объектов, стадионов, Крымского моста. Всего в 2018 г. в России было введено 17,4 тыс. зданий нежилого назначения, из них коммерческих – 6,1 тыс., промышленных – 2,4 тыс., сельскохозяйственных – 2,3 тыс., административных – 1,2 тыс., учебных – 0,6 тыс., системы здравоохранения – 0,6 тыс., других – 4,2 тыс.

Строительная деятельность отнесена к деятельности, связанной с повышенной опасностью для окружающих (ст. 1079 Гражданского кодекса РФ). Качество строительства – жилищного, промышленного, социальной инфраструктуры – напрямую влияет на качество жизни людей и их безопасность. Не все строительные организации серьезно относятся к выполняемым работам, привлекая к работе некомпетентных рабочих, используя некачественные строительные материалы, нарушая технологии выполнения строительных работ, игнорируя ведение необходимой исполнительной документации.

Для обеспечения качества и безопасности строительного производства должны использоваться все доступные инструменты. В числе таких инструментов – внедрение систем качественного менеджмента. Причем не формальных неадаптированных систем менеджмента качества (СМК) и не систем, созданных исключительно для целей сертификации, а именно систем управления, направленных на регламентацию деятельности, повышение дисциплины работников, способных предупреждать несоответствия и минимизировать риски. В случае сертификации СМК, это еще и се-

рьезный аргумент перед конкурентами при участии в тендерах – основного способа получения заказов на проведение работ.

Цель исследования

Целью исследования является анализ требований к организации строительных работ, разработка схема взаимодействия и документооборота участников строительного производства нежилого объекта капитального строительства, а также построение процессных моделей строительного производства в рамках внедрения процессного подхода при разработке СМК малой строительной организации.

Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования была использована информация об объекте исследования, его видах деятельности и взаимодействии; аналитические и статистические обзоры состояния строительной отрасли в России; научные публикации, учебные пособия, нормативно-правовая и нормативная документация, административные регламенты органов власти. В процессе исследования применялись следующие методы: опрос, изучение, обобщение, анализ и графическое представление полученной информации.

Результаты исследования и их обсуждение

По данным Росстата, на начало 2018 г. действовало 279,5 тыс. строительных организаций, из которых только 17,1 тыс. (6,1 %) строительных организаций не относятся к субъектам малого предпринимательства [2]. Объектом исследования является малая строительная организация, выступающая подрядчиком и выполняющая работы по строительству жилых зданий.

Анализ научных работ показал, что проблема проектирования СМК малых строительных организаций недостаточно исследована. В научных публикациях в основном отражаются особенности внедрения СМК в организациях строительного сектора, рассматривается процессный и риск-ориентированный подход в крупных строительных организациях.

Строительное производство в малых организациях, характеризуется следующими особенностями:

- проектный характер деятельности при большом количестве взаимодействующих сторон и участников строительного производства;
- высокий уровень «текучки» кадров, их квалификационная неоднородность, и зачатую, низкий уровень морали и мотивации к качественному выполнению работ;
- большое количество регулярно изменяющейся нормативно-правовой документации и документации в области стандартизации, дублирующей требования и рекомендации, содержащей различную терминологию, а иногда и противоречия;
- низкое качество проектной, рабочей и организационно-технической документации;
- низкая культура ведения исполнительной документации на стройке, и при этом – несомненная ее важность и значимость, так как на ее основе принимаются решения о качестве выполненных работ и производимой конечной строительной продукции;
- не соблюдение норм и правил охраны труда.

Вышеперечисленные факторы создают серьезные риски в строительстве, приводящие к срыву сроков, низкому качеству работ и утрате доверия заказчиков.

В соответствии с рекомендациями ГОСТ Р ИСО 9001–2015 (раздел 4 «Среда организации») по анализу внешней среды, и для построения процессной модели малой строительной организации нами были изучены требования нормативно-правовой и нормативной документации, регламентирующей организацию строительного производства и взаимодействие его участников. К такой документации относятся: Градостроительный кодекс РФ; утвержденные Постановлениями Правительства «Положение о выполнении инженерных изысканий для подготовки проектной документации, строительства, реконструкции объектов капитального строительства» (от 19.01.2006 № 20), «Положение о составе разделов проектной документации и требований к их содержанию» (от 16.02.2008 № 87), «Положение об организации и проведении

государственной экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий» (от 05.03.2007 № 145), «Положение о проведении строительного контроля при осуществлении строительства, реконструкции и капитального ремонта объектов капитального строительства» (от 21.06.2010 № 468), «Исчерпывающий перечень процедур в сфере строительства объектов капитального строительства нежилого назначения» (от 28.03.2017 № 346); «Требования к составу и порядку ведения исполнительной документации при строительстве, реконструкции, капитальном ремонте объектов капитального строительства и требований, предъявляемых к актам освидетельствования работ, конструкций, участков сетей инженерно-технического обеспечения» (приказ Ростехнадзора от 26.12.2006 № 1128); СП 48.13330.2011 «СНиП 12-01-2004 Организация строительства»; СП 47.13330.2016 «СНиП 11-02-96 Инженерные изыскания для строительства. Основные положения»; СП 126.13330.2017 «СНиП 3.01.03-84 Геодезические работы в строительстве»; СП 317.1325800.2017 «Инженерно-геодезические изыскания для строительства. Общие правила производства работ»; СП 246.1325800.2016 «Положение об авторском надзоре за строительством зданий и сооружений»; СТО НОСТРОЙ 2.33.14-2011 «Организация строительного производства. Общие положения»; СТО НОСТРОЙ 2.33.51-2011 «Организация строительного производства. Подготовка и производство строительных и монтажных работ»; СТО НОСТРОЙ 2.33.52-2011 «Организация строительного производства. Организация строительной площадки. Новое строительство».

На основе анализа вышеперечисленных нормативных источников, нами выделены этапы строительного производства и виды работ, выполняемые Застройщиком, определены их участники (таблица), а также разработаны схемы их взаимодействия и документооборота (рис. 1, рис. 2). В процессе исследования нами были исключены вопросы взаимодействия заказчика и подрядчика с организациями, предоставляющими материально-технические ресурсы.

Этапы строительного производства и их участники

Этапы строительного производства и виды работ, выполняемые Застройщиком	Участники
1. Предпроектная стадия: – определение параметров будущего объекта капитального строительства (ОКС); – получение градостроительный плана земельного участка (ЗУ) – на основе документов, устанавливающих права на ЗУ, кадастровой выписки, топографического плана территории с нанесением сетей инженерно-технического обеспечения (ИТО); – запрос и получение предварительных сведений о возможности подключения к сетям ИТО.	Орган местного самоуправления; организации, осуществляющие эксплуатацию сетей ИТО
2. Инженерные изыскания и разработка проектной документации: – получение технических условий (ТУ) подключения сетям ИТО; – заключение договоров с проектировщиком и лицом, выполняющим инженерные изыскания (ИИ); – разработка заданий на проведение ИИ и проектирование; – проведение ИИ на земельном участке для подготовки проектной документации*; – разработка проектной документации (ПД) и рабочей документации (РД)*; – получение результатов ИИ, ПД, РД.	Организации, осуществляющие эксплуатацию сетей ИТО; лицо, выполняющее ИИ; проектировщик
3. Государственная экспертиза проектной документации и результатов инженерных изысканий: – составление заявления о проведении государственной экспертизы, подготовка комплекта документации; – заключение договоров на проведение государственной экспертизы ПД и/или результатов ИИ, об экспертном сопровождении; – проведение государственной экспертизы ПД и результатов ИИ*; – получение заключения государственной экспертизы ПД и (или) результатов ИИ.	Учреждение, уполномоченное на проведение государственной экспертизы
4. Получение разрешения на строительство: – составление заявления о выдаче разрешения на строительство, подготовка комплекта документации; – получение разрешения на строительство.	Орган местного самоуправления
5. Строительство: – заключение договора строительного подряда; – передача лицу, осуществляющему строительство, утвержденной Застройщиком ПД и РД (на весь ОКС или на определенные этапы работ) в 2 экземплярах на электронном и бумажном носителях; – заключение договоров об осуществлении подключения к сетям ИТО (на время строительства); – организация временных инженерных сетей строительной площадки (водоснабжение, водоотвод, обеспечение электроэнергией, воздухообеспечение и теплоснабжение, телефонизация и радиофикация); – организация выполнения геодезических работ на всех этапах строительства геодезическое сопровождение и геотехнический контроль строительства объекта; – обеспечение выноса в натуру линий регулирования застройки и создание геодезической разбивочной основы на строительной площадке выполнения (до передачи подрядчику); – организация внесения изменений в ПД и РД и авторского надзора лица проектировщиком за строительством объекта; – организация государственной экспертизы по результатам экспертного сопровождения; – извещение о начале и этапах выполнения работ на строительной площадке органа государственного строительного надзора, которому подконтролен данный объект; – назначение приказом ответственного представителя строительного контроля застройщика (заказчика), обеспечение строительного контроля застройщика; – приемка ОКС; – комплектование, хранение и передача соответствующим организациям исполнительной и эксплуатационной документации.	Подрядчик; Организации, осуществляющие эксплуатацию сетей ИТО; проектировщик; лицо, осуществляющее геодезические работы; учреждение, уполномоченное на проведение государственной экспертизы; орган государственного строительного надзора

Окончание таблицы	
Этапы строительного производства и виды работ, выполняемые Застройщиком	Участники
6. Ввод объекта в эксплуатацию: – сдача внутренних сетей организации, осуществляющие эксплуатацию сетей ИТО; – техническая инвентаризация и учет построенных объектов (получение технического и кадастрового паспорта); – проведение контрольно-геодезической съемки; – сдача ОКС органу государственного строительного надзора; – составление заявления о выдаче разрешения на ввод объекта в эксплуатацию и сбор необходимого комплекта документов; – получение разрешения на ввод ОКС в эксплуатацию; – заключение договоров на потребление коммунальных ресурсов; – государственная регистрация прав на ОКС.	Организации, осуществляющие эксплуатацию сетей ИТО; орган технического учета; орган государственного строительного надзора; орган местного самоуправления; Управление Росреестра
* данный вид работ выполняется стороной-участником строительного производства	

На этапе «Строительство» подрядчиком выполняются следующие виды работ:

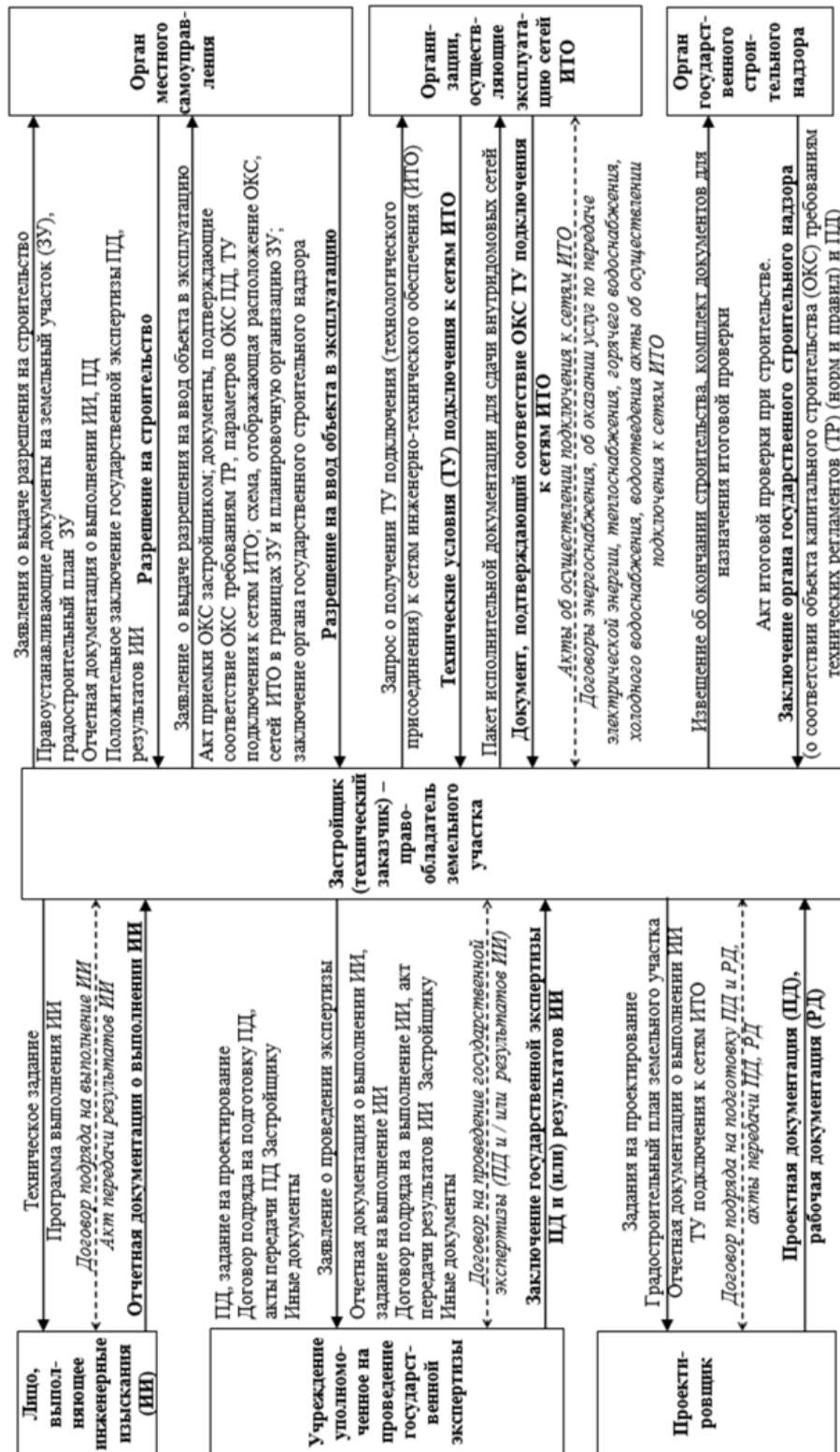
- назначение приказом ответственного производителя работ;
- входной контроль переданной ему для исполнения РД, передача застройщику перечня выявленных в ней недостатков, проверяет их устранение;
- разработка (организация разработки проектной организацией) и утверждение проекта(ов) производства работ (ППР) и технологических карт, содержащих решения по организации и технологии выполнения всех видов выполняемых строительных работ;
- согласование состава субподрядных организаций с застройщиком, заключение с ними договоров на выполнение различных видов работ и координация их деятельность;
- заключение договоров на поставку строительных материалов, оборудования и материально-технических ресурсов, на выполнение видов испытаний, которые не могут выполняться собственными силами (с аккредитованными лабораториями);
- оборудование строительной площадки по требованиям местной администрации (ограждение, пункты мойки колес транспортных средств на выездах на городскую территорию, бункеры для сбора мусора, информационные щиты и др.);
- подготовка ОКС к строительству и выполнение всех видов строительномонтажных работ в соответствии с ПД,

РД и организационно-технологической документацией;

- осуществление строительного контроля и ведение исполнительной документации;
- обеспечение безопасности труда на строительной площадке, безопасности строительных работ для окружающей среды и населения;
- управление стройплощадкой, в том числе обеспечение охраны стройплощадки и сохранности объекта до его приемки застройщиком (заказчиком) [3–5].

Далее, в рамках выполнения цели исследования, нами были графически представлены «Процессы строительного производства по возведению промышленного здания подрядчиком» (рис. 3). Здание строится на ленточном фундаменте с использованием металлических конструкций.

Строительное производство на каждом из указанных на рис. 3 процессов включает выполнение определённых технологических операций, каждая из которых предполагает установленную последовательность выполняемых работ, наличие инструментов, материалов, оснастки, специалистов-исполнителей требуемой квалификации, определенных природно-климатических, температурно-влажностных и других факторов. Чтобы обеспечить заданное качество необходимо, чтобы каждая технологическая операция была регламентирована и выполнена согласно установленным правилам.



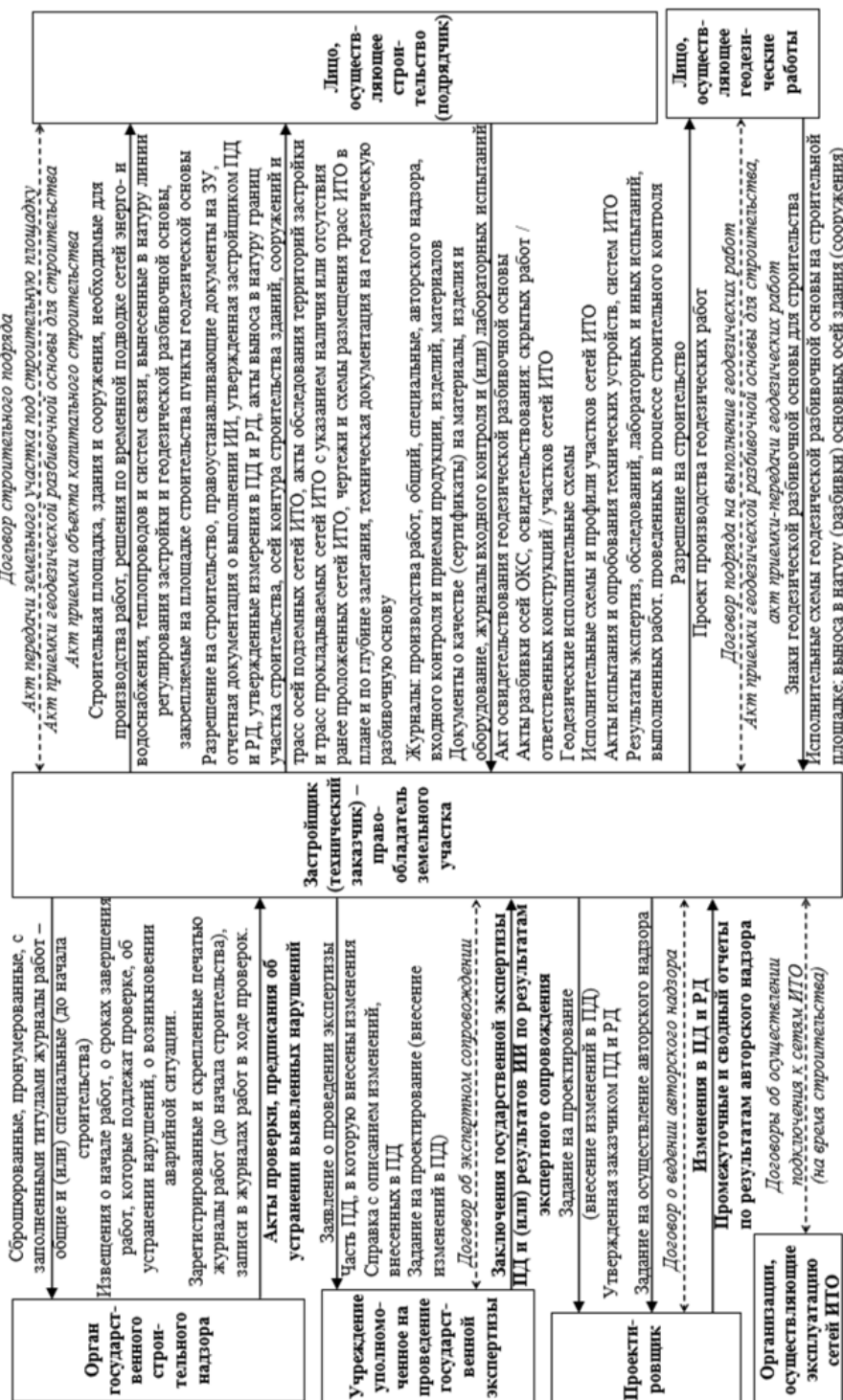


Рис. 2. Схема взаимодействия участников строительства объекта капитального строительства нежилых назначения на этапе строительства

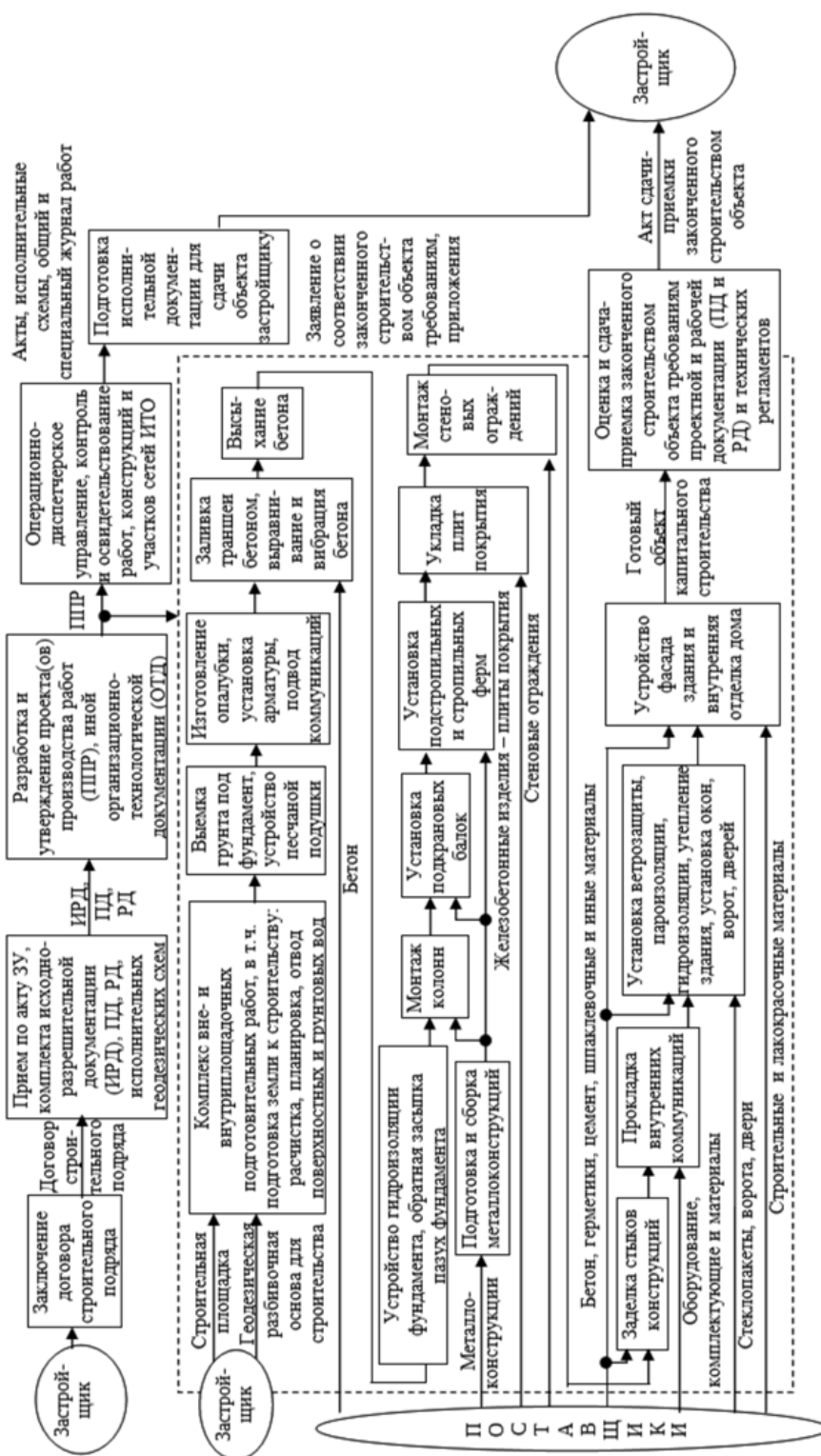


Рис. 3. Процессы строительного производства по возведению промышленного здания подрядчиком

Для малой строительной организации, которой зачастую приходится для каждого объекта нанимать новых рабочих строительной бригады, не всегда имеющих необходимую квалификацию, наличие набора технологических карт, включаемых в состав ППР, на все виды выполняемых работ, обязательное условие.

Решения о качестве выполняемых строительных работ принимаются в результате анализа исполнительной документации, которая также подтверждает их проведение. Наличие, качество и полнота этой документации критичны при строительстве и сдаче объектов. По-

этому четкая организация и регламентация документооборота позволит строительной организации действовать планомерно, системно и снижать риски возникновения каких-либо неучтенных факторов.

Выводы (заключение)

Таким образом, на основе анализа требований нормативно-правовой базы нами предложены подходы к построению процессных моделей строительного производства и схем взаимодействия с внешними сторонами в рамках внедрения СМК.

Библиографический список

1. Россия в цифрах. 2019: крат. стат. сб. М.: Росстат, 2019. 549 с.
2. Отчет о выполнении комплекса информационно-аналитических мероприятий в рамках разработки проекта стратегии развития строительной отрасли Российской Федерации до 2030 года (договор от 18.04.2019 № 33/2019, этап 1). М.: Автономная некоммерческая организация «Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации», 2019. 435 с.
3. СП 48.13330.2011. Организация строительства. Актуализированная редакция СНиП 12-01-2004 (с Изменением № 1). Проспект, 2016. 32 с.
4. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 27.12.2019). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=342030&dst=0&rnd=0.6380054752761091#009013193482150306> (дата обращения: 14.12.2019).
5. СТО НОСТРОЙ 2.33.52-2011. Стандарт национального объединения строителей. Организация строительного производства. Организация строительной площадки. Новое строительство. М. Национальное объединение строителей, 2012. 72 с.

УДК 659.118

В. В. Безпалов

ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,
e-mail: valerib1@yandex.ru

С. А. Лочан

ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,
e-mail: lochansa@yandex.ru

Д. В. Федюнин

ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,
e-mail: fedunine@mail.ru

А. В. Иванов

ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,
e-mail: aeroflot-ivanov@yandex.ru

С. А. Автономова

ФГБОУ ВО Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,
e-mail: avtonomova1@yandex.ru

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Ключевые слова: рекламный рынок, рекламные кампании, предприятия регионального промышленного комплекса, Большие Данные, целевые аудитории, таргетинг, рекламные стратегии, технологические решения в рекламе.

Данные всегда играли важную роль на рекламном рынке. Без данных не обходится ни одно звено рекламной цепи: от ценообразования и медиапланирования до аналитики эффективности рекламных кампаний предприятий регионального промышленного комплекса. Растущий уровень автоматизации, расширение числа рекламных каналов и технологических решений привели не только к стремительному росту количества собираемых данных, но и к увеличению степени их детализации, большему разнообразию, появлению возможности обработки в реальном времени. «Большой взрыв» данных о пользователях, их поведении, привычках, предпочтениях сопровождался появлением технических и программных средств, способных обрабатывать огромные массивы информации и одновременным снижением стоимости ее обработки. На стыке этих процессов появилось направление, получившее название Большие Данные (Big Data). Сегодня Большие Данные, которые первоначально воспринимались рынком как один из инструментов для таргетинга аудитории, используются как полноценное технологическое решение для различного рода маркетинговых и рекламных задач предприятий регионального промышленного комплекса. Большинство предприятий регионального промышленного комплекса начали осознавать важность введения стратегий, которые могут трансформировать их с помощью применения больших данных. В этом начинании предприятия регионального промышленного комплекса осознают, что большие данные – это не просто технология или методика. Скорее, большие данные – это тенденция, которая распространяется на многочисленные сферы бизнеса и технологий.

V. V. Bezpalov

Plekhanov Russian Economic Academy, Moscow, e-mail: valerib1@yandex.ru

S. A. Lochan

Plekhanov Russian Economic Academy, Moscow, e-mail: lochansa@yandex.ru

D. V. Fedyunin

Plekhanov Russian Economic Academy, Moscow, e-mail: fedunine@mail.ru

A. V. Ivanov

Plekhanov Russian Economic Academy, Moscow, e-mail: aeroflot-ivanov@yandex.ru

S. A. Avtonomova

Plekhanov Russian Economic Academy, Moscow, e-mail: avtonomova1@yandex.ru

BIG DATA AND THE POSSIBILITY OF USING IT IN DEVELOPING A COMMUNICATION STRATEGY FOR REGIONAL INDUSTRIAL ENTERPRISES

Keywords: advertising market, advertising campaigns, enterprises of the regional industrial complex, Big Data, target audiences, targeting, advertising strategies, technological solutions in advertising.

Data has always played an important role in the advertising market. No link in the advertising chain can do without data: from pricing and media planning to analysis of the effectiveness of advertising campaigns of regional industrial enterprises. The growing level of automation, the expansion of the number of advertising channels and technological solutions have led not only to a rapid increase in the amount of data collected, but also to an increase in the level of detail, greater diversity, and the possibility of real-time processing. The «big explosion» of data about users, their behavior, habits, and preferences was accompanied by the appearance of technical and software tools that can process huge amounts of information and simultaneously reduce the cost of processing it. At the intersection of these processes, a direction called Big Data appeared. Today, Big Data, which was initially perceived by the market as one of the tools for targeting the audience, is used as a full-fledged technological solution for various marketing and advertising tasks of regional industrial enterprises. Most enterprises in the regional industrial complex have begun to realize the importance of introducing strategies that can transform them through the use of big data. In this endeavor, enterprises in the regional industrial complex realize that big data is not just a technology or technique. Rather, big data is a trend that extends to numerous areas of business and technology.

Введение

Большие данные непосредственно связаны с развитием цифровой экономики. «Большие данные» (Big Data) – «топливо для новой цифровой экономики», подобное установление предоставлено в проекте Еврокомиссии «Горизонт 2020». В условиях цифровой экономики появляются новые правила ведения бизнеса, которые оказывают значительное влияние на эффективность коммуникаций предприятий регионального промышленного комплекса:

- основой формирования цифровой экономики считается работа с большими данными (big data): с растущими массивами данных о целевых аудиториях возникает вероятность к переходу на новый уровень управления коммуникационными процессами: бизнес-аналитика становится инструментом для принятия решений руководителей разных уровней;

- в цифровой экономике важным для удержания конкурентных позиций становится тесное взаимодействие производителя с потребителем, у которого появилась возможность генерировать идеи новых продуктов и услуг (формирование дизайна продукта, изготовление согласно персональному заказу, создание перечня возможностей новейшего продукта и т.д.);

- для цифровой экономики характерно преобладание нематериальных активов, которые никак не изнашиваются, но в том числе – зачастую увеличиваются в ходе применения, а также обмена: торговые площадки в сети убирают

ограничения (по площади ассортимента), характерные реальным магазинами;

- в условиях цифровой экономики активно развивается «индивидуально адаптированный маркетинг»: применение новейших средств и форм мультимедийных коммуникаций (Интернет, call-центры, интерактивное телевидение и т.п.) позволяет с большей скоростью и с меньшими затратами устанавливать для предприятий регионального промышленного комплекса индивидуальные контакты с потребителями и проводить дополнительное послепродажное обслуживание [1].

В новых условиях экономической науке нужно дать ответы на многие вопросы, возникающие в связи с появлением новых эффектов, которые еще не объяснены. Развитие исследований в области коммуникационного менеджмента сможет способствовать преодолению данных затруднений для предприятий регионального промышленного комплекса.

Цель исследования: определить современные тенденции и потенциальные возможности применения больших данных при создании эффективных коммуникаций для предприятий регионального промышленного комплекса.

Материал и методы исследования

В качестве источника больших данных предприятиями регионального промышленного комплекса (РПК) могут быть использованы такие ресурсы, как:

- Интернет – социальные сети, личные блоги пользователей различные фо-

румы, интернет вещей (IoT) и средства массовой информации;

– показания датчиков- различных устройств и приборов, но кроме того метеорологические сведения, данные сотовой связи и т. Д [2];

– корпоративные данные – различная деловая информация, архивы, базы данных.

Утверждение, что существуют отдельные виды больших данных будет неверным. Ведь сама сущность данного метода состоит в объединении разнообразных типов данных, проведении точного анализа и выявлении совершенно новой, прежде неизвестной информации.

Основными методами использования больших данных для нужд построения коммуникаций предприятий РПК являются:

1. Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации.

2. Структурирование различной информации, выявление скрытых и неочевидных взаимосвязей для приведения к желаемому результату.

3. Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации [3].

Помимо результатов, которые достигаются в сфере улучшения качества обслуживания клиентов, области применения Больших Данных охватывают и многие другие цели. Главной целью является оптимизация коммуникационных процессов предприятий РПК. Из числа иных целей использования Больших данных можно назвать: управление рекламной деятельностью, контроль рисков, поддержание эффективной работы и взаимодействия персонала и внедрение новых бизнес-моделей коммуникаций.

Современный этап использования Искусственного Интеллекта с привлечением ресурсов Больших Данных требует новых знаний. Это касается, прежде всего, правильной подготовки данных с использованием технологии «озер данных». Озёра данных сегодня создаются на основе Nadoop и бизнес-дистрибутивов Nadoop, таких, как Hortonworks и MapR, предлагающих архитектуру озера данных. Озеро данных, это хранилище данных, в которое стекается вся информация, накапливаемая бизнесом

для своих нужд. Классические базы данных теперь относятся к категории «складов данных», содержащих, как правило, структурированные сведения о коммуникациях и целевых аудиториях предприятий РПК [4].

Очевидно, что для обучения принципам использования ИИ для решения реальных задач необходимо дополнить подготовку экономистов знаниями и навыками работы с озерами данных, сохраняя и развивая компетенции использования «складов данных» [5]. Интересная ситуация складывается в цифровом преобразовании региональной промышленности. Industrie 4.0 опирается, в основном, на существующие бизнес модели, но принципиально меняет модели управления сложными рекламными проектами. Киберфизические системы обеспечивают роботизацию конвейерных операций и минимизацию человеческого участия в управлении логистикой сложных процессов: исключение неэффективных звеньев менеджмента – посредников. Изменений моделей управления материальным производством такого масштаба не было в истории менеджмента и изучение таких изменений – необходимая задача в подготовке современных менеджеров [6].

Большие данные широко используются в деятельности предприятий РПК для решения различных коммуникативных задач. Информация – вот, что действительно необходимо для успешного прогнозирования роста и выработки эффективной рекламной стратегии. Анализируя большие данные, предприятия РПК уже долгое время успешно применяют данную информацию для определения: целевой аудитории и ее интересов, спроса и даже могут предсказать поведения потребителей. Таким образом, Big Data – это наиболее точный инструмент рекламиста для прогноза будущего предприятия РПК.

Итак, аналитика больших данных – это действительно революция в области информационных технологий. Использование данных аналитики предприятиями РПК расширяется с каждым годом. Основное внимание предприятиями РПК уделяется клиентам. Следовательно, область процветает в приложениях Business to Consumer (B2C). Инструмен-

ты и методы анализа больших данных становятся все более востребованными благодаря использованию больших данных в бизнесе. Предприятия РПК могут найти новые возможности и получить новые идеи для эффективного ведения бизнеса. Эти инструменты помогают предоставлять значимую информацию для принятия лучших деловых решений [7].

Результаты исследования и их обсуждение

Большие данные как таковые, то есть огромные массивы информации, не имеющие определенной структуры или же структурированные слабо, не имеют практического значения для бизнеса и маркетинговых коммуникаций. Ценность больших данных начинает проявляться только на этапе их анализа, первые же этапы сбора и хранения являются подготовительными. Посредством анализа происходит точная сегментация и построение на основании больших данных эффективных моделей с целью формирования глубинного понимания своей целевой аудитории, их интересов и поведения. Также новые инструменты обработки данных, такие как машинное обучение и искусственный интеллект, позволяют не только находить уже существующие закономерности и взаимосвязи, но и прогнозировать будущее поведение аудитории и заранее определять ее реакцию на то или иное действие компании. На основе результатов анализа и прогнозирования предприятие РПК-рекламодатель может планировать и распределять свои коммуникационные усилия для достижения наилучшего результата. С использованием больших данных планируемые показатели могут быть наиболее реалистичными и приближенными к фактическим результатам рекламных кампаний за счет повышенной предиктивности поведенческих реакций с использованием инновационных алгоритмов обработки [8].

С ростом объемов производимой людьми и машинами информации, растут и возможности использования этих данных. Анализ таких данных предоставляет рекламисту реальную возможность получить детальную информацию о существующих или потен-

циальных клиентах предприятия РПК. Сейчас, в условиях растущей значимости персонификации как контента, так и рекламных сообщений, детализация пользовательских данных и их разнообразие играют важнейшую роль в достижении наибольшей эффективности коммуникаций. С приходом на рынок digital-рекламы инновационной технологии programmatic-закупок, произошла своего рода революция в сфере закупок и продаж рекламы и в области обработки данных. Алгоритмическая закупка рекламы стала одним из главных инструментов рекламиста и продолжает стабильный рост на рекламном рынке. Такие технологии закупки рекламы характеризуются высоким уровнем контроля над рекламной кампанией и ростом детализации результатов, а также качественным управлением инструментами коммуникаций для предприятия РПК. По результатам опроса IAB (Interactive Advertising Bureau) Europe Attitudes to Programmatic Advertising 2017, эти особенности programmatic-технологий в современных условиях имеют большую практическую значимость с точки зрения бизнеса, чем достижение эффективности продаж и сокращение издержек [9]. Programmatic-механизмы опираются на большие данные о пользователях, характеризующиеся разнообразием и глубиной (напрямую связанной с большим объемом информации), что сказывается на высоком уровне детализации и интеграции данных различного происхождения. Всё это, в свою очередь, напрямую влияет на аффинитивность рекламных кампаний и релевантность объявлений для рекламополучателей [10].

В настоящий момент на российском рекламном рынке сфера больших данных переживает стадию активного роста. Сейчас практически все сегменты интернет-рекламы, включая платформы нативной рекламы, programmatic-закупки медиа-рекламы и т.д., применяют таргетинги, основанные на большом объеме пользовательских данных. По словам экспертов, доля рекламы с применением анализа больших данных о демографических, географических, поведенческих и иных характеристиках пользователей стремится к 90% от общего объема закупок digital-рекламы [11].

Основными рекламодателями в этой области являются именно предприятия РПК. По данным исследования Российской Ассоциации электронных коммуникаций, российские предприятия РПК отдают предпочтение данным первого порядка (first-party data), полученным непосредственно самим предприятием на основе анализа их аудитории. Также часто используют second-party data – собственные данные других предприятий РПК, которые предоставляются на платной основе. Такие данные предприятия РПК обычно применяют в целях ретаргетинга. Покупка и использование данных третьего порядка (third-party data), исходящих от крупных предприятий РПК и сайтов, которые не имеют непосредственного контакта с потребителями, а покупают данные у более маленьких предприятий РПК, не характерны для российского рынка. Это связано с недоверием предприятий РПК продавцам этих данных из-за неуверенности в законности получения данных агрегатами и их качестве [12].

Американская компания SAS (Statistical Analysis System) определила 3 основных области использования Больших Данных в коммуникациях, в которых большие данные принесут наиболее значимые результаты для предприятий регионального промышленного комплекса [13]:

1. Повышение уровня вовлеченности клиентов. Более детализированная и глубокая информация о профилях клиентской базы, полученная в результате анализа больших данных, отражается на понимании предпочтений и интересов клиентов. На этом понимании можно основывать персонализированные маркетинговые предложения, которые определено привлекут внимание и создадут ценность для клиента предприятий РПК.

2. Формирование стратегии удержания клиентов. Анализ больших данных способствует определению ключевых факторов, повышающих лояльность клиентов. Частота контактов компании с клиентами напрямую влияет на объем получаемой пользовательской информации (first-party data). Эта информация в дальнейшем может быть использована предприятиями РПК для выявления тех важных триггеров, которые заставляют

клиента снова вернуться к продукции предприятия РПК.

3. Повышение эффективности рекламных кампаний и оптимизация затрат. Детальная аналитика больших данных позволяет повышать эффективность коммуникаций предприятий РПК. Анализ поведенческих данных аудитории помогает определить наиболее релевантные медиа-каналы и оптимизировать бюджет, распределяя расходы между этими каналами в необходимой пропорции.

Использование больших данных является важнейшим фактором, способствующим опережающему росту рынка интернет-рекламы. С помощью анализа и обработки данных повышается эффективность таргетинга и, как следствие, обеспечивается преимущество digital перед традиционными каналами маркетинговых офлайн-коммуникаций для предприятий РПК.

Стоит разобраться конкретнее, в чем состоит преимущество использования больших данных в планировании и реализации рекламных кампаний и как аналитика больших данных повышает их эффективность [14].

1. Кроме персонализации рекламных сообщений, анализ больших данных дает возможность осуществлять коммуникации в режиме реального времени. Непрерывный поток пользовательских данных, которые поступают из различных источников, мгновенно анализируется и обеспечивает быструю реакцию на любые изменения и адаптацию маркетинговых сообщений под них, чтобы в итоге предложить пользователю именно то, что ему будет интересно в данный момент.

2. Другим фактором эффективности использования больших данных можно назвать локализацию рекламных сообщений. Она может быть достигнута путем совокупного анализа данных о геолокации пользователей, которые получены из набора различных источников. На основе анализа географических данных пользователь получает предложения услуг и товаров предприятий РПК, доступных недалеко от его местоположения, с учетом местных особенностей.

3. Напрямую на эффективность планируемой рекламной кампании влияют

возможности прогнозирования поведенческих характеристик и реакций пользователей и, как следствие, результатов кампании. С помощью имеющихся исторических данных можно выявить поведенческие паттерны, характерные определенному человеку, и с большой долей вероятности предположить, что в следующий раз в таких же условиях он поступит так же. Иными словами, предприятиям РПК нужно создать благоприятные условия, которые в прошлый раз уже привели клиента к покупке или иному целевому действию.

Несмотря на несомненные преимущества внедрения больших данных в планирование и реализацию рекламных кампаний, существуют и определенные недостатки, препятствующие дальнейшему развитию этой области. Основными барьерами являются: низкий уровень доверия предприятий РПК-покупателей к данным третьего порядка; недовольство пользователей относительно сбора и использования данных о них; дефицит необходимого рекламного инвентаря; нехватка экспертов в области сбора и анализа больших данных; отсутствие механизмов регуляции и регламентации определения пользовательских данных и четкой границы между пользовательскими и персональными данными; некомпетентность предприятий РПК в сфере аналитики больших данных и выработки верных управленческих решений на ее основе. Также одним из важнейших факторов, ограничивающих развитие рынка больших данных, признается правовая неопределенность.

Многие эксперты сходятся во мнении, что признание именно правового барьера в качестве главного ограничивающего фактора имеет смысл [15]. Правовое регулирование, по признанию экспертов, будет оказывать наиболее сильное влияние на темпы роста рынка. Если государственное регулирование склонится в сторону признания сбора и анализа пользовательских данных приемлемыми и законными, то прогнозы роста рынка больших данных очень оптимистичны – ежегодный прирост составит 70-100 % благодаря привлечению новых предприятий РПК и сокращения «серой зоны» на рынке. В обратном случае, о росте российского рынка боль-

ших данных не может идти и речи, все предприятия РПК могут уйти в «серую зону». Государственные инициативы, характеризующиеся излишним регулированием больших данных, мешают бизнесу и способствуют созданию дополнительных барьеров, а также замедляют скорость развития технологий и рынка в целом.

Выводы (заключение)

Можно сделать вывод, что большие данные являются вполне мощным инструментом повышения эффективности коммуникаций и оптимизации затрат предприятия РПК. Из-за принципиальных отличий больших данных от традиционных данных требуется применение совершенно других методов и технологий анализа, которые учитывают неоднородность, объем и большую скорость обновления данных. Сейчас такие инструменты хорошо развиты и продолжают совершенствоваться, что позволяет рекламистам извлекать наибольшую выгоду из аналитики больших данных.

Многие предприятия РПК, следуя современным тенденциям, активно используют анализ больших данных в своей работе, и существует множество примеров успеха этого использования. С помощью аналитики пользовательских данных предприятия РПК внедряют новейшие методы оптимизации; получают детализированный, встроенный в контекст, портрет пользователя; выявляют наиболее эффективные аспекты рекламной кампании, что, в свою очередь, приводит к увеличению CTR, большей конверсии и росту ROI.

Однако до сих пор существуют барьеры, препятствующие высоким темпам развития рынка больших данных и применению анализа данных предприятиями РПК. Для преодоления некоторых барьеров нужно время, для других – обучение. Так, например, до сих пор остается нерешенным вопрос государственного регулирования сбора, хранения, обработки и применения пользовательских данных. С этой неопределенностью связана неуверенность и осторожность некоторых руководителей, принимающих решение о внедрении больших данных в деятельность предприятия РПК. Отсутствие четкого

регулирования и регламентации использования и учета данных о пользователях также создают проблему невозможности точного расчета реального объема рынка больших данных.

Несмотря на расхождения разных систем расчета, все исследования сходятся в том, что рынок пользовательских данных в России развивается быстрыми темпами. Желание использовать его преимущества для создания коммуника-

ций – один из драйверов развития региональной промышленности.

В целом, сфера применения больших данных в целях повышения эффективности рекламных компаний имеет большие перспективы для предприятий РПК. Формирование экосистемы рынка данных, которая будет прозрачна как для рекламодателя, так и для пользователя, создаст прочную базу дальнейшего развития региональной промышленности.

Библиографический список

1. McAfee A. Big Data: The Management Revolution. Harvard Business Review. 2012. October. № 60. p. 7.
2. Соловьева Ю.Н. Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики // Маркетинг Менеджмент в цифровой экономике, 2015, № 2. С. 23. URL: http://masters.donntu.org/2017/ief/matveev/library/article_5.pdf (дата обращения: 16.11.2019).
3. Соловьева Ю.Н. Направления развития маркетинговой компетентности в условиях цифровой экономики // Маркетинг Менеджмент в цифровой экономике, 2015, № 2. С. 25. [Электронный ресурс]. URL: http://masters.donntu.org/2017/ief/matveev/library/article_5.pdf (дата обращения: 16.11.2019).
4. Багиев Г.Л., Яненко М.Б., Яненко Б.Е. К вопросу формирования и совершенствования цифровой платформы организации и управления маркетинговой деятельностью фирмы: проблемы и задачи // Проблемы современной экономики, 2017, № 2 (62). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=6076> (дата обращения: 20.11.2019).
5. Фионова К.В. Роль больших данных в повышении эффективности корпоративной социальной ответственности компании. XI Международная научно-практическая конференция «Наука в современном информационном обществе». 23-24.01.2018, North Charleston, USA. С. 236.
6. Фионова К.В. Роль больших данных в повышении эффективности корпоративной социальной ответственности компании. XI Международная научно-практическая конференция «Наука в современном информационном обществе». 23-24.01.2018, North Charleston, USA. С. 237.
7. Исследование Big Data, Analytics, and the Future of Marketing & Sales, McKinsey&Company, 2015, С. 34.
8. Исследование Big Data White Paper, IAB Russia, 2016, С. 23.
9. Big Data, Analytics, and the Future of Marketing & Sales, McKinsey&Company, 2015, С. 30.
10. Исследование РАЭК «Большие данные в маркетинге и интернет-рекламе», 2018, С. 53. [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/10803/> (дата обращения: 19.11.2019).
11. Исследование РАЭК «Большие данные в маркетинге и интернет-рекламе», 2018, С. 60-61. [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/10803/> (дата обращения: 19.11.2019).
12. Исследование РАЭК «Большие данные в маркетинге и интернет-рекламе», 2018, С. 16-17. [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/10803/> (дата обращения: 19.11.2019).
13. Исследование Big Data, Analytics, and the Future of Marketing & Sales, McKinsey&Company, 2015, с. 68-69.
14. Исследование Big Data White Paper, IAB Russia, 2016, С. 15. [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/10803/> (дата обращения: 19.11.2019).
15. Исследование РАЭК «Большие данные в маркетинге и интернет-рекламе», 2018, С. 72. [Электронный ресурс]. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/10803/> (дата обращения: 19.11.2019).

УДК 338.012

М. П. Бовсуновская

Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет, Москва, e-mail: saltmasha@mail.ru

С. С. Саакян

Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет, Москва, e-mail: 9099418565@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЭТАПНОГО РАСКРЫТИЯ СЧЕТОВ ЭСКРОУ В ЖИЛИЩНОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: проектное финансирование, жилищное строительство, счет эскроу, поэтапное раскрытие.

Статья посвящена анализу действующей модели финансирования в жилищном строительстве. Рассматриваются вопросы применения счетов эскроу в отечественной практике: участники трехстороннего договора и алгоритм работы со счетами эскроу в соответствии с действующим законодательством. В статье приводится российский и зарубежный опыт применения счетов эскроу. На основе зарубежного опыта рассматриваются необходимость и возможность поэтапного раскрытия счетов эскроу в России. Авторами предлагаются укрупненные этапы строительства объектов для промежуточной оплаты работ банком застройщику, а также выявляются и анализируются перспективные преимущества и риски внедрения поэтапного раскрытия счетов эскроу в России для основных участников инвестиционно-строительной сферы: застройщика, покупателя и банка. Авторы предполагают, что основными условиями для внедрения новой модели могут стать формирование устойчивого пула добросовестных застройщиков (девелоперов), а также усиление банковских подразделений по контролю за реализацией строительных проектов.

М. P. Bovsunovskaya

National research Moscow state University of civil engineering, Moscow, e-mail: saltmasha@mail.ru

S. S. Saakyan

National research Moscow state University of civil engineering, Moscow, e-mail: 9099418565@mail.ru

PROSPECTS FOR PHASED DISCLOSURE OF ESCROW ACCOUNTS IN RUSSIAN HOUSING DEVELOPMENT

Keywords: project financing, housing development, escrow account, phased disclosure.

The article is devoted to the current model of financing in housing development. The article is concerned with the use of escrow accounts in domestic practice, the participants of trilateral agreement and algorithm of escrow accounts work. The article discusses the Russian and foreign experience in the use of escrow accounts. The authors propose aggregative building stages for progress payment by the bank, identify and analyze the prospective advantages and risks of introducing a phased disclosure of escrow accounts for the main participants in the investment and construction sector: the developer, buyer and bank. The authors suppose the main terms of the new model will be diligent developers and bank sectors for construction control.

Введение

Более полугода в Российской Федерации привлечение денежных средств для долевого жилищного строительства допускается только с применением счетов эскроу. К настоящему моменту использование счетов эскроу и проектного финансирования предусмотрено по проектам строительства 24,3 млн квадратных метров жилья (2,4 тысячи

многоквартирных домов, 21,5% от объема строящегося жилья [1].

В действующей модели финансирования строительства полностью исключен ранее привычный привлеченный источник денежных средств – средства участников долевого строительства, которые в рамках новой модели подлежат размещению участниками долевого строительства на счетах эскроу и бло-

кируются на данных счетах до момента окончания строительства. Такая схема неактуальна в ряде зарубежных стран, где в процессе работы со счетами эскроу предполагается их поэтапное раскрытие: частичное перечисление средств застройщику по мере завершения определенных этапов строительства жилого дома на основании актов приемки-передачи работ. Поэтапное раскрытие эскроу счетов в отечественной практике проектного финансирования могло бы существенным образом повлиять на деятельность застройщиков и реализацию инвестиционно-строительных проектов.

Цель исследования – выявить и проанализировать перспективы поэтапного раскрытия счетов эскроу в российском жилищном строительстве.

Материал и методы исследования

Реализуемый в настоящее время в строительной отрасли механизм применения счетов эскроу при приобретении недвижимости основывается на ст.

860.7 ГК РФ [2] и может быть представлен в виде алгоритма (рис. 1).

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.04.2019 № 480 [3] исключение из этого правила установлено для проектов строительства, начатых до 1 июля 2019 года, в которых продано не менее 10% площади, а уровень строительной готовности составляет не менее [1]:

– 6% – для застройщиков, включенных в перечень системообразующих организаций Российской Федерации, и имеющих не менее 4 млн квадратных метров жилья в стадии строительства в 4 или более субъектах Российской Федерации;

– 15% – для проектов развития застроенных территорий, комплексного освоения территорий, строительства стандартного жилья и проектов, предусматривающих безвозмездную передачу объектов инфраструктуры в государственную или муниципальную собственность;

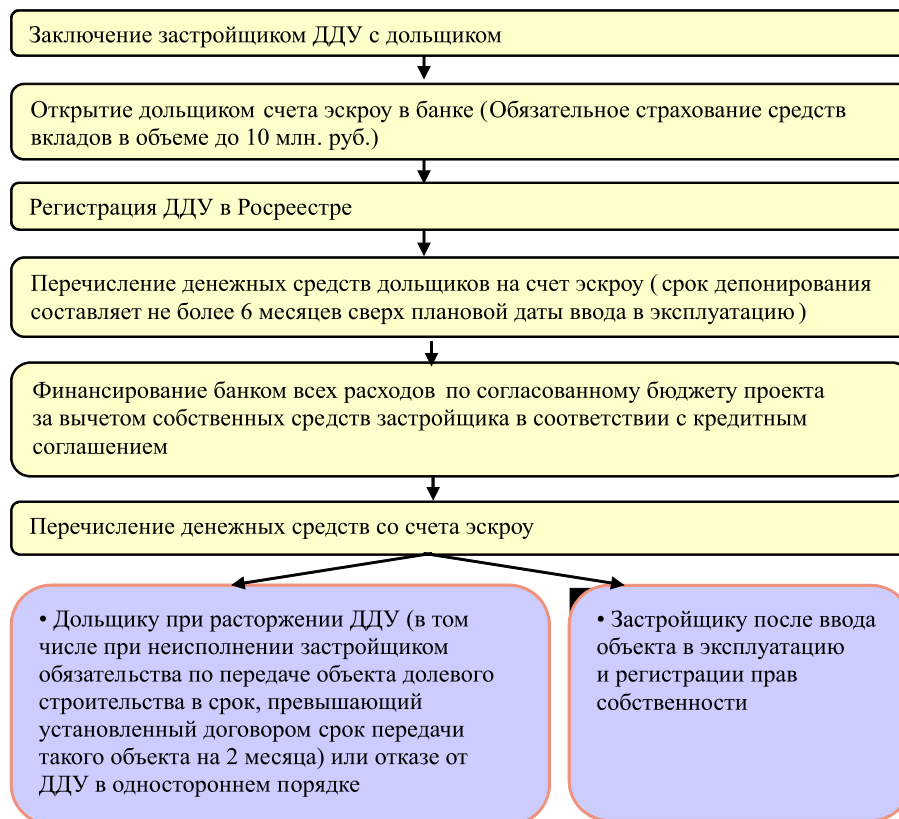


Рис. 1. Действующий алгоритм применения счетов эскроу в России

– 30 % – для прочих проектов строительства.

Гарантирует исполнение застройщиком обязательств перед потребителями по вышеуказанным проектам «Фонд защиты прав граждан-участников долевого строительства». Заявления в уполномоченные органы субъектов Российской Федерации для получения заключения о соответствии критериям должны были быть поданы не позднее 1 октября 2019 года [1], в противном случае проекты должны завершаться с применением эскроу счетов или реализовываться путем привлечения собственных средств застройщиков [4].

Несмотря на обилие опасений среди участников инвестиционно-строительной сферы в отношении реализации банковских схем со счетами эскроу [5], курс на новую схему финансирования строительства задан и достаточно успешно реализуется. Во многом это связано с тем, что новая модель финансирования – это ответ на государственном уровне требованиям потребителей рынка недвижимости обезопасить их от недобросовестных застройщиков в части минимизации рисков долгостроя. В то же время девелопер строит недвижимость за счет своих денег и привлеченного банковского проектного финансирования. Данная

схема создает ряд дополнительных издержек для покупателей. В частности, в стоимость квартиры включают банковские проценты по кредиту проектного финансирования. Следовательно, создавая гарантии для покупателей в части сохранности их денежных средств, новая модель увеличивает стоимость строительства для застройщика, так как исключает возможность использования денежных средств дольщиков в процессе строительства.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ европейского опыта работы с эскроу счетами в строительной сфере [6, 7, 8, 9] показал, что зарубежная система более гибкая по отношению к застройщику: например, в Германии и Чехии, предусмотрено поэтапное раскрытие счета эскроу при завершении конкретного этапа строительства.

Под поэтапным раскрытием счетов эскроу понимается модель, при которой застройщик получает деньги от вкладчиков не одномоментно, а после выполнения отдельных этапов строительных работ. Действующие субъекты инвестиционно-строительной деятельности те же, что и в нынешней российской модели: покупатель, застройщик и банк (рис. 2).

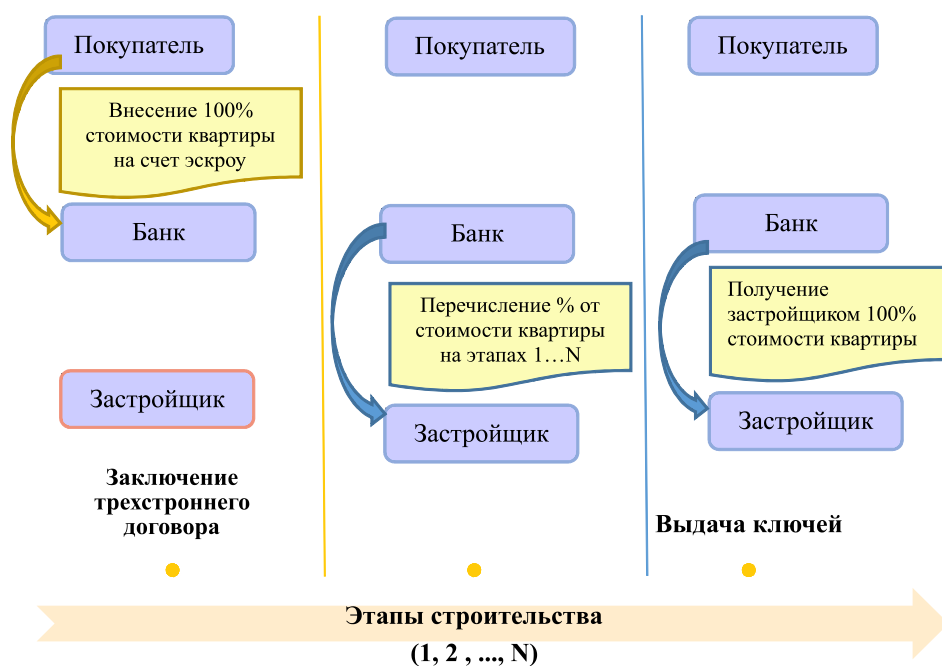


Рис. 2. Модель поэтапного раскрытия счетов эскроу

Также заключается трехсторонний договор и открывается счет эскроу, на который покупателям перечисляется полная стоимость квартиры. По завершении определенного этапа строительных работ банк переводит часть денег с счета эскроу. Например, 10% после окончания работ нулевого цикла, 30% – после возведения каркаса здания и т.д. [7].

По мнению авторов, в российской практике возможно следующее разделение на этапы строительства при раскрытии счетов эскроу.

Модель с поэтапным раскрытием счетов эскроу является приоритетной для застройщика, так как возможно использовать средства дольщиков на этапе реализации проекта. В действующей российской модели проектного фи-

нансирования проценты начисляются на весь объем постоянно растущего тела кредита, но ставка может снижаться по мере наполнения счетов эскроу, вплоть до нуля процентов [10]. То есть в случае поэтапного раскрытия эскроу счетов для застройщика произойдет удешевление стоимости денежных средств (в части сокращения процентов банка), и как следствие – увеличение рентабельности проектов. В этом случае есть и определенная заинтересованной потребителя – за счет сокращения процентов банка стоимость квартир может снизиться.

Несмотря на очевидные преимущества поэтапного раскрытия счетов для застройщиков и потребителей, есть и существенные риски (табл. 2).

Таблица 1

Возможные этапы раскрытия счетов эскроу в жилищном строительстве

№ п/п	Этап строительных работ (строительства)	% поэтапного расходования средств (от цены договора)
1	Подготовка строительной площадки к началу строительства, ограждение территории, котлован, работы нулевого цикла, фундаментные работы, прокладка коммуникаций.	20
2	Строительство надземной части (возведение каркаса здания) – 50%.	20
3	Строительство надземной части (возведение каркаса здания) – 100%.	20
4	Осуществление внутренних и отделочных работ, благоустройство.	20
5	Сдача объекта.	20

Таблица 2

Анализ потенциальных преимуществ и рисков поэтапного раскрытия эскроу счетов в жилищном строительстве

Участники	Застройщик (девелопер)	Покупатель	Банк
Преимущество	Снижение стоимости строительства, увеличение рентабельности проектов.	Снижение стоимости объекта (квартиры).	
	Возможность стимулировать продажи на всех этапах: цена будет увеличиваться в зависимости от стадии строительной готовности.		
Риск	Отсутствие значительного опыта работы с эскроу счетами, риск невыполнения обязательств.	Риск с кредитующих банков может перейти дольщикам в случае незавершения объекта в срок. При расторжении договора банк сможет вернуть только остаток, который лежит на эскроу счете.	Снижение контроля использования денежных средств застройщиками. Необходимость создавать внутри банка специальные подразделения для оценки готовности объектов по этапам.
		Сложность окончания строительства в случае непредвиденных обстоятельств невыполнения обязательств застройщиком.	

Исходя из таблицы 2, основной риск поэтапного раскрытия счетов эскроу – это риск при поэтапном переводе средств из банка застройщику при несостоятельности последнего. В такой ситуации потребитель (покупатель) рискует остаться и без объекта недвижимости, и без суммы покупки (или ее части). Для решения данного вопроса возможно застраховать риски путем отчисления с поэтапно перечисляемых сумм отчислений в выше уже упомянутый Фонд защиты прав граждан-участников долевого строительства.

Заключение

В настоящее время российским законодательством не предусмотрено поэтапного раскрытия счета эскроу для застройщика. Тем не менее в зарубежной практике такая модель успешно апро-

бирована, ее опыт в перспективе можно было бы транслировать и в России. Произведенный анализ потенциальных преимуществ и рисков показал, что для внедрения новой модели требуется ряд условий: формирование устойчивого пула добросовестных застройщиков (девелоперов), а также усиление внутри банковских подразделений отделов и специалистов по контролю за ходом реализации строительных проектов и их этапов для справедливой и качественной оценки выполнения этапов строительных работ. В противном случае велика вероятность повторения печального опыта долевого строительства, при котором зачастую в случае несостоятельности или банкротства покупатель оставался и без объекта недвижимости, и без вложенных денежных средств.

Библиографический список

1. Обзор рынка многоквартирного жилищного строительства Российской Федерации. Промежуточные итоги перехода на проектное финансирование с использованием счетов эскроу. Дом РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--d1aqf.xn--p1ai/upload/iblock/b95/b9593b720625f45969cec082d1dbd4cb.pdf/> (дата обращения: 27.11.2019).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 03.07.2019). Статья 860.7. Договор счета эскро [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=320455&fld=134&dst=375,0&rnd=0.6437653838364057#05515995854472353> (дата обращения: 27.11.2019).
3. Постановление Правительства от 22.04.2019 № 480 (ред. От 12.09.2019) «О критериях, определяющих степень готовности многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости (проекта строительства) и количество заключенных договоров участия в долевом строительстве, при условии соответствия которым застройщику предоставляется право на привлечение денежных средств участников долевого строительства без использования счетов, предусмотренных статьей 15.4 Федерального закона «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», по договорам участия в долевом строительстве, представленным на государственную регистрацию после 1 июля 2019 г.» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323084/ (дата обращения: 27.11.2019).
4. Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ (ред. от 27.06.2019) «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51038/ (дата обращения: 27.11.2019).
5. Герасимова Л.Н. Проектное финансирование в строительстве: особенности использования счетов эскроу // Журнал «Бухучет в строительных организациях». Издательский Дом «Панорама», 2019, № 12 (189), С. 4-16.
6. Багандова Л.К. Проблемы применения счета эскроу: российская и зарубежная практика // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Юриспруденция, 2018, № 1, С. 149-159.
7. Чистяков Р. Почему России не подходит зарубежный опыт применения эскроу-счетов (2019) [Электронный ресурс] // РБК. – URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d5400a69a79472c8965bcbb/> (дата обращения: 27.11.2019).
8. Кирсанов А.Р. «Урок немецкого», или поэтапный переход застройщиков на счета эскроу // Имущественные отношения в Российской Федерации, 2019, № 4 (211), С. 63-66.
9. Кирсанов А.Р. Перспективы развития законодательства о долевом строительстве // Имущественные отношения в Российской Федерации, 2018, № 2 (197), С. 64-75.
10. Поэтапное раскрытие эскроу: как поможет девелоперам и защитит покупателей [Электронный ресурс] // РБК. – URL: <https://realty.rbc.ru/news/5da82d389a794704c2fd19a0/> (дата обращения: 27.11.2019).

УДК 338.91

Г. Г. Бояджан

ФГБУН Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий
Российской академии наук, Сибирский научно-исследовательский институт
экономики сельского хозяйства, Краснообск, Россия, e-mail: boyadzhan89@bk.ru

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УРОВНЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО МИКРОБИЗНЕСА С УЧЕТОМ ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ РЕГИОНА

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, сельхозтоваропроизводители, меры государственной поддержки, животноводство, крестьянские фермерские хозяйства, природно-климатические условия, условия хозяйствования, расходы на приобретение материальных ресурсов, выпуск валовой продукции, оптимизация мер господдержки, поправочные коэффициенты господдержки.

В статье представлен анализ мер государственной поддержки отрасли животноводства Красноярского края, которые направлены на возмещение части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей, по ряду мероприятий в том числе с учетом уровня продуктивности. В работе показана взаимосвязь природно-климатических условий и расходов товаропроизводителей сектора сельскохозяйственного микробизнеса, показано, что затраты на содержание сельскохозяйственных животных в части расходов на приобретение материальных ресурсов, ниже в макрорайонах с более благоприятными природно-климатическими условиями. Для определения влияния на расходы КФХ на приобретение материальных ресурсов, а также на объемы выпуска валовой сельскохозяйственной продукции КФХ природно-климатических условий региона в качестве основных факторов были взяты такие показатели, как коэффициент плотности автомобильных дорог (коэффициент Энгеля), сумма положительных температур выше 10 °С, коэффициент плотности автомобильных дорог для производства (коэффициент Василевского), гидротермический коэффициент (ГТК), удаленность от центра муниципального района до Красноярска, содержание гумуса и численность населения. С учетом данных факторов по совокупности районов края были построены корреляционно-регрессионные модели, которые позволили сделать вывод, что формирование расходов КФХ на приобретение материальных ресурсов, а также объем выпуска валовой продукции КФХ края соответственно на 47,77% и 44,28% определяют природно-климатические и ресурсные условия хозяйствования КФХ, что не может не учитываться при разработке мер их государственной поддержки. Для распределения государственной поддержки в частности КФХ предложены поправочные коэффициенты, позволяющие увязать размеры предоставляемой государственной поддержки КФХ с природно-климатическими условиями хозяйствования, объемами их производства и восстановить стимулирующую функцию государственной поддержки.

G. G. Boyadzhan

Siberian Federal research center for agrobiotechnologies of the Russian Academy
of Sciences, Siberian research Institute of agricultural Economics, Krasnoobsk,
e-mail: boyadzhan89@bk.ru

APPROACHES TO DETERMINING THE LEVEL OF STATE SUPPORT FOR AGRICULTURAL MICROBUSINESS, TAKING INTO ACCOUNT THE NATURAL AND CLIMATIC CONDITIONS OF THE REGION

Keywords: agro-industrial complex, agricultural producers, state support measures, animal husbandry, peasant farms, natural and climatic conditions, business conditions, expenses for purchasing material resources, gross output, optimization of state support measures, correction coefficients of state support.

The article presents an analysis of state support measures for the livestock industry of the Krasnoyarsk territory, which are aimed at reimbursing part of the costs of agricultural producers, for a number of measures, including taking into account the level of productivity. The paper shows the relationship between natural and climatic conditions and expenditures of producers in the agricultural micro-business sector. It is shown that the cost of keeping farm animals in terms of the cost of purchasing material resources is lower in macro-districts with more favorable natural and climatic conditions. To determine the impact on costs of KFKH on the acquisition of material resources, as well as on volumes of gross agricultural products of KFKH climatic conditions of the region as main factors were taken such indicators as the ratio of the density of roads (the Engels coefficient), sum of positive temperatures above 10 °C, ratio of the density of roads for production (factor Vasilevsky), hydrothermal coefficient (SCC), distance from the centre of the municipal district of Krasnoyarsk, humus content and population.

Taking into account these factors for the totality of the districts of the region was constructed correlation-regression model that allowed us to conclude that the formation of the cost of KFKH on the acquisition of material resources, as well as the volume of gross output of KFKH region, respectively, by 47.77 % and 44.28 % define climatic and resource conditions for the economic activities KFKH that should be taken into account when developing the measures for their state support. For the distribution of state support in particular of KFKH proposed correction factors, thereby linking the size of the provided state support of KFKH with climatic conditions, volumes of their production and to restore the incentive function of state support.

Введение

Актуальность. Эффективная система агропромышленного комплекса любого государства невозможна без развития должной системы государственной поддержки комплекса. В соответствии с Законом Красноярского края от 21.02.2006 г. № 17-4487 «О государственной поддержке субъектов агропромышленного комплекса края» [1], субъекты агропромышленного комплекса края, к которым также относятся сельскохозяйственные товаропроизводители, зарегистрированные на территории края, в виде индивидуальных предпринимателей, сельскохозяйственных потребительских кооперативов и крестьянских (фермерских) хозяйств, имеют право получать государственную поддержку на осуществление сельскохозяйственной деятельности.

Все мероприятия государственной поддержки в крае направлены на возмещение или компенсацию части затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей с учетом уровня продуктивности, при этом необходимо отметить об отсутствии дифференцированного подхода в мерах господдержки производителей, расположенных в различных условиях хозяйствования, которые в том числе определяются сложившимися природно-климатическими условиями той или иной территории, что определяет актуальность данного исследования.

Важная роль в аграрном секторе отводится крестьянским фермерским хозяйствам, развитие института которых необходимо для обеспечения населения качественной сельскохозяйственной продукцией местных производителей, создания рабочих мест, повышения уровня доходов сельского населения [2]. В любом регионе есть территории, природно-экономические условия которых формируют различные зоны со специфической структурой производства и потребления, поэтому выбор специализации и размещение КФХ, разработка

программ их государственной поддержки [3, с. 471-474] должны осуществляться с учетом конкурентных преимуществ конкретных территорий.

Целесообразность разработки темы. Для большинства КФХ региона характерно ведение молочного скотоводства, рассмотрим сложившуюся систему государственной поддержки на примере мер для отрасли молочного животноводства. Так средства на возмещение части затрат на поддержку собственного производства молока предоставляются сельскохозяйственным товаропроизводителям в форме субсидий при наличии у получателей субсидий поголовья коров и (или) коз на первое число месяца их обращения в орган исполнительной власти края в сфере агропромышленного комплекса за получением субсидий, а т.ж. обеспечении сохранности поголовья коров и (или) коз в отчетном финансовом году по отношению к уровню года.

Как показал проведенный анализ, природно-климатические условия, оказывающие непосредственное влияние на затраты сельхозтоваропроизводителей, в том числе сектора сельскохозяйственного микробизнеса, могут существенно разниться, как по макрорайонам Красноярского края, так и внутри самих макрорайонов в отдельно взятых муниципальных образованиях. При этом действующая система мер государственной поддержки фактически никак не учитывает данной обстоятельство. Так, затраты на содержание сельскохозяйственных животных в части расходов на приобретение материальных ресурсов, будет ниже в макрорайонах с более благоприятными природно-климатическими условиями, таких как Южный (таблица 1).

Это позволяет сделать вывод о необходимости учета природно-климатических условий хозяйствования субъектов сельскохозяйственного микробизнеса при формировании подходов к мерам государственной поддержки МФХ с учетом данных факторов при компенсации их затрат.

Таблица 1

Природно-климатические показатели и расходы на приобретение материальных ресурсов по макрорайонам края (средние)
[составлено автором на основе бухгалтерской отчетности КФХ и 6, 7, 8, 9, 10, 11]

Макрорайон	Природная зона	Продолжительность периода (дни)		Сумма положительных температур выше 10°C	Сумма осадков (мм)		Гидротермический коэффициент	Расходы на приобретение материальных ресурсов в расчете на 1 КФХ, тыс. руб.
		безморозного	с температурой воздуха выше 10°C		за год	за период с температурой выше 10°C		
Восточный	Подтайга Лесостепь	85–105	90–110	1500–1800	325–450	175–200	1,16	2142
Западный	Подтайга Лесостепь Степь	85–110	100–105	1450–1650	350–450	180–210	1,23	2301
Центральный	Лесостепь	85–105	100–105	1400–1800	350	450	1,27	2103
Южный	Лесостепь Степь	95–120	100–115	1650–1975	325–475	200–250	1,2	1976

Основная часть

Проведенный на основании бухгалтерской отчетности анализ расходов крестьянских фермерских хозяйств Красноярского края показал, что наиболее весомыми статьями расходов в течение трех лет являются расходы на приобретение материальных ресурсов, при этом наибольший удельный вес в данных расходах приходится на нефтепродукты, семена и посадочный материал, а т.ж. корма. На территории Красноярского края в силу природно-климатических, почвенных и географических факторов региона сложившиеся природно-климатические условия существенно определяет образ жизни населения и ведение сельского хозяйства, в том числе в МФХ, приводит к дополнительным издержкам на поддержание жизнедеятельности биологических организмов, на содержание и эксплуатацию основных производственных фондов и пр.

В большинстве муниципальных районов края основная масса населения концентрируется вокруг районных центров и городов региона, что определяет основные рынки сбыта сельскохозяйственной продукции. Асимметрия в расположении центров производства и потребления приводит к дополнительным затратам производителей на доставку сельхозпродукции потребителю, а также

требуемого для производственного цикла сырья от поставщика к месту производства. При этом рынок сбыта и потребления также ограничивается сложившейся транспортной сетью, обеспечивающей взаимную доступность ресурсов.

Рассматриваемые природно-климатические факторы на практике оказывают влияние не только на экономические показатели деятельности субъектов сельскохозяйственного микробизнеса, непосредственное влияние они также оказывают на процессы жизнедеятельности биологических организмов в виде сельскохозяйственных растений и животных, их продуктивность [12].

Для определения влияния на расходы КФХ на приобретение материальных ресурсов, а также на объемы выпуска валовой сельскохозяйственной продукции КФХ природно-климатических условий региона и количественной характеристики данных связей по совокупности районов (34 района) были построены корреляционно-регрессионные модели вида:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + \dots + a_nx_n, \quad (1)$$

где y – результативный признак (расходы на приобретение материальных ресурсов, тыс. руб.; валовая продукция в расчете на 1 КФХ, тн);

a_0 – свободный член;

$a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$ – коэффициенты регрессии;
 x_1 – коэффициент плотности автомобильных дорог (коэффициент Энгеля);
 x_2 – сумма положительных температур выше 10°C ;
 x_3 – коэффициент плотности автомобильных дорог для производства (коэффициент Василевского);
 x_4 – гидротермический коэффициент (ГТК);
 x_5 – удаленность от центра муниципального района до Красноярска, км;
 x_6 – содержание гумуса, %;
 x_7 – численность населения, тыс. чел.

Расчеты проводились по данным Красноярского краевого комитета государственной статистики [13, 14] и Министерства сельского хозяйства и торговли Красноярского края за 2018 г. с использованием программы проведения множественного корреляционно-регрессионного анализа Regre, версия 2.81.

Полученные модели оценивались по ошибке аппроксимации, отклонениям расчетных значений функции от полученных величин, также учитывались коэффициенты парной и множественной корреляции, коэффициент детерминации, критерий Фишера.

По формуле (1) и данным множественного корреляционно-регрессионного анализа построена множественная регрессионная модель для результативного признака расходы на приобретение материальных ресурсов, тыс. руб.:

$$y = 231758 + 86482,3 \cdot x_1 - 62,1574 \cdot x_2 - 278672 \cdot x_3 - 82500,3 \cdot x_4 + 78,9872 \cdot x_5 - 3383,75 \cdot x_6 + 1578,84 \cdot x_7. \quad (2)$$

Коэффициент множественной корреляции указанной регрессионной связи равен 0,69115, значим, связь между результативным признаком и совокупностью факторных признаков, включенных в регрессионную модель, тесная. Коэффициент детерминации равен 47,7688%, следовательно, вариация результативного признака на 47,7688% объясняется за счет вариации факторных признаков, включенных в модель. Таким образом, формировании расходов КФХ Красноярского края на приобретение материальных ресурсов на 47,77% определяют природно-климатические и ресурсные условия хозяйствования КФХ.

По формуле (1) и данным множественного корреляционно-регресси-

онного анализа также построена множественная регрессионная модель для результативного признака валовая продукция в расчете на 1 КФХ, тн:

$$y = 17211,99 + 7991,276 \cdot x_1 - 7,98192 \cdot x_2 - 25859,3 \cdot x_3 - 684,069 \cdot x_4 + 5,986521 \cdot x_5 - 74,9009 \cdot x_6 + 137,3565 \cdot x_7. \quad (3)$$

Коэффициент множественной корреляции регрессионной связи равен 0,66545, значим, связь между результативным признаком и совокупностью факторных признаков, включенных в регрессионную модель, тесная. Коэффициент детерминации равен 44,2824%, следовательно, вариация результативного признака на 44,2824% объясняется за счет вариации факторных признаков, включенных в модель. Таким образом, объем выпуска валовой продукции КФХ Красноярского края на 44,28% определяют природно-климатические и ресурсные условия хозяйствования КФХ, что не может не учитываться при разработке мер их государственной поддержки.

Таким образом, полученные результаты проведенного анализа подтверждают необходимость дифференцированного подхода к мерам государственной поддержки сектора сельскохозяйственного микробизнеса с учетом природно-климатических факторов и территориальной расположенности.

Для определения различия КФХ в разрезе муниципальных образований Центрального, Западного, Восточного и Южного макрорайонов края по природно-климатическим условиям, оценим на них влияние климатических и ресурсных условий исходя из совокупности факторных признаков, используемых в моделях (2) и (3). Максимальное значение каждого показателя приравняем к 100% и найдем соотношение для остальных. Полученные в результате значения по всем семи показателям для каждого отдельного района суммируются, при этом максимальное значение получает район с наиболее благоприятными условиями хозяйствования для ведения КФХ. Данное значение приравнивается к 100% и находится соотношение для остальных районов. Удельный вес баллов влияния природно-климатических и ресурсных условий террито-

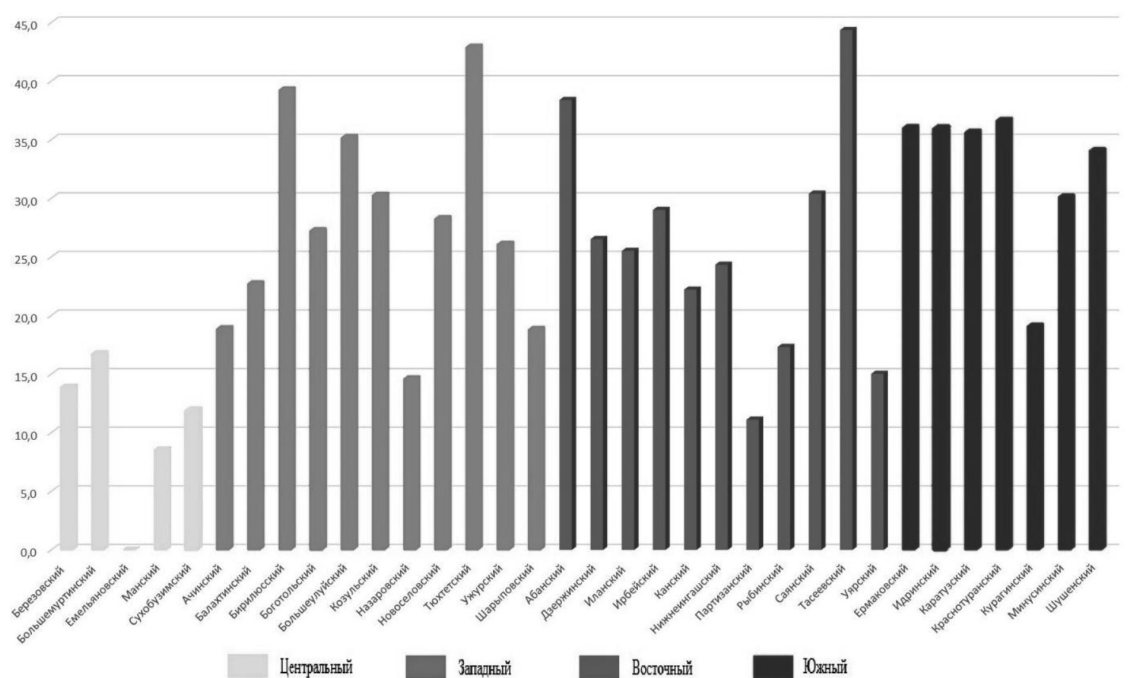
рии для каждого района определяется вычитанием полученных показателей из 100 % (рисунок).

Таким образом, между районами края, и расположенными в них субъектами сельскохозяйственного микробизнеса, наблюдается значительная дифференциация по природно-климатическим условиям, в том числе и внутри макрорайонов. При рассмотрении выбранной совокупности факторов в наиболее выигрышном положении оказались районы, расположенные максимально близко к краевому центру – красноярской агломерации, при этом не смотря на несколько худшие по сравнению с южными районами природно-климатическими условиями, для них характерна более развитая транспортная сеть, логистическая инфраструктура и доступность к рынкам сбыта. В наиболее неблагоприятных условиях оказались КФХ некоторых районов Восточного и Западного макрорайонов в связи с отдаленностью от потребителей, слабо развитой дорожной инфраструктурой и более худшими природно-климатическими условиями хозяйствования.

Данное положение обуславливает необходимость иных подходов к зонированию сельскохозяйственных товаропроизводителей сектора микробизнеса в целях оптимизации мер государственной поддержки в соответствии со сложившимися условиями территориального размещения, взяв за основу группировки районов баллы влияния природно-климатических и ресурсных условий территории на деятельность КФХ, что позволит выделить группы КФХ со схожими природно-климатическими и ресурсными условиями.

Используя формулу Г.А. Стерджеса [15], был рассчитан размер интервала – 3,49, что позволило выделить 13 групп. В силу небольшой численности районов в ряде полученных групп путем укрупнения размера интервала объединим между собой соседние группы:

Группа	Интервал по уровню баллов		Число районов в группе
1	0	13,95	5
2	13,95	27,91	14
3	27,91	44,40	15
Итого	x	x	34



Баллы влияния природно-климатических и ресурсных условий территории на деятельность КФХ по муниципальным районам, %

Таблица 2

Исходные данные для расчета поправочных коэффициентов для государственных субсидий КФХ Красноярского края с учетом их природно-климатических условий, территориального расположения, уровня расходов и объемов производства

Группы	Средний балл по группе	Число районов	Число хозяйств	Соотношение баллов к среднему показателю, %	Коэффициенты уровня баллов (Кб)	Расходы на приобретение материальных ресурсов на 1 КФХ, тыс. руб.	Соотношение расходов к среднему показателю, %	Коэффициенты уровня расходов (Кр)	Выход валовой продукции в расчете на 1 КФХ, т	Соотношение ВП к среднему показателю, %	Коэффициенты уровня ВП (Квп)	Коэффициент общий (Кобщ)
1	9,08	5	126	41	0,41	1684,08	78,2	0,78	6435,36	97,1	0,97	0,72
2	21,07	14	248	95	0,95	2451,41	113,8	1,14	6632,62	100,1	1,00	1,03
3	35,09	15	409	158	1,59	2032,13	94,4	0,94	6681,99	100,9	1,01	1,18
По краю	22,13	34	783	100	1	2153,6	100	1	6625,4	100	1	1,00

По мнению автора, в действующую на сегодняшний день в крае методику распределения бюджетных средств для КФХ, необходимо дополнительно ввести поправочные коэффициенты на основании предложенной группировки муниципальных районов и расположенных на их территории КФХ с учетом баллов влияния природно-климатических и ресурсных условий территории на экономические и натуральные результаты их деятельности.

Для распределения государственной поддержки в частности КФХ считаем целесообразным применение поправочных коэффициентов (табл. 2):

– по сумме баллов влияния природно-климатических факторов и территориального расположения КФХ, балл – коэффициенты уровня баллов (Кб);

– по сумме расходов на приобретение материальных ресурсов на 1 КФХ, тыс. руб. – коэффициенты уровня расходов (Кр);

– по выходу валовой продукции в расчете на 1 КФХ, тн. – коэффициенты уровня ВП (Квп).

Применение данных поправочных коэффициентов позволит увязать размеры предоставляемой государственной поддержки КФХ с природно-климатическими условиями хозяйствования, объемами их производства и восстановить стимулирующую функцию государ-

ственной поддержки. Расчет поправочных коэффициентов ведется в рамках трех групп районов края, выделенных по уровню баллов влияния природно-климатических и ресурсных условий территории.

Для поправочного коэффициента по сумме баллов для каждой группы определяется средний балл на основании данных входящих в группы районов – первая группа – 9,08 баллов, вторая – 21,07 балла, третья – 35,09 балла. Также находится средний балл в целом по региону – 22,13 балла, который приравнивается к 100 % и в последующем находится процентное соотношение к нему показателей баллов по трем выделенным группам. Затем для полученных значений устанавливаются коэффициенты, при этом к 1 приравнивается среднее значение показателя. Аналогичным образом определяются поправочные коэффициенты по сумме расходов на приобретение материальных ресурсов на 1 КФХ, тыс. руб. и по выходу валовой продукции в расчете на 1 КФХ, тн.

Поправочный коэффициент по сумме баллов влияния природно-климатических факторов и территориального расположения КФХ позволит учесть при распределении бюджетных средств особенности внешних условий хозяйствования КФХ, при этом для КФХ первой

и второй групп, находящихся в более благоприятных условиях, коэффициент позволяет сократить уровень поддержки по данному направлению соответственно до 41 % и 95 %, а для КФХ третьей группы с наиболее неблагоприятными условиями хозяйствования – увеличить до 159 %.

Применение в распределении бюджетных средств поправочных коэффициентов по сумме расходов на приобретение материальных ресурсов и по выходу валовой продукции позволяет скорректировать влияние на размер субсидий только условий территориального расположения КФХ и учесть непосредственно размеры его производственной деятельности.

Наибольший размер коэффициента уровня расходов в сравнении со среднекраевыми отмечается в КФХ второй группы – 1,14, наименьший в КФХ первой группы – 0,78. При этом КФХ третьей группы имеют наибольший объем выпуска валовой продукции и применение коэффициента уровня ВП позволит дополнительно простимулировать данные хозяйства.

В итоге общий коэффициент (Кобщ) размера государственной поддержки

КФХ будет определяться путем определения среднего значения суммы поправочных коэффициентов уровня баллов, уровня расходов и уровня ВП:

$$\text{Кобщ} = (\text{Кб} + \text{Кр} + \text{Квп}) / 3. \quad (4)$$

Заключение

Сравнивая значения общего поправочного коэффициента в разрезе трех групп можно отметить, что для КФХ, расположенных в районах с наиболее благоприятными естественными и территориальными условиями, относящимися к первой группе, имеют место понижающий поправочный коэффициент – 0,72. При этом для хозяйств второй и третьей групп дополнительно к действующей методике применение общего поправочного коэффициента, соответственно 1,03 и 1,18, позволит более полно профинансировать КФХ с наибольшими уровнями расходов и выхода валовой продукции. По мнению автора, с экономической точки зрения это является оправданным, т.к. к данным группам относится большинство КФХ региона, обеспечивающих развитие соответствующих сельских территорий и занятость сельского населения.

Библиографический список

1. Закон Красноярского края от 21.02.2006 г. № 17-4487 «О государственной поддержке субъектов агропромышленного комплекса края» [Электронный ресурс] / URL: http://krasagro.ru/pages/state_support/acts (дата обращения: 12.11.2019).
2. Стратегия социально-экономического развития Красноярского края до 2030 года [Электронный ресурс] / URL: <http://www.krskstate.ru/2030/plan> (дата обращения: 18.10.2019).
3. Гатаулина Е.А. Влияние государственной поддержки и биоклиматического потенциала на развитие сельского хозяйства в субъектах РФ / Е.А. Гатаулина // Экономика сельского хозяйства и перерабатывающего производства. 2012. № 4. С. 40.
4. Закон Красноярского края от 05.12.2019 г. № 8-3443 «О внесении изменений в Закон края «О государственной поддержке субъектов агропромышленного комплекса края» [Электронный ресурс] / URL: <http://www.krskstate.ru/docs/0/doc/62584> (дата обращения: 12.11.2019).
5. Постановление Правительства Красноярского края от 30 сентября 2013 г. № 506-п «Об утверждении государственной программы Красноярского края «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» [Электронный ресурс] / URL: http://krasagro.ru/pages/state_support/guide/guide_state_support/guide_article_8 (дата обращения: 18.10.2019).
6. Бендерский Ю.Г. Проблемы экономической оценки природно-ресурсного потенциала Красноярского края / Ю.Г. Бендерский, И.В. Варфоломеев, А.П. Лопатин. Красноярск: «Кларетианум», 2001. 66 с.
7. Безруких В.А. Территориальная организация аграрного природопользования в условиях Приенисейской Сибири: монография / В.А. Безруких; Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева. Красноярск: КГПУ им. В.П. Астафьева, 2008. 201 с.

8. Безруких В.А. Физическая география Красноярского края: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 032500 «География» / В.А. Безруких, О.Ю. Елин; М-во образования Рос. Федерации, Краснояр. гос. пед. ун–т. Красноярск: КГПУ, 2003. 214 с.
9. Рельеф территории Красноярского края [Электронный ресурс] / URL: http://www.atlas-yakutia.ru/physical_geograph_map/index.html.
10. Агроклиматический справочник по Красноярскому краю и Тувинской автономной области / отв. Ред. Бахтин Н.П., Гидрометеорологическое издательство, Ленинград, 1961. 287 с.
11. Система земледелия Красноярского края. Новосибирск: СО ВАСХНИЛ, 1982. 631 с.
12. Бородина Т.А. Природно-климатические аспекты управления производственными издержками в молочном скотоводстве (на материалах Красноярского края) / Т.А. Бородина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. Красноярск, 2015. 187 с.
13. Федеральная служба государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва. Базы данных показателей муниципальных образований [Электронный ресурс] / URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm.
14. Итоги Всероссийской сельскохозяйственной переписи Красноярского края 2016 – информационная основа оценки развития села. Стат. сб./Красноярскстат. Красноярск, 2017. 67с.
15. Смирнов М.П. Общая теория статистики: учеб.–метод. пособ. / М.П. Смирнов; Краснояр. гос. аграр. ун–т. Красноярск, 2010. 212 с.

УДК 336.713:303.833.5

М. А. Горский

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,
e-mail: gadjiagaev@mail.ru

ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО КРЕДИТНО-ДЕПОЗИТНОГО ПОРТФЕЛЯ НА ОСНОВЕ ПАРАМЕТРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ БАНКА

Ключевые слова: коммерческий банк, портфель депозитов-ссуд, кредитно-инвестиционная деятельность, математическое моделирование, параметрическая модель банка, кредитная стратегия банка, нормативы банковской деятельности.

Рост доходности банковских операций и расширение объемов банковского кредитования розничных и корпоративных заемщиков предполагает совершенствование теории и практики оценки внешних и внутренних рисков банковской организации и выбора нормативов, регулирующих ее кредитно-депозитную деятельность. В качестве вполне оригинального инструментария решения этой задачи в работе представлена концепция параметрического моделирования оптимального банковского портфеля депозитов-ссуд. Предложено в качестве управляемых параметров банковского портфеля выбрать те, которые находятся в регулируемом менеджментом банка поле: величина резервов, уровни ликвидности, процентные ставки, кредитный риск портфеля и некоторые др. Учитывая влияние параметров на структуру и состав банковского портфеля, предложено на основе эмпирических расчетов выбрать такую их комбинацию, которая позволила бы повысить его доходность при соблюдении ограничений, определяемых с использованием этих параметров. В работе приводятся результаты выбора оптимального варианта кредитно-депозитной деятельности универсального коммерческого банка среднего по объему капитала (близкого по характеристикам к КБ Промсвязьбанк), полученные на основе расчетов по параметрической модели, которые продемонстрировали адекватность предложенного подхода и модели кредитно-инвестиционной практике современного российского банка.

М. А. Gorskiy

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: gadjiagaev@mail.ru

SELECTION OF AN OPTIMAL LOAN AND DEPOSIT PORTFOLIO BASED ON THE BANK'S PARAMETRIC MODEL

Keywords: commercial bank, deposit portfolio-loans, credit and investment activities, mathematical modeling, parametric model of the bank, bank credit strategy, banking standards.

The growth in the profitability of banking operations and the expansion of bank lending to retail and corporate borrowers require the improvement of the theory and practice of assessing the external and internal risks of a banking organization and the selection of standards governing its lending and deposit activities. As a completely original toolkit for solving this problem, the paper presents the concept of parametric modeling of an optimal bank portfolio of deposits and loans. It is proposed to select those that are in the field regulated by the bank's management as controlled parameters of the bank portfolio: reserves, liquidity levels, interest rates, credit risk of the portfolio and some others. Given the influence of the parameters on the structure and composition of the bank portfolio, it is proposed to choose on the basis of empirical calculations such a combination that would allow to increase its profitability while observing the restrictions defined using these parameters. The paper presents the results of choosing the optimal option for lending and depositing activities of a universal commercial bank of medium capital size (close in characteristics to Promsvyazbank CB), obtained on the basis of calculations by the parametric model, which demonstrated the adequacy of the proposed approach and the model of lending and investment practice of a modern Russian bank.

Введение

Структурная перестройка экономики России с упором на опережающее развитие инновационных производств и создание высокопроизводительных рабочих мест предполагает значительные инвестиции в реальный сектор экономики и софинансирование инвестиционных проектов российских корпораций с привлечением банковских кредитов. В этих

условиях значительно возрастает роль банковского сектора, в том числе и коммерческих банков.

На современном этапе развития экономики России основным препятствием расширенному кредитованию банками инвестиционных программ экономических агентов является неполнота и неточность информации о перспективах финансовых рынков, финансово-эконо-

мическом положении ссудополучателей, рисках кредитования и портфельного инвестирования. Банки вынуждены перестраховываться, увеличивать резервы, сокращать долю работающих активов, что негативно сказывается на их доходности и конкурентоспособности.

Вместе с тем, решение проблемы оптимизации деятельности кредитного учреждения, связанной с выбором наилучшего из имеющихся вариантов формирования банковского портфеля депозитов-ссуд, лежит в хорошо известной и в целом достаточно разработанной предметной области экономических и математических дисциплин, использующих методы исследования операций, оптимального управления и математического моделирования.

Указанное актуализирует проблематику совершенствования известных и разработки оригинальных экономико-математических моделей и численных методов оптимального управления банковским портфелем с учетом приоритетов кредитно-депозитной деятельности банка (в ряду которых отметим рост финансовой устойчивости кредитной деятельности, безусловное обеспечение надежности в соответствии с нормативами ЦБ и международными стандартами, сохранение и повышение конкурентоспособности банка в основных направлениях деятельности [1–7]), условий и ограничений этой деятельности, определяемых параметрами финансовых рынков, внешними и внутренними нормативами.

Научно-практический задел и методологические основы работы

Проблематика оценки эффективности коммерческого банка и оптимального управления кредитно-депозитным портфелем, в том числе, обоснования критериев оптимальности и экономико-математического моделирования банковского портфеля исследована в трудах российских: Бурухановой Т.Д. [8], Егоровой Н.Е. и Смулова А. [2], Киселевой И.А. [3], Лаврушина О.И. [4], Рогачева А.Ю. [9], Халикова М.А. и Максимова Д.А. [10], Халикова М.А. и Антиколь А.М. [11] и авторитетных западных: Бренда Р. [1], Роуза П. [12], Синки Дж. [13], Буша А. [14], Клини М. [6],

Мэрфи Н. [15], Сили К. [16] и др. ученых и банковских аналитиков.

В этой, как и более ранних работах автора (например, [17,18]), будем использовать «производственную» интерпретацию «банковской фирмы», широко применяемую в цитируемых выше работах Клини М. и Мэрфи Н. Такой подход оказывается вполне оправданным в случае использования в процедурах формирования и управления банковским портфелем различных экономико-математических моделей: оптимизационных, стохастических, балансовых, теории безкоалиционных и коалиционных игр и т.п.

Как отмечено выше, в настоящее время особую важность приобретают исследования, связанные с совершенствованием теоретических моделей и практических приемов управления кредитно-депозитной деятельностью российских коммерческих банков в направлении уточнения критериев оптимальности, внешних (определяемых регулятором) и внутренних (вытекающих из приоритетов банковской стратегии и определяемых внутренними нормативами) ограничений на выбор процентных ставок и уровень кредитного риска.

Оптимальное сочетание внешних и внутренних нормативов в задачах управления банковским портфелем по мысли автора может быть определено на основе параметрического моделирования портфеля депозитов-ссуд, в котором планируемые банком внутренние нормативы выступают в роли параметров, оценка корректности выбора которых устанавливается в соответствии со значениями предварительно установленных критериев оптимальности кредитно-депозитной деятельности банка. Достаточно общее описание параметрической модели банка приведено в работе автора с соавторами [18].

Целью этой работы является более подробное описание параметрической модели банковского портфеля с обоснованием критерия оптимальности и выбираемых в качестве параметров эндогенных переменных.

Результаты работы и их обсуждение

Модельные расчеты по параметрической модели проводились на данных

кредитно-инвестиционного портфеля банка ХХХ, характеристики которого близки к характеристикам коммерческого банка Промсвязьбанк, являющегося крупным универсальным банком с развитой сетью подразделений. Ключевыми направлениями его работы традиционно являются кредитование и обслуживание счетов корпоративных клиентов [5, 19, 20, 21]. С недавних пор банк развивает розничный бизнес, оказывая полный спектр услуг розничным и корпоративным клиентам, малому и среднему предпринимательству. Этот банк был выбран в качестве «опорного» для финансирования государственного оборонного заказа и сопровождения крупных государственных контрактов. Банк активно ведет политику на межбанковском и валютном рынках, на рынке ценных бумаг.

Учитывая необходимость оперирования официальной информацией, нами выбраны ставки кредитов и депозитов за период 2016–2018 гг.

Для оптимизации портфеля Банка ХХХ в условиях неполной и неточной информации о рынках депозитов и ссуд была использована параметрическая модель выбора оптимального варианта кредитно-депозитной деятельности в статичном варианте [18].

Основные параметры, используемые в формальном представлении параметрической модели оптимального банковского портфеля, приведены в таблице 1.

Таблица 1

Параметр	Значение
$D_i^{(t)}$	i -й депозит, действующий в период времени t
$K_j^{(t)}$	кредиты и другие инвестиции банка в периоде t
$\rho_i^{(t)}$	ставка по депозиту для периода t
$\gamma_j^{(t)}$	ставка по кредиту для периода t
$r_{1,i}^{(t)}, r_{2,j}^{(t)}$	нормативы отчислений в резервы
$l^{(t)}$	норматив текущей ликвидности

Также в состав переменных модели оптимального банковского портфеля включены:

T – временной горизонт планирования кредитно-инвестиционной де-

ятельности банка, t -плановый период ($t = 1, \dots, T$);

$I^{(t)}$ – число депозитов, открытых в банке к началу периода t ;

$J^{(t)}$ – число кредитов и других инвестиций, включенных или рассматриваемых с позиции возможного включения банковский портфель к началу периода t ;

Депозит и депозитная ставка связаны следующим соотношением:

$$D_i^{(t)} = D_i^{(t)}(\rho_i^{(t)}), \quad (1)$$

где D_i – функция (в общем случае нелинейная), задающая зависимость величины депозита от процентной ставки $\rho_i^{(t)}$;

Кредиты и кредитная ставка, в свою очередь, связаны соотношением:

$$K_j^{(t)} = K_j^{(t)}(\gamma_j^{(t)}), \quad (2)$$

где K_j – функция (в общем случае нелинейная), задающая зависимость величины кредита от кредитной ставки $\gamma_j^{(t)}$.

К элементам пассивов и активов банка, чувствительным к изменениям соответствующих процентных ставок для периода t , относятся соответственно $D_i^{(t)}$ и $K_j^{(t)}$:

$$\sum_{i=1}^{I^{(t)}} D_i^{(t)} \leq DP^{(t)}, \quad (3)$$

где $DP^{(t)}$ – предельная для периода t величина сбережений, которая может быть размещена в депозиты;

$$\sum_{j=1}^{J^{(t)}} K_j^{(t)} + CK^{(t)} \leq DI^{(t)}, \quad (4)$$

где $CK^{(t)}$ – собственный капитал банка в ликвидной форме; $DI^{(t)}$ – потенциальная емкость инвестиционного рынка (для периода t).

Баланс банка для периода t задается неравенством:

$$\sum_{i=1}^{I^{(t)}} (1 - r_{1,i}^{(t)}) \cdot D_i^{(t)} + CK^{(t)} \geq \sum_{j=1}^{J^{(t)}} (1 - r_{2,j}^{(t)}) \cdot K_j^{(t)}, \quad (5)$$

где $r_{1,i}^{(t)}$ и $r_{2,j}^{(t)}$ – ставки обязательного резервирования, соответственно: $r_{1,i}^{(t)}$ – норматив по резервированию средств в ЦБ, зависящий от вида депозита; $r_{2,j}^{(t)}$ – норматив отчисления по j -му кредиту (инвестиции) в резервы банка, зависящий от риска невозврата [5, 21, 22].

Таблица 2

Параметры портфеля коммерческого банка XXX

Баланс, млрд. руб.	2018	2017	2016
Кредиты клиентов	4 400 000	4 150 000	4 250 000
Депозиты клиентов	2 050 000	1 600 000	1 600 000
Ставка кредита p_i	10,4-14,9%	11,9-15,9%	8,30%
Ставка депозита u_j	8,55%	9,00%	9,59%
r_1	4,75%	5,00%	4,25%
r_2	От 0 до 100%	От 0 до 100%	От 0 до 100%

Следующее ограничение – на гэп-разницу величин активов и пассивов, чувствительных к изменению ставки процента и подлежащих переоценке или погашению к фиксированному сроку (стабилизатор кредитно-инвестиционной стратегии коммерческого банка [21]):

$$\left| \sum_{i=1}^{I^{(t)}} D_i^{(t)} - \sum_{j=1}^{J^{(t)}} K_j^{(t)} \right| \leq S^{(t)}, \quad (6)$$

где $S^{(t)}$ – предельная для временного периода t величина дисбаланса кредитно-депозитной структуры банка (проблематика моделирования кредитно-депозитной деятельности коммерческого банка с учетом риска ликвидности временной структуры активов-пассивов подробно рассматривалась в работах Бурухановой Т.Д. [8] и автора [17], а также в работах Егоровой Н.Е. [2] и Киселевой И.А. [3]).

В нашем случае возможный дисбаланс должен быть в пользу активной инвестиционной стратегии банка, а, следовательно, ограничение (6) принимает вид неравенства:

$$\sum_{j=1}^{J^{(t)}} K_j^{(t)} - \sum_{i=1}^{I^{(t)}} D_i^{(t)} \leq S^{(t)}. \quad (7)$$

Следующее ограничение – на текущую ликвидность баланса активно-пассивных операций:

$$\sum_{j=1}^{J^{(t)}} (\gamma_j^{(t)} - l^{(t)}) \cdot K_j^{(t)} \geq \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)}, \quad (8)$$

где $l^{(t)}$ – норматив текущей ликвидности для периода t , определяемый регулирующим органом (ЦБ) [5, 21].

Отметим, что Центральный банк РФ ежегодно предоставляет данные о нормативах [5]. Один из них – норматив текущей ликвидности, который ограничивает риск потери банком платежеспособности в течение ближайших (к дате формирования портфеля) 30 дней (минимальное значение показателя – 50%) [5]. В параметрической модели банка также предложено использовать значение норматива 50%.

Расчеты были оптимального портфеля банка XXX проводились на информационной базе за период 2016-2018 гг. Были использованы данные о 10 кредитах и 10 депозитах, взятых и выданных под различные ставки и на суммы от 50 тыс. руб. до 700 тыс. руб. (таблица 2).

Отметим наиболее часто применяемые в банковской практике критерии, используемые в моделях оптимального банковского портфеля (тематика выбора и обоснования критериев кредитно-инвестиционной деятельности универсального коммерческого банка подробно рассматривалась в работах автора [17, 18]):

а) максимум процентной маржи (без учета риска невозврата кредита):

$$F_1 = \max \left\{ \sum_{j=1}^{J^{(t)}} \gamma_j^{(t)} \cdot K_j^{(t)} - \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)} \right\}; \quad (9)$$

или (с учетом):

$$\max \left\{ \sum_{j=1}^{J^{(t)}} \delta_j^{(t)} \cdot \gamma_j^{(t)} \cdot K_j^{(t)} - \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)} \right\}, \quad (9')$$

где $\delta_j^{(t)}$ – доля невозвращаемых кредитов (зависящая, в том числе, от ставки $\gamma_j^{(t)}$);

б) максимум взвешенной суммы процентной маржи, и банковских резервов:

$$F_2 = \max \left\{ \lambda_1 \cdot \left[\sum_{j=1}^{J^{(t)}} \gamma_j^{(t)} \cdot K_j^{(t)} - \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)} \right] + \lambda_2 \cdot \sum_{j=1}^{J^{(t)}} r_{2,j}^{(t)} \cdot K_j^{(t)} \right\}, \quad (10)$$

где $0 \leq \lambda_1, \lambda_2 \leq 1; \lambda_1 + \lambda_2 = 1$;

в) на максимум процентной маржи (с учетом или без учета риска невозврата кредита) на руб. доходных активов:

$$F_3 = \max \left\{ \frac{\sum_{j=1}^{J^{(t)}} \gamma_j^{(t)} \cdot K_j^{(t)} - \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)}}{\sum_{j=1}^{J^{(t)}} K_j^{(t)}} \right\}. \quad (11)$$

В Таблице 3 представлены результаты расчетов показателей F1, F2, F3 на основе официальной информации о депозитах, кредитах и резервах банка ХХХ за период 2016 – 2018 гг.

Таблица 3

Значения критериев оптимальности
кредитно-инвестиционной
деятельности банка ХХХ

Год	F1(млн. руб.)	F2 (млн. руб.)	F3, %
2018	340 825	328 192	0,0775
2017	427 850	410 736	0,1031
2016	199 310	195 037,6	0,0469
max	427 850	410736	0,1031

По данным таблицы 3 можно сделать предварительный вывод о одинаковой направленности исследуемых показателей качества банковского портфеля с позиции акционеров и других собственников. Однако в качестве критерия в параметрической модели оптимального банковского портфеля следует рассматривать один из абсолютных критериев (F1 или F2), так как критерий в форме F3 носит ярко выраженный «долевой» характер, что ограничивает возможности его использования в качестве критерия в экономико-математических моделях, в том числе и параметрических, ввиду возможности искажения решения по причине «эффекта структуры» (эта особенность задач математического программирования рассмотрена, например, в работе Антиколь А.М. и Халикова М.А. [23]).

Необходимо также отметить и следующее обстоятельство: вышеперечисленные критерии не применимы в задачах стратегического планирования кредитно-депозитной деятельности банка, так как они ориентированы на выбор портфеля на текущем временном отрезке.

В качестве целевого ориентира долгосрочной стратегии банка, ориентированной на стабильный рост доходности и инвестиционной привлекательности

кредитно-депозитной деятельности, обеспечение финансовой устойчивости и снижение риска, должны выбираться стоимостные показатели, основанные на оценках денежных потоков банка.

Таким показателем может служить стоимость дисконтированного чистого денежного потока банка, принадлежащего акционерам, или производные от этого показателя (например, стоимость денежного потока, приходящаяся на ед. акционерного капитала. Актуальность использования указанного показателя в оценках качества предпринимательских решений и, в том числе, в банковской сфере, обоснована в работах проф. Халикова М.А. и его учеников [7, 10, 24]). Стоимость акционерного капитала, который отражает оценку основной деятельности коммерческого банка, является важным стоимостным показателем.

С учетом приведенных обоснований в качестве интегрального критерия оптимальности кредитно-депозитной деятельности коммерческого банка предложен показатель дисконтированной стоимости накопленной процентной маржи:

$$F_4 = \sum_{t=1}^T \frac{\sum_{j=1}^{J^{(t)}} \delta_j^{(t)} \cdot \gamma_j^{(t)} \cdot K_j^{(t)} - \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)}}{(1+e)^t}, \quad (12)$$

где Т – рассматриваемый стратегический горизонт; е – ставка дисконтирования (исходя из рекомендаций, представленных в цитируемых выше работах [7, 10, 24] – средневзвешенная стоимость капитала банка – постоянная (если структура капитала на горизонте планирования остается постоянной) или переменная (в противном случае).

Для выбранного банка ХХХ этот критерий на анализируемом временном интервале имел следующие значения (табл. 4).

Исходя из данных, представленных в таблице 4, можно сделать вывод, что динамика предложенного интегрального показателя оптимальности кредитно-инвестиционной деятельности коммерческого банка в полной мере согласуется с динамикой частных показателей F1, F2, F3, что является дополнительным аргументом в пользу его использования в качестве целевого критерия оптимальности в параметрической модели банка.

Таблица 4

Значения критерия F_4 оптимальности кредитно-инвестиционной деятельности банка ХХХ

Год	F4, млрд. руб.
2019	683,9623
2018	20 754,72
2017	15 622,64
max	20 754,72

Рассматривая систему ограничений параметрической модели банка, сделаем следующее замечание. Если стратегический горизонт превышает некоторое (определенное экспертами-банковскими аналитиками и заранее известное) число плановых периодов (месяцев, лет), то необходимо дополнительно учитывать ограничение на минимальный уровень рентабельности доходных активов (для стимулирования активности кредитно-инвестиционной политики банка на каждом плановом интервале):

$$\sum_{j=1}^{J^{(t)}} (e_j^t - \varepsilon) \cdot K_j^{(t)} \geq \sum_{i=1}^{I^{(t)}} \rho_i^{(t)} \cdot D_i^{(t)}, \quad (13)$$

где ε – пороговое значение рентабельности доходных активов.

Разобьем множество индексов $I^{(t)}$ депозитов и $J^{(t)}$ кредитов на множества $I^{(t)} = I_1^{(t)} + I_2^{(t)}$ и $J^{(t)} = J_1^{(t)} + J_2^{(t)}$, включив в $I_1^{(t)}$ действующие депозиты, а в $J_1^{(t)}$ – действующие кредиты и профинансированные инвестиции прошлых периодов. Будем считать такое разбиение корректным, а именно, включенные в эти множества пассивы и активы удовлетворяют ограничениям (1) – (8), (13).

Параметрическая модель банка в статичном для временного интервала t варианте включает критерий (9) (на максимум) и ограничения (1) – (8), (13). Эндогенными (управляемыми) переменными модели являются доступные банку депозиты с индексами из множества $I_2^{(t)}$ и кредиты с индексами из множества $J_2^{(t)}$.

Если рассматривать динамический вариант параметрической модели коммерческого банка, то необходимо дополнительно учесть балансовые соотношения, связывающие величины пассивов и активов.

Выделим в составе депозитов срочные обязательства до востребования DS ,

межбанковские кредиты и векселя DV , прочие депозиты DP .

Считая, что $\Delta CK^{(t)}$ – изменение собственного капитала банка на временном интервале t , определим пошаговые ограничения на величины составляющих пассива:

$$DS^{(t+1)} = DS^{(t)} + \alpha_1 \cdot \Delta CK^{(t)},$$

$$DV^{(t+1)} = DV^{(t)} + \alpha_2 \cdot \Delta CK^{(t)}, \quad (14)$$

$$DP^{(t+1)} = DP^{(t)} + \alpha_3 \cdot \Delta CK^{(t)},$$

$$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3 \geq 0, \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 = 1,$$

где $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ – доли распределения прибыли по составляющим пассивов.

В составе активов, в свою очередь, выделим ликвидные AL (ставка r_{AL} процента), средне- и низколиквидные AS (ставка r_{AS} процента).

Пошаговые ограничения по составляющим активов:

$$AL^{(t+1)} = AL^{(t)} + \alpha_1 \cdot \Delta CK^{(t)}, \quad (15)$$

$$AS^{(t+1)} = AS^{(t)} + (\alpha_2 + \alpha_3) \cdot \Delta CK^{(t)},$$

где доли $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ распределения собственных средств банка между активами совпадают с приведенными в соотношениях (14).

Баланс банка, связывающий временные интервалы t и $t+1$:

$$DS^{(t+1)} + DV^{(t+1)} + DP^{(t+1)} = AL^{(t+1)} + AS^{(t+1)}. \quad (16)$$

Параметрическая модель оптимизации кредитно-инвестиционной деятельности коммерческого банка в динамическом варианте включает критерий (12) (на максимум), внутри шаговые ограничения (1)-(8), (13) и межпериодные ограничения (14)-(16). Состав эндогенных (управляемых) параметрами динамической модели расширен, по сравнению со статистическим вариантом, переменными $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$.

Параметрическая модель оптимального банковского портфеля депозитов-кредитов может быть эффективно решена на двух уровнях. На первом решается задача оптимального управления портфелем для очередного временного интервала, на втором – задача мониторинга сформированного портфеля и выбора его параметров для очередного временного интервала с использованием динамической процедуры Р. Беллмана [4, 25].

Таблица 5

Структура кредитного портфеля банка ХХХ (млн. руб.)

Счёт	Группа счетов	Название счета	Основная сумма долга				Просроченная задолженность			
			30.09	31.10	30.11	31.12	30.09	31.10	30.11	31.12
45107	Кредиты, предоставленные негосударственным финансовым организациям	на срок от 1 года до 3 лет	21,038	19,624	18,424	17,223	0	0	0	0
45201		Кредит, предоставленный при недостатке средств на расчетном (текущем) счете («овердрафт»)	7,106	3,421	1,594	1,292	3,475	1,000	1,000	0
45204	Кредиты, предоставленные негосударственным финансовым организациям	на срок от 31 до 90 дней	46,000	54,917	63,170	36,593	0	0	0	0
45205		на срок от 91 до 180 дней	84,924	65,328	96,738	55,000	0	0	0	0
45206		на срок от 181 дня до 1 года	1 922,608	1 851,380	1 793,809	1 879,425	7,782	10,843	8,008	2,994
45207		на срок от 1 года до 3 лет	2 370,884	2 466,601	2 645,250	2 547,422	120	240	15,000	0
45208	Кредиты и прочие средства, предоставленные индивидуальным предпринимателям	на срок свыше 3 лет	10,500	9,972	9,445	8,917	0	0	0	0
45401		Кредит, предоставленный при недостатке средств на расчетном (текущем) счете («овердрафт»)	0,271	0,391	0,400	0,399	0	0	0	0
45406		Кредиты на срок от 181 дня до 1 года	0,660	0,440	0,330	0,220	0	0	0	0
45407		Кредиты на срок от 1 года до 3 лет	6,770	7,120	12,380	20,120	0	0	0	0
45504	Кредиты и прочие средства, предоставленные физическим лицам	Кредиты на срок от 91 до 180 дней	0,950	0,950	0	0	0,041	0,040	0,039	0,037
45505		Кредиты на срок от 181 дня до 1 года	0,188	0,151	1,538	1,478	19,295	19,295	19,295	0
45506		Кредиты на срок от 1 года до 3 лет	22,189	13,626	12,837	12,020	2,527	2,523	2,496	2,491
45507		Кредиты на срок свыше 3 лет	60,025	63,674	61,398	58,966	10,424	10,665	10,937	11,088
45509	Вложения в приобретенные права требования	Кредит, предоставленный при недостатке средств на депозитном счете («овердрафт»)	2,309	2,523	2,401	2,644	0	0	0	0
47101		до востребования	0,110	0,110	0,375	0,375	0	0	0	0
47801		Права требования по договорам на предоставление (размещение) денежных средств, исполнение обязательств по которым обеспечивается ипотекой	2,123	2,118	2,118	2,106	0	0	0	0

Таблица 6

Структура портфеля депозитов банка ХХХ (млн. руб.)

Счёт	Группа счетов	Название счета	Остаток по счёту			
			30.09	31.10	30.11	31.12
42301	Депозиты и прочие привлеченные средства физических лиц	Депозиты до востребования	117, 646	88, 308	69, 078	58, 302
42304		Депозиты на срок от 91 до 180 дней	316, 522	360, 839	367, 390	229, 521
42305		Депозиты на срок от 181 дня до 1 года	1 877, 872	1 474, 985	1 601, 485	1 582, 315
42306		Депозиты на срок от 1 года до 3 лет	2 639, 467	3 044, 462	3 190, 050	3 242, 940
42601	Депозиты и прочие привлеченные средства физических лиц – нерезидентов	Депозиты до востребования	2, 557	2, 919	2, 947	2, 677
42604		Депозиты на срок от 91 до 180 дней	2, 218	3, 558	3, 473	3, 181
42605		Депозиты на срок от 181 дня до 1 года	8, 097	7, 870	9, 559	8, 709
42606		Депозиты на срок от 1 года до 3 лет	13, 394	13, 007	13, 614	13, 641

Численные алгоритмы решения задач первого и второго уровня основываются на:

– методах и моделях аппроксимации нелинейных зависимостей (1), (2) спроса на депозиты, кредиты и инвестиции от объемов предложений и процентных ставок;

– методах и моделях оценки свободных для размещения в инвестиции средств коммерческого банка, представленных в работах Бурухановой Т.Д. [8] и Киселевой И.А. [3];

– моделях и численном методе нелинейной дискретной оптимизации, представленном в работе Халикова М.А. [26].

Оптимальный кредитный портфель банка ХХХ рассчитывался на даты: 31.10, 30.11, 31.12 2019 г. (таблица 5). Портфель диверсифицирован, однако основная сумма приходится на кредиты негосударственным и коммерческим организациям (юридическим лицам) на сроки от 181 дня до 1 года и от 1 года до 3 лет.

Портфель депозитов банка (таблица 6) состоит из средств, полученных от физических лиц: резидентов и нерезидентов. Основную долю вкладчиков составляют физические лица – резиденты, с позиции временной структуры преобладают депозиты сроком от 181 дня до 1 года и от 1 года до 3 лет.

В таблице 7 приведены значения ключевых показателей банковского портфеля: $V^{(t)}$, $Y^{(t)}$, $P^{(t)}$, $k2^{(t)}$ (объем кредитного портфеля, объем погашений по ранее размещенным кредитам, объем просроченной задолженности, коэффициент просроченной задолженности).

Таблица 7

Расчётные значения показателей $V^{(t)}$, $Y^{(t)}$, $P^{(t)}$ для банка ХХХ, млн. руб., %

	на 31.10.2019	на 30.11.2019	на 31.12.2019
$V^{(t)}$	4 607, 076	4 770, 103	4 660, 931
$Y^{(t)}$	163, 952	224, 161	542, 252
$P^{(t)}$	44, 729	56, 897	16, 732
$k2^{(t)}$	0,97%	1,19%	0,36%

Приведенные данные позволяют утверждать, что банк ХХХ контролирует риск банкротства заемщика и поддерживает просроченную задолженность на уровне ниже порогового значения.

В таблице 8 представлены значения нормативов ликвидности для банка ХХХ на соответствующие даты. Из данных таблицы следует, что банк выполняет все нормативы ликвидности ($H2$, $H3$, $H4$) в каждом из рассматриваемых периодов и обладает значительным запасом мгновенной и текущей ликвидности.

Таблица 8

Значения нормативов ликвидности Н2, Н3, Н4 для банка ХХХ

	на 31.10.2019	на 30.11.2019	на 31.12.2019	Норматив, установленный ЦБ РФ
Н2	151,23%	158,09%	138,88%	≥15%
Н3	159,23%	153,26%	119,43%	≥50%
Н4	51,73%	57,44%	35,94%	≤120%

По результатам проведенных расчётов можно утверждать, что параметрическая модель оптимального управления кредитно-депозитным портфелем коммерческого банка даёт адекватную оценку корректности выбранной банком кредитно-инвестиционной политики и качества сформированного портфеля.

Заключение

Важной особенностью современной банковской практики является снижение доходности кредитно-инвестиционной деятельности в условиях сокращения розничного кредитования, роста кредитной задолженности и падения кредитоспособного спроса. Банки вынуждены повышать требования к ссудополучателям, а при формировании и управлении кредитно-депозитным портфелем использовать повышенные нормативы, устанавливаемые регулятором и рекомендованные международным банковским сообществом.

В этих условиях важное значение приобретает корректное определение внутренних банковских нормативов, регулирующих операционные и кре-

дитные риски и влияющих на структуру и элементный состав банковского портфеля. Также весьма актуальной является проблема уточнения критерия оптимальности деятельности коммерческого банка на стратегическом горизонте планирования.

Эти и другие проблемы управления банковскими пассивами и активами могут быть решены с использованием параметрической модели банка, в рамках которой возможно ставить и решать задачу выбора оптимального соотношения регулируемых и нерегулируемых коммерческим банком параметров, используемых в критерии и ограничениях при формировании портфеля кредитов-депозитов.

В работе предложены варианты параметрической модели банка в статичном и динамическом вариантах. Модельные расчеты по этим моделям на данных выбранного коммерческого банка показали их адекватность поставленной задаче и возможность корректного использования в банковской практике при управлении портфелями депозитов-ссуд.

Библиографический список

1. Бренд Р. Банковская система и контроль за банковской деятельностью в условиях рыночной экономики. Мюнхен. 1994. 426 с.
2. Егорова Н.Е., Смулов А.М. Предприятия и банки: Взаимодействие, экономический анализ: учебно-практическое пособие. М.: Дело, 2002. 454 с.
3. Киселева И.А. Система математического моделирования банковской деятельности в переходной экономике / Дис. на соис. уч. ст. д.э.н. М.: МЭСИ, 2000. 484 с.
4. Лаврушин О.И. Деньги, кредиты, банки. М.: Кнорус. 2014. 448 с.
5. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/today/cbrf_itm/cbrf_sub// (дата обращения: 10.12.2019).
6. Klin M. Theory of the banking firm. J.Money. Credit and banking. 1971, May. P. 205-218.
7. Maximov D.A., Khalikov M.A. Prospects of institutional approach to production corporation assets assessment. Aktual Problems of Economics. 2016. vol. 183. № 9. P. 16-25.
8. Буруханова Т.Д. Оптимизация кредитного портфеля коммерческого банка. / Дис. на соис. уч. ст. к.э.н. М.: Фин. Акад. при Правительстве РФ. 2003 г. 140 с.

9. Рогачев А.Ю. Современная роль коммерческих и региональных банков // Экономический журнал ВШЭ. 2004. № 1. С. 92-96.
10. Халиков М.А., Максимов Д.А. О приоритетной модели российской экономики. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 4-2. С. 309-310.
11. Халиков М.А., Анतिकоль А.М. Методы учёта трансакционных издержек операций фондового рынка // Вестник Российского экономического университета. 2012. № 2. С. 53-59.
12. Роуз Питер С. Банковский менеджмент. М.: Дело, 1997. 768 с.
13. Синки Джозеф Ф., мл. Управление финансами в коммерческих банках. Пер. с англ.: под ред. Р.Я. Левиты, Б.С. Пинскера. М.: Catallaxy, 1994. 957 с.
14. Busch A. Banking regulation and globalization / A. Busch. Oxford: Oxford: University Press, 2009. 282 p.
15. Murphy N.D. Costs of banking activities: interactions between risk and operating costs: comment. J. Money // Credit and Banking. 1972. Aug. P.205-218.
16. Sealey C.W. Valuation, capital structure, and shareholder unanimity for depository financial intermediates// J. Finance. 1983, June. P. 1139-1154.
17. Гаджагаев (Горский) М.А., Халиков М.А. Динамическая модель оптимального управления кредитным портфелем коммерческого банка с дополнительным критерием ликвидности временной структуры активов-пассивов// Путеводитель предпринимателя. 2016. № 29. С. 72-85.
18. Горский М.А., Алексеева А.А., Решульская Е.М. Устойчивость и надежность коммерческого банка в турбулентной рыночной среде // Фундаментальные исследования. 2019. № 2. С. 60-68.
19. Информация о банковской системе Российской Федерации, [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/finmarket/lic/> (дата обращения: 21.12.2019).
20. Информация о кредитно-инвестиционном банке «Промсвязьбанк» [Электронный банк]. URL: <https://www.banki.ru/banks/bank/promsvyazbank/> (дата обращения: 20.12.2019).
21. Кредитный портфель банка | Банки.ру [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/> (дата обращения: 20.12.2019).
23. Система анализа финансового состояния банков, [Электронный ресурс]. URL: <https://analizbankov.ru/index.php> (дата обращения: 20.12.2019).
24. Анतिकоль А.М., Халиков М.А. Нелинейные модели микроэкономики: уч. пос. М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2011. 156 с.
25. Халиков М.А., Хечумова Э.А., Щепилов М.В. Модели и методы выбора и оценки эффективности рыночной и внутрифирменной стратегий предприятия/ Под общ. ред. проф. Халикова М.А. М.: Коммерческие технологии. 2015. 595 с.
26. Мину М. Математическое программирование. Теория и алгоритмы. М.: Наука, 1990. 488 с.
27. Халиков М.А. Дискретная оптимизация планов повышения надежности функционирования экономических систем // «Финансовая математика» Сб. ст. М.: МГУ. 2001. С. 281-295.

УДК 657

С. В. Еремеева

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», Красноярск, e-mail: ixx@list.ru

ПРОБЛЕМЫ СПИСАНИЯ МАТЕРИАЛОВ В УЧЕТЕ В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: Строительно-монтажные работы, списание материалов, проектно-сметная документация, финансовый результат.

В статье по направлению 08.00.12 Бухгалтерский учет, статистика рассмотрена проблема взаимосвязи и сближения плановых и фактических документов, характеризующих выполнение строительно-монтажных работ. С практической точки зрения существует разница в стоимости материалов необходимых для строительных работ согласно планово-проектной документации и величиной списанных товарно-материальных ресурсов, по данным бухгалтерского учета в разрезе отдельного заключенного договора между Заказчиком и Подрядчиком при выполнении строительно-монтажных работ. Данная разница может возникнуть при проведении строительно-монтажных работ по пяти основным причинам. В представленном исследовании, автор систематизировал основные проблемы, оказывающие влияние на возникновение такой разницы, и попытался раскрыть источники их возникновения. Для полноты раскрытия данного процесса в работе автором были приведены примеры практических ситуаций.

S. V. Eremeeva

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, e-mail: ixx@list.ru

PROBLEMS OF DEPOSITION OF MATERIALS IN ACCOUNT FOR THE PURPOSE OF FORMATION OF FINANCIAL RESULTS IN THE CONSTRUCTION ORGANIZATION

Keywords: Construction and installation works, write-off of materials, design estimates, financial result.

In the article in the direction 08.00.12 Accounting, statistics, the problem of the relationship and convergence of planned and actual documents characterizing the implementation of construction and installation works is considered. From a practical point of view, there is a difference in the cost of materials necessary for construction work according to the planning and design documentation and the amount of written-off inventory, according to accounting data in the context of a separate contract between the Customer and the Contractor during construction and installation works. This difference can occur during construction and installation works for five main reasons. In the presented study, the author systematized the main problems that affect the occurrence of such a difference, and tried to reveal the sources of their occurrence. To complete the disclosure of this process, the author gave examples of practical situations.

Введение

В производственно-хозяйственной деятельности строительной организации списание материалов для выполнения строительно-монтажных работ (СМР) является одним из ключевых показателей, оказывающих влияние на себестоимость произведенной продукции (товаров, работ, услуг). Правильность и своевременность отнесения на себестоимость материалов оказывает воздействие на конечный финансовый результат деятельности строительной

организации. В настоящее время складывается неоднозначная двойственная ситуация при формировании финансовых результатов деятельности в строительстве. С одной стороны, по данным открытых источников [1], по всей территории России около 75 % сметчиков, а в Москве и Московской области – более 50 % организаций при составлении проектно-сметной документации, осуществляют планирование и учет строительно-монтажных работ с использованием ПК «ГРАНД-Смета». На основании

полученной документации заключаются контракты на проведение строительно-монтажных работ, в которых отражается и величина планируемой прибыли. С другой стороны, конечный финансовый результат деятельности коммерческой организации формируется по данным бухгалтерского и налогового учета по окончании отчетного периода. В связи с этим периодически возникают неточности, связанные с несоответствием планируемых финансовых показателей, на основе данных заключенных и реализованных контрактов на СМР, согласно проектно-сметной документации и результатов деятельности организации, получаемых по окончании отчетного периода при формировании данных бухгалтерской и налоговой отчетности. Понятно, что на такие отклонения влияет целый комплекс факторов, однако автор в своем исследовании затрагивает только один из них – списание материалов при проведении СМР. Здесь необходимо подчеркнуть, что в проведенном исследовании акцентируется внимание на проблемах списания материально-производственных запасов при выполнении работ, которые принадлежат организации на праве собственности.

Цель исследования

Разработка предложений, способствующих повышению эффективности организации не только бухгалтерского учета и в первую очередь контроля, в строительной компании при отпуске материалов в работу в зависимости от выполняемого договора на строительно-монтажные работы.

Материал и методы исследования

Теоретическую и методологическую основу исследования составили результаты исследований отечественных ученых и практиков, действующая нормативно-правовая база, методические и практические материалы, посвященные проблемам, возникающим при реализации и оценки эффективности строительно-монтажных работ в деятельности коммерческой организации. В качестве инструментария исследования использовались методы системного анализа, обобщения, сравнительного анализа, позволяющие обеспечить обо-

снованные и достоверные выводы по результатам проведенного исследования.

Результаты исследования и их обсуждение

На современном этапе развития информационных технологий стали появляться все новые и новые программные продукты, которые призваны облегчать и автоматизировать работу как по ведению бухгалтерского учета в организации, так и сметное делопроизводство. С авторской точки зрения, программа для составления смет (в данной работе рассматривалась ПК «ГРАНД-Смета») и бухгалтерская программа (в статье анализировалась программа «1С Предприятие»), имеют основное пересечение с позиции передачи данных для учета и списания материально-производственных запасов. В данной ситуации имеется ввиду формирование отчет о расходе материалов в строительстве по форме М-29. На практике бухгалтерия стандартной строительной фирмы с определенной периодичностью (как правило месяц, квартал) запрашивает следующие документы: акт о приемке выполненных работ (КС-2), справка о стоимости выполненных работ (КС-3) и необходимые к ним регистры.

Данная информация, с позиции оценки финансовой результата выполнения контракта в строительной организации, необходима для проведения всестороннего сравнительного анализа стоимости затраченных ресурсов: по смете и по факту, натурально-стоимостных показателей закупленных и списанных материалов относительно данных из проектно-сметной документации. Такой анализ в конечном итоге, призван определить по каким статьям, относительно плановых показателей, получена прибыль или понесены убытки.

Однако на практике складывается следующая ситуация – материалы сметы и реальные материалы, которые были израсходованы для выполнения СМР зачастую не совпадают.

Опираясь на изученную российскую и зарубежную экономическую литературу [2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10], так и на личный опыт можно выделить основные проблемы, связанные с сопоставлением информации по материалам указанным в смете и в данных бухгалтерского уче-

та, а так же проблемы их последующего списания на выполненные СМР:

1. Различные наименование одного и того же материала в проектно-сметной документации и, например, в справочнике «Номенклатура» (программа «1С»). Дополнительно хотелось бы отметить следующий нюанс, могут возникать сложности, если под заключенный договор на проведение СМР идет закупка материалов у множества различных контрагентов. Вследствие чего может возникнуть разночтение в номенклатуре материалов, особенно в том случае если появляются новые партнеры-контрагенты, как российские, так и зарубежные.

2. Возникает пересортица при замене материалов, зафиксированных в проектно-сметной документации на аналоги. Данные моменты возникают при фактическом выполнении заказа. Понятно, что основные договора на выполнение СМР остаются неизменными. Например, при выполнении электромонтажных работ марка трансформаторной подстанции останется неизменной, а вот тем наименование кабель-канала может быть заменено в процессе проведения тех же электромонтажных работ, (с сохранением необходимых характеристик).

3. Различия в количественном выражении списанных в процессе выполнения работ материальных ценностей. Смета – это подробный плановый документ, но в нем невозможно предусмотреть все нюансы и точно рассчитать необходимое количество материалов. Вследствие чего при выполнении СМР возникают дополнительные затраты, как материальные, так и трудовые. Вопрос только в их величине и периодичности возникновения. Любая строительная организация должна отслеживать причину возникновения таких затрат.

4. Различия в стоимостной оценке списанных в работу материально-производственных запасов. Анализируя эту проблему можно выделить три аспекта:

а) при формировании проектно-сметной документации была заложена, по отдельным группам материалов, более низкая цена, чем фактическая стоимость товара, полученная от поставщика. Такая «техническая ошибка» ведет в целом, к уменьшению рентабельности продаж строительной фирмы.

б) распространенной практикой в деятельности строительной организации является выполнение одновременно СМР по нескольким договорам. При этом поставки материалов для их выполнения могут осуществляться как разными партиями, так и разными контрагентами. В такой ситуации цена единицы какого-либо материала может быть различной. Возникает разница между плановой и фактической ценой при списании. Если это незначительное отклонение в ту или иную сторону, то полученное расхождение нивелируется и практически не оказывает влияние на себестоимость работ и конечный финансовый результат по договору. Вместе с тем, могут быть и существенные отклонения в цене (на практике, в недалеком прошлом, наблюдалось разовое подорожание кабельной продукции на 10%). Данная ситуация приводит к или к пересмотру заключенных договоров (если это возможно) или к существенным финансовым потерям.

в) Согласно действующему положению по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [11] при отпуске материально-производственных запасов (кроме товаров, учитываемых по продажной стоимости) в производство и ином выбытии их оценка производится одним из следующих способов:

- по себестоимости каждой единицы;
- по средней себестоимости;
- по себестоимости первых по времени приобретения материально-производственных запасов (ФИФО).

При списании материалов на СМР может быть использован любой способ. Вместе с тем может возникнуть ситуация (при использовании последних двух способов списания материалов), в которой возникает суммовая разница между заявленной ценой согласно смете и оценкой при фактическом списании. Данная ситуация так же окажет влияние на стоимость произведенных работ.

5. При одновременном строительстве нескольких объектов силами одной строительной организации или даже одной бригады, под воздействием человеческого фактора происходит ошибочное списание материалов в рамках одного договора, а не по отдельным

объектам строительства. Для пояснения данной ситуации можно привести следующий пример. Бригада ведет работу по прокладке кабеля в двух жилых домах (типовые проекты). Договора на проведение СМР заключены с разными заказчиками. На каждый из объектов разработана и утверждена своя проектно-сметная документация. Согласно графика проведения работ известна потребность в материалах на производство работ по каждому объекту с точностью до нескольких недель (здесь оказывает влияние два основных фактора: транспортная доступность и качество охраны объекта). Согласно действующей практике по заключенным с поставщиками договорам материалы поставляются на основной склад строительной компании. Материалы передаются со склада на участок (через материально-ответственное лицо – мастер, прораб, бригадир) в количестве, необходимом для выполнения 90-95 % планируемого объема СМР и оформляется накладной по форме № М-11 [12] или же согласно самостоятельно разработанным и принятым в документообороте организации документом. Данная накладная была оформлена на списание материалов на один объект. За неделю до конца периода (месяца, квартала) мастер (прораб, бригадир) запрашивает с центрального склада необходимые ему для продолжения работы материалы по двум проектам. Если материально ответственное лицо требует еще 10-15 % материалов, то производственный отдел должен получить информацию и начать интересоваться причинами пе-

рерасхода материалов выше запланированных. При этом возникают проблемы с идентификацией материалов по объектам, а также при формировании бухгалтерской отчетности, т.к. необходимо закрывать период.

Для решения вышеперечисленных проблем, с авторской точки зрения, для конкретных строительных организаций необходимо усилии и совместное сотрудничество между сотрудниками бухгалтерии, сметчиками и программистами, а также материально-ответственными лицами при проведении СМР. С глобальной точки зрения необходимо введение единого справочника номенклатуры материально-производственных запасов. Автор надеется на дальнейшее развитие данной темы и нахождения теоретических алгоритмов решений выше озвученных проблем.

Выводы (заключение)

Подводя итоги проведенного исследования, хотелось бы отметить следующее: поднятая в работе проблема хотя и не нова, но актуальной в практической деятельности строительной организации. Озвученные в статье проблемы помогают понять их наличие и глубину на предприятии, и дают направление к снижению их негативного влияния на финансовые результаты деятельности. Руководство и владельцы коммерческой организации кровно заинтересованы в систематическом и эффективном контроле над рациональным расходом материально-производственных ресурсов при проведении строительно-монтажных работ.

Библиографический список

1. Галактика. ИТ. Гранд-смета. [Электронный ресурс]. URL: https://www.all-smety.ru/programs/smetnye_programmy/grandsmeta/#title-about-product (дата обращения: 04.12.2019).
2. Выгрузка информации из «Гранд-смета» в «1С» (для списания материалов форма М-29). [Электронный ресурс]. URL: https://www.all-smety.ru/polezno_znat/vzaimodeystvie-grand-smeta-i-1s-predpriyatie-8/ (дата обращения: 04.12.2019)
3. Майорова Софья. Взаимодействие программных продуктов на платформе 1С:Предприятие 8. (https://www.all-smety.ru/polezno_znat/vzaimodeystvie-programmnykh-produktov-na-platfome-1s-predpriyatie-8/ Дата обращения: 05.11.2019).
4. Майорова С. Обмен данными между «1С» и сметной программой. [Электронный ресурс]. URL: https://www.all-smety.ru/polezno_znat/obmen-dannymi-mezhdu-1s-i-smetnoy-programмой/ (дата обращения: 05.12.2019).

5. Верецагин С. Документооборот по списанию материалов на производство СМР. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.delo-press.ru/articles.php?n=11784> (дата обращения: 08.12.2019).
6. Gullberg C. What makes accounting information timely? *Qualitative Research in Accounting and Management*, Volume 13, Issue 2, 20 June 2016, Pages 189-215. URL: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84975887065&doi=10.1108%2fQRAM-03-2014-0019&partnerID=40&md5=615b59607b0a449c3a1ba9f46ba034bc>.
7. Gujarathi M.R., Dugar A. Toshiba's creative accounting for construction contracts. *Issues in Accounting Education* Volume 33, Issue 3, August 2018, P. 117-134. URL: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85057840941&doi=10.2308%2fIACE-52127&partnerID=40&md5=3206992f2bc588a249dcc6039f9d4af8>.
8. Гутковская Е.А., Шумкин С.П. Проблемы учета закупок товарно-материальных ценностей в строительной организации. [Электронный ресурс]. URL: <https://docplayer.ru/30410310-Problemy-ucheta-zakupok-i-tovarno-materialnyh-cennostey-v-stroitelnoy-organizacii.html> (дата обращения: 25.12.2019).
9. Соцкая А. Порядок списания материалов в бухгалтерском учете (нюансы). [Электронный ресурс]. URL: https://nalog-nalog.ru/buhgalterskij_uchet/vedenie_buhgalterskogo_ucheta/poryadok_spisaniya_materialov_v_buhgalterskom_uchete_nyuansy (дата обращения: 01.12.2019).
10. Работкин Д. Списание строительных материалов на предприятии, при чем тут сметчик? [Электронный ресурс]. URL: <https://in-regional.ru/stoimostnoj-inzhiniring/obshchestroitelnye-raboty/spisaniestroitelnykh-materialov-na-predpriyatii-pri-chem-tut-smetchik.html> (дата обращения: 12.12.2019).
11. Приказ Минфина России от 09.06.2001 № 44н (ред. от 16.05.2016) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 14.12.2019).
12. Постановление Госкомстата РФ от 30.10.1997 № 71а (ред. от 21.01.2003) «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплаты, основных средств и нематериальных активов, материалов, малоценных и быстроизнашивающихся предметов, работ в капитальном строительстве» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17087/ (дата обращения: 16.12.2019).

УДК 336.018

Е. В. Лантева

ВГОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: ella-7@yandex.ru

КРИПТОВАЛЮТА КАК ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ: НОВАЯ ВАЛЮТА ИЛИ ФИНАНСОВАЯ ПИРАМИДА?

Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, история, финансовая пирамида, экономика, закон, риски, валюта, виртуальные деньги.

В статье рассматривается проблема роста популярности криптовалют и, в частности, биткоина. Автор также рассматривает основные виды и популярность электронных денег в мире. Автор обращает внимание на ряд характеристик биткоина и определяет недоработанность законодательной базы в отношении биткоина и криптовалют в целом. В статье указывается, что отношение к криптовалютам и к биткоину в мире неоднозначное. Автор акцентирует внимание на путях возможного определения места криптовалюты в мировом денежном хозяйстве в обозримом будущем и изменении его оценки в соответствии с этим фактом. По ряду характеристик биткоин и криптовалюты попадают под определение финансовой пирамиды, что делает операции с ними высокорискованными, и вся ответственность, следовательно, ложится на плечи владельца криптовалюты.

E. V. Lapteva

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: ella-7@yandex.ru

CRYPTOCURRENCY AS A FINANCIAL INSTITUTION: A NEW CURRENCY OR A FINANCIAL PYRAMID?

Keywords: cryptocurrency, bitcoin, history, pyramid scheme, economy, law, risks, currency, virtual money.

The article deals with the problem of growing popularity of cryptocurrencies and, in particular, bitcoin. The author also examines the main types and popularity of electronic money in the world. The author draws attention to a number of characteristics of bitcoin and determines the lack of development of the legal framework for bitcoin and cryptocurrencies in General. The article indicates that the attitude to cryptocurrencies and bitcoin in the world is ambiguous. The author focuses on ways to determine the possible place of cryptocurrency in the global monetary economy in the foreseeable future and change its assessment in accordance with this fact. According to a number of characteristics, bitcoin and cryptocurrencies fall under the definition of a financial pyramid, which makes operations with them high-risk, and all responsibility, therefore, falls on the shoulders of the owner of the cryptocurrency.

Введение

С конца XX в. наблюдается неуклонная тенденция ухода финансов в виртуальную область. Криптовалюта понемногу становится не только платежным средством, но и особым финансовым институтом, задачей которого становится накопление денежных средств, которые впоследствии могут рационально использоваться. С этим положением можно не соглашаться, но большинство людей, хранящих сегодня свои средства в криптовалюте или занимающихся майнингом, рассматривают криптовалюту именно как некий аккумулирующий средства объект, виртуальный кошелек, позволяющий не только хранить, но и накапли-

вать денежные средства. Тем не менее, феномен криптовалюты имеет много уязвимых мест, он четко не регламентирован в РФ и оставляет много места для определения его реального положения. Это порождает многочисленные споры, чем же по сути является криптовалюта-реальным платежным средством или неким вариантом финансовой пирамиды?

Цель исследования

Выявить основные параметры и характеристики криптовалюты, описать достоинства и недостатки криптовалюты, определить источник интереса к криптовалютам, сделать акцент на недоработанности законодательной

базы по отношению к криптовалютам и обратить внимание на тот факт, что по ряду характеристик криптовалюта (в частности, биткоин) является финансовой пирамидой.

Материал и методы исследования

Материалами для написания статьи стала современная научная и публицистическая литература отечественных исследователей, посвященная общим и специальным вопросам теории и практики финансового дела.

Методами исследования явились принципы проблемно-хронологического анализа, историзма, принцип объективности, элементы комплексного историко-социологического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Популярность криптовалют и их виды растут. Это находит свой выход иногда на неожиданном уровне. Криптовалюта и электронные деньги получают все большую популярность, даже в преступной среде. В 2018 г. в Твери был осужден преступник-военнослужащий, который распространял наркотики, получая за это вознаграждение в криптовалюте [1].

К сожалению, далеко не все на сегодняшний день понимают суть криптовалют и осознают все риски, связанные с владением этим инструментом. Что же такое криптовалюта? Криптовалюта – это цифровая (виртуальная) валюта, не имеющая физического выражения. Это цифровая (виртуальная) валюта, которая используется участниками оборота в целях проведения расчетов в Интернете; ее особенностью является защита от подделки, так как в ней зашифрованы данные, не подлежащие дублированию [3]. На сегодняшний день известно около 500 криптовалют, самой известной из которых является биткоин.

Криптовалюта отличается от обычных электронных денег тем, что ее не нужно предварительно вносить на счет в банке, через платежный терминал в физическом виде; она не является государственной валютой и выпускается в Сети.

Криптовалюта имеет свои достоинства и недостатки. К достоинствам можно отнести тот факт, что она доступна

в любой точке земного шара (при условии доступа к Сети) в любое время суток; заморозить ее извне (исключая хакерские атаки) невозможно и можно проводить операции в любое время, проверять их правомерность. Криптовалюта доступна: любой может участвовать в майнинге при условии доступа к Сети. Она достаточно надежна и анонимна, не подвержена инфляции в силу своего ограниченного выпуска. Комиссии за операции перевода криптовалюты нет.

К недостаткам криптовалюты можно отнести ее бесконтрольность, невозможность отзыва платежа, необеспеченность. Криптовалюта может попасть под запрет государства. На сегодняшний день криптовалюта запрещена в ряде государств – например, во Вьетнаме, Исландии, Боливии, Киргизии, Эквадоре. Ее колебания непредсказуемы, можно потерять большие средства. Теоретически есть опасность попасть под действия хакеров, потерять ключ. В этих странах криптовалюта в силу своей децентрализованности, волатильности, воспринимается как угроза существующей денежной системе.

Майнинг (добыча) цифровой валюты непростое дело. Несмотря на то, что майнинг теоретически доступен каждому, необходим мощный компьютер, специальное программное обеспечение и достаточное количество энергии.

Тем не менее, несмотря на все ограничения и риски, популярность криптовалюты растет. Сегодня уже есть специальные обычные и онлайн-магазины и игровые порталы, использующие криптовалюту, в Чехии даже есть кафе, где расплата идет с помощью криптовалюты. Самая популярная криптовалюта – биткоин, который можно обменять на обычные деньги. Кроме него можно выделить Лайткоин, Пиркоин, Неймкоин и другие виды виртуальных денег.

Учитывая рост популярности криптовалюты и биткоина, Минфин выпустил ряд разъясняющих документов. К таким относятся, например, разъяснения о правовом статусе криптовалюты, разъяснение о налогообложении криптовалют по НДФЛ, аудита операций в области криптовалют [5]. Регулирование криптовалют в России ждут уже несколько лет, но законодатели продолжают откла-

дивать принятие соответствующих законов. Законопроект «О цифровых финансовых активах» не успели принять в 2019 году. «Тормозящим фактором» является Центробанк, который опасается открытого использования криптовалюты. Закон «О цифровых финансовых активах» может быть принят в РФ весной 2020 г., со слов Анатолия Аксакова, возглавляющего Комитет по финансовым рынкам в нижней палате парламента.

На сегодняшний день можно выделить 3 вида криптовалют (электронных денег), которые привлекают внимание частных лиц. Обзор рынка частных электронных денег сделал Павел Чистяков, разместив свое видение состояния рынка электронных денег на сайте «bitnovosti.com»[8]. Он подчеркивает, что частные электронные деньги могут быть 3х видов:

- для открытых систем (1 тип);
- для полукоткрытых систем (2 тип);
- для закрытых систем (3 тип).

Необходимо отметить, что если использовать классификацию Чистякова, то к электронным деньгам 1-го типа можно отнести государственные криптовалюты и ли децентрализованные криптовалюты типа Биткойна. Они могут широко использоваться и имеют большую популярность.

По словам Чистякова, важнейшим условием для реализации «цифровых планов» является создание благоприятных условий для этого в стране, в первую очередь, в области законодательства. Недавно В. Потанин возглавил рабочую группу РСПП по координации работы по улучшению законодательства и регуляторной системы для цифровых проектов».

Теперь рассмотрим основные типы электронных денег. «Открытые» системы электронных денег выгодно выделяются тем, что покупательная способность данных денег распространяется на всю номенклатуру национальной продукции и не имеет ограничений в географии их использования. Но им нужно быть признанными государствами и иметь доступ к обращению внутри экономики любой страны, т.е. их использование должно осуществляться в рамках закона, а также доказать свою

полезность и конкурентноспособность среди других криптовалют страны.

Особую проблему составляют децентрализованные криптовалюты. Активному росту популярности электронных денег открытых систем мешают высокие налоги на майнинг, ряд ограничений по хождению. У населения подобные криптовалюты не всегда встречают понимание. В Италии, например, некоторые депутаты уже выступают за полный запрет анонимных криптовалют, а в Испании хотят обложить майнинг налогом 47% от прибыли. В России даже хотели ввести уголовную ответственность за использование криптовалют. В будущем децентрализованные криптовалюты могут вступить в жесткую конкуренцию с государственными криптовалютами и криптовалютами, основанными на частном блокчейне и государства в такой ситуации, конечно, начнут защищать свои интересы и интересы крупного бизнеса. В итоге отношение к криптовалютам 1 типа, в частности, к биткойну, неоднозначное.

Давайте немного остановимся на проблеме биткойна. Один из наиболее важных вопросов сегодня: является ли биткойн финансовой пирамидой? Биткойн – это цифровые деньги; это некая цифровая запись в компьютерной программе, не обеспеченная конкретным активом. Биткойн не имеет под собой реальной валютной, материальной основы. Биткойн (биткойн, bitcoin, btc) – криптовалюта, изобретенная в 2007-2009 гг. Сатоши Накамото. В январе 2009 года был сгенерирован первый блок и первые 50 биткойнов.

Общепринятая формулировка гласит, что биткойн – это пиринговая платёжная система, использующая одноимённую расчётную единицу и одноимённый протокол передачи данных. Для обеспечения функционирования и защиты системы используются криптографические методы. Вся информация о транзакциях между адресами системы доступна в открытом виде. Когда биткойн создавался, предполагалось, что число биткойнов будет конечным, и составит 21 млн биткойнов. Актив ценен только тогда, когда его мало. Поэтому любая пирамида рано или поздно рушится, когда наступает определенный предел ее существо-

вания – количественный или временной. Если количество биткоинов достигнет максимума, пирамида должна упасть.

В России биткоин не является официальным платежным средством. Биткоин не имеет официальной правовой базы. В отсутствие полноценного законодательства, криптоденьги (биткоин) могут считаться в лучшем случае промежуточным средством натурального обмена. Но нерешенный до конца вопрос с правовой базой биткоина приводит к тому, что его майнинг (как и финансовая пирамида) привлекает большое количество народу.

Многие финансовые эксперты в РФ соглашаются, что существующие сегодня криптовалюты являются своеобразной финансовой пирамидой, построенной на всеобщей вере. В лучшем случае – фиатной необеспеченной валютой, подверженной сильным колебаниям. Огромное количество мошенников зарабатывают значительные суммы денег, используя сложные схемы, называя их проектами будущего с новейшими технологиями. Соответственно, цена данных криптовалют базируется на спекуляциях.

Но, тем не менее, биткоин нельзя назвать классической финансовой пирамидой. Здесь нет главного учредителя, извлекающего выгоду как в стандартных финансовых пирамидах; ограниченное количество (21 миллион) обуславливает рост цены, девальвацию с увеличением капитализации и добычи блоков; прямая зависимость между количеством обладателей валюты и сложностью сбора крупной суммы для субъектов с целью контроля определенного сегмента обуславливает стабильность цены в случае ухода с рынка кого-либо из «китов» (крупных игроков); все участники имеют доступ к исследованию сети, что исключает преступное присваивание чужого биткоина.

У криптовалюты отсутствует гарантированный доход, так как она не состоит из средств, которые инвесторы вложили в нее на более раннем этапе. Но биткоин, как и финансовая пирамида, привлекает большое количество вкладчиков, вследствие быстрого риска и тяги к риску. По сути, аудитория биткоина – это склонная к риску, азартная часть насе-

ления, в основном, молодежи. Биткоин в силу своей природы, обладает рядом двойственных признаков. И если его нельзя назвать в полном смысле финансовой пирамидой, то, скорее, финансовым пузырем.

Попробуем рассмотреть некоторые положительные и отрицательные стороны биткоина. Биткоин-сеть несовершенна; осуществление транзакций невыгодно в биткоин-сети. Колебание цен биткоина характерно для истерии вокруг финансовой пирамиды или финансового пузыря. Здесь большую роль играют СМИ и также недоверие большинства населения к виртуальным валютам. Биткоин, как и финансовая пирамида, привлекает огромное количество новых трейдеров и инвесторов, соблазненных возможностью легко заработать. Но у него нет привязки к материальным ценностям и реальным мировым валютам. К тому же нельзя исключить появление новых финансовых инструментов, платежных средств, которые сделают биткоин менее популярным среди населения.

Приверженцы биткоина настаивают, что растет популярность биткоина в мире, следовательно, растет пользовательская база и ценность биткоина. Есть много факторов, которые формируют цену валюты, но одним из основных является объем спроса на валюту и количество пользователей этой валюты. Поэтому вполне естественно, что с расширением сети пользователей цена биткоина продолжает расти [2].

Некоторые экономисты (РФ) также считают, что биткоин в целом подпадает под определение денежного суррогата, его эмиссия не санкционирована государством и он выполняет часть функций рубля. Однако он не был создан для того, чтобы разрешить кризис ликвидности российской экономики, а также не имеет номинала в рублях (или другой валюте), его цена определяется только рынком. И в этом смысле он также не является денежным суррогатом в чистом виде.

Многие эксперты видят в биткоинах надувающийся пузырь, власти, в частности, индийские – финансовую пирамиду. «Виртуальные валюты, и в первую очередь биткоин, поражают воображение

одних и сеют панику среди других», – заявил сенатор Томас Карпер [4].

Менее опасны для государства электронные деньги 2 типа-те, которые могут быть созданы банками, кооперациями или различными рода объединениями в рамках общего кластера. Именно о таких деньгах говорил В.Потанин. Он анонсировал выпуск «Норникелем» собственной валюты- stablecoin. «Это попытка предложить рынку криптоактив с меньшей волатильностью, чем известные криптовалюты и более очевидной связью с реальными ценностями. Для ГМК это важно с точки зрения получения дешевого финансирования», – отметил Потанин. По его словам, stablecoin – дешевое финансирование, причем с помощью этого инструмента горно-металлургическая компания выйдет «к совершенно новому кругу инвесторов с очень большим совокупным капиталом». Потанин также рассказал о причинах интереса к цифровым проектам. «Те, кто отрежет себе большой кусок пирога в этом направлении, через 10–15 лет будут выглядеть выгоднее и перспективнее, чем те, кто остались в старом мире [7]».

Деньги 2 типа могут быть приняты государством и вписаться в экономику, т.к. не представляют особой угрозы для государственной экономики. Майнинг или эмиссия таких криптовалют, будет осуществляться централизованно или для снижения издержек децентрализованно на основании лицензии эмитента. Предполагается, что именно этот тип электронных денег получит распространение в будущем.

Электронные деньги 3 типа предполагают массовый характер хождения, обращение между эмитентом и держателем и выступают в качестве «обеспеченных денег»(как и разного рода знаки, сертификаты и др., которые могут быть обменены на реальные ценности, например, на золото и серебро). Они также будут распространены в силу их полезности в обращении как например, подарочные сертификаты или транспортные карты.

В конкурентной борьбе 3 видов криптовалют (электронных денег) приоритеты, по мнению автора, могут быть расставлены следующим образом:

1. Электронные деньги 2 типа
2. Электронные деньги 3 типа.

3. Электронные деньги 1 типа.

Их будущее зависит в итоге, от политики государства в этой области и развития законодательства. На особом месте стоит биткоин, уже завоевавший популярность и ставший общемировой валютой, хоть и не признанной и своеобразной. Несомненно, что отмахнуться от использования криптовалют уже невозможно, это один из видов современной финансовой реальности, использующей повсеместно Сеть. Глобализация принесла нам новый продукт и необходимо научиться жить в условиях этой изменившейся реальности, какими бы положительными и отрицательными качествами она не обладала.

Стоит также отметить проблемы, связанные с развитием криптовалют (электронных денег). Это, в первую очередь, «человеческий фактор»-ошибки в процессе написания программного кода, хакерские атаки, а также сам факт распространения выпуска электронных денег. Основная проблема, по мнению автора, состоит в том, что их трудно поставить под контроль государства и тем самым в определенной мере защитить держателей. Тем самым обладатели криптовалют составляют зону риска, что вполне сопоставимо также с участниками финансовых пирамид. В РФ ситуация с криптовалютами выглядит не самым лучшим образом, но и не худшим. В марте 2019 года «Летучий университет» (Flying University) опубликовал рейтинг стран, в которых, по мнению экспертов, имеются наиболее благоприятные условия для разработки и развития бизнес-проектов, связанных с блокчейном и криптовалютами. Россия расположилась на 18-м месте рейтинга. Выработка позиции по отношению к криптовалютам в РФ продолжается. Официальная точка зрения правительства РФ и Минфина по вопросу криптовалют выглядит следующим образом:

Пресс-служба Центрального банка Российской Федерации (Банка России) опубликовала официальную позицию ЦБ РФ еще 4 сентября 2017 года. Суть ее в том, что в настоящее время ЦБ РФ совместно с заинтересованными федеральными органами государственной власти осуществляет мониторинг рынка

криптовалют и вырабатывает подходы к определению и регулированию криптовалют в РФ. При этом отмечается, что на сегодняшний день операции с криптовалютами совершаются вне правового поля как РФ, так и большинства государств, соответственно, в силу анонимности выпуска криптовалют граждане могут быть вовлечены в противоправную деятельность. Банк России считает преждевременным выпуск криптовалют в обращение на территории РФ и обращает внимание на повышенный риск при инвестировании в криптовалюты [6].

Выводы или заключение

При всей неточности определения позиции биткоина и его места в денежном хозяйстве, финансовой мировой системе, невозможности в полной мере отнести его к разновидности финансовых пирамид или финансовых пузырей, невозможно и определить место биткоина в будущем с развитием более современных и модернизированных криптовалют. Это позволяет сделать некие выводы:

- при достаточно высокой себестоимости транзакции майнинг биткоина представляется неверным занятием, как и участие в финансовой пирамиде;
- получение несомненной финансовой выгоды в майнинге биткоина сомнительно. Биткоин наращивает попу-

лярность, прикрываясь интересом общества к высоким технологиям; но все же значительная часть общества далека от этого;

– рост криптовалют (биткоина) будет продолжаться до тех пор, пока за дело не возьмутся международные финансовые институты. В этом случае они получают мировое признание, законодательную базу, но потеряют ту или иную часть свободы;

– неясность позиции биткоина и его места в системе мировых валют выдвигают на повестку дня вопрос о его четкой законодательной базе. В противном случае, биткоин останется по большинству признаков финансовой пирамидой.

По сути, у биткоина в перспективе два выхода (или 2 пути) -или он будет признан официальной мировой валютой, либо платежным средством мировыми финансовыми институтами, что даст ему развитие, или будет четко определен как финансовая пирамида и, вследствие, будет подлежать запрету.

Следовательно, в настоящее время участие в частных лиц в операциях с криптовалютами является их сугубо частным делом, подверженным большим рискам и в отличие от жертв финансовых пирамид, в настоящее время на помощь и поддержку государства они не могут.

Библиографический список

1. Берзлиева А. Продажа наркоты за крипту. Российского военного посадят на 7 лет//CryptoFeed.ru. 2018. URL: <https://www.cryptofeed.ru/news/prodazha-narkoty-za-kriptu-rossijskogo-voennogo-posadyat-na-7-let/> (дата обращения: 11.11.2019).
2. Биткоин- финансовая пирамида-правда или миф // Cryptonet. 2018. URL: <https://cryptonet.biz/ru/bitcoin-finansovaya-piramida-pravda-ili-mif/> (дата обращения: 11.11.2019).
3. Криптовалюта // Audit-it.ru. URL: <https://www.audit-it.ru/terms/accounting/kriptovalyuta.html> (дата обращения: 11.11.2019).
4. Мереминская Е. Хорош, как золото // Gazeta.ru. 2013. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2013/12/02/5778821.shtml> (дата обращения: 11.11.2019).
5. НДФЛ в 2018 году: разъяснения Минфина. //Audit-it.ru. 2019. URL : <https://www.audit-it.ru/articles/account/tax/a38/980886.html> (дата обращения: 11.11.2019).
6. Об использовании частных «виртуальных валют»(криптовалют)//Пресс-служба СБ РФ.2017. URL: http://www.cbr.ru/press/pr/?file=04092017_183512if2017-09-04T18_31_05.htm (дата обращения: 11.11.2019).
7. Потанин анонсировал запуск криптовалюты // Lenta.ru. 2018. URL: https://lenta.ru/news/2018/10/24/potantin_kommers/ (дата обращения: 11.11.2019).
8. Чистяков П. Три вида электронных денег в будущем // BitNovosti. 2016. URL: <https://bitnovosti.com/2016/11/01/tri-vida-elektronnykh-deneg/> (дата обращения: 11.11.2019).

УДК 322.122

Д. А. Максимов

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
Москва, e-mail: maksimovdenis@mail.ru

Е. С. Прудкова

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
Москва, e-mail: prudkova.liza@list.ru

ПРЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОТРАСЛИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И МЕБЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ключевые слова: легкая промышленность, региональная экономика, технология, инновации, импортозамещение.

Особую роль в повышении эффективности деятельности предприятий должно уделяться анализу состояния внешнего рынка в существующей отрасли в рамках региона и страны в целом. В работе рассматривается корреляция страновых и региональных тенденций развития отрасли легкой промышленности на примере Республики Крым, а также основные направления развития легкой промышленности в Российской Федерации, с учетом системных проблем, замедляющих экономическую стабилизацию отрасли в стране. Выделяются и описываются характерные особенности анализируемого сектора в Республике Крым на основе официальной статистики региона. Описывается становление определенного вида взаимовыгодных отношений между контрагентами по региональному принципу, что характерно для российской экономики, но было абсолютно не свойственно для украинского рынка. Особое внимание уделяется анализу продукции мебельного производства России и Республики Крым, которая часто остается в стороне при проведении исследований в сфере легкой промышленности. Выводы сделаны на основе официальной государственной и региональной статистик.

D. A. Maksimov

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: maksimovdenis@mail.ru

E. S. Prudkova

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: prudkova.liza@list.ru

TRANSFORMATIVE TRENDS IN LIGHT INDUSTRY AND FURNITURE MANUFACTURING

Keywords: light industry, regional economy, technology, innovation, import substitution.

A special role in improving the efficiency of enterprises should be given to the analysis of the state of the external market in the existing industry within the region and the country as a whole. The paper considers the correlation of country and regional trends in the development of the light industry in the Republic of Crimea, as well as the main directions of development of light industry in the Russian Federation, taking into account the systemic problems that slow down the economic stabilization of the industry in the country. The characteristic features of the analyzed sector in the Republic of Crimea are highlighted and described on the basis of official statistics of the region. The article describes the formation of a certain type of mutually beneficial relations between contractors on a regional basis, which is typical for the Russian economy, but was absolutely not typical for the Ukrainian market. Special attention is paid to the analysis of furniture products manufactured in Russia and the Republic of Crimea, which is often left out when conducting research in the field of light industry. The conclusions are based on official state and regional statistics.

Введение

Особую роль в повышении эффективности деятельности предприятий должно уделяться анализу состояния внешнего рынка в существующей отрасли в рамках региона и страны в целом. Легкая промышленность является многопрофильным производственным комплексом значимым для социально-

экономического развития, как региона, так и страны в целом. В настоящее время в связи со сложностями переходного периода и установленными приоритетами развития региона легкая промышленность в Республике Крым переживает период спада. Исследование проблем восстановления данной стратегически важной отрасли в регионе является ак-

туальным, так как она находится в тесной взаимосвязи с сельским хозяйством, взаимодействует с машиностроением и химической промышленностью, способствует повышению уровня занятости населения, производит товары, удовлетворяющие потребности населения, играет существенную роль в межгосударственных отношениях стран СНГ.

Цель исследования заключается в выявлении основных тенденций развития легкой промышленности и мебельного производства в Республике Крым на основе анализа состояния отрасли в стране.

Материалы и методы исследования

В исследовании использовались такие методы, как: анализ, синтез, сравнительный анализ. Информационными источниками являются: теоретические и методические пособия, Интернет-ресурсы, финансово-статистическая отчетность по отрасли легкой промышленности и мебельного производства в Российской Федерации и Республике Крым.

Результаты исследования и их обсуждение

Легкая промышленность играет серьезную роль для производства валового национального продукта и занимает важное место в экономике страны. Легкая промышленность осуществляет деятельность в областях как первичной переработки сырья, так и выпуска готовой продукции. Компании легкой промышленности также производят продукцию промышленного и специального назначения, обеспечивающую товарами мебельную, авиационную, автомобильную, химическую, электрическую, пищевую и другие отрасли, сельское хозяйство, службы безопасности, транспорт и здравоохранение [7].

Одна из особенностей легкой промышленности – это высокая скорость отдачи инвестиций вложенных средств. Технологические особенности отрасли позволяют быстро переключаться с одного продуктового портфеля на другой с минимальными издержками, что обеспечивает высокую мобильность и гибкость деятельности предприятия.

Следует иметь в виду, что мера потребления (и производства) товаров лег-

кой промышленности растет быстрее, чем прирост населения стран мира. Чем выше уровень развития и благосостояния общества, тем больше оно требует. Например, потребление ткани и одежды увеличилось на 90,5 % за последние пятнадцать лет в странах ЕС, на 99 % – в США, в Японии – на 220 % [11].

Основными системными проблемами России, требующими скорейшего решения, являются: техническая и технологическая отсталость легкой промышленности от зарубежных стран, выражаемая в высокой материалоемкости, энергоемкости и трудоемкости производства; низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности отрасли, выражаемый в слабой конкурентоспособности отечественных товаров, в низкой доле «ноу-хау» и инновационной продукции в объеме продаж на российском и мировом рынке; высокий удельный вес импорта, ставший причиной усиления стратегической и товарной зависимости государства от зарубежных стран.

Противоречивость состояния легкой промышленности в Российской Федерации за последние три года заключается в том, что с одной стороны наблюдается увеличение объемов производства и продаж, уменьшение импорта, т.е. стабилизируется спрос на отечественную продукцию, с другой стороны – значительная часть населения предпочитает продукцию импортных производителей; отсутствие цивилизованного рынка потребительских товаров, выражаемое в обострении конкуренции на внутреннем рынке между российскими и зарубежными товаропроизводителями; социальная и кадровая проблема, проявляющаяся в дефиците высококвалифицированных специалистов, управленческих кадров, основных и вспомогательных рабочих по всем технологическим переделам [2].

Анализируя состояние легкой промышленности России за последние 5 лет можно выделить несколько тенденций. В отрасли наблюдается развитие трех основных направлений: кардинальное изменение видов используемых материалов, появляются и активно внедряются новые технологии, государственная поддержка, выраженная в том числе в виде программ импортозамещения.

Глобальный рынок последнего времени характеризуется сокращением использования натуральных материалов, так как производители хотят избавиться от урожайной и иной зависимостей [5]. Но так как наблюдается постоянный рост населения и, соответственно, рост потребления разного рода продукции, это все дает толчок изобретению и внедрению новых материалов, искусственных и синтетических. Многие страны уже давно к этому пришли и используют такие материалы в множестве отраслей: спорте, модной индустрии и других сферах.

Также в минувшей декаде появились инновации, которые производители не могут игнорировать, особенно ввиду тенденции экологизации промышленности. В перспективе именно такие технологии могут оптимизировать производства готовой продукции из искусственных и синтетических материалов. Ожидается, что уровень их показателей будет иметь полное превосходство, что позволит дать новое дыхание в развитии экономики стран. В технологиях маркетинга легкой промышленности тоже наблюдаются изменения. Потребители все чаще отдают предпочтение кастомизированной продукции.

На сегодняшний день деятельность предприятий легкой промышленности

в Республике Крым не является ключевой для развития экономики региона. Доля предприятий этой отрасли составила всего 5,81 % от общего числа функционирующих предприятий (рисунок).

Таким образом, в структуре предприятий Республики Крым лидирующие позиции занимают такие виды деятельности как: оптовая и розничная торговля и операции с недвижимостью. Легкая промышленность, в свою очередь, отстает от этих отраслей на 14% и 18% соответственно. Это обусловлено тем, что на данный момент на территории Крыма функционируют всего два крупносерийных предприятия легкой промышленности, представляющих стратегическую важность для экономики региона: Симферопольская кожевенно-галантерейная фабрика и Красногвардейская перопуховая фабрика [6]. Остальные же предприятия представлены индивидуальным или мелкосерийным производством, зарегистрированным как Индивидуальные предприниматели или Общества с ограниченной ответственностью, количество которых не превышает 900. Остальную часть занимают предприятия обрабатывающего производства, которые только относятся к легкой промышленности, однако не представляют ее в традиционном понимании.



Структура предприятий Республики Крым по видам экономической деятельности на 1 января 2018 г. [8]

Несмотря на все сложности, с которыми столкнулась легкая промышленность региона, выявлена положительная динамика увеличения количества предприятий, занятых в ее отраслях (таблица).

Динамика развития предприятий легкой промышленности Республики Крым (2015-2018 гг.) [8]

Год	2015	2016	2017	2018
Всего предприятий в РК	13990	31880	33077	33202
Количество предприятий легкой промышленности	921	1783	1887	1930
Удельный вес, %	6,58	5,59	5,57	5,81

По представленным данным видно, что, несмотря на значительный рост количества предприятий легкой промышленности, их удельный вес в общем количестве зарегистрированных предприятий Республики Крым снижается. Это свидетельствует о том, что темп увеличения общего числа предприятий всех видов деятельности значительно превышает темп роста числа предприятий легкой промышленности. Возникновение данной отрицательной тенденции обусловлено действием ряда негативных факторов, а именно: полным отсутствием поддержки предприятий легкой промышленности со стороны государства; низкой ценовой конкурентоспособностью по сравнению с дешевой китайской продукцией; отсталостью технико-технологической базы крымских предприятий и, как следствие, неоправданно высокими издержками по сравнению с продукцией, поставляемой с материковой части России; низким уровнем платежеспособности населения; недостатком местных квалифицированных кадров.

Несмотря на перечисленные трудности, в будущем представители легкой промышленности Крыма смотрят с оптимизмом. Развитие курорта повысит спрос на постельное белье и мебель, а реализация крупномасштабных инфраструктурных проектов предполагает возросшую потребность в крупных партиях спецодежды. Плюс ко всему все ведомства в России имеют корпоратив-

ную форму (полиция, военные и т. д.), а это значит, что в Крыму будет спрос на такую одежду. К тому же выявлен повышенный спрос на школьную форму (в Крыму 260 тысяч школьников), что дает возможность занять данную нишу местным предприятиям. Выявленные причинно-следственные связи позволяют говорить о перспективах развития легкой промышленности в регионе. В соответствии со стратегией развития легкой промышленности в России на период до 2020 года [1] доля товаров отечественного производства на российском рынке должна составлять не менее 50%, а товаров, имеющих товарный знак продукции, – около 46%. Республике Крым до таких показателей далеко, но постепенно общими усилиями легкая промышленность в перспективе может возродиться в регионе. Ведь именно легкая промышленность способна быстро адаптироваться к новым условиям. Необходимо воспользоваться ситуацией и в условиях санкций восстановить данный вид деятельности в регионе. А соответствие заявленных в стратегии планов с реальностью можно будет проверить уже в этом году.

За годы преобразований российская мебельная промышленность стабилизировалась. Почти заканчивается реструктуризация этой отрасли. Предприятия укрепились. Мебельный рынок, по данным Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, оценивается сейчас в 4-4,5 миллиарда долларов в ценах розничной торговли и постоянно увеличивает свою емкость [10]. Его можно воспринимать как некий живой организм, который постоянно изменяется и адаптируется к быстро меняющимся внешним условиям, требованиям конечных потребителей [3].

Последние годы шла большая работа ассоциации по повышению ввозных пошлин на импортную мебель. Итоги работы в этом году наглядно продемонстрировали целесообразность принятого Правительством в конце 2003 года решения о некотором их повышении на недорогую мебель массового спроса. Доля импортной мебели при этом хотя и не снизилась, но отечественные предприятия получили возможность ра-

ботать на более равных условиях с продавцами зарубежной мебели. Сейчас на рынке присутствует 50% импортного товара и 50% отечественного.

Пока что российская мебельная отрасль не может удовлетворить весь внутренний покупательский спрос, и импорт необходим. Мебель из Европы заполняет российский рынок. На нем присутствуют товары из разных стран, и первое место по импорту из стран дальнего зарубежья с большим отрывом занимает Италия, затем Германия, Польша, Китай, Испания, Финляндия и Швеция; доля других стран незначительна. Основным объемом товаров из стран СНГ поставляет Украина. Беларусь также поставляет большое количество мебели. При этом отмечено, что такое количество она не производит; из этого видно, что товар из других стран поставляется через нее транзитом. Цены на мебель из Беларуси значительно ниже цен отечественного производителя, и в этом она имеет конкурентное преимущество. Наибольший объем поставок из стран СНГ приходится на корпусную бытовую и офисную мебель из древесины и древесных материалов (превышает 70%). Российский рынок далек от полного насыщения, но конкуренция на нем, особенно в столичных регионах, обостряется.

Ниже приведены основные проблемы российского мебельного рынка по состоянию на 2018 год.

1 Нехватка квалифицированных продавцов, менеджеров и мастеров; трудности в создании правильной стратегии отношений между производителями, дилерами и ритейлом во время кризиса наряду с «падением рубля».

2 Создание эффективной рекламы от производителя, мебельной сети, салона.

3. Конкуренция отечественной и зарубежной мебели. Демпинг. Недоверие к российским брендам.

4. Создание оригинальной, а не «клонированной» мебели в России.

5. Сезонные, особенно летом, колебания спроса на мебель.

6. Мебельная логистика в условиях высоких цен, плохих складов, низким качеством работы перевозчиков.

В очень немногих странах доля импорта мебели превышает 50%. То, что

половина этого товара, присутствующего на российском рынке, – импортного производства, может служить настораживающим фактором. Сегодня регионами, где продажа мебели многократно превышает собственное ее производство, можно считать области и республики Южного, Уральского, Сибирского и Дальневосточного регионов, а также крупные города и областные центры. Потребление мебели в Москве превышает ее выпуск более чем в 8,5 раз, в Башкортостан – в 9,5 раза, в Тюменской области – в 3 раза, в Кемеровской области в 15 раз выше объемов собственного производства [4].

Также положительная динамика наблюдается в развитии мебельного производства в Крыму. Ранее большую часть ассортимента составляла мебель украинского производства – около 50%. На Турцию, Малайзию и Китай приходилось 30%, на европейские страны – еще 15%, а на долю местных производителей – всего 5%. С 2015 года ситуация понесла изменения: произошли значительные сокращения наличия украинской и европейской мебели в розничных и оптовых мебельных магазинах Крыма. А именно еще одной тенденцией для местных магазинов является отказ от сотрудничества с производствами из Эстонии, Италии, Германии и Польши. Однако увеличился ассортимент и общий объем мебели, произведенной в РФ и импортированной из Беларуси [8].

Но нельзя скрывать, что все же рынок мебельной продукции в Крыму показываем положительную динамику: расходы крымчан на новую мебель ежегодно увеличиваются по данным ритейлеров. Однако в 2016 году продажи немного упали из-за обвала и дальнейшей реструктуризации банковского кредитования, а на этом фоне показатели 2017 года были весьма удачными. На крымский рынок также постепенно заходят производители мебели из других регионов России, «осваивая» его открытием своих представительств, магазинов, складов под продажи с интернет-магазинов [9]. Наибольшую заинтересованность показывают предприниматели с ближайших регионов РФ, таких как Краснодарский край и Ростовская область.

Выводы (заключение)

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что легкая промышленность Российской Федерации в целом показывает положительную тенденцию развития за последние несколько лет и нуждается в активном предпринимателях, заинтересованных в развитии отрасли. Но следует учитывать и устранять оставшиеся слабые места, негативно влияющие на экономический рост отрасли и ее финансовую устойчивость. Республика Крым начинает перенимать страновые

тенденции в рамках легкой промышленности и мебельного производства, в частности, накладывая экономические и, особенно, политические факторы и особенности развития региона. Крымским предпринимателям, начинающим или продолжающим свою деятельность в сфере легкой промышленности и/или мебельного производства, обязательно следует опираться на анализ страновых и региональных тенденций данного сегмента экономики при выстраивании грамотной успешной долгосрочной стратегии.

Библиографический список

1. Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации: приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 24 сентября 2009 г. № 853 // Собрание документов Министерства промышленности и торговли РФ. – 2009.
2. Грибов А.Ф. Нелинейная модель оптимизации операционной деятельности предприятия // Фундаментальные исследования, 2016. – № 2-1. – С. 140–144.
3. Грибов А.Ф. Роль государства в формировании собственности российских компаний // Ученые записки Российской Академии предпринимательства, 2018. – Т. 17. – № 4. – С. 55–63.
4. Картава М.Н. Состояние проблемы развития легкой промышленности // Молодой ученый, 2017. – № 6 (140). – С. 46–48.
5. Легезина Г.И. Применение инструментов управления качеством для анализа несоответствующей продукции // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности, 2019. – № 2 (44). – С. 114–116.
6. Назаренко Г.П. Основные тенденции развития промышленности Республики Крым: ретроспективный анализ / Г.П. Назаренко, И.В. Байракова, Е.В. Романюк // Журнал экономической теории, 2017. – № 2. – С. 69–78.
7. Островских Т.И. Перспективы развития легкой промышленности России / Т.И. Островских, И.В. Панасенко // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 5. – С. 1062–1064.
8. Республика Крым в цифрах. 2018: крат. стат. сб. // Крымстат – С., 2019. – 205 с.
9. Халиков М.А., Минин Д.В. Методика комплексной оценки уровня социально-экономического развития регионов Российской Федерации и направления ее совершенствования // Региональная экономика: теория и практика, 2007. – № 7. – С. 59–63.
10. Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://amedoro.com/ru/>. (Дата обращения: 02.12.2019).
11. Официальный портал легкой промышленности [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <http://legport.ru/>. (Дата обращения: 14.11.2019).

УДК 338.467

О. С. Мутраков

ФГБОУ ВО Уфимский государственный нефтяной технический университет, Уфа,
e-mail: mutrakov@rambler.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ УСЛУГ ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ И РЕМОНТУ АВТОМОБИЛЕЙ

Ключевые слова: услуги, сфера услуг, автосервис, сервисный продукт, мобильное приложение, модель, концепт.

В данной статье поднимаются проблемы организации и управления сферой услуг по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств. Автором проведен обзор различных подходов к концептуализации сервисного продукта. Выделены основные позиции, лежащие в основе всего цикла производства услуг, такие как: путь обслуживания, концепция услуг, план услуг, логика доминантных услуг, дизайн услуг, которые необходимо проработать, для моделирования системы управления услугами. Рассмотрена возможность использования мобильных информационных технологий в управлении сферой услуг по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств, обозначены основные направления использования данных технологий в сфере услуг по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств. Предложена комплексная модель системы управления сферой услуг по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств с применением мобильных информационных технологий. Данная модель содержит в себе четыре уровня: логико-информационный, логистический, функциональный и структурный. Каждый из этих уровней представлен в виде моделей, в которых описываются основные процессы, проходящие на данном уровне, затрагивающие взаимодействие трех заинтересованных сторон: потребителей услуг, предприятий автосервиса и разработчика мобильного приложения.

O. S. Mutrakov

Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, e-mail: mutrakov@rambler.ru

THE CONTROL SYSTEM SIMULATION OF THE SERVICE SECTOR RELATING TO THE MAINTENANCE SERVICING AND CAR REPAIR

Keywords: services, service sector, car service, service product, mobile application, model, concept.

This article contains problems of the organization and service sector control in maintenance servicing and repair of transport facilities. The author has undertaken a review of different approaches to the service product conceptualization. The main points forming the basis of the whole production service cycle were highlighted, such as service way, service concept, service plan, logic of dominant services, service design which are to be worked out for the simulation of the service control system. The possibility to use mobile information technologies in the service sector control relating to the maintenance servicing and repair of transport facilities were considered. Basic directions of the given technologies use in the service sector pertaining to the maintenance service and repair of transport facilities were denoted. An integrated model of the service sector control system with the use of mobile information technologies was proposed. This model contains four levels, namely logical- and- informational, logistic, functional and structural. Each of these levels is represented in the form of the models in which there are described the main processes which are taking place on the given level affecting the interaction of three sides concerned, namely service consumers, car service centres and mobile application developer.

Введение

С целью повышения прибыли, увеличению потока клиентов, обеспечения конкурентных преимуществ сервисные предприятия постоянно совершенствуют как организацию, так и сам процесс оказания услуг. Цифровизация всех отраслей экономики, переход бизнеса в электронную среду подталкивают сервисные предприятия включиться в работу по пересмотру своих организационных и производственных процессов.

Ранее, вопросами совершенствования сферы услуг, различных ее видов, отдельных составляющих данной сферы занимались известные зарубежные и отечественные ученые-экономисты [1, 2, 4, 8].

Цель исследования

Цель исследования заключается в рассмотрении подходов к моделированию систем управления сферой услуг, а также в моделировании комплексной системы управления сферой услуг

по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей.

Материал и методы исследования

Чтобы начать работу над модернизацией и совершенствованием организации оказания услуг необходимо провести анализ организационной структуры данной сферы и процесса оказания услуг, а также разработать концепцию новой модели управления. Концептуализация модели управления состоит из проработки следующих позиций [13]:

- путь обслуживания;
- концепция услуг;
- план услуг;
- логика доминантных услуг;
- дизайн услуг.

Данные позиции составляют целостную концепцию сервисного продукта и позволяют составить модель управления услугами, которая в дальнейшем будет использоваться для осуществления принятия конкретных управленческих решений.

Согласно Ю. Тууланиemi, путь обслуживания представляет собой описание объекта обслуживания. Текущий цикл сервиса – это процесс, привязанный к оси времени. Подробное описание обслуживания на временной оси и что происходит на пути, когда клиент проходит через обслуживание. Путь обслуживания можно разделить на конкретные части, которые отличаются длиной каждой части. Части, на которые делится путь обслуживания называются сервисными контактами или сервисными контактными точками. Путь обслуживания содержит в себе большое количество встреч службы, и в каждой такой встрече имеются разнообразные точки контакта. Уже полностью составленный путь обслуживания делится на более мелкие разделы, такие как встречи со службами, чтобы было легче решать проблемы в точках контакта [13].

Каждый шаг службы, через которую проходит клиент, следует описать таким образом, чтобы эти этапы можно было проанализировать и развить дальше.

Концепция услуг определяет основные преимущества, которые сервисная компания предоставляет клиенту в виде набора товаров и услуг. По мнению Л. Беттенкурт концепция услуг – это описа-

ние сервиса и того, как он удовлетворяет потребности клиентов [7].

Концепция услуг может быть реализована различными способами и строгого шаблона здесь нет. Для создания концепции услуг В. Зайтамл и М. Битнер использовали набор маркетинговых услуг под условным обозначением «7Р», которые охватывают элементы пакета услуг. Набор маркетинговых услуг или «7Р» – это продукт (product), место (place), продвижение (promotion), цена (price), люди (people), убеждения (proof) и процесс (process). Каждый из этих семи элементов представляет собой отдельное маркетинговое направление, а вместе они составляют концепцию услуг сервисного предприятия [15].

Согласно М. Хатту и Т. Спеху, концептуализация сервисных продуктов происходит на четырех различных уровнях, которые идут последовательно: концепция клиент-выгода, концепция обслуживания, сервисное предложение и система доставки. Под концепцией клиент-выгода подразумевается, то какую выгоду получит клиент от обслуживания в сервисном предприятии. Концепция обслуживания – это каким образом и насколько качественно, клиент будет обслуживаться в предприятии. В сервисном предложении разъясняются более подробные услуги, которые будут предлагаться клиентам. Система доставки услуг включает в себя подходящих людей для конкретных мест в производстве услуг, оборудования, помещений и тщательно разработанных процедур и процессов [11].

Таким образом, описание концепции услуг является отчасти творческим процессом, результат которого должен ясно показать потребителю всю информацию о сервисе.

По мнению М. Стикдорна и Я. Шнайдера, план обслуживания – это способ детализировать и указать каждый отдельный аспект услуги. Создание проекта службы обычно состоит из схематичной визуализации процессов, которые включают в себя ожидаемые выгоды поставщика услуг, потребителей услуг и других соответствующих заинтересованных сторон, которые принимают участие в производстве услуги. План обслуживания описывает каждый

контакт с клиентом, а также бэкэнд процессы [12].

Т. Илькоски утверждал, что план обслуживания – хороший способ найти проблемную точку в производстве услуг, а также способ обнаружить место, где можно сэкономить. Т. Илькоски также говорит о том, что план должен быть сделан отдельно для каждой категории клиентов, и это может быть сделано из текущего плана обслуживания или из нового запланированного обслуживания. План обслуживания, в том числе должен учитывать непредвиденные обстоятельства, чтобы можно было избежать или быстро решить проблемы, которые приводят к таким ситуациям. Размещение плана на временной шкале помогает оценить время, затрачиваемое для каждого шага обслуживания, упорядочить и стандартизировать время каждого этапа обслуживания. Неверно спроектированный план обслуживания приводит к проблемам с качеством услуг. Процесс обслуживания всегда должен быть разработан с позиции клиента [14].

Ф. Галлуж и Ф. Джеллал описали роль клиентов в создании стоимости посредством логики преобладания услуги. Они отметили, что общение является ключевым элементом в логике преобладания услуги, а также в других направлениях управления взаимодействием с клиентами. Общение должно происходить до, во время и после обслуживания. Клиенты должны быть услышанными, чтобы иметь возможность знать их настоящие и особенно будущие потребности. Клиент находится в центре создания стоимости услуг и как активный участник и ресурс одновременно, клиент имеет огромное влияние на создаваемую стоимость. Ф. Галлуж и Ф. Джеллал говорят, что логика преобладания услуги предполагает, что сервисные инновации – это разработка стоимостных предложений и предварительных условий для клиентов, чтобы они могли совместно создавать стоимость для себя, предоставляя ресурсы с их навыками и знаниями, что приводит к привлекательной потребительской стоимости и положительному опыту клиентов [9].

Сервисный дизайн или дизайн услуг – это больше, чем просто формиро-

вание услуг. Дизайн услуг – это работа по развитию услуг, ориентированных на клиента. Дизайн услуг объединяет клиента и производителя услуг в процессе создания стоимости. Понимая клиента при создании стоимости, поставщик услуг получает сильный старт для развития услуг. Дизайн услуг дает инструменты для изучения сервисных ситуаций и способы их улучшения, чтобы все сервисные ситуации были спроектированы [10].

Эти теоретические положения должны стать основой для создания нового или совершенствования существующего сервисного продукта.

Распространение высокоскоростных беспроводных сетей, развитие технологии IoT (Интернет вещей), появление и увеличение числа так называемых подключаемых автомобилей, рост числа мобильных устройств, позволяет говорить об актуальности внедрения мобильных информационных технологий в различные области экономической деятельности, в том числе и в сферу услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей [6].

Исходя из этого, для совершенствования системы управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей предлагается модель комплексной системы управления этими услугами с использованием мобильных информационных технологий, которое предполагает разработку мобильного приложения для предприятий сферы услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей.

Результаты исследования и их обсуждение

Комплексная модель системы управления предполагает участие трех заинтересованных сторон: поставщика услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей (автосервисы), клиентов и поставщика мобильного приложения (ИТ-компания-разработчик). Взаимодействие между сторонами осуществляется на основе мобильных информационных технологий, с использованием мобильного приложения на четырех уровнях: логико-информационный, логистический, функциональный и структурный (см. рис. 1).

Каждый уровень представляет из себя отдельную модель, которая детально описывает взаимодействие заинтересованных сторон. Логико-информационная модель выстраивает информационные потоки, которые будут проходить через приложение между тремя заинтересованными сторонами. В качестве информационной основы мобильного приложения выступают:

- клиентская база автосервиса;
- информация о функционале приложения;
- организационно-экономическая и технико-технологическая база автосервиса;
- персональные данные клиентов.

Информационные потоки в приложении разделены на входящую и исходящую информацию, которая проходит через каждую из заинтересованных сторон (см. рис. 2).

Для каждой из заинтересованных сторон формируется свой набор входящей и исходящей информации, в зависимости от их запросов, которые в дальнейшем будут заноситься в базу данных и обрабатываться на сервере.

Входящая и исходящая информация помогает приложению сформировать для клиента сервисное предложение

по его запросам, а для автосервисов создать план обслуживания. Данные информационные потоки для каждой из сторон не являются окончательными и могут пополняться необходимой информацией по мере эксплуатации приложения, изменений в работе автосервисов и т.д.

В логистической модели отражаются все точки соприкосновения всех трех сторон: поставщика услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей, клиентов и поставщика мобильного приложения. Основной целью логистической модели является необходимость показать, в каких условиях, и в какое время происходит контакт каждой из трех сторон. На рисунке 3 изображены основные точки соприкосновения всех трех сторон.

Между клиентом и поставщиком мобильного приложения предполагаются 6 основных точек соприкосновения: загрузка приложения, регистрация, выполнение запросов клиента, оповещение клиента, оплата и обратная связь.

Между клиентом и поставщиком услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей предусмотрено 5 основных точек соприкосновения: связь с администратором, прием автомобиля, обслуживание, сдача автомобиля, оплата.

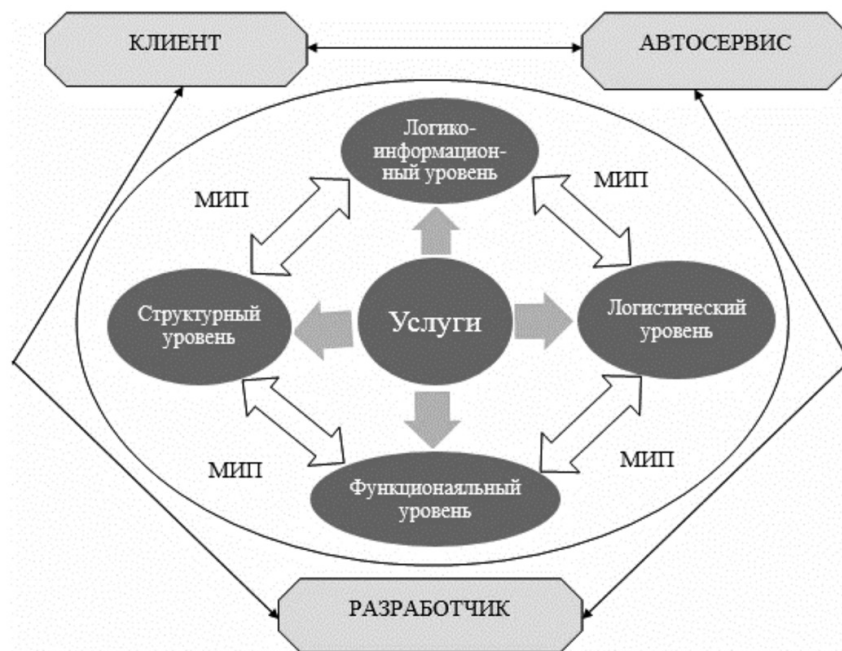


Рис. 1. Комплексная модель системы управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей

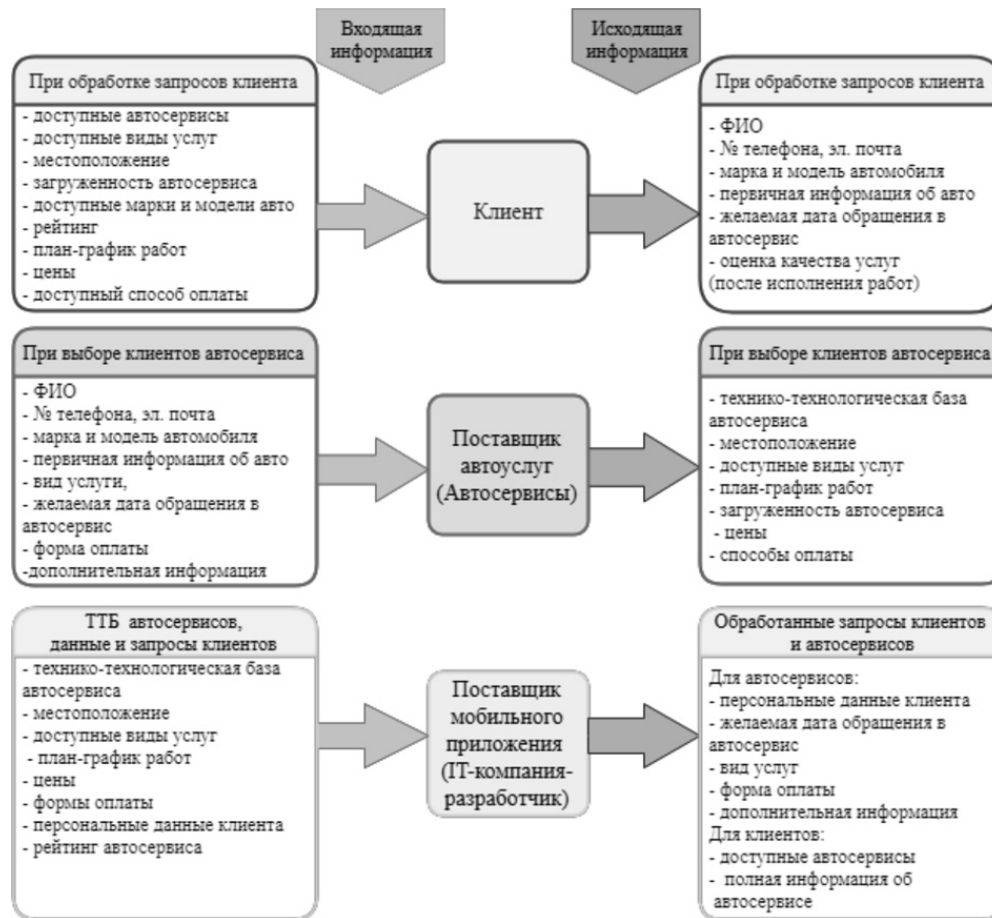


Рис. 2. Логико-информационная модель системы управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей

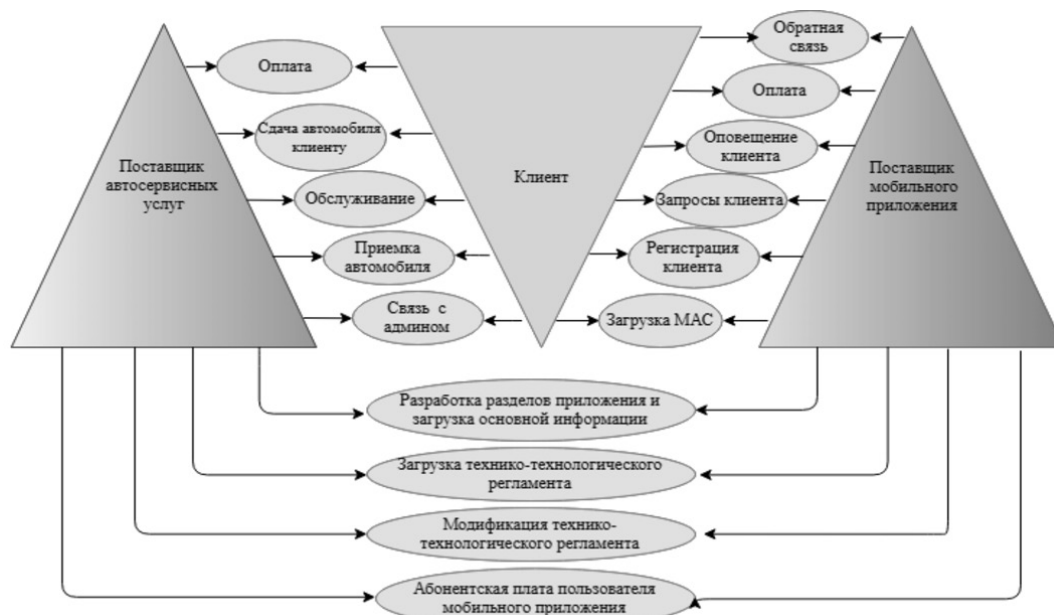


Рис. 3. Логистическая модель системы управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей

Четыре основные точки соприкосновения предусмотрены между поставщиком услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей и поставщиком мобильного приложения: разработка разделов приложения и загрузка основной информации, загрузка технико-технологического регламента, модификация технико-технологического регламента, абонентская плата пользователя мобильного приложения.

Для каждой из точек соприкосновения характерны свои временные промежутки, а также потоки входящей и исходящей информации, представленные на рисунке 2.

На основе логистической модели в системе управления можно создать конкретные функции, чтобы обслуживание осуществлялось в установленные сроки и требуемого качества.

Используя логистическую модель, была разработана функциональная модель (см. рис. 4).

Для каждой категории пользователей доступен свой перечень функций. Для клиентов основными функциями будут поиск автосервисов по определенным параметрам, онлайн запись на ремонт или обслуживание, оплата, а также просмотр хода обслуживания и его истории. Для автосервисов в качестве основных функций выступают: формирование и модификация своих технико-технологических операций, работа с онлайн заказами, коммуникации с клиентами и работа с аналитической информацией. Функционал разработчика мобильного приложения стандартный: обработка различной информации, работа с базами данных, администрирование, резервное копирование и т.д.

Таким образом, функциональная модель показывает, что будет доступно каждому из пользователей, и какой набор функций будет содержать система управления.

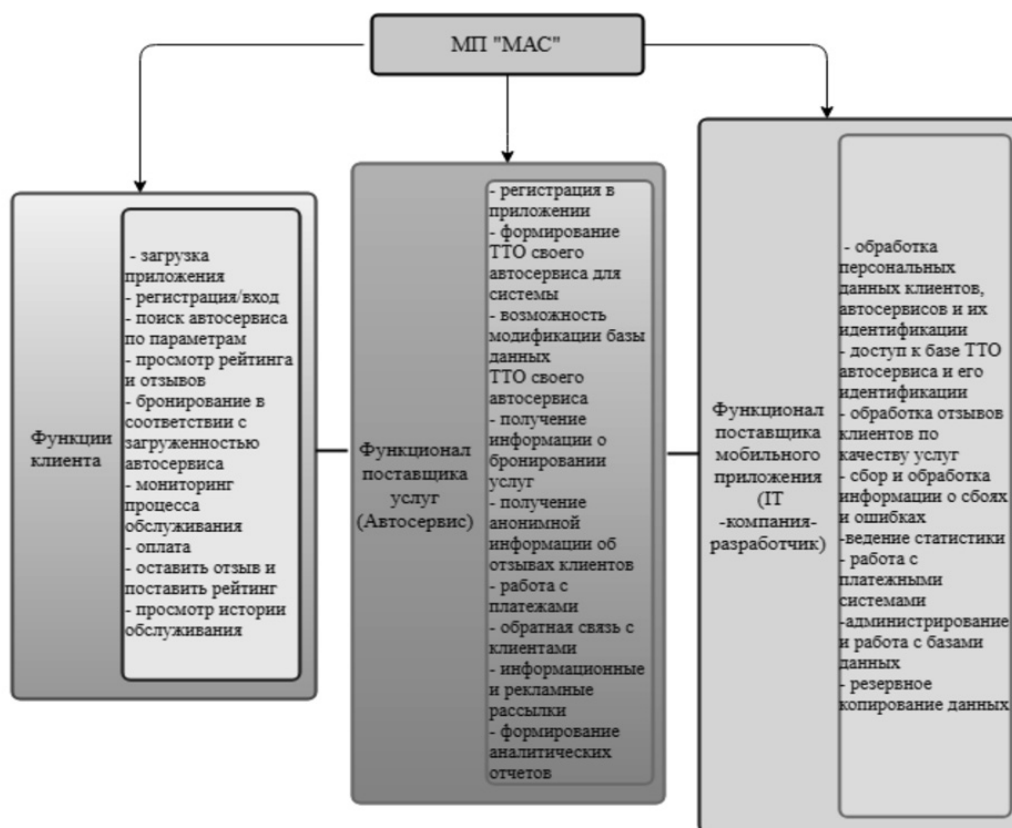


Рис. 4. Функциональная модель системы управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей

Чтобы понимать какие структурные элементы и каким образом они будут участвовать в работе системы управления нами была разработана структурная модель, которая изображена на рисунке 5.

Основными элементами в структурной модели являются: сервер, автосервисы и клиенты. Клиенты через свои мобильные устройства отправляют запрос на сервер, который их обрабатывает, производит необходимые вычисления и отправляет их автосервисам, которые получают уже готовую информацию через мобильные или стационарные устройства. На сервере содержится база данных и все вычислительные ресурсы для обеспечения работы мобильного приложения системы управления. Все данные от клиентов и автосервисов поступающие на сервер, после обработки отправляется к ним в виде готовой информации. Все потоки информации описаны в логико-информационной модели (см. рис. 2).

С целью оптимизации работы всех структурных элементов в систему управления можно внедрить систему массового обслуживания (СМО).

Основной задачей внедрения системы массового обслуживания является получение экономической выгоды, при

которой будет возможно обеспечение минимального количества затрат от ожидания обслуживания автосервиса, потерь ресурсов и времени на обслуживание и от простоев точек обслуживания [3].

Классификация системы массового обслуживания может осуществляться согласно следующим признакам [3]:

1. По количеству каналов обслуживания (одноканальные, многоканальные);
2. По периоду времени, в котором заявка находится в очереди до начала обслуживания (СМО с отказами, СМО с ожиданиями);
3. По приоритетности обслуживания (СМО с относительным, абсолютным, статистическим и смешанным приоритетом);
4. В зависимости от способа генерации заявок (открытые и замкнутые СМО).

Для интеграции в комплексную систему управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей подойдет СМО с ожиданием и ограниченной длиной очереди, так как в автосервисах имеется несколько каналов обслуживания, в которых одновременно могут находиться автомобили, а также автомобили, ожидающие обслуживание, но длина очереди ограничена.

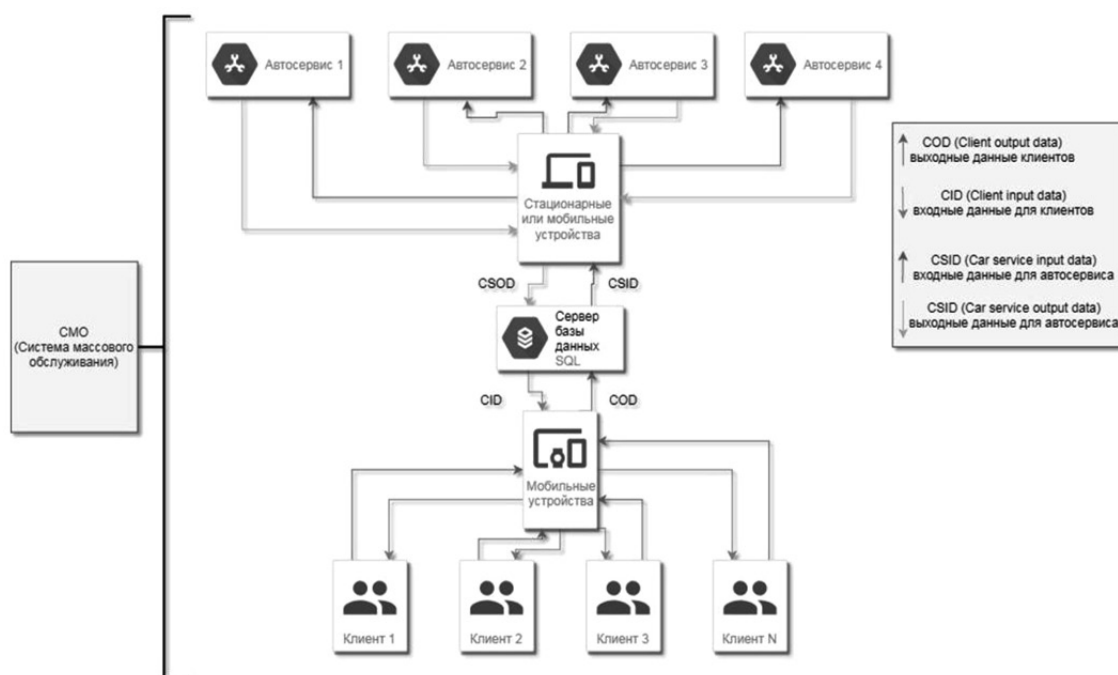


Рис. 5. Структурная модель системы управления услугами по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей

В качестве показателей эффективности работы данной системы массового обслуживания будут применяться: абсолютная и относительная пропускная способность системы; вероятность отказа обслуживания в системе; среднее число занятых каналов; среднее число заявок в СМО; среднее время пребывания заявки в системе; среднее число заявок в очереди; среднее время пребывания заявки в очереди; среднее число заявок, обслуживаемых в единицу времени; среднее время ожидания обслуживания; вероятность того, что число заявок в очереди превысит определенное значение и т.д. [5].

Выводы

Таким образом, описанные модели составляют комплексную модель

системы управления сферой услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей. Каждая из моделей описывает, как функционирует система, какие структуры участвуют в ее работе и какие ресурсы необходимы. Комплексная модель системы управления сферой услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей призвана реализовать такие возможности как: эффективная организация и распределение очереди в автосервис, ведение клиентской базы и истории обслуживания, быстрая коммуникация с клиентами, оптимизация административных расходов, сбор и обработка аналитической информации, дальнейшее развитие в сторону «подключаемых» автомобилей.

Библиографический список

1. Зайнашева З.Г. Формирование организационно-экономического механизма сферы платных услуг в регионе: монография / З.Г. Зайнашева; МГУ им. М.В. Ломоносова, Экон. фак. – М.: ТЕИС, 2004. – 317 с.
2. Зайнашева З.Г. Современные тенденции развития предприятий сферы услуг / З.Г. Зайнашева, О.С. Мутраков // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2016. № 1-2 (30). С. 96-102.
3. Кошуняева Н.В. Теория массового обслуживания (практикум по решению задач): учебно-методическое пособие / Н.В. Кошуняева, Н.Н. Патронова. – Архангельск: САФУ, 2013 – 107 с.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М.: ИД «Вильямс», 2005. – 1008 с.
5. Макаров С.И. Экономико-математические методы и модели: учеб. пособие / кол. авторов; под ред. С.И. Макарова. – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с.
6. Мутраков О.С. Сеть дорожных смартсервисов как фактор развития автотранспортной инфраструктуры региона / О.С. Мутраков, З.Г. Зайнашева // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России: Материалы X Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН, 2018. – С. 42-46.
7. Bettencourt L.A. Service Innovation – How to go from customer needs to breakthrough services / L.A. Bettencourt // United States: McGraw Hill. – 2010. – p. 304.
8. Fitzsimmons J.A. Service management: Operations, Strategy and Information Technology / J.A. Fitzsimmons, M.J. Fitzsimmons // McGraw-Hill: London. – 2008. – p. 608.
9. Gallouj F. The Handbook of Innovation and Services – A Multi-disciplinary Perspective / F. Gallouj, F. Djellal // Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited. – 2010. – p. 800.
10. Härmäläinen K. Markkinalähtöinen palvelumuotoilu innovaatiotoiminnassa / K. Härmäläinen, J. Nyman, P. Björk, M. Lammi // Desire-projektin loppuraportti. – Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. – 2009. – p. 72.
11. Hutt M.D. Business Marketing Management – A strategic view of industrial and organizational markets / M.D. Hutt, T.W. Speh // Ohio: Thomson – South-Western. – 2003. – p. 714.
12. Stickdorn M. This is service design thinking – Basics – Tools – Cases / M. Stickdorn, J. Schneider // Amsterdam: BIS Publishers. – 2010. – p. 384.
13. Tuulaniemi J. Palvelumuotoilu / J. Tuulaniemi // Talentum Media Oy. Hämeenlinna. – 2011. – p. 306.
14. Ylikoski T. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu pianos / T. Ylikoski // Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy. – 1999. – p. 215.
15. Zeithaml V. Services Marketing / V. Zeithaml, M. Bitner // New York: McGraw-Hill. – 2012. – p. 672.

УДК 331.108

Н. В. Просвирина

ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», e-mail: nata68.92@mail.ru

УЧЕТ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Ключевые слова: учет персонала, кадровое делопроизводство, кадровая работа, человеческие ресурсы, качественная и количественная характеристика персонала, анализ персонала, первичные учетные документы, системы учета персонала.

На сегодняшний день постановка учета кадров и ведение кадрового делопроизводства является неотъемлемым фактором эффективного управления персоналом компании. Обязательного соблюдения требований к документам по кадрам и личному составу требует действующее гражданское, налоговое и трудовое законодательство. Помимо этого, кадровое делопроизводство является немаловажной составляющей трудовых взаимоотношений, оно формально отражает отношения работодателя и подчиненного. Документационное сопровождение деятельности по управлению персоналом представляет собой процесс создания и обработки кадровой документации для всего комплекса задач в области управления персоналом организации, которые выполняются в строгом соответствии с действующими нормативными документами. Качественно проведенный учет и анализ персонала позволяет предприятию эффективно использовать трудовые ресурсы, выявлять резервы роста и направления совершенствования производственной деятельности. Итак, целью настоящего исследования является анализ вопросов, связанных с учетом направлений деятельности по управлению персоналом на предприятии. Для достижения поставленной цели в статье решены задачи: изучены цели и задачи учета персонала; проанализированы разделы учета направлений деятельности по управлению персоналом; показана цель и направления анализа тенденций в области кадрового обеспечения; приведена классификация личного состава предприятия, их качественная и количественная характеристика; рассмотрены формы первичных учетных документов для учета личного состава и функциональные возможности систем учета персонала. Для этого были использованы методы логических построений, обобщения, аналогий, сравнения, системного и ситуационного анализа.

N. V. Prosvirina

Moscow aviation institute (national research university), e-mail: nata68.92@mail.ru

ACCOUNTING DIRECTIONS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT ACTIVITIES AND ITS FEATURES

Keywords: personnel accounting, HR document management, HR work, human resources, qualitative and quantitative characteristics of personnel, personnel analysis, primary accounting documents, personnel accounting systems.

To date, the establishment of personnel records and personnel records management is an integral factor in the effective management of company personnel. Mandatory compliance with the requirements for documents on personnel and personnel is required by the current civil, tax and labor laws. In addition, personnel records management is an important component of labor relations, it formally reflects the relationship of the employer and subordinate. Documentation support of personnel management activities is a process of creating and processing personnel documentation for the whole range of tasks in the field of personnel management of an organization, which are carried out in strict accordance with current regulatory documents. High-quality accounting and analysis of personnel allows the company to efficiently use labor resources, to identify growth reserves and areas for improving production activities. So, the purpose of this study is to analyze issues related to the areas of personnel management in the enterprise. To achieve this goal, the article solved the following tasks: studied the goals and objectives of personnel accounting; sections of accounting for areas of human resources management are analyzed; shows the purpose and directions of the analysis of trends in the field of staffing; the classification of the personnel of the enterprise, their qualitative and quantitative characteristics; The forms of primary accounting documents for personnel accounting and the functionality of personnel accounting systems are considered. For this, methods of logical constructions, generalizations, analogies, comparisons, systemic and situational analysis were used.

Введение

В настоящее время актуальность проблем систематизации управленческих ресурсов, затрат на производство,

учета персонала и его организации очевидна. Управленческий учет и учет персонала нацелен на контроль со стороны руководства за эффективным использо-

ванием материальных и человеческих ресурсов, имеющихся в распоряжении организации. В современной экономике, основанной на талантах, сама рабочая сила, пожалуй, является наиболее важным материальным активом большинства организаций. Несмотря на свою важность, этот актив часто не тщательно спланирован, не измерен и не оптимизирован. Это означает, что многие организации недостаточно осведомлены о существующих или будущих пробелах в рабочей силе, которые ограничат выполнение бизнес-стратегии. Поэтому для эффективной работы организации необходимо вести тщательный учет работающих на предприятии. Только имея полные и достоверные данные о количестве работников, а также об их структуре, возможно рассчитать трудовые показатели организации.

Цель исследования

Целью настоящего исследования является анализ вопросов, связанных с учетом направлений деятельности по управлению персоналом на предприятии.

Материал и методы исследования

При проведении исследования были изучены труды российских и зарубежных ученых в области учета персонала. В статье использованы методы системного и ситуационного анализа, логических построений, обобщения, аналогий, сравнения, включенных наблюдений.

Результаты исследования и их обсуждение

Целью учета персонала является организационно-документационное обеспечение кадровой работы на предприятии, а именно:

- Принятие эффективных управленческих решений о приобретении, распределении, развитии и поддержании человеческих ресурсов для достижения экономически эффективных целей организации;
- Эффективно контролировать использование человеческих ресурсов руководством;
- Провести анализ человеческого актива, то есть, являются ли такие активы консервированными, истощенными или оцененными;

– Разработать принципы управления путем классификации финансовых последствий различных методов учета персонала.

Задачи учета персонала:

- регистрирование приема, ротации и увольнения работников отделом кадров организации в соответствии с законом и инструкциями;
- организация и ведение учета личного состава, выдача справок о настоящей и прошлой трудовой деятельности по запросу работников;
- хранение и заполнение трудовых книжек работников;
- ведение установленной документации по кадрам;
- формирование банка данных о персонале предприятия, его своевременное пополнение, оперативное предоставление необходимой информации пользователям;
- подготовка материалов для представления персонала к поощрениям и награждениям;
- подготовка документов по пенсионному страхованию, а также документов, необходимых для назначения пенсий работникам предприятия и их семьям, а также представление их в орган социального обеспечения;
- соблюдение порядка трудоустройства и переобучения высвобождающихся работников, предоставления им льгот и компенсаций, установленных действующим законодательством, отраслевыми соглашениями и коллективным договором;
- организация табельного учета;
- составление и выполнение графиков отпусков;
- контроль за состоянием трудовой дисциплины в подразделениях предприятия и соблюдением работниками правил внутреннего трудового распорядка;
- статистика и анализ текучести кадров по видам причин;
- обновление научно-методического обеспечения кадровой работы, ее материально-технической и информационной базы.

Кадровое делопроизводство является важным компонентом трудовых взаимоотношений, оно формально отражает отношения между работодателем и работником. Документационное

сопровождение деятельности по управлению персоналом – это процесс создания и обработки кадровой документации для всего комплекса задач в области управления персоналом организации, которые выполняются в строгом соответствии с действующими нормативными документами.

Учет персонала осуществляется отделом кадров или отделом по работе с персоналом.

Кадровая отчетность представляет собой набор форм отчетности, составленных на основе оперативного кадрового учета, чтобы предоставить руководству компании обобщенную информацию о состоянии управления персоналом в области выделенных кадровых центров и (или) предприятия в целом. Формы отчетности должны быть удобными и понятными для пользователей, чтобы принимать определенные бизнес-решения.

Суть учета и анализа человеческих ресурсов компании состоит в установлении организационно-экономических, социально-психологических и правовых взаимоотношений субъекта и объекта управления. Основой этих отношений являются принципы, методы и формы влияния на интересы, поведение и деятельность работников.

Для эффективного управления персоналом необходимо знать механизм функционирования изучаемого процесса, все факторы системы, которые вызывают его изменение, а также способы воздействия на эти факторы. Поэтому можно говорить о конкретном механизме функционирования системы управления персоналом и об использовании различных инструментов воздействия на работника, т.е. об использовании HR-технологий.

Управление персоналом должно обеспечивать благоприятную среду, в которой были реализовались бы творческие способности сотрудников и раскрывался потенциал. В результате люди должны получать удовольствие от результатов труда и общего признания своих достижений и, следовательно, удовлетворенность работой, которая в свою очередь положительно влияет на результаты труда работников, что повлечет за собой эффективный рост предприятия.

Современное предприятие должно эффективно функционировать в конкурентной среде, поэтому технологии управления персоналом и оценки работы сотрудников очень важны для успешной работы предприятия.

Качественно проведенный учет и анализ персонала позволяет предприятию эффективно использовать трудовые ресурсы, выявлять резервы роста и направления совершенствования производственной деятельности.

Предприятия на регулярной основе представляют в органы управления трудовыми ресурсами отчеты о структуре и степени обеспеченности своих потребностей в кадрах, в отчетах персонал группируется по различным признакам: профессионально-квалификационному уровню, половозрастным характеристикам, уровню образования, стажу работы и т. д., и составление таких отчетов тоже предполагает проведение анализа кадрового потенциала компании. Если деловая активность компании меняется, она должна заранее позаботиться о персонале, который увольняется или требуется, и соотнести свои действия с требованиями трудового законодательства.

Набор данных о сотрудниках организации включает:

- структуру и динамику рабочей силы;
- производительность;
- издержки на рабочую силу;
- профессиональное обучение.

Стандартные данные о персонале, которые являются предметом интереса государственной системы занятости и органов статистического учета, включают данные:

- о профессионально-квалификационной структуре персонала;
- половозрастной структуре персонала;
- структуре персонала по стажу работы
- общему и в данной организации;
- структуре персонала по уровню образования.

Учет направлений деятельности по управлению персоналом включает в себя такие разделы как:

1. Планирование потребностей в персонале;
2. Решение задач обеспечения бизнеса кадрами – подбор, анкетирование и оценка;

3. Кадровый учет и анализ кадрового состава;
4. Анализ уровня и причин текучести кадров;
5. Ведение регламентированного документооборота.

Анализ тенденций в области кадрового обеспечения является критически важным аспектом разработки стратегии планирования рабочей силы для достижения целей компании. Исследование тенденций в области персонала помогает владельцу бизнеса определить проблемы, влияющие на текучесть кадров, их воздействие на компанию, квалификацию и опыт персонала, привлеченного в организацию, и меры, необходимые для обеспечения удовлетворения будущих кадровых потребностей компании.

Целью анализа является выявление таких тенденций, как уровень персонала, необходимый для управления рабочей нагрузкой, структура организации, удовлетворенность работой среди сотрудников. Анализ тенденций также изучает компетенции текущего персонала, демографию сотрудников, которые привлекаются в компанию, причины, по которым они приходят в компанию и уходят из нее,

уровень удержания персонала и средний срок службы сотрудников компании.

Направлениями анализа являются: наличие и движение персонала предприятия; использование рабочего времени и фонда оплаты труда предприятия; эффективность использования трудовых ресурсов предприятия.

Одним из современных подходов анализа персонала является его деловая оценка. Оценка персонала на предприятиях должна проводиться на постоянной основе, для того чтобы сотрудники видели результаты своего труда, справедливо оцененные комиссией, а руководители по результатам оценки могли лучше управлять сотрудниками и более эффективно их использовать [1].

Комплексный процесс оценки эффективности работы сотрудника часто состоит из различных методов оценки, которые помогают оценить эффективность работы персонала. Использование нескольких методов может помочь получить руководителям организаций более широкое представление об областях, которые нужно улучшить, и о том, какие шаги необходимо предпринять, чтобы поддержать рост сотрудников.

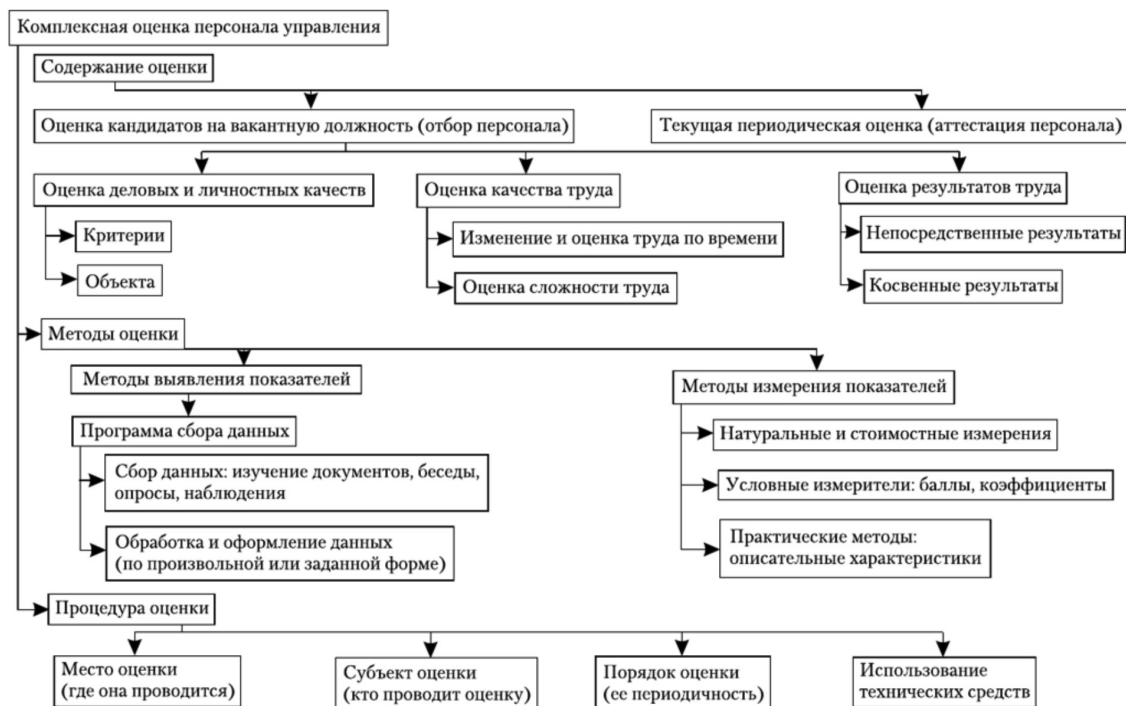


Рис. 1. Комплексная оценка персонала организации

Далее приведена структура комплексной оценки персонала организации.

Выбор методов и периодичности (частоты) проведения оценки зависит не только от конкретной задачи, но и от категории работников, специфики выполняемых ими трудовых функций.

Для характеристики трудового потенциала предприятия используются качественные и количественные показатели.

Качественная характеристика человеческих ресурсов включает в себя опросы, интервью, мнения и академическую литературу, а количественная информация включает статистику и численные расчеты, относящиеся к исследованиям в области человеческих ресурсов.

Сотрудники отдела кадров собирают качественную информацию и анализируют ее, используя количественную информацию. Сбор качественных данных от сотрудников и менеджеров предоставляет собой информацию в режиме реального времени о моральном духе сотрудников, формировании команды и выявляет проблемные области в организации, ее руководстве, а также о производительности и обучении сотрудников. Количественная информация включает в себя статистические таблицы, математические диаграммы, сравни-

тельный анализ заработной платы и отчеты с разбивкой по результатам опроса и интервью по процентам участников.

Для обеспечения непрерывного производства и обоснования потребности в сотрудниках в организации необходимо производить расчет численности работающих.

Количественная характеристика персонала измеряется в первую очередь такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность.

Движение работников на предприятии (оборот) характеризуют показатели:

- коэффициент оборота по приему;
- коэффициент оборота по выбытию;
- коэффициент текучести кадров.

Плановые расчеты по каждой из категорий работников производятся с использованием различных методов определения необходимой их численности. Для того, чтобы принять в штат работников, в которых нуждается организация, нужно в подробностях знать, какие задачи они будут выполнять, какими навыками и степенью квалификации должны обладать, т.е. необходимо проанализировать содержание работы, на которую фирма берет сотрудника. В результате такого анализа можно получить достаточно полное представление о должности, а также проверить, как она вписывается в структуру предприятия.



Рис. 2. Классификация личного состава предприятия

Для учета личного состава используют специальные формы первичных учетных документов:

- приказ (распоряжение) о приеме на работу;
- трудовой договор (контракт);
- личная карточка;
- приказ (распоряжение) о переводе на другую работу;
- приказ (распоряжение) о предоставлении отпуска;
- лицевой счет;
- приказ распоряжение о прекращении трудового договора.

Формы первичных учетных документов для учета личного состава [6]

Номер унифицированной формы	Наименование формы
T-1	Приказ о приеме на работу
T-2	Личная карточка
T-5	Приказ о переводе на другую работу
T-6	Приказ о предоставлении отпуска
T-8	Приказ о прекращении трудового договора
T-9	Приказ о направлении в командировку
T-13	Табель учета использования рабочего времени



Рис. 3. Функциональные возможности систем учета персонала

Данные учёта личного состава являются базой для учёта использования рабочего времени и расчёта фонда оплаты труда.

Конкретно для работников бухгалтерии названные документы подразделяются на следующие группы:

- документы о движении по службе (прием, увольнение, перевод, совмещение, замещение, изменение оплаты);
- документы о дополнительных выплатах в виде разовых премий, вознаграждений, компенсаций и пособий;
- документы на право отрыва от основной работы (отпуск, сборы, обучение и др.);
- прочие документы данного профиля.

В указанных документах необходимо присутствие достаточных и необходимых сведений о работнике, таких, как форма документа (приказ, распоряжение), его дата, номер, фамилия, имя, отчество работника, тип трудового соглашения, должность, условия приема, оклад, режим работы, шифр производственных затрат для отчисления начисленной заработной платы, подпись руководителя организации.

Для учета персонала в организациях используются различные автоматизированные системы, которые, как правило, имеют модульное построение. К основным модулям, которые есть практически во всех системах, можно отнести нижеследующие (рис. 3).

Между собой системы этой группы различаются гибкостью настройки модулей и удобством работы пользователей. У разных разработчиков различна скорость выхода новых версий, которые поддерживают изменения законодательства и учитывают пожелания клиентов.

Выводы (заключение)

Учет персонала – это фундаментальный процесс в области управления человеческими ресурсами. Соответствующие процедуры определены законодательно и прописаны в нормативных актах.

Количественная и качественная информация о персонале полезна для выявления тенденций в области управления персоналом для улучшения качества на рабочем месте. Кадровые отделы используют ее для выявления проблем, связанных с эффективностью работы сотрудников. Качественные данные позволяют отделам кадров определить проблемы с персоналом и причины морального состояния сотрудников. Количественная информация, включая табель о посещаемости и производственные отчеты, помогает идентифицировать индивидуальные и групповые проблемы в организации. Качественная и количественная информация, используемая в совокупности, предоставляет полный спектр информации для исследуемой темы или обстоятельств.

Библиографический список

1. Земляков В.А. Управленческий учет и учет персонала: курс лекций / В.А. Земляков. – Екатеринбург: УрГУПС, 2016. – 190 с.
2. Просвирина Н.В. Кадровая политика организации как инструмент управления человеческими ресурсами // Московский экономический журнал. 2019. № 12. С. 78.
3. Просвирина Н.В., Тихонов А.И. Интегрированный подход в подготовке и развитии персонала на предприятиях авиационной отрасли // Финансовая экономика. 2018. № 7. С. 202-205.
4. Тихонов А.И. Современные методы оценки персонала в компаниях на российском рынке // Финансовая экономика. 2019. № 12. С. 204-208.
5. Семина А.П. Роль оценки персонала в системе управления персоналом // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 1. С. 80-85.
6. Учет персонала // Центр управления финансами URL: <https://center-yf.ru/data/Kadroviku/uchet-personala.php> (дата обращения: 20.12.2019).

УДК 338.24

Н. Р. Сафонова

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург,
e-mail: safonova.nataliya@gmail.com

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ

Ключевые слова: проект, проектная деятельность, компетенция, руководитель проектов, государственный сектор, национальный проект.

В статье рассматривается управление проектной деятельностью в государственном секторе с точки зрения компетенций, которыми должен обладать руководитель. Создание проекта нацелено на получение уникального конечного результата с ограничениями по времени, ресурсам и бюджету. Управление проектами в государственном секторе нацелено не на получение прибыли, а на удовлетворение социальных или иных общественных потребностей общества. Проекты государственного сектора – это проекты в сфере социальной помощи, здравоохранения, образования, безопасности, культуры, науки и т.п. При разработке и внедрении процесса управления проектами в государственном секторе важно учитывать данную специфику. Результатом данного исследования является разработка перечня компетенций, которые необходимы руководителю государственного или муниципального проекта для достижения запланированного результата. В статье также выделены отличия в управлении проектами в частном и государственном секторе.

N. R. Safonova

University of St. Petersburg Humanitarian University of Trade Unions, Saint Petersburg,
e-mail: safonova.nataliya@gmail.com

PROJECT MANAGEMENT IN THE PUBLIC ADMINISTRATION

Keywords: project, project activity, competence, project manager, public sector, national project.

The article discusses the management of project activities in the public sector from the point of view of competencies that a manager should possess. Creating a project is aimed at obtaining a unique end result with restrictions on time, resources and budget. Project management in the public sector is not aimed at making a profit, but at meeting the social or other social needs of society. Public sector projects are projects in the field of social assistance, healthcare, education, security, culture, science, etc. When developing and implementing the process of project management in the public sector, it is important to take this specificity into account. The result of this study is the development of a list of competencies that are necessary for the head of a state or municipal project to achieve the planned result. The article also highlights the differences in project management in the private and public sectors.

Введение

Проектная деятельность сопряжена с ограничениями по срокам и стоимости, при этом каждый проект нацелен на получение уникального конечного результата [2]. В связи с этим проекты являются чувствительными к любым изменениям внутреннего и внешнего характера. Международные стандарты по управлению проектами разработаны для применения в частном секторе. При реализации государственных инвестиционных проектов, национальных проектов, должна быть учтена их специфика и область применения. Иначе, это может привести к неготовности противостоять негативным факторам воздействия, увеличению финансовых потерь, изменению целей проекта либо невозможности его реализации.

На наш взгляд, при управлении государственными проектами необходимо особое внимание уделять знаниям, умениям и навыкам руководителей проектов с учетом специфики государственной службы для сохранению высокой вероятности успешной реализации проектов. Поэтому вести научные исследования в данном направлении является целесообразным.

Целью исследования является разработка перечня компетенций для руководителей (менеджеров) по управлению проектами в государственном секторе.

Задачи: выявить отличия в проектной деятельности в частном и государственном секторе; определить специфику проектной деятельности в государственном секторе; разработать ключевые компетенции руководителей проектов.

Научная новизна данной работы заключается в систематизации знаний проектного и государственного управления в целях выявления особенностей деятельности, и их влияние на формирование ключевых компетенций руководителя проектов.

Материал и методы исследования

При проведении научного исследования были использованы монографический метод, методы анализа и синтеза.

Значимость работы определяется необходимостью разработки такого управленческого воздействия на проектную деятельность в государственном секторе, которое позволило бы эффективно использовать ресурсы и обеспечивало бы защищенность от воздействия внешних и внутренних факторов.

Результаты исследования и их обсуждение

В настоящее время активно внедряется проектное управление не только в коммерческих структурах, но и в государственной системе управления. Проектное управление развивается по всему миру уже более 80-ти лет. За это время разработаны универсальные стандарты управления проектами. Неправильно считать, что проектное управление пришло к нам с западного менеджмента. В Советском союзе в период с 1930 г. по 1990 г. также активно внедрялись методы управления проектами, и относились они к системе государственного планирования. Так в 30-ые годы советское государство реализовало ряд крупномасштабных проектов в рамках индустриализации: Днепрогэс, построение общероссийской системы электрификации, освоение угольных, железорудных и нефтяных месторождений. С 30-х до начала 60-х годов были заложены основы управления проектами в стране. В начале 70-х годов были разработаны оригинальные сетевые модели, более гибкие и мощные, чем зарубежные аналоги. Тогда же были усовершенствованы методы построения альтернативных сетевых моделей, развиваемые советскими учеными Г.С. Пospelовым, В.А. Баршпольцем, В.И. Рудоманов, Б.А. Вигман и Н.И. Комковым. В 70-ые годы получили развитие программные комплексы проектного управления. На базе

системного подхода в Советском Союзе в 80-ые была выработана концепция программно-целевого управления, которая может рассматриваться как полноценный аналог проектного управления, сложившегося в то время за рубежом. Изменения, произошедшие в 90-ых гг., привели к забвению проектной деятельности в России. Начало 2000-х годов является периодом внедрения западных подходов в управление проектами. С этого времени начался новый этап в истории развития проектного менеджмента в России. В 2005г. инициированы первые национальные проекты, с 2009 по 2014 гг. реализована Олимпиада-2014 с применением методов проектного управления, 2010 г. ознаменован применением проектного управления в региональных органах власти. В 2011г. выпущены стандарты ГОСТ Р ИСО 21500-2014, ГОСТ Р 54869-2011, ГОСТ Р ИСО 21504-2016, ГОСТ Р 54871-2011, ГОСТ Р 54870-2011 и ГОСТ Р 53892-2010 по управлению проектами. В 2014 г. утверждены Распоряжение Минэкономразвития РФ № 26Р-АУ от 14.04.14 г. «Об утверждении методических рекомендаций по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти», а в 2016г. – Постановление Правительства РФ № 1050 от 15.10.16 г. «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации». В 2018г. издан Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в котором прописаны целевые показатели и результаты от реализации национальных проектов [1]. В документе выделены 13 национальных проектов, которые реализуются через набор федеральных проектов (таблица). Национальные проекты направлены на развитие человеческого капитала, обеспечения комфортной среды для жизни и экономического роста.

Для реализации национальных проектов требуются руководители проектов с соответствующим набором компетенций. Их роль уникальна, так как государственные проекты в основном имеют дело с несколькими заинтересованными сторонами, чье мнение может сильно повлиять на проект.

Бюджет национальных проектов до 2024 г. [1]

Название национального проекта	Количество федеральных проектов	Бюджет, млрд. руб.
Здравоохранение	8	1725,8
Образование	10	784,5
Демография	5	3105,2
Культура	3	113,5
Безопасные и качественные автомобильные дороги	4	4779,7
Жилье и городская среда	4	1066,2
Экология	11	4041,0
Наука	3	636,0
Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы	5	481,5
Цифровая экономика	6	1634,9
Производительность труда и поддержка занятости	3	52,1
Международная кооперация и экспорт	5	956,8
Комплексный план расширения и модернизации магистральной инфраструктуры	11	6348,1
Итого	78	25635,3

Проекты государственного сектора создают потребность в развитии компетенций руководителей такого уровня. Однако, все стандарты по управлению проектами нацелены на частный сектор экономики. И руководствоваться ими, не учитывая специфики государственных структур, мы считаем нецелесообразным.

Можно выделить следующие различия в управлении проектами частного и государственного сектора:

1. Приоритеты государственного и частного сектора отличаются. В государственном управлении на первое место ставят такие понятия как подотчетность, законность, неподкупность, экспертиза, контроль, надежность. В то время как предприниматели на первое место ставят прибыльность, эффективность, опыт, честность, инновационность.

2. При реализации государственных проектов руководители сталкиваются с различными заинтересованными сторонами, каждый из которых предъявляет свои требования и ограничения.

3. Национальные проекты – это открытые системы, на которые легко влияют внешние события.

4. Нестабильность политической ситуации может привести к наложению временных ограничений на проекты.

5. Отсутствие конкурентного давления может привести к принятию не самых эффективных решений. Также цели

общественных проектов более расплывчатые, так как часто диктуются извне, например, политическим процессом [3].

6. В государственных проектах обычно присутствуют избыточные формальные процедуры при принятии решений, чрезмерное регулирование, строгое соответствие правилам, низкая управленческая автономия.

В связи с этим, экономическая эффективность не может использоваться в качестве основного критерия при принятии решений в государственном секторе.

При управлении государственными проектами руководители должны обладать навыками и знаниями проектного управления, лидерскими качествами, этической компетенцией. Под этической компетенцией мы понимаем соответствие моральным принципам и нормам необходимым при принятии решений в пользу общественного блага [4].

Можно выделить следующие компетенции (умения, качества, навыки) руководителей (менеджеров) проектов государственного сектора:

1. понимание общественного блага, в интересах которого осуществляется проект;

2. умение анализировать политическую ситуацию в целях получения поддержки для проекта;

3. умение использовать властные полномочия и влияние на достижение целей проекта;

4. знание законов и иных нормативных актов;
5. анализ и управление заинтересованными сторонами;
6. обладание профессиональными компетенциями по содержанию проекта;
7. навыки сотрудничества и управления конфликтами;
8. высокие стандарты честности, морали;
9. мотивация служению обществу;
10. личная приверженность и лояльность государственной службе;
11. умение учитывать все факторы при принятии решения (например, правовые, политические, организационные, интересы ключевых заинтересованных сторон и т.п.).

Выводы (заключение)

В статье представлена попытка создания перечня компетенций руководителей проектов государственного сектора, но при этом существуют некоторые ограничения. Во-первых, исследование носит только концептуальный характер и позже должен быть обогащен эмпирическими исследованиями.

Результаты могут помочь в разработке учебных программ по управлению проектами с учетом потребностей государственного сектора. Дальнейшие исследования методологий проектной деятельности в частном и государственном секторе приведут к передаче знаний и опыта проекта между двумя секторами, а также к совершенствованию проектов государственно-частного партнерства.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. N 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2018/05/08/president-ukaz204-site-dok.html>.
2. Товб А.С., Ципес Г.Л. Управление проектами: стандарты, методы, опыт. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 240 с.
3. Boyne G. (2002). Public and Private Management. What's the Difference? Journal of Management Studies, 39(1), 97-122.
4. Müller R., Turner R. (2010) Leadership competency profiles of successful project managers, International Journal of Project Management, Vol. 28.

УДК 35.07

Н. В. Сергеева

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», Москва,
e-mail: inbox_sergeeva@mail.ru

Е. В. Рубцова

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», Москва,
e-mail: erybcova@muiv.ru

Н. П. Сунтело

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», Москва,
e-mail: nsuptelo@muiv.ru

О. А. Романова

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»,
Чебоксары, e-mail: ole4karomanova@mail.ru

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СЕТИ МФЦ

Ключевые слова: государственные услуги, многофункциональный центр предоставления государственных услуг, МФЦ.

В статье предпринята попытка периодизации процесса формирования сети МФЦ, осуществляемого на основе внедрения новых принципов и форм предоставления услуг. Необходимость данного исследования обусловлена процессами цифровизации государственного управления, которые оказывают существенное влияние на операционные решения и задачи, внедрение и выполнение которых должно обеспечивать достижение поставленных перед новой структурой целевых ориентиров. В ходе наблюдения и сбора информации об административной реформе в сфере модернизации государственных услуг с момента принятия ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» авторами выявляются проблемы и основные результаты на каждом выделенном этапе формирования данной системы. В результате изучения хронологии формирования и развития сети МФЦ выделены основные этапы (формирование, развитие, цифровизация), на каждом из которых реализуются свои цели и задачи, осуществляется внедрение определенных принципов и моделей предоставления государственных услуг населению.

N. V. Sergeeva

Moscow Witte University, Moscow, e-mail: inbox_sergeeva@mail.ru

E. V. Rubtsova

Moscow Witte University, Moscow, e-mail: erybcova@muiv.ru

N. P. Suptelo

Moscow Witte University, Moscow, e-mail: nsuptelo@muiv.ru

O. A. Romanova

FSBEI HE «Chuvash State University I.N. Ulyanov», Cheboksary,
e-mail: ole4karomanova@mail.ru

DEVELOPMENT OF MULTIFUNCTIONAL PUBLIC SERVICES CENTERS

Keywords: public services, multifunctional public services center, MFC.

The article attempts to periodize the process of development of multifunctional public services centers, carried out on the introduction of new principles and forms for servicing. The need for this study is due to the processes of digitalization of public administration. It has a significant impact on operational decisions and tasks, which implementation should ensure the achievement of the new structure targets. Collection of information on administrative reform based on public services modernization according the Federal Law «Organization of state and municipal services provision». The authors identify problems and main results at each stage of development of multifunctional public services centers. As a result of studying the chronology of development of multifunctional public services centers, the main stages (formation, development, digitalization) are identified. Each stage has own goals and objectives, certain principles and models of providing public services to the population.

Введение

Административная реформа государственной власти в России ориентирована на качественные изменения, нацеленные в том числе и на рост удовлетворенности граждан государственными услугами.

Принятый в 2010 году ФЗ-210 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» стал настоящим прорывом в сфере предоставления государственных услуг и определил целый пласт изменений в данной сфере, поскольку предусматривает [1]:

- развернутое определение государственной услуги, разграничив его с понятием государственной функции;
- внедрение новых форм предоставления государственных услуг, ориентированных на максимальную доступность и существенный рост качества их оказания;
- необходимость стандартизации и регламентации процесса предоставления государственных услуг;
- четкий перечень требований к необходимой инфраструктуре предоставления государственных услуг.

Принципиально новыми формами предоставления государственных услуг стали МФЦ, созданные во всех крупных населенных пунктах, а также единый портал предоставления услуг в электронной форме, призванный обеспечить их доступность в самых отдаленных уголках России. Такой подход ориентирован на выработку и распространение высокого стандарта деятельности органов исполнительной власти и государственными внебюджетными фондами.

Цель исследования

Цель исследования заключается в систематизации накопленного эмпирического опыта и выделении этапов модернизации государственных услуг на основе обобщения, достигнутых за время реформы, результатов и проблем, определивших основные вехи в развитии данной сферы.

Материал и методы исследования

Материалами для исследования послужили данные официальных порталов органов власти (портал государственных услуг, портал «ВашКонтроль», портал

МФЦ), федеральный закон и постановления Правительства РФ, а также ранее опубликованные результаты исследований отечественных ученых Ивановой А.М., Сергеевой Н.В., Сергеева Д.В., Соболев Т.С., Романовой О.А.

При проведении исследования использовались эмпирические методы (наблюдение и сравнение) и теоретические методы (анализ и синтез).

Результаты исследования и их обсуждение

Реализация проекта по формированию разветвленной сети МФЦ предоставления государственных услуг «Мои документы», охватывающей более 97,5 % населения РФ, признано одним из самых серьезных достижений в новейшей истории государственного управления.

В МФЦ в полной мере реализуется принцип «одного окна», представляющий новый формат взаимодействия государства и населения РФ, при котором заявитель, независимо от характера возникшей жизненной ситуации, обращается за соответствующей услугой в единый центр. Там он может получить и консультацию и подать заявление о предоставлении услуги, а также получить необходимый документ.

Процесс формирования и развития данной системы явился предметом проведенного исследования, а результатом – выделение его основных этапов, характеризующихся своими особенностями и проблематикой.

В таблице представлены краткие результаты исследования.

Проблемы и неэффективность государственного управления в начале XX века обусловили необходимость проведения административной реформы в РФ. Уже в рамках данной реформы на первом этапе была проведена инвентаризация государственных функций, в результате которой выделилась отдельная функциональная область по предоставлению услуг населению и бизнесу, и управления государственными имуществом.

Модернизация государственных услуг стала одним из приоритетных направлений административной реформы в России.

Таблица 1

Этапы развития сети МФЦ в России

Этапы	Характеристика
Формирование (2007 – 2010 гг.)	Появление первых МФЦ в качестве эксперимента в 5 регионах РФ (Иркутская область, Омская область, Ростовская область, Томская области и Тульская область), предоставляющих услуги в сфере социального обслуживания и недвижимости. В концепцию административной реформы включен раздел, посвященный вопросам организации сети МФЦ. Создан Единый портал государственных услуг (www.gosuslugi.ru) Принятие ФЗ-210, в котором закреплены основные понятия, принципы, формы предоставления государственных и муниципальных услуг. Регламентация и стандартизация процесса взаимодействия граждан и органов власти при оказании услуг. Внедрение стандарта качества предоставления государственных услуг.
Развитие (2011– 2015 гг.)	Правительством РФ утверждаются перечни обязательных и рекомендуемых к предоставлению в МФЦ федеральных государственных услуг. Определены показатели, которые необходимо достичь. С 2018 г. удовлетворенность граждан качеством государственных и муниципальных услуг должна составить 90%. При этом доля лиц, получающих их в электронном виде, должна достигнуть 70%. Кроме того, к 2014 г. время ожидания в очереди за получением услуги должна сократиться до 15 минут. Внедрение системы мониторинга качества услуг. Завершение процесса создания сети МФЦ. Создание формата «МФЦ для бизнеса».
Цифровизация (2016 г. – настоящее время)	Внесение поправок в ФЗ-210, ориентированных на перевод государственных услуг на реестровую модель, закрепление принципов перевода услуг в электронную форму, внедрение принципов экстерриториальности и проактивности при предоставлении государственных услуг. Отказ от предоставления услуг в присутственных местах (исключения устанавливаются Правительством РФ). Приоритет реестровой модели над бумажными носителями. Переход на централизованную модель функционирования сети МФЦ, ориентированную на оптимизацию бюджетных расходов.

На первом этапе трансформации активно внедряются административные регламенты, призванные стандартизировать процесс предоставления услуг; происходит окончательное разделение понятий «государственная услуга» и «государственная функция»; на основе изучения зарубежного опыта проводится эксперимент по созданию МФЦ.

До принятия в 2010 году ФЗ № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» МФЦ руководствовались в своей деятельности иными принципами предоставления услуг. В частности, первые МФЦ оказывали услуги в сфере социального обслуживания и недвижимости, и гражданам самостоятельно приходилось собирать весь необходимый пакет документов по разным ведомствам.

Однако, принятый закон, по сути, стал переломным моментом в истории

государственного управления в сфере предоставления государственных услуг, поскольку закрепил принцип «одного окна». Согласно данному принципу заявитель подает заявление в МФЦ, а сотрудники данного учреждения уже самостоятельно формируют необходимый пакет документов, в том числе путем обращения к специализированным ведомственным базам данных, и отправляют в соответствующий орган на рассмотрение. За результатом (справкой, выпиской и т.д.) заявитель также обращается в МФЦ.

На рис. 1 представлена динамика развития сети МФЦ в России.

Именно с развитием сети МФЦ связан значительный рост уровня удовлетворенности граждан РФ качеством государственных услуг, что в свою очередь, формирует благоприятный климат в государственно-частных отношениях [3, 5].

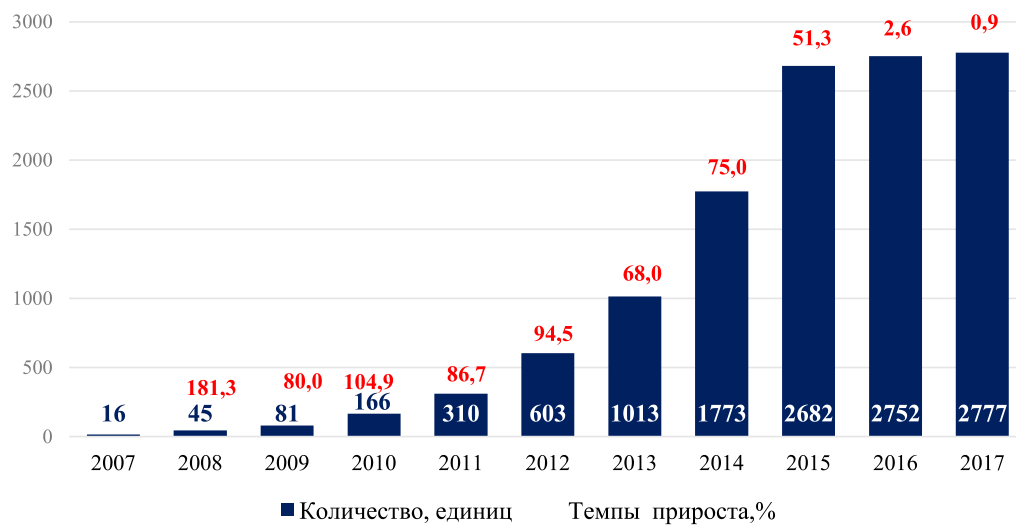


Рис. 1. Динамика и темпы прироста сети МФЦ в России

Процесс качественной трансформации государственных услуг неразрывно связан с параллельным развитием двух новых форм организации их предоставления, а именно:

- развитие сети многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг;
- перевод наиболее востребованных услуг в электронную форму на базе единого портала государственных услуг и ведомственных порталов и сервисов.

МФЦ является площадкой (посредником) между заявителем и ведомственной структурой, уполномоченной государством на предоставление определенных услуг. Таким образом, сам МФЦ не принимает решения по поступающим обращениям и заявлениям граждан, поскольку ориентирован на достижение иных результатов, а именно [5]:

- обеспечение комфортных условий для граждан при подаче пакета документов и получении результата (услуге);
- обеспечение единого стандарта оказания услуг. В качестве основных критериев оценки качества государственной услуги выступают: вежливость и профессионализм сотрудников; время ожидания в очереди; доступность и достоверность информации о процедуре и перечне необходимых докумен-

тов; количество обращений; комфортность условий;

- возможность получения государственных услуг по жизненным ситуациям, когда возникновение какой-либо ситуации влечет за собой необходимость получения комплекса государственных услуг (например, смена фамилии или постоянной регистрации);

- максимальный охват населения РФ государственными услугами по единому стандарту качества обслуживания.

Динамика показателя по уровню охвата населения услугами по принципу «одного окна» по итогам 2019 года составила 97,5 % (рис. 2).

Для апробации и тестирования сформированной системы предоставления государственных услуг под новым брендом «Мои документы» на правительственном уровне закрепляется перечень государственных услуг, обязательных для реализации в каждом МФЦ в том числе без необходимости личного обращения граждан.

Данный перечень включает в себя совокупность самых востребованных у населения государственных услуг, на примере которых производится апробация всех новаций в рамках административной реформы государственной власти в России.

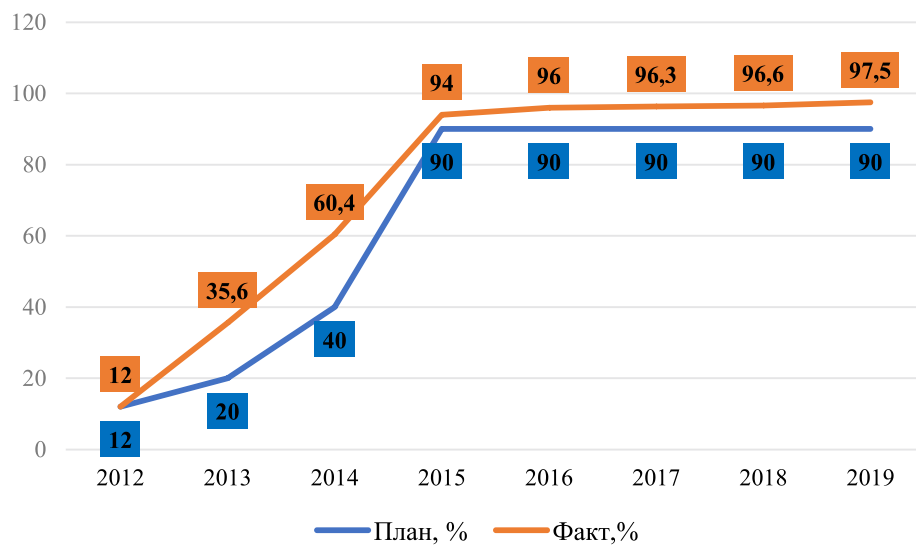


Рис. 2. Охват населения России услугами по принципу «одного окна», %



Рис. 3. Изменение количества услуг в обязательном и рекомендуемом перечне услуг, реализуемых по принципу «одного окна», единиц

Реализация данной законодательной нормы осуществляется на базе социально значимых услуг пяти основных органов исполнительной власти и государственных внебюджетных фондов (Росреестр, Федеральная миграционная служба России, Министерство внутренних дел России, Федеральная налоговая служба, Пенсионный фонд РФ). Эмпирический анализ изменений законодательной базы указывает на целенаправленную деятельность Правительства РФ

с целью расширения данного перечня. Однако, данные рис. 3 свидетельствуют о наличии проблем при реализации исследуемой инициативы.

Практика реализации государственных услуг на основе межведомственного взаимодействия, перевода ряда услуг в электронную форму и использования электронной квалифицированной подписи продемонстрировала, что на преодоление технологических сложностей (интеграция ведомственных баз

данных в единую систему, разработка технических регламентов и прочих) и системных барьеров в органах власти (согласование и устранение излишних требований, внесение изменений в отдельные законодательные акты) уходит больше времени.

Следует отметить, что формирование сети МФЦ сопряжено с проблемами кадрового обеспечения специалистами, прошедшими обучение и сертификацию в соответствующих ведомственных структурах для обеспечения регламентов предоставления государственных услуг. Подготовка и текучесть кадров существенно повлияли на реестры предоставляемых услуг отдельными центрами.

В таблице 2 представлена динамика изменений количества и состава данного перечня услуг на законодательном уровне.

Так, например, сокращение количества услуг Росреестра, отличающихся высокой востребованностью среди населения, связано с их переводом в электронную форму и участвовавшими случаями мошенничества. Услуги Федеральной миграционной службы России также исключены из обязательного списка. Долгое время решался вопрос об оказании на базе МФЦ услуг МВД России. Также данные показывают, что осуществлялись попытки включения в перечень обязательных и услуги других ведомств.

Однако, на практике не удавалось обеспечить их предоставление во всех отделениях МФЦ [2, 4].

Для обеспечения высокого уровня качества предоставления государственных услуг создается платформа для мониторинга качества услуг, где каждый заявитель оставляет отзыв и выставляет оценки по определенному перечню показателей. Данный инструмент позволяет в режиме реального времени отслеживать ситуацию в каждом отделении МФЦ.

Таким образом, создание сети многофункциональных центров в России признан наиболее успешным проектом, реализованным в рамках административной реформы.

Следующим этапом развития сети МФЦ становится внедрение следующих принципов:

- обособление каналов предоставления государственных услуг;
- экстерриториальность. Услуги могут оказываться в любом отделении МФЦ, независимо от места регистрации граждан;
- минимизация количества документов. Усиление роли межведомственного взаимодействия при формировании необходимого пакета документов по заявлению гражданина;
- комплексность. Возможность получения нескольких услуг по одному заявлению;

Таблица 2

Перечень обязательных государственных услуг, предоставляемых по принципу «одного окна», единиц

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Росреестр	4	4	4	2	2	2	1	1	1	1
2. ФМС России	6	3	3	4	4	-	-	-	-	-
3. МВД России	1	1	1	1	1	6	6	6	3	6
4. ФНС России	1	1	1	2	2	1	1	1	4	1
5. Пенсионный фонд РФ	6	5	5	7	7	6	6	6	4	6
6. ФССП России	-	1	1	-	-	1	1	1	1	-
7. Росимущество	-	-	-	5	5	2	1	1	1	1
8. Роспотребнадзор	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1
9. Уполномоченные ФОИВ	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-
Всего	18	15	15	22	22	19	17	17	14	16
Дополнительный рекомендуемый перечень услуг	12	14	14	94	94	68	67	69	70	70

– переход на проактивную модель предоставления услуг. Вместо заявительного характера оказания услуг осуществляется переход на модуль, предполагающую формирование пакета документов и результатов еще до момента подачи заявления, в тот момент, когда у гражданина появляется право на определенную услугу или льготу (замена паспорта, водительских прав при утрате, например).

Заключение

Процесс трансформации сферы предоставления государственных услуг претерпел кардинальные изменения, ре-

зультатом которых стало формирование новой проактивной модели взаимодействия государства и его граждан на основе новых принципов и внедрения цифровых технологий.

Новая философия предоставления государственных услуг является продолжением концепции сервисного государства, в рамках которой особое место отведено формированию высокого уровня удовлетворенности граждан качеством государственных услуг и функций.

Дальнейшее развитие сети МФЦ в России неразрывно связано с процессами цифровизации государственного управления и общества.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2010 N 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». / [Электронный ресурс] – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/ (дата обращения: 24.12.2019).
2. Баранова Е.Н., Ковалева Т.Ю., Романова О.А. Реформирование пенсионной системы Российской Федерации // Сборник научных трудов молодых ученых и специалистов Чебоксары, 2016. С. 143-150.
3. Иванова А.М., Сергеева Н.В., Сергеев Д.В., Петрова С.В., Бородин Т.А., Митрофанова М.Ю. Мониторинг качества и доступности предоставления государственных и муниципальных услуг в Чувашской Республике. Чебоксары, 2013. 184 с.
4. Луговая В.С., Соболев Т.С. Совершенствование качества предоставления государственных услуг городского округа Щербинка. В сборнике: Противоречия и тенденции развития современного Российского общества Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 205-213.
5. Сергеева Н.В. Сравнительная характеристика качества предоставления государственных услуг в электронном виде и МФЦ // Ученые записки Тамбовского отделения РСОМ. 2019. № 16. С. 111-118.

УДК 338.14

А. А. Скоморощенко

ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ, Краснодар, e-mail: skomoranna@yandex.ru

Е. С. Мышонкова

ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ, Краснодар, e-mail: len.usic@yandex.ru

А. В. Колесник

ФГБОУ ВО Кубанский ГАУ, Краснодар, e-mail: anneta_kolesnik@list.ru

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ УГРОЗ В РЕАЛЬНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: экономическая безопасность, регион, оценка, угрозы, реальный сектор экономики, предпринимательство.

В данной статье определены ключевые задачи в обеспечении экономической безопасности реального сектора экономики. Выявлены экономические, экологические и социальные предпосылки возникновения представлений об экономической безопасности. Обозначены ведущие отрасли специализации Краснодарского края, определяющие его ключевую роль в развитии экономики России. Приведены индикаторы экономической безопасности, основанные на оценке экономических и инновационных показателей, позволяющих выявить динамику развития экономики региона за последние пять лет. При помощи индикаторного метода определены ключевые показатели характеризующие состояние экономической безопасности реального сектора экономики Краснодарского края. Показаны угрозы экономической безопасности, которые заключаются в низкой сумме валового регионального продукта на душу населения, снижении суммы инвестиций в основной капитал, низкой доли расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки по отношению к валовому региональному продукту, высокой доли в импорте продуктов питания, критической численности населения с доходами ниже прожиточного минимума, коэффициента депопуляции, превышающем критическое значение последние два года. С целью снижения уровня экономических угроз в реальном секторе экономики Краснодарского края, определены основные направления региональной политики, заключающиеся в наращивании конкурентных преимуществ отраслей с целью увеличения доли бизнеса в формировании валового регионального продукта, для повышения ресурсных возможностей в бизнес-среде, сокращении различий в уровне жизни населения региона.

А. А. Skomoroshchenko

FSBEI HE Kuban SAU, Krasnodar, e-mail: skomoranna@yandex.ru

E. S. Mishenkova

FSBEI HE Kuban SAU, Krasnodar, e-mail: len.usic@yandex.ru

A. V. Kolesnik

FSBEI HE Kuban SAU, Krasnodar, e-mail: sanneta_kolesnik@list.ru

ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE REGION BASED ON THE ASSESSMENT OF THREATS IN THE REAL SECTOR OF ECONOMY

Keywords: economic security, region, assessment, threats, the real sector of the economy, entrepreneurship.

This article identifies key tasks in ensuring the economic security of the real sector of the economy. The economic, environmental and social prerequisites for the emergence of ideas about economic security are identified. The leading specialization sectors of the Krasnodar Territory are identified, which determine its key role in the development of the Russian economy. The indicators of economic security based on the assessment of economic and innovative indicators, allowing to identify the dynamics of the regional economy over the past five years. Using the indicator method, key indicators are determined that characterize the state of economic security of the real sector of the economy of the Krasnodar Territory. Threats to economic security are shown, which consist in a low amount of gross regional product per capita, a decrease in the amount of capital investment, a low share of research and development costs relative to the gross regional product, a high share in food imports, a critical population with incomes below the subsistence level, a depopulation rate in excess of the critical value of the last two years. In order to reduce the level of economic threats in the real sector of the economy of the Krasnodar Territory, the main directions of regional policy are identified, which include increasing the competitive advantages of industries in order to increase the share of business in the formation of the gross regional product, to increase resource opportunities in the business environment, and reduce differences in living standards the population of the region.

Введение

Интересы в обеспечении экономической безопасности субъектов реального сектора экономики региона выступают приоритетным в целевых ориентирах и задачах государственных и муниципальных органов власти. В регионах России отмечаются большие различия в развитии экономических процессов в предпринимательской среде, наблюдается дифференцированность в формировании экономических основ для развития конкурентных отношений и бизнес-процессов. Сложность в проведении финансово-экономических реформ постоянно вызывает напряженность в деятельности субъектов реального сектора экономики, а низкая конкурентоспособность отраслей экономики создает угрозы обеспечения экономической безопасности региона. Возникает необходимость своевременной оценки факторов, негативно влияющих на развитие предпринимательства, а также разработки мер по снижению уровня угроз экономической безопасности региона. В существующей системе управления развитием Краснодарского края происходит постоянный поиск, разработка и совершенствование инструментов и методов снижения воздействия угроз на развитие реального сектора экономики в рамках обеспечения экономической безопасности региона.

Развитие сложных экономических процессов в регионе, жесткие конкурентные условия ведения бизнеса, нестабильность функционирования финансовых институтов, риски проведения экономических реформ и социальная напряженность постоянно создают кризисные условия для реального сектора. Этим объясняется острая необходимость проведения постоянного мониторинга угроз, препятствующих нормальному функционированию бизнеса в предпринимательской среде региона.

Цель исследования

Целью исследования является разработка целевых ориентиров по обеспечению экономической безопасности используя результаты оценки угроз для субъектов реального сектора экономики Краснодарского края. В соответствии с поставленной целью необходимо решить задачи по определению уровню

развития реального сектора экономики Краснодарского края, используя экономические и инновационные индикаторы экономической безопасности.

Материал и методы исследования

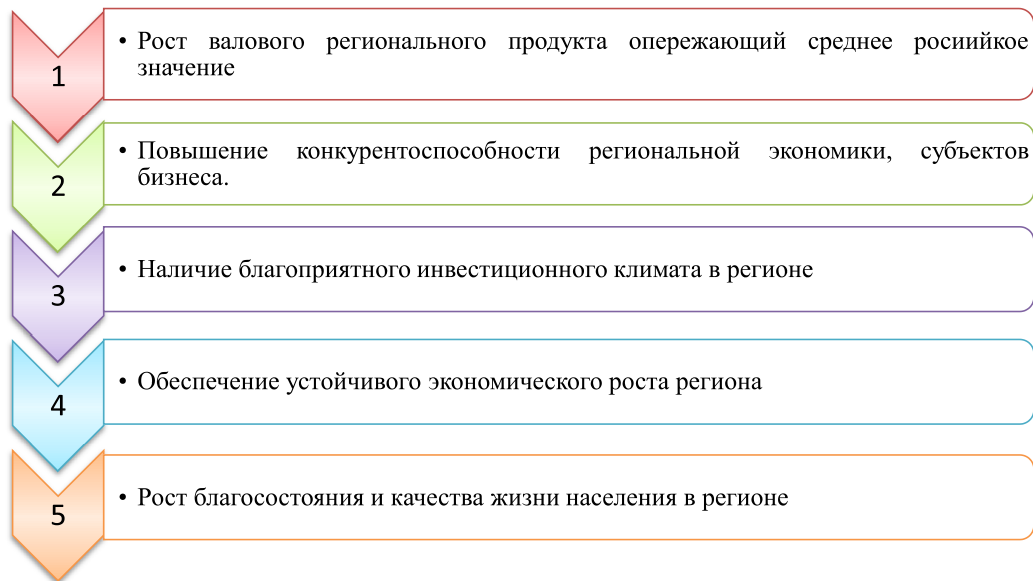
Изучению ключевых аспектов обеспечения экономической безопасности посвящены труды отечественных ученых, таких как С.Ю. Глазьева, В.В. Локосова, А.Б. Мельникова, Л.А. Беловой и др. Информационной базой исследования являются законодательные и нормативные акты, статистические материалы Краснодаркрайстата, материалы периодических изданий, посвященные проблеме обеспечения экономической безопасности региона. В процессе исследования применялись следующие методы: аналитический, статистический, абстрактно-логический, сравнительный, индикаторный. Обеспечение экономической безопасности региона включает решение следующих приоритетных задач (рисунок).

Рост валового регионального продукта (далее ВРП) в большей степени обеспечивают предприятия, организации и предприниматели, занятые в бизнесе. Целью в региональном экономическом развитии является рост ВРП, опережающий темп роста валового внутреннего продукта России. Оценка развития реального сектора экономики проводится с учетом региональных особенностей, специфики существующих институтов регионального развития, уровня теневой экономики и экономической преступности [2].

Следует выделить следующие предпосылки возникновения представлений об экономической безопасности в реальном секторе экономики региона [4]:

- экономические предпосылки, которые заключаются в исчерпаемости природно-ресурсного потенциала, в возникновении диспропорций в экономическом развитии регионов в виду появления наиболее привлекательных отраслей для ведения бизнеса и снижения привлекательности других отраслей;

- экологические предпосылки, проявляющиеся в постоянно усиливающейся деградации окружающей среды, возникающих техногенных нарушений, снижении численного многообразия представителей флоры и фауны и др.;



Задачи обеспечения экономической безопасности Краснодарского края

– социальные предпосылки, заключающиеся в усилении роли социальной составляющей в экономической деятельности региона и ведении предпринимательской деятельности.

Уровень развития реального сектора экономики обеспечивает состояние экономической безопасности Краснодарского края и влияет на многие экономические и социальные показатели. Ведущими отраслями специализации Краснодарского края выступают промышленность, строительство, топливно-энергетический комплекс, агропромышленный, транспортный, курортно-рекреационный и туристский комплексы. Приоритетными отраслями в экономике Краснодарского края являются агропромышленный комплекс, решающий продовольственную проблему государства; транспортный комплекс который представлен автомобильным, железнодорожным транспортом, авиатранспортом и морским транспортом. Санаторно-курортный комплекс обеспечивает процесс оздоровления населения не только региона, но и всей страны. Туристский комплекс обеспечивает отдых населения на курортах края. Это определяет ключевую роль региона в развитии экономики России [5].

Угрозы экономической безопасности для реального сектора экономики – это

явления и процессы, которые могут оказать негативное влияние на экономику региона. Динамика индикаторов экономической безопасности развития Краснодарского края и их направленность представлена в таблице 1.

Фактические данные показывают относительно высокий уровень экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов в Краснодарском крае. Часть валового регионального продукта формируется в реальном секторе экономики, так за период с 2014 по 2018 гг. отмечается устойчивая динамика роста данного показателя. Самая высокая сумма инвестирования в основной капитал отмечается в базисном году. Положительной динамикой в развитии реального сектора экономики является рост выпуска товаров и оказанных услуг малыми предприятиями.

Инновационное развитие играет важную роль в развитии бизнеса. За пять лет в регионе производство инновационных товаров и оказанных услуг увеличилось более чем в 11 раз. Самая высокая сумма затрат на технологические инновации получена в 2017 г. – 47422,5 млн руб. Результаты расчета индикаторов, которые отражают экономическое и инновационное развитие бизнеса в регионе показывают недостаточное финансирование технологических инноваций [3].

Таблица 1

Экономические и инновационные индикаторы экономической безопасности Краснодарского края за 2014-2018 гг.

Индикаторы	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Характер тенденции (+, -)
Валовой региональный продукт, млрд руб.	1784,8	1933,5	2076,6	2225,9	2396,0	+
Валовой региональный продукт на душу населения, тыс. руб.	328,8	352,6	374,7	398,4	424,3	+
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	750,2	586,9	435,1	503,2	481,1	- + -
Инвестиции в основной капитал, в % к валовому региональному продукту	42,0	30,4	21,0	22,6	20,1	-
Индекс физического объема инвестиций в основные фонды, %	78,9	73,6	71,7	110,3	91,4	- + -
Коэффициент обновления основных фондов, %	14,4	9,8	7,1	5,4	5,6	-
Бюджетная обеспеченность региона, тыс. руб./чел.	42,7	43,0	47,3	53,3	56,0	+
Выпуск товаров и услуг малыми предприятиями, % к валовому региональному продукту	56,0	55,7	53,2	60,4	61,2	- + -
Затраты на технологические инновации, млн руб.	5589,4	5515,4	9734,6	47422,5	11575,5	+ -
Затраты на технологические инновации, % к валовому региональному продукту	0,31	0,29	0,47	2,13	0,49	- + -
Затраты на научные исследования и разработки, млн. рублей	5154,9	6423,8	5730,7	5219,4	6126,9	+ - +
Расходы на исследования и разработки, % к валовому региональному продукту	0,29	0,33	0,28	0,23	0,26	- + -
Число организаций, осуществивших технологические инновации к общему количеству организаций, %	4,8	5,2	7,3	10,7	9,1	+ -
Объем инновационных товаров, работ, услуг всего, млн руб.	9781,9	7400,4	71752,6	168605,9	115396,5	+ - + -
Доля инновационной продукции в объеме отгруженной промышленной продукции, %	1,4	1,0	7,7	14,1	9,8	- + -

Примечание. + устойчивая положительная динамика

- устойчивая отрицательная динамика

- + -, + - + положительная (отрицательная) динамика с неустойчивой тенденцией.

Индикаторами экономической безопасности региона являются показатели, которые отражают общую динамику его развития в сравнении с общероссийскими значениями. Далее следует определить ситуацию, связанную с развитием реального сектора в экономике Краснодарского края. В таблице 2 представлены показатели-индикаторы состояния экономической безопасности Краснодарского края. Пороговые значения индикаторов экономической безопасности заимствованы в методиках оценки экономического и человеческого потенциала России С.Ю. Глазьева и В.В. Локосова [2].

Следует сделать вывод, что сумма ВРП на душу населения не превышала

среднероссийского значения в течении исследуемого периода. Отмечается значительное отставание данного показателя в регионе от среднероссийских значений.

В сфере производства происходит положительный рост доли обрабатывающего производства в объеме производимой продукции промышленного производства. На 15,6% данный показатель превышает норматив, который составляет 70% в структуре. Сумма продукции обрабатывающего производства представлена в основном продовольствием, так как Краснодарский край является регионом аграрной специализации. Рост данного показателя положительно влияет на формирование ВРП и его структуру.

Таблица 2

Состояние экономической безопасности реального сектора экономики
Краснодарского края в 2014-2018 гг.

Показатель	Пороговое значение	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение 2018 г. от порогового значения, (+, -)
ВВП на душу населения в России	-	541,2	567,6	586,4	627,2	707,5	-
ВРП на душу населения в Краснодарском крае	-	328,8	352,6	374,7	398,4	424,3	-
ВРП на душу населения от российского, %	Не менее 100%	60,7	62,1	63,9	63,5	60,0	-40,0
Доля в промышленном производстве обрабатывающих производств, %	Не менее 70%	79,4	84,7	85,3	84,0	85,6	15,6
Степень износа основных фондов, %	Не более 60%	33,7	35,2	35,4	37,2	37,3	22,7
Доля инвестиций в ВРП, %	Не менее 25%	42,0	30,4	21,0	22,6	20,1	-4,9
Доля расходов на НИОКР в ВРП, %	Не менее 2%	0,29	0,33	0,28	0,23	0,26	-1,74
Доля в импорте продуктов питания, %	Не более 30%	52,3	63,5	58,2	52,9	50,2	-20,2
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	Не более 7%	10,1	11,7	11,6	11,1	10,9	-3,9
Уровень безработицы, %	Не более 8%	5,7	6,0	5,8	5,7	5,2	2,8
Условный коэффициент депопуляции	Не более 1	0,956	0,963	0,977	1,042	1,044	-0,044
Уровень преступности (количество преступлений на 100 тыс. населения), тыс. чел.	Не более 5 тыс.	1265	1361	1284	1208	1206	3794

Степень износа основных фондов в течении изучаемого периода соответствует нормативному значению. Однако, наблюдается рост этого показателя, что свидетельствует об устаревании основных фондов и накоплении суммы амортизации.

Негативным явлением в развитии реального сектора региональной экономики является снижение доли инвестиций по отношению к ВРП. Это значение соответствовало нормативу только в 2014 и в 2015 гг. Доля инвестиций в ВРП в 2016-2018 гг. ниже порогового значения, которое составляет 25 % [2, 3].

Доля расходов на НИОКР в ВРП также крайне низка и на протяжении исследуемого периода отмечена ниже порогового значения. Это свидетельствует об отставании в развитии наукоемких отраслей Краснодарского края. В текущем году ситуация не изменилась в положительную сторону и составила 0,26 процентных пункта по отношению к сумме ВРП.

Угрозой экономической безопасности является высокая доля импорта продуктов питания в структуре общей суммы импорта. На протяжении пяти лет этот показатель гораздо выше порогового значения. В 2018 году показатель превышает пороговое значение на 20,2%. Также отмечается динамика роста данного показателя – это свидетельствует о довольно высокой степени зависимости края от импорта продуктов питания.

Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума является весьма высокой, рост данного показателя говорит об обнищании населения. Отклонение от индикаторного значения составляет 3,9% [2, 3]. Уровень безработицы находится в границах порогового значения и отчетном году составляет 5,2%, при нормальном допустимом значении 8%. Условный коэффициент депопуляции в 2014-2016 гг. находился в границах нормы, но стоит отметить, что в 2017 и 2018 гг. показатель превышает норматив равный единице. Уровень преступности также на-

ходится в границах нормы и значительно ниже допустимого предельного значения.

Реальный сектор экономики развивается в условиях внешних и внутренних угроз. На конец 2018 г. в Краснодарском крае в неформальном секторе работало почти 600 тысяч граждан трудоспособного возраста, или 19% экономически активного населения региона. В результате бюджет недополучает в качестве налогов и обязательных платежей около 2,8 млрд рублей в месяц. Чаще всего неоформленные работники выявляются в организациях малого бизнеса, у индивидуальных предпринимателей, занимающихся розничной торговлей, общественным питанием, оказывающих транспортные и бытовые услуги.

Результаты исследования и их обсуждение

С целью снижения уровня экономических угроз в реальном секторе экономики Краснодарского края, определены целевые ориентиры в его развитии с учетом определенных направлений региональной политики:

– обеспечение экономического роста на основе использования конкурентных преимуществ региона с задействованием отраслей специализации с целью создания точек роста в реальном секторе экономики. Экономический рост должен привести к увеличению доли бизнеса в формировании ВРП;

– скоординированная деятельность государства и частного бизнеса с целью развития производственной и социальной инфраструктуры в регионе для повышения инвестиционной привлекательности территории и реализации стратегических перспектив с учетом

приоритетов пространственного развития и наличия ресурсных возможностей для реального сектора экономики;

– сокращение различий в уровне и качестве жизни населения, используя механизмы социальной и бюджетной политики региона.

Выводы

Экономическую безопасность региона обеспечивает реальный сектор экономики. Именно его развитие способствует удовлетворению потребностей населения в комфортном проживании в Краснодарском крае. Но, наличие в регионе экономического роста не всегда обеспечивает экономическую безопасность региона. Высокие темпы роста экономики могут сопровождаться ростом бедности среди населения, снижением качества жизни, а стремительное развитие промышленного производства может привести к ухудшению экологической обстановки в регионе. Таким образом, устойчивое развитие региона выступает в качестве процесса изменений, в котором достигается гармонизация в использовании ресурсного потенциала, эффективности инвестиционных вложений, обеспечения благосостояния жителей, и поддержания экологического равновесия. Уровень экономической безопасности государства зависит от состояния экономического развития реального сектора экономики регионов и регулирующих процессов со стороны государственных органов власти. Для обеспечения экономического роста в реальном секторе Краснодарского края, следует постоянно проводить мероприятия, направленные на снижение влияния макроэкономических кризисов на бизнес-процессы.

Библиографический список

1. Белова Л.А., Вертий М.В. Роль малого и среднего предпринимательства в экономической безопасности региона // Вопросы современной науки: материалы II национальной междисциплинарной конференции, 2019. С. 27–32.
2. Глазьев С.Ю., Локосов В.В. Оценка предельно критических значений показателей состояния российского общества и их использование в управлении социально-экономическим развитием // Вестник российской академии наук. 2012. Т. 82. № 7. С. 587-614.
3. Краснодарский край в цифрах. 2018: Стат. сб. / Краснодарстат. – Краснодар, 2019. – 302 с.
4. Мельников А.Б., Снимщикова И.В. Актуальные аспекты экономической безопасности региона // Общество и право. 2006. № 2(12). С. 151-156.
5. Скоморощенко А.А., Смелик А.О. Угрозы экономической безопасности Краснодарского края и пути их преодоления // Экономика и предпринимательство. 2018. № 5 (94). С. 431-435.

УДК 339.138

А. С. Спрыжкова

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Красноярск,
e-mail: alenaspryzhkova@mail.ru

Я. Я. Вайгант

ФБГОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева», e-mail: Vaygantt@icloud.com

А. О. Ступин

ФБГОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М.Ф. Решетнева», e-mail: h677hm@gmail.com

ЭТИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛЕВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ ОЦЕНОК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕНДОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Ключевые слова: полевые маркетинговые исследования, кодекс ICC/ESOMAR, опросные методы исследований, топик-гайд, анкета, глубинное интервью, респондент, информационная этика, потребительское сопротивление, конкурентоспособность бренда.

Статья посвящена этическим проблемам сбора полевой информации для оценок конкурентоспособности брендов, что стало особенно актуально в условиях повсеместного распространения цифровых режимов хранения и обработки данных. Рассмотрены актуальные для цифровой экономики проблемы взаимоотношений и взаимодействий исследователя и респондента маркетингового исследования с позиции соблюдения информационной этики и права заказчика на результаты аналитики, с точки зрения использования в маркетинговых исследованиях инновационных технологий сбора информации без согласия респондента, усиления информационной прозрачности личного пространства граждан. Отдельное внимание в работе уделено сбору и обработке результатов по оценкам конкурентоспособности брендов, по большей части представляющих собой психологические опросы в форматах глубинных интервью и фокус-групп респондентов по отдельным элементам фирменных сигнатур бренда или целостному восприятию бренда в глазах потребителей. Преодоление потребительского сопротивления и этичность формулировок вопросов топик-гайдов, последующее транскрибирование и резюмирование опросников в контексте сохранения информации и вариантов ее использования исследователем и заказчиком являются важнейшей составляющей маркетинговой исследовательской этики.

A. S. Spryzhkova

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: alenaspryzhkova@mail.ru

Ya. Ya. Vaigant

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk,
e-mail: Vaygantt@icloud.com

A. O. Stupin

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk,
e-mail: h677hm@gmail.com

ETHICS OF FIELD RESEARCH FOR EVALUATING BRAND COMPETITIVENESS IN DIGITAL CONDITIONS

Keywords: field marketing research, ICC / ESOMAR code, survey research methods, top-guide, questionnaire, in-depth interviews, respondent, information ethics, consumer resistance, brand competitiveness.

The article is devoted to the ethical problems of collecting field information for assessing the competitiveness of brands, which has become especially relevant in the context of the widespread dissemination of digital modes of information storage and processing. The problems of relationships and interactions between the researcher and the respondent of the marketing research relevant to the digital economy are examined from the standpoint of observing information ethics and the customer's right to analytic results, from the point of view of using innovative technologies for collecting information in marketing research without the consent of the respondent, and enhancing the information transparency of the personal space of citizens.

Special attention is paid to the collection and processing of results on assessing the competitiveness of brands, which for the most part are psychological surveys in the format of in-depth interviews and focus groups of respondents on individual elements of the brand signature of the brand or holistic perception of the brand in the eyes of consumers. Overcoming consumer resistance and the ethics of wording of topic guide questions, subsequent transcribing and summarizing questionnaires in the context of preserving information and options for its use by the researcher and the customer are the most important component of marketing research ethics.

Введение

Рассмотрение проблематики этики проведения полевых маркетинговых исследований в ракурсе цифровых технологий позволяет обеспечить теоретическую и методическую основу для совершенствования механизмов управления конкурентоспособностью брендов, поскольку достоверность результатов такого анализа обеспечивается чистотой процедур полевого этапа оценок и соблюдением принципов научности, релевантности, полноты, сопоставимости на этапе обработки данных и их последующей интерпретации. Особенно актуальной проблема этики взаимоотношений исследователь-респондент, исследователь-заказчик, исследователь-общественность принимает в контексте набравшей популярность тенденции распределения процедуры маркетингового исследования по его этапам между консалтинговыми субподрядчиками. Преодоление потребительского сопротивления и этичность формулировок вопросов топик-гайдов, последующее транскрибирование и резюмирование опросников в контексте сохранения информации и вариантов ее использования исследователем и заказчиком, достоверная и нейтральная со стороны исследователя интерпретация результатов опросов, фокус-групп – являются важнейшей составляющей маркетинговой исследовательской этики.

Материалы и методы исследования

Современная научная мысль характеризуется довольно большим количеством исследований, демонстрирующих большое влияние брендов на деятельность компаний дифференцированных по разным направлениям формирования конкурентных преимуществ и в различных сферах экономики. В частности, обладание сильным брендом улучшает финансовый результат деятельности компаний (Aaker, 1993; Kim, Kim, An, 2003; Kim, Kim 2005; Morgan, Rego, 2009) [6; 15; 14; 19], увеличивает ак-

ционерную стоимость (Ogilvy, 1963; Kerin, Sethuraman, 1998; Madden, Fehle, Fournier, 2006) [20; 13; 18], снижает инвестиционные риски (Ged, 1995; Rego, Billett, Morgan, 2009, Грошев, 2017; Старов, 2013) [3; 21; 2; 4]. Тем не менее пока не сложилось общепризнанной методики и принципов управления брендами в контексте конкурентоспособности бизнеса, являющихся основой и предпосылками конкурентных преимуществ.

Во многих компаниях управление брендом до сих пор сводится к креативной и коммуникативной функции маркетинга, что на самом деле является только малой частью управления брендом, но даже она позволяет сделать серьезные заявления об обоснованности воздействий брендинга на повышение конкурентоспособности экономического агента и делает актуальным необходимость обоснования роли и места брендинга в концепции конкуренции. Одно из первых представлений брендинга с позиции конкурентоспособности организации в научном обороте определяет его как процесс создания и продвижения сильной торговой марки, привлекательной для потребителя и являющейся носителем добавленной стоимости (Аакер, 1995; Амблер, 2000; Гед, 2005; Старов, 2013) [6; 7; 3; 46; 48, 4]. Данное понимание нашло впоследствии свое развитие в работах (Gregory and Wiechmann, 1997) [12] и сохранило свою актуальность до настоящего времени, будучи конструктивно использованным, например, в работах И. Грошева (2017) [2] и О. Третьяк (2012-2018) [5].

Понимание места брендинга в концепции конкурентоспособности организации может быть аргументировано четырьмя современными тенденциями, сложившимися в современной маркетинговой теории и транслируемыми ведущими зарубежными и отечественными учеными, представителями французской, английской, американской, корейской, голландской и шведской, российской научных школ брендинга.



Рис. 1. Триггеры интегрированного подхода маркетинговой деятельности в бизнес-процессах по В. Кумару, [17]

Первая тенденция связана с особенностями интегрирующей роли маркетинга в бизнес-процессе и, соответственно, в достижении предприятием конкурентоспособного состояния. Одно из первых подтверждений этой тенденции было заявлено В. Кумаром (Kumar V., 2015) [17], в статье «Evolution of Marketing as a Discipline: What Has Happened and What to Look Out For». По мнению В. Кумара современная концепция маркетинга характеризуется становлением новой парадигмы, где маркетинг должен быть интегрированной частью схемы процесса принятия решения в организации. По сути это посыл к интеграции маркетинговой деятельности со всеми другими функциями бизнеса и создание уникальных возможностей исследователям в сфере маркетинга для организации междисциплинарных исследований, поиска взаимосвязи маркетинга с другими бизнес-функциями. В рамках данной тенденции В. Кумар выделяет три основных направления (рисунок 1):

Такой подход к рассмотрению роли брендинга в бизнес-процессе позволил сместить акценты в оценке конкурентоспособности организации от финансово-экономических инструментов в сторону преобладания нематериальных, интеллектуальных и репутационных механизмов и показателей, а также обосновать подход к определению позиции брендинга в системе конкурентоспособности.

Вторая тенденция обусловлена повышением давления на маркетологов со стороны собственников бизнеса и финансистов для улучшения понимания маркетинговых инструментов не только и не столько в цепочках прироста ценности, сколько в формировании конкрет-

ных значений применения брендинга в финансовых результатах компаний. Такое давление объясняется архаичностью понимания маркетинговых подходов к категории брендинга и ожиданиями его эффективности при минимизации затрат, быстрого возврата инвестиций, привлечения клиентов, а не в выстраивании долгосрочных партнерских взаимоотношений с ними. Отсюда возникает необходимость демонстрировать эффективность брендинга и транслировать ее на итоговые значения конкурентоспособности бизнес-структур, а также выделять доли участия показателей брендинга в обобщенном коэффициенте/ранге конкурентоспособности организации. Центром притяжения маркетинга в этом контексте должны стать ключевые идеи вовлечения потребителя в процесс создания ценности, развития маркетинга взаимоотношений в противовес транзакционному маркетингу, усиления экономики маркетинга, роста значимости знаковой основы брендинговых операций.

Третья тенденция связана с особенностями самого феномена брендинга и его экономической сущности, поскольку он создает ценности через взаимодействие объекта брендинга с другими сторонами бизнес-процессов. Бренд, принадлежащий компании, формирует ценность не только для нее и потребителей, но и для/через сотрудников (Collins, Stevens, 2002; King, Grace, 2010; Wilden, Gudergan, Lings, 2010) [11; 16; 22], инвесторов (Kerin, Sethuraman, 1998; Madden, Fehle, Fournier, 2006; Rego, Billett, Morgan, 2009) [13; 18; 21], поставщиков и прочих контрагентов на потребительских и деловых рынках (Bendixen, Bukasa, Abratt, 2004) [8], что делает брендинг универсальным клю-

чевым инструментом сетевых коллабораций всех участников бизнес-процесса и усиления конкурентоспособности бизнесов не только брендируемого предприятия, но и его партнеров, а также, что особенно актуально на современном этапе, для географических и экономических территорий.

В рамках четвертой тенденции необходимо говорить о смещении в вопросах оценки конкурентоспособности предприятий акцентов с материальных параметров в сторону репутационной ответственности экономических агентов, усилении влияния инструментов брендинга в составе кросс-интегрированных маркетинговых технологий на потенциал и долгосрочность показателей конкурентоспособности бизнеса, что требует пояснения места брендинга в фокусе коммуникационной политики.

Тем не менее, все вышеописанные четыре подхода в качестве информационной основы чаще всего используют симбиоз первичной и вторичной информации с уклоном в пользу опросных методов работы с респондентами, а в этом ракурсе качество и этика взаимоотношений участников исследования приобретают совсем иной смысл нежели в ранних исследовательских практиках.

Результаты исследования и их обсуждение

Маркетинговые исследования в целом и отдельные их направления, такие как оценка конкурентоспособности брендов, создают множество этических вопросов относительно выбора исследователем корректных методов и способов сбора информации, в рамках взаимодействий исследователя с респондентами в условиях соблюдения культуры и этики личного пространства граждан, преодоления потребительского сопротивления, соблюдения ненавязчивости собственных мнений модератора. Причем особенно актуальны эти вопросы для респондентов разных социальных, культурных, конфессиональных, гендерных и возрастных аудиторий.

Цифровизация экономики и резкий рост применения больших данных (big data), распространенность комаркетинговых, кросс-маркетинговых и особенно кобрендинговых программ, задуманных

для снижения барьеров предоставления в совместное пользование информации (баз данных) о целевых аудиториях, преимущества и относительная дешевизна перед классическими полевыми маркетинговыми исследованиями для бизнеса которых очевидны, привели к изменениям этической стороны взаимоотношений субъектов маркетинговых исследований в виде перспектив некоторого пренебрежения границами личного пространства респондента, сокращения расходов на проведение исследований за счет фабрикации, фальсификации первичных полевых и кабинетных документов, отсутствия беспристрастности или примитивизация методик проводимых исследований. Эта проблема настолько остро стоит перед современными исследователями, что не может быть обойдена как в практике проведения полевых маркетинговых исследований, так и в ракурсе преподавания соответствующих дисциплин «Маркетинговые исследования», «Количественные методы исследований», «Методы социологических исследований», в том числе как часть процесса воспитания экономической культуры молодежи – будущих специалистов – маркетологов и социологов.

В контексте экономики маркетинговых исследований под этикой взаимоотношений будем понимать вред, который может быть нанесен заинтересованным сторонам и/или необходимость защиты прав потребителей, если использование данных о них достигает критического уровня манипулирования потребительским выбором. Популяризация социальных сетей, цифровые технологии привели с одной стороны к увеличению скорости и объемов распространения информации и осведомленности граждан, а с другой – к стиранию границ личного пространства граждан, увеличению открытости их частной жизни вплоть до нарушения прав человека.

Единственный на сегодняшний день документ, в котором определены основные этические стандарты проведения полевых маркетинговых исследований в разных странах мира – Международный кодекс ICC/ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных [1].

Создатели Кодекса Джон Данилович и Финн Рабен подчеркнули, что появление в названии словосочетания «анализа данных» – дань современным цифровым технологиям в сборе информации: «... быстрое увеличение объема данных привело к появлению совершенно нового подхода к проведению исследований в рамках нашей профессии, при котором исследователи собирают и анализируют гигантские базы данных для выявления в них определенных закономерностей и предоставления клиентам новых действенных инсайтов...». Действительно, тщательный анализ современных процессов, теории и практики полевых маркетинговых исследований исследовательской командой ICC и ESOMAR позволили учесть в действующей редакции Кодекса подавляющее большинство этических аспектов сбора информации, например: «...Исследователи должны предпринимать все разумные меры предосторожности для того, чтобы убедиться, что личные данные хранятся в безопасности...».

Взаимоотношения респондента и исследователя регламентируются Международным Кодексом по проведению маркетинговых и социологических исследований (ICC/ESOMAR) (статьи 1, 4, 5, 7 действующей редакции Кодекса) [1], однако он, во-первых, далеко не всегда успевает за всеми изменениями в технологиях маркетинговых исследований, а, во-вторых, за национальными нормативными актами и должен быть ратифицирован тем или иным государством и подкреплен внутренним законом (в Российской Федерации это 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» и 2300-1-ФЗ «О защите прав потребителей»). Так, например, в Кодексе достаточно много говорится об опросах детей дошкольного и школьного возраста, опросах в условиях гендерных, конфессиональных и культурных ограничений (статья 2 Кодекса), но практически не регламентирована деятельность «тайного покупателя», не обозначены принципы проведения фокус-групп, не обоснованы до конца принципы таргетинга страниц пользователей социальных сетей и рассылки рекламы мобильными приложениями.

В то же время никто не поручится за самого исследователя и этичность его поведения, несмотря на знание Кодекса, а также цифровую безопасность компании, базы данных респондентов которой могут вполне появиться в открытом доступе в виде утечки данных.

При этом необходимо иметь в виду, что доминирующая часть актуальной информации об отношении потребителей к бренду, потребительской неприязни, проблемах управления репутацией бренда, которая является фундаментом его конкурентоспособности, потребительских предпочтениях на продукцию и/или услуги бренда может быть получена только в формате личного устного интервью, с применением открытых вопросов и получаемых на них развернутых ответах респондентов. Такие опросы достаточно часто проводятся в присутствии или с помощью специалиста-психолога и не редко сопровождаются применением психологических методов воздействия, о которых респонденту могут не сообщать. Еще одна сторона таких опросов связана с записью на диктофонные устройства ответов респондентов дабы не заменять мнение исследователя истинным мнением респондентов и соблюсти непредвзятость и нейтральность модераторов и фасилитаторов, соблазн обобщения результатов в интересах исследователя. В этой связи в обучении и инструктаже модераторов остро необходимы инструкции для исследователя, улучшающие его правовую грамотность и культуру взаимоотношений, весьма аккуратное обращение с массивами личных данных о респондентах, информации о заказчиках и клиентах, осторожность в использовании цифровых технологий, меру экономического эффекта от взаимодействий.

В рамках планирования теоретического курса или инструктажа в практике проведения маркетинговых исследований (такие апробации имеются у авторов при преподавании дисциплин соответствующего профиля в Сибирском федеральном университете и в деятельности красноярской консалтинговой компании «Инком») будет актуальной тема информационной этики маркетинговых исследований, а при рассмотрении методов сбора первичной и вторичной инфор-

мации, отработки написания топик-гайдов для фокус-групп, конструирования интернет-опросников, считаем целесообразным давать ремарки по правовым и этическим ограничениям их использования в разных целевых аудиториях дифференцированно цифровым площадкам (социальные сети, мобильные приложения, инстаграм, ютуб-канал, телеграмм-канал и прочее).

Междисциплинарный подход к решению задач, реализуемый в современных маркетинговых исследованиях создал еще одну проблемную сторону этики взаимоотношений их участников: должны ли этические вопросы коммуникаций и интерпретации данных стать доступны обществу? Результаты маркетинговых исследований не всегда положительны, не всегда преследуют нравственные цели (достаточно вспомнить категории товаров, вызывающих зависимости человека), могут не коррелировать с общественным мнением какой-либо аудитории, а их преждевременное сообщение или упрощение в итоге может привести к более глобальным последствиям, нежели изначально виделось исследователю. Так, например, при модерировании фокус-группы специалистов и рабочих одной из крупной российской естественной монополии с акцентом на вопросы лояльности персонала к бренду нами была выявлена несколько неприглядная ситуация в социальной политике компании: работники в условиях реализации более 30 социальных программ хотели еще больше льгот, за которые, по сути, рассчитываются остальные российские граждане, при этом речь не шла о развитии личности, об инвестициях в образование, а о путешествиях или расширении перечня медицинских льгот.

Авторская позиция в отношении этики проведения опросов, сбора информации в области брендинга и его конкурентоспособности определяется пояснением взаимосвязи брендинга и коммуникационной политики предприятий и обуславливает тем самым особенности полевого этапа маркетинговых исследований. Маркетинговые коммуникации предприятия служат формированию и сохранению у потребителей целостного восприятия продукта и непосред-

ственно предприятия, что закономерно превращает их в единый бренд. В процессе своего развития понятие бренда эволюционировало от простого средства идентификации объекта до признания бренда ценным активом, создающим дополнительную ценность для компании за счет создания ценности для потребителя и прочих заинтересованных сторон (Chernatony, Riley, 1998; Wood, 2000; Chernatony, 2009) [9; 10; 23]. Следовательно, можно вести речь о фундаментальности категории «бренд» в разрезе коммуникационной политики, тем самым утверждая, что бренд составляет ядро общей концепции маркетинговых коммуникаций предприятия и основу конкурентоспособности предприятий. Таким образом, схематично изобразить его роль в системе конкурентоспособности позволяет рисунок 2.

Рисунок 2 предполагает, что за счёт бренда предприятие целенаправленно взаимно связывает избранные им направления осуществления коммуникационной политики, в результате чего подчиняет их и, соответственно, интегрированные маркетинговые коммуникации единой цели – интенсификации воздействия на маркетинговую среду при максимизации эффекта от использования потенциала коммуникационных инструментов. Бренд притягивает аудиторию, тем самым формируя к нему благоприятное отношение на уровне конечного спроса. Бренд, формируя устойчивые конкурентные преимущества, выступает интегрирующей силой взаимодействий предприятия в маркетинговой среде.

Заключение

Таким образом, занимая центральное положение в общей концепции маркетинговых коммуникаций предприятия, бренд выполняет своё основное назначение – обеспечение долгосрочной координации и управления коммуникационным взаимодействием предприятия, прежде всего, с потребителями, а также с другими субъектами внешней среды. Сбор первичной информации в таком контексте должен быть максимально корректным на всех этапах и в отношении всех участников процесса оценки конкурентоспособности бренда.

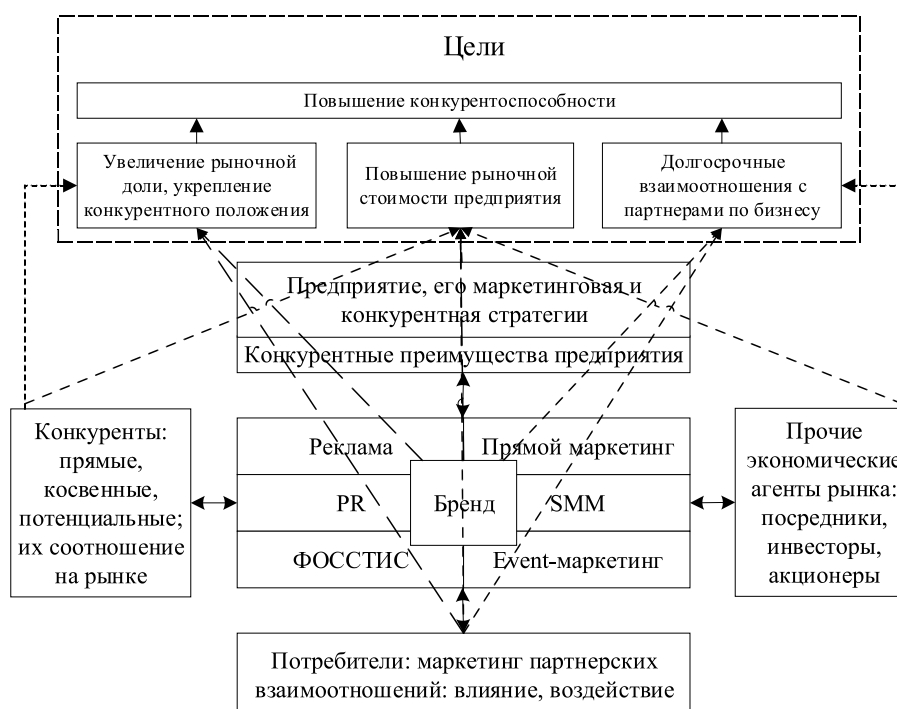


Рис. 2. Роль бренда в общей концепции конкурентоспособности предприятия.
Составлено автором

Резюмируя вышесказанное, отметим необходимость научной полемики вопросов этики взаимоотношений участ-

ников маркетинговых исследований, формирующих траектории экономической социализации общества.

Библиографический список

1. Международный кодекс по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных: https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_Russian_.pdf.
2. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник / А.А. Краснослободцев, И.В. Грошев. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 656 с.
3. Гэд Т. 4D брэнддинг. Взламывая корпоративный код сетевой экономики / Т. Гэд. – Москва: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2016. – 177 с.
4. Старов С.А., Ландграф П.А. Корпоративный брендинг как концепция маркетинга // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. Менеджмент. 2013. Вып. 4. С. 70–99.
5. Третьяк О.А., Ребязина В.А., Ветрова Т.В. Современные маркетинговые практики в России: результаты эмпирического исследования Российский журнал менеджмента, Том 13, № 1, 2015.
6. Aaker D. Brand Equity and Advertising. – London: Erlbaum, 1993 – 380 с.
7. Ambler T., Kokkinaki F., Puntoni S. Assessing Marketing Performance: Reasons for Metrics Selection // Journal of Marketing Management. 2004. Vol. 20. N 3/4. P. 475–498.
8. Bendixen M., Bukasa K., Abratt R. Brand Equity in the Business-to-Business Market // Industrial Marketing Management. 2004. Vol. 33. N 5. P. 371–380.
9. Chernatony L.de, Riley F.D.O. Defining a «Brand»: Beyond the Literature with Experts' Interpretations // Journal of Marketing Management. 1998. Vol. 14. N 4/5. P. 417–443.
10. Chernatony L.de. Towards the Holy Grail of Defining «Brand» // Marketing Theory. 2009. Vol. 9. N 1. P. 101–105.

11. Collins C.J., Stevens C.K. The Relationship Between Early Recruitment-Related Activities and the Application Decisions of New Labor-Market Entrants: A Brand Equity Approach to Recruitment // *Journal of Applied Psychology*. 2002. Vol. 87. N 6. P. 1121–1133.
12. Gregory J.R., Wiechmann J.G. (1997). *Leveraging the Corporate Brand*. Lincolnwood, Illinois, NTC Business Books.
13. Kerin R.A., Sethuraman R. Exploring the Brand Value-Shareholder Value Nexus for Consumer Goods Companies // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1998. Vol. 26. N 4. P. 260–273.
14. Kim H., Kim W.G. The Relationship between Brand Equity and Firms' Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants // *Tourism Management*. 2005. Vol. 26. N 4. P. 549–560.
15. Kim H., Kim W.G., An J.A. The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Firms' Financial Performance // *Journal of Consumer Marketing*. 2003. Vol. 20. N 4. P. 335–351.
16. King C., Grace D. Building and Measuring Employee-Based Brand Equity // *European Journal of Marketing*. 2010. Vol. 44. N 7/8. P. 938–971.
17. Kumar V. (2015). Evolution of marketing as a discipline: what has happened and what to look out for. *Journal of Marketing*, 79(1), 1–9.
18. Madden T.J., Fehle F., Fournier S. Brands Matter: An Empirical Demonstration of the Creation of Shareholder Value Through Branding // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2006. Vol. 34. N 2. P. 224–235.
19. Morgan N.A., Rego L.L. Brand Portfolio Strategy and Firm Performance // *Journal of Marketing*. 2009. Vol. 73. N 1. P. 59–74.
20. Ogilvy D. *Confessions of an advertising man*. New York: Atheneum, 1963.
21. Rego L.L., Billett M.T., Morgan N.A. Consumer-Based Brand Equity and Firm Risk // *Journal of Marketing*. 2009. Vol. 73. N 6. P. 47–60.
22. Wilden R., Gudergan S., Lings I. Employer Branding: Strategic Implications for Staff Recruitment // *Journal of Marketing Management*. 2010. Vol. 26. N 1/2. P. 56–73.
23. Wood L. Brands and Brand Equity: Definition and Management // *Management Decision*. 2000. Vol. 38. N 9. P. 662–669.

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 343:351.95:328.185

Е. В. Стельмах

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема, Биробиджан,
e-mail: stelmahlena69@mail.ru

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ**

Ключевые слова: антикоррупционная политика, таможенные органы, экономическая безопасность.

В статье рассматриваются особенности коррупционной составляющей в таможенных органах. На основе анализа динамики изменений количества уголовных дел коррупционной направленности, выявленных в таможенных органах, рассматриваются основные направления антикоррупционной деятельности в таможенных органах Российской Федерации. Определяется, что в таможенной сфере опасность коррупции заключается в недополучении сумм налогов и сборов в федеральный бюджет. Она отрицательно влияет на целостность деятельности таможенных органов, компрометирует институты таможенного администрирования, формирует негативный образ таможенных служащих в обществе и способствует развитию нездоровой морально-психологической обстановки в структурных подразделениях. Природа противоправных действий сотрудников таможенных органов представляет собой симбиоз, состоящий из желания участников внешнеэкономической деятельности снизить свои расходы при перемещении товаров через таможенную границу, с одной стороны и нарушения должностными лицами норм права таможенной деятельности, с другой. В статье определяется, что, государственная служба в таможенных органах основывается на принципе ответственности сотрудников за подготавливаемые и принимаемые решения, неисполнение или ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей. Приводятся данные о количестве дел, возбужденных по фактам нарушения антикоррупционного законодательства за период с 2015 г. по 2018 г. Рассмотренные проблемные моменты описываются с учетом деятельности таможенных органов ДВТУ.

Е. V. Stelmakh

Amur State University named after Sholom Aleichem, Birobidzhan,
e-mail: stelmahlena69@mail.ru

**THE MAIN DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF ANTI-CORRUPTION
ACTIVITIES OF THE CUSTOMS AUTHORITIES**

Keywords: anti-corruption policy, customs authorities, economic security.

The article discusses the features of the corruption component in the customs authorities. Based on the analysis of the dynamics of changes in the number of corruption-related criminal cases identified in the customs authorities, the main directions of anti-corruption activities in the customs authorities of the Russian Federation are considered. It is determined that in the customs sphere the risk of corruption lies in the failure to receive the amounts of taxes and fees to the federal budget. It negatively affects the integrity of the activities of customs authorities, compromises customs administration institutions, creates a negative image of customs officers in society and contributes to the development of an unhealthy moral and psychological situation in structural units. The nature of the illegal actions of customs officers is a symbiosis consisting of the desire of participants in foreign economic activity to reduce their costs when moving goods across customs borders, on the one hand, and violation by officials of customs norms of customs activity, on the other. The article determines that the public service in the customs authorities is based on the principle of responsibility of employees for prepared and adopted decisions, failure to perform or improper performance of their duties. Data on the number of cases filed for violations of anti-corruption legislation for the period from 2015 to 2018 are presented. The considered problem points are described taking into account the activities of the DVTU customs authorities.

Актуальность

Актуальность рассмотрения возможных путей борьбы с коррупцией

обусловлена тем, что это многогранное явление проникает практически на все уровни управления государством. Пред-

ставляя, по сути продукт экономического происхождения, коррупция затрагивает все социально-экономические сферы современного общества. Сфера таможенной деятельности в этой проблематике не является исключением. Коррупция в таможенных органах Российского государства является существенной опасностью для экономической безопасности в целом. Таможенные органы в системе органов исполнительной власти, наряду с другими организациями формируют «бюджет государства» [1]. Процесс планирования таможенных доходов является неотъемлемой частью «процесса составления проекта бюджета государства, то есть частью бюджетного процесса» [2]. Поскольку коррупция представляет собой социально- правовое явление, то и бороться с ней важно «методом сочетания различных подходов и средств, опираясь на правовые аспекты не только таможенного законодательства, но и с учётом международных нормативных актов» [3]. В Российской Федерации одним из ключевых звеньев борьбы с коррупцией является государственная антикоррупционная политика. Формируя отдельный правовой кластер, антикоррупционная деятельность, предполагает применение комплекса мер организационного, управленческого и стимулирующего характера. Минусом использования статистических материалов является то, что данные статистики не могут отразить реальную картину масштабов данного явления в России. Поскольку преступления в области таможенного дела, по причине сочетания ряда обстоятельств, представляют собой скрытые явления. Правоотношения, формируемые в области внешнеэкономической деятельности, затрагивают как сами таможенные органы, так и непосредственно их персонал. Соответственно, должностные лица, являясь составным элементом таможенных правоотношений, осуществляют свою деятельность на основе общепризнанных норм таможенного права. Представляя органы исполнительной власти в области таможенного дела, сотрудники таможенных органов, в равной степени с другими участниками внешнеэкономической деятельности, несут ответственность за убытки и урон, который может

быть причинён товарам и транспортным средствам при пересечении таможенной границы. Такая ситуация возможна, если должностные лица применяют «неправомерные действия, поступки или же бездействия в сфере таможенного законодательства». Соответственно, противостояние нарушениям права в области таможенного дела формирует правоохранительную функцию, при осуществлении которой, таможенные органы обеспечивают законность и порядок в области внешнеэкономических отношений Российской Федерации с интеграционными экономическими объединениями.

Целью данной работы является выявление проблем борьбы с коррупцией и определение возможных путей совершенствования данного процесса. Объектом данной работы являются результаты антикоррупционной деятельности таможенных органов Российской Федерации

Результаты и обсуждение

Ключевым звеном борьбы с коррупцией в Российской Федерации является действующая на сегодняшний день Государственная антикоррупционная политика – как совокупность системных мероприятий, направленных на противодействие коррупции. Её основу составляет кластер утверждённых мероприятий, каждое из которых направлено на достижение определённой цели в установленное время. Каждое направление мероприятий курируется конкретным кругом лиц – исполнителей, действия которых опираются на кадрово-финансовые документы, с учётом блока пропагандистских мероприятий в данной области. И здесь, кроме правовых мер, значительная роль отводится «организационным, кадровым, финансовым, материальным, пропагандистским и просветительским мерам» [4].

Таким образом, «государственная служба в таможенных органах основывается на принципе ответственности сотрудников за подготавливаемые и принимаемые решения, неисполнение или ненадлежащее исполнение своих должностных обязанностей» [5]. Подготовка или принятие некачественного решения является «частным случаем ненадлежащего исполнения должностных обязанностей» [6]. Соответственно,

при неисполнении (ненадлежащем исполнении) своих должностных обязанностей, сотрудник таможенного органа представляет собой субъект дисциплинарного нарушения. При более тяжёлом деянии формируется состав должностного преступления.

Для анализа соотношения показателей правоохранительной деятельности таможенных органов РФ обратимся к материалам официального сайта Федеральной таможенной службы [7]. В соответствии с материалами структурных подразделений по противодействию коррупции, отражаемых на официальном сайте ФТС за 2015- 2018года общее число возбуждённых уголовных дел составило – 899 уголовных дел. Этот показатель включает 509 дел связанных с нарушением антикоррупционного законодательства. Мы чётко видим, что приведённые цифровые значения 2016 года превышают аналогичные показатели за 2015 год на 9 процентов. В 2017 году происходит значительное снижение количества дел коррупционного характера в отношении должностных лиц таможенных органов. Показатели 2018 года характеризуются наименьшими значениями и составляют 29 процентов дел в отношении должностных лиц таможенных органов. Вышеуказанные статистические данные позволяют сделать вывод о том, что на составную часть дел коррупционной направленности, которые были возбуждены правоохранительными структурами РФ в отношении должностных лиц таможенных органов за период с 2015 по 2018 года, отводится 56 процентов. С учётом общего количества уголовных дел.

Конечно, следует отметить, что профилактические меры антикоррупционной направленности, которые предпринимает Федеральная таможенная служба России, имеют весомое значение. Здесь следует отметить снижение количества

уголовных дел коррупционной направленности в отношении должностных лиц таможенных органов (таблица). Такая ситуация стала возможной благодаря тому, что структурные подразделения по противодействию коррупции систематически осуществляют мероприятия профилактического характера. Особое внимание уделяется работе, направленной на пресечение попыток привлечь должностных лиц таможенных органов к действиям противоправного характера и возможности их склонения к совершению преступлений коррупционной направленности.

Следует отметить региональную динамику данной статистики. Так, за 2017 год подразделениями по противодействию коррупции в Дальневосточном регионе проделана следующая работа: из 27 материалов, направленных в следственные органы 14 дел носят коррупционный характер. В результате работы над данными материалами, органы предварительного следствия возбудили 13 уголовных дела коррупционного характера и 6 дел в отношении лиц, по факту взятки. По совокупности, всеми правоохранительными органами Дальневосточного федерального округа возбуждено 93 процента уголовных дел, в отношении сотрудников таможенной службы, в которых состав преступления носит коррупционный характер. Все лица, которые поступают на службу в таможенные органы, подвергаются проверке в соответствии с законодательством, проводимой подразделениями по противодействию коррупции ДВТУ. Эта деятельность осуществляется совместно с кадровыми подразделениями на постоянной основе. За 2017 год было проверено более полутора тысяч кадровых документов. По итогам проверки у 18 граждан выявлены сведения, которые препятствуют поступлению их на государственную службу.

Динамика изменений количества уголовных дел коррупционной направленности выявленных в 2015-2018 года [8]

Направленность коррупционных дел	2015	2016	2017	2018	Сумма
Общее количество дел коррупционной направленности	195	230	306	168	899
Количество дел в отношении должностных лиц таможенных органов	140	185	135	49	509
Процентное соотношение	71%	80%	44%	29%	56%

С целью профилактики коррупционных правонарушений и преступлений, структурные подразделения таможенных органов по противодействию коррупции проводят профилактические беседы, рассматривают жалобы и обращения от участников ВЭД. Так в 2018 году проведено 42 профилактические беседы, рассмотрено более 100 обращений и жалоб от физических и юридических лиц. Руководителями таможенных органов сформировано 54 информационных письма по выявлению фактов, оказывающих отрицательную роль на функционирование всего таможенного механизма, что значительно снижает безопасность и общие показатели деятельности таможенных организаций.

По результатам анализа деятельности подразделений по противодействию коррупции в таможенных органах РФ можно сделать следующие выводы:

- подразделения таможенных органов по противодействию коррупции в своей оперативно-розыскной деятельности осуществляют эффективную борьбу с коррупцией области таможенной деятельности;
- коррупционная составляющая в таможенных органах всё еще имеет место;
- требуются решительные меры по её устранению.

По мнению ряда авторов, таможенные служащие в настоящее время считаются самой малообеспеченной и социально слабозащищённой группой среди иных сотрудников правоохранительных органов Российской Федерации [9]. Сам процесс контроля за перемещением товаров и транспортных средств через таможенную границу, который осуществляют таможенные органы, играет одну из ведущих ролей в процессе обеспечения национальной безопасности государства.

Отсюда можем сделать вывод, что коррупция в таможенных органах во всех её проявлениях может нанести существенный вред экономической безопасности страны. В основном преступления коррупционной направленности характерны для приграничных таможенных служб. Наиболее часто денежные вознаграждения предлагаются за следующие противоправные действия:

- обеспечение беспрепятственного передвижения транспортных средств и товаров через таможенную границу;

- сокращение сроков таможенного оформления товаров и транспортных средств;

- занижение таможенной стоимости товаров и транспортных средств;

- фальсификацию результатов таможенного досмотра.

В преобладающем количестве сотрудники подразделений по противодействию коррупции в таможенных органах, выявляют преступления коррупционной направленности непосредственно в процессе помещения товаров и транспортных средств под таможенную процедуру или при таможенном контроле, который представляет собой совокупность определённых мер. В результате таких мер потенциальный коррупционер либо теряет работу, которая обеспечивала противоправный доход, либо не может в принципе заниматься определённой деятельностью. Вполне закономерно предположение, что лишение должностного лица права замещать определённые группы должностей или возможности осуществления определённой деятельностью – это весьма эффективное средство борьбы с коррупцией [10]. Лишение права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью статья 47 УК РФ (13.06.1996 N 63-ФЗ).

На основании вышеприведенных фактов, нами выделен ряд проблем в процессе борьбы с коррупцией в таможенных органах.

Первой проблемой на наш взгляд является недостаточное материальное обеспечение должностных лиц таможенных органов, не соответствующее ответственности работы. Заработная плата таможенных служащих состоит из следующих элементов:

- окладная часть;
- премиальная часть.

Окладная часть является фиксированной и складывается из оклада по должности и оклада по званию. Премиальная часть складывается из надбавок и выплат, которые зависят от занимаемой должности и характера работы.

В среднем в Российской Федерации заработная плата таможенных служащих составляет 33 тысячи рублей, которая изменяется в разных регионах страны. В центральных регионах,

таких как Московская область и Санкт-Петербург заработная плата насчитывается от 40 тысяч рублей. Начинаящие сотрудники могут рассчитывать от 20 до 30 тысяч рублей [11]. В менее развитых экономически городах заработная плата начинающих должностных лиц таможенных органов составляет около 25 тысяч рублей. Соответственно сюда попадают практически все таможенные органы ДВФО.

Возможно, здесь следует усилить такой элемент формирования заработной платы, как стимулирующая надбавка за отсутствие в деятельности должностных лиц элементов коррупционного поведения. С одной стороны, мы понимаем, что антикоррупционное поведение – это норма для сотрудника таможенного органа. С другой – такая стимулирующая надбавка позволит ликвидировать выраженную дифференциацию в заработной плате.

Вторая проблема заключается в недостаточной нормативно-правовой базе регулирующей правоотношения в сфере таможенного дела.

Организационные основы противодействия коррупции содержатся в ФЗ от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».

Уголовная ответственность, которая закреплена Уголовным кодексом РФ является основным и наиболее действенным фактором, сдерживающим деятельность коррупционной направленности в таможенных органах.

На сегодняшний день, все таможенные органы Российской Федерации при осуществлении антикоррупционной деятельности руководствуются Перспективным планом ФТС России по противодействию коррупции в таможенных органах РФ. Огромным минусом данного документа, по нашему мнению, является отсутствие в его структуре пунктов, обеспечивающих собственную безопасность таможенных структур как федерального, так и регионального уровней. Действующий план представляет основу для разработки ведомственных приказов при формировании контингента комиссий по антикоррупционной работе, планировании мероприятий по реализации аналитических программ, обеспечивающих искоренение коррупционных явле-

ний и должностных преступлений в сфере таможенного дела.

Такое планирование учитывает специфику деятельности каждого таможенного органа. Планы характеризуются чёткостью структуры, последовательностью действий, возможностью корректировки и чётким контролем. Однако такие планы, на наш взгляд, представляют собой шаблонный вариант и не отражают региональную специфику товарооборота на уровне конкретного таможенного управления. Поэтому, в качестве второй проблемы, следует обозначить необходимость доработки действующего законодательства, регулирующего таможенную сферу в пределах федеральных округов РФ.

Третья проблема заключается в отсутствии специализированных следственных подразделений по расследованию коррупционных преступлений в системе Следственного Комитета. В подразделениях по противодействию коррупции таможенных органов Российской Федерации отсутствуют чёткие критерии оценки оперативно-служебной деятельности. Искоренение коррупции среди должностных лиц таможенных органов невозможно без эффективного расследования преступлений коррупционной направленности. В настоящее время расследование коррупционных преступлений производят следователи Следственного Комитета.

Действующая, на сегодняшний день в ФТС России антикоррупционная экспертиза, исключает использование информации, которая представляет совокупность оперативных и розыскных действий. Кроме того, считаем профессиональную переподготовку и повышение квалификации, недостаточным условием для деятельности должностных лиц таможенных органов в структурных подразделениях по противодействию коррупции. Исходя из выделенных проблем, можно предложить возможные способы их решения.

Для решения первой проблемы предлагается повысить не только фиксированную ставку, но и премиальную часть заработной платы сотрудников данной сферы. Заработная плата должностных лиц таможенных органов не должна существенно различаться от зарпла-

ты других госслужащих. Учитывая риски и специфику работы таможенных служащих, их зарплата не такая высокая и в среднем она составляет 40-50 тысяч рублей. Система премирования таможенных служащих на сегодняшний день является несовершенной. В таких условиях должностным лицам могут давать взятки (сотрудникам с низкой заработной платой) и будет процветать коррупция, с которой идет борьба на протяжении всего времени.

Должностные лица таможенных органов, в силу объективных факторов практически всегда находятся в стрессовом состоянии. Для трудоустройства в таможенные органы им необходимы хорошая физическая форма и определённый уровень образования. Соответственно понятно желание получать за выполняемые ими обязанности достойную заработную плату.

Поэтому нужно повысить заработную плату сотрудникам таможенных органов, приблизив ее уровень к заработной платой сотрудников других государственных структур, и игнорировать данный момент властям точно не стоит. В 2019 году прошло повышение окладов сотрудников таможенных органов на специальный коэффициент, который соответствует уровню инфляции в России. Такое повышение составило около пяти процентов. Также с 2019 года предполагается, что таможенному служащему будет предоставляться продовольственный паек или денежные средства за него. Для многих сотрудников будут выделены дополнительные выходные, которые сумеют покрыть работу в праздничные дни. Таможенный служащий вправе рассчитывать на материальную помощь. Она предназначена абсолютно всем сотрудникам таможенной службы дважды в год. Льготы также будут выплачиваться без задержек, изменений никаких не предусмотрено. Проанализировать эти показатели в данной статье пока не представляется возможным, так как отсутствует статистика.

Касательно действующего антикоррупционного законодательства России можно сделать вывод о том, что в нормативно-правовая база, в части противодействия коррупции уже претерпела зна-

чительные изменения. Так, с 2018 года сведения о лицах, которые были уволены с государственной службы по причине утраты доверия, вносятся в специальный реестр. Необходимо отметить, «что сведения о применении к должностному лицу взыскания в виде освобождения от должности (увольнения) в связи с утратой доверия, за совершение коррупционного правонарушения, за исключением сведений, составляющих государственную тайну, подлежат включению в специальный реестр лиц, уволенных в связи с утратой доверия, сроком на 5 лет с момента принятия акта, являющегося основанием для включения в реестр». Данный реестр доступен на официальном сайте федеральной государственной информационной.

Для решения второй проблемы, по усовершенствованию законодательства предлагаем изменить редакцию статьи Гражданского кодекса Российской Федерации, устанавливающую запрет на дарение подарков служащим, замещающим государственные должности Российской Федерации, в том числе должностных лиц таможенных органов РФ. Здесь необходимо полное запрещение подарка, как явления провоцирующего коррупционную составляющую, не только для служащих таможенных органов, но и для государственной службы в целом.

Статья 316 УК РФ – укрывательство преступлений на наш взгляд нуждается в доработке, в части – предоставление защиты лицам, сообщаящим о фактах их склонения к совершению правонарушений коррупционной направленности. Считает, что это позволит устранить пробел за уголовную ответственности при недонесении о фактах совершённых или планируемых преступлений.

Решением третьей проблемы возможно путём создания специализированных следственных подразделений по расследованию коррупционных преступлений в системе Следственного комитета РФ. Фактором успешного выявления и расследования коррупционных преступлений является эффективное взаимодействие подразделений Следственного комитета с должностными лицами ФСБ и МВД. Следовательно, можно сделать вывод, что создание единых специали-

зированных следственных подразделений по расследованиям коррупционных преступлений в ДВФО и субъектах будет способствовать оптимизации и совершенствованию антикоррупционной деятельности государства в целом.

Заключение

Правовые аспекты должностного лица таможенного органа наиболее полно раскрываются в Федеральном законе № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Служба в таможенных органах регулируется также Федеральным законом от 21 июля 1997 г. № 114-ФЗ «О службе в таможенных органах Российской Федерации» и Федеральный закон от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации».

Основаниями для привлечения должностного лица к дисциплинарной ответственности является – неисполнение или ненадлежащее исполнение должностным лицом возложенных на него должностных обязанностей; к административной ответственности – совершение должностными лицами таможенных органов административных правонарушений в связи с невыполнением, либо ненадлежащим выполнением своих служебных обязанностей. Уголовная ответственность должностных лиц таможенных органов наступает в соответствии с Уголовным кодексом Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ.

Таким образом, нами были выявлены проблемы в борьбе с коррупцией

в таможенных органах Российской Федерации и определены возможные пути их решения:

– недостаточное материальное обеспечение должностных лиц таможенных органов, не соответствующее ответственности работы. Заработная плата должностных лиц таможенных органов не должна существенно различаться от зарплаты других госслужащих. Она подразумевает повышение окладов сотрудников таможенных органов на специальный коэффициент, который должен соответствовать уровню инфляции в России.

– недостаточная нормативно-правовая база регулирующая правоотношения в сфере таможенного дела. Решением второй проблемы можно предложить изменения в статье УК РФ – укрывательство преступления. Здесь необходимо доработать часть о предоставлении мер защиты служащим, сообщавшим о фактах их склонения к совершению правонарушений коррупционной направленности.

– отсутствие специализированных следственных подразделений по расследованию коррупционных преступлений в системе Следственного Комитета. На наш взгляд, решением третьей проблемы является создание на уровне ДВФО и субъектов единых специализированных следственных подразделений Следственного комитета по расследованиям коррупционных преступлений.

Следует отметить, что затронутые проблемы, представляют лишь часть кластера вопросов о противодействии коррупции в таможенных органах. Поэтому работа по данному направлению будет продолжена.

Библиографический список

1. Румянцева Е.Е. Противодействие коррупции: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2019. 267 с.
2. Стельмах Е.В. Администрирование поступления таможенных платежей в доход федерального бюджета России и льгот по их уплате. Ульяновск: Зебра, 2017. 80 с.
3. Сидоров В.Н. Таможенное право. Учебник для бакалавров. М.: Просвещение, 2016. 106 с.
4. Понедельков А.В., Воронцов С.А. Основные направления государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции // Вестник Поволжского института управления. 2015. No 1 (46). С. 4–11.

5. Симонов Н.Е., Козловский А.Ю., Ходанов А.И. Проведение исследований и разработка концепции собственной безопасности таможенных органов РФ и системы мер по ее обеспечению. М.: РТА, 2014. 112 с.
6. Слуцкий Л.Э. Развитие таможенного регулирования в современной российской экономике: автореф. дисс. д-ра экон. наук. М., 2016. 53 с.
7. Информационные материалы о результатах работы подразделений по противодействию коррупции таможенных органов Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 15.09.2019).
8. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. URL: <http://customs.ru> (дата обращения: 15.09.2019).
9. Фадеев Д. Кривое направление / Российская газета. 16 июня 2015. No 23 (1002) [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2015/06/16/tp.html> (дата обращения: 20.09.2019).
10. Жигун Л.А. Разработанность теории коррупции: направления, представления, элементы, модели // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. No 8 (80). С. 38-39.
11. Жандарова И. У кого вырастут зарплаты в 2017 году / Российская газета, 13 декабря 2017 г. N 5960. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2017/01/07/u-kogo-vyrastut-zaplaty-v-2017-godu.html> (дата обращения: 20.09.2019).