
**ВЕСТНИК
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

ISSN 1818-4057

№ 10 2023

Часть 1

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.

Подписной индекс в электронном каталоге «Почта России»: ПК110

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

Редакция: ООО "ЕАНПП" г. Саратов, ул. Мамонтовой, 3

Типография: ООО "ЕАНПП" г. Саратов, ул. Мамонтовой, 3

Главный редактор – Старчикова Н.И.

Шифры научных специальностей:

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

5.2.1. Экономическая теория (экономические науки) (ПЕРЕЧЕНЬ ВАК)

5.2.2. Математические, статистические и инструментальные методы в экономике (экономические, физико-математические науки)

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

5.2.4. Финансы (экономические науки) (ПЕРЕЧЕНЬ ВАК)

5.2.5. Мировая экономика (экономические науки)

5.2.6. Менеджмент (экономические 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 12.10.2023.

Дата выхода номера 26.10.2023.

Распространение по свободной цене.

Усл. печ. л. 15,75. Тираж 500 экз. Формат 60×90 1/8.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

РОЛЬ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ФОРМИРОВАНИЯ АГРАРНЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ ПРИ ПРЕОДОЛЕНИИ НЕГАТИВНЫХ ПОСЛЕДСТВИЙ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ <i>Галикеев Р. Н.</i>	5
АНАЛИЗ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Давидян Ю. И.</i>	11
СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ <i>Жемулин С. Б.</i>	20
ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Золотарева В. П., Тятенко А. К., Носик Д. Т.</i>	27
ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО РАВНОВЕСИЯ И СТАБИЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ <i>Иванюк И. В.</i>	33
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Изофатенко М. В., Никулина И. Е.</i>	41
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОВЕДЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ EYE-TRACKING <i>Калькова Н. Н.</i>	48
ЛИЧНЫЕ ПОДСОБНЫЕ ХОЗЯЙСТВА КАК РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РЕГИОНА <i>Ковалева И. В., Мердяшева А. В.</i>	57
ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЫБОР ИНСТРУМЕНТОВ КОМПЛЕКСА DIGITAL-МАРКЕТИНГА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА <i>Комлева Н. С., Леоненко Е. А., Щербакова Е. Г.</i>	64
ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ <i>Кудряшов В. С., Климов И. С., Костанда А. В.</i>	73
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ГЕТЕРОДОКСАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ В СОПОСТАВЛЕНИИ С МЕЙНСТРИМОМ <i>Кушинир З. Е., Запьянцев А. А.</i>	79
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ <i>Маслихова Е. А., Данилова С. В., Ильиных Ю. М.</i>	84

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В РАСЧЕТАХ И ПЛАТЕЖАХ В СИСТЕМЕ ИСЛАМСКИХ ФИНАНСОВ <i>Перцева С. Ю.</i>	91
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ОБЗОР МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИТ-КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Преснецов А. Ю., Дзюрдзя О. А., Бурлаков В. В.</i>	97
ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ <i>Савина Т. Н., Рыбакова С. Г., Хасянова Е. Ю.</i>	105
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ <i>Синцова Е. А., Воскресенская О. В.</i>	114
ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЙ СФЕРЕ <i>Уразова Н. Г., Жукова Д. А.</i>	121
НАЛОГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В РОССИИ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Чилимова Т. А., Овсянникова Е. Ю.</i>	127
СИСТЕМА WI-АНАЛИТИКИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ <i>Шалина Д. С., Степанова Н. Р.</i>	132
ТЕКСТИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ССАГПЗ: ДИАЛЕКТИКА РАЗВИТИЯ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЭКСПОРТА <i>Шкваря Л. В.</i>	140

УДК 338.43

Р. Н. Галикеев

Институт социально-экономических исследований – обособленное структурное подразделение ФГБОУ Уфимского федерального исследовательского центра Российской академии наук, Уфа, e-mail: razitg@inbox.ru

**РОЛЬ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
И ФОРМИРОВАНИЯ АГРАРНЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ
КЛАСТЕРОВ ПРИ ПРЕОДОЛЕНИИ НЕГАТИВНЫХ
ПОСЛЕДСТВИЙ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ**

Ключевые слова: регион, аграрное производство, переработка, кооперация, межрегиональное сотрудничество, кластер, продовольственная безопасность.

Внешнее санкционное давление со стороны стран Запада негативным образом затронуло функционирование практически всех сфер агропромышленного комплекса (АПК) России и ее регионов. В сложившихся условиях становятся особенно актуальными исследования по преодолению негативных последствий санкционного давления на аграрный сектор России и ее регионов. В статье рассмотрены состояние и проблемы самообеспечения основной сельскохозяйственной продукцией в России и Республике Башкортостан в условиях введенных санкционных ограничений в отношении аграрного сектора страны, раскрыты проблемы развития аграрного производства и приведены пути повышения его эффективности, а также выявлены резервы роста уровня самообеспеченности продовольствием в регионе с целью преодоления негативных последствий санкционного давления. В ходе исследований выявлены преимущества агропромышленной интеграции и кооперации производителей аграрной продукции, переработчиков сельскохозяйственного сырья и торговых сетей, в том числе за счет увеличения продукции с добавленной стоимостью при формировании и функционировании территориальных кластеров. Разработаны предложения по созданию различных аграрных территориальных кластеров с использованием механизма межмуниципального и межрегионального сотрудничества для самообеспечения сельскохозяйственной продукцией и достижения продовольственной безопасности регионов и страны.

R. N. Galikeev

Institute of Social and Economic Research – a separate structural unit of the Ufa Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, Ufa, e-mail: razitg@inbox.ru

**THE ROLE OF INTERREGIONAL COOPERATION AND FORMATION
OF AGRICULTURAL TERRITORIAL CLUSTERS IN OVERCOMING
THE NEGATIVE CONSEQUENCES OF SANCTIONS PRESSURE**

Keywords: region, agricultural production, processing, cooperation, interregional cooperation, cluster, food security.

External sanctions pressure from Western countries has negatively affected the functioning of almost all spheres of the agro-industrial complex (AIC) of Russia and its regions. In the current conditions, research to overcome the negative consequences of sanctions pressure on the agricultural sector of Russia and its regions is becoming especially relevant. The article examines the state and problems of self-sufficiency in basic agricultural products in Russia and the Republic of Bashkortostan in the context of the imposed sanctions restrictions on the country's agricultural sector, reveals the problems of development of agricultural production and provides ways to increase its efficiency, and also identifies reserves for increasing the level of food self-sufficiency in the region with the aim of overcoming the negative consequences of sanctions pressure. The research revealed the advantages of agro-industrial integration and cooperation of producers of agricultural products, processors of agricultural raw materials and retail chains, including through an increase in value-added products during the formation and functioning of territorial clusters. Proposals have been developed for the creation of various agricultural territorial clusters using the mechanism of intermunicipal and interregional cooperation for self-sufficiency in agricultural products and achieving food security of the regions and the country. The article examines the state and problems of self-sufficiency in

basic agricultural products in Russia and the Republic of Bashkortostan in the context of the imposed sanctions restrictions on the country's agricultural sector, reveals the problems of development of agricultural production and provides ways to increase its efficiency, and also identifies reserves for increasing the level of food self-sufficiency in the region with the aim of overcoming the negative consequences of sanctions pressure. The research revealed the advantages of agro-industrial integration and cooperation of producers of agricultural products, processors of agricultural raw materials and retail chains, including through an increase in value-added products during the formation and functioning of territorial clusters. Proposals have been developed for the creation of various agricultural territorial clusters using the mechanism of intermunicipal and interregional cooperation for self-sufficiency in agricultural products and achieving food security of the regions and the country.

Введение

Усиление внешнего санкционного давления негативным образом затронуло также все сферы агропромышленного комплекса (АПК) России и ее регионов, включая обеспечение семенами, сложившуюся значительную зависимость аграрных предприятий и организаций от зарубежных поставок различной сельскохозяйственной техники и комплектующих изделий [1-3]. Усугубляет данное положение также недостаток аграрных инфраструктурных объектов в регионах страны [4, 5].

В сложившихся условиях становятся особенно актуальными исследования по преодолению негативных последствий санкционного давления на аграрный сектор России и поиск решений проблемы самообеспечения основной сельскохозяйственной продукцией в стране, а также в ее регионах, в том числе и в Республике Башкортостан.

Цель исследования – на основе статистических и аналитических материалов раскрыть место и роль межрегионального сотрудничества и формирования территориальных аграрных кластеров при преодолении санкционных ограничений, а также разработать предложения для самообеспечения сельскохозяйственной продукцией и достижения продовольственной безопасности регионов и страны.

В качестве объекта исследования были выбраны сельскохозяйственные предприятия и организации, а также переработчики

сельскохозяйственного сырья и торговый сектор Республики Башкортостан и близлежащих регионов страны.

Материал и методы исследования

В ходе исследования применялись методы сравнения, анализа и синтеза, системный подход, монографический метод.

Результаты исследования и их обсуждение

Вышеперечисленные факторы оказали непосредственное влияние и на уровень самообеспеченности некоторыми основными сельскохозяйственными товарами в Республике Башкортостан (таблица).

Из данных таблицы следует, что показатели самообеспеченности сельскохозяйственной продукцией в РБ за 2018–2022 гг. имеют отрицательную динамику в целом, или, в лучшем случае, остаются на том же уровне. Это свидетельствует, прежде всего, о низкой эффективности сельскохозяйственного производства в регионе.

В сложившихся условиях приоритетной задачей отраслей АПК Республики Башкортостан становится повышение эффективности производства, которое во многом определяется возможностями и целенаправленной работой по изысканию и мобилизации внутренних резервов сельскохозяйственных товаропроизводителей и перерабатывающих предприятий комплекса [1].

Уровень самообеспеченности основной сельскохозяйственной продукцией в Республике Башкортостан, % [6-8]

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Мясо	82,3	83,6	90,5	84,1	89,7
Молоко	107,1	107,5	109,0	106,5	105,2
Яйца	79,7	79,8	79,3	85,1	84,8
Картофель	106,6	104,3	92,2	75,2	76,5
Овощи	85,7	79,9	81,0	80,4	81,6

По принятой классификации группировка резервов осуществляется по разным признакам, однако все они в конечном итоге образуют единый комплекс производственных возможностей повышения эффективности производства.

Направления использования резервов взаимосвязаны. Например, использование резервов, связанных с совершенствованием организации производства и труда, во многом зависит от внедрения новой техники и технологии [9].

Значительным резервом является повышение коэффициента эффективности использования производственных мощностей, на который оказывают влияние в первую очередь совершенствование связей с поставщиками сельскохозяйственного сырья, его качество и ритмичность поставок, поточность технологического процесса, сменность работы, обеспеченность кадрами и уровень их квалификации, а также ряд других факторов.

Практически каждое предприятие имеет непроизводительные затраты и потери, связанные с выпуском бракованной продукции, простоями оборудования, потерями рабочего времени и т.д. Причины, обуславливающие такие потери, многочисленны, и устранить их в короткие сроки не всегда представляется возможным, хотя использование внутренних резервов этой группы дает значительный эффект и не требует одновременных затрат.

Одним из вариантов решения ликвидации неритмичности поставок сырья является совершенствование производственных и экономических связей перерабатывающей промышленности с сельским хозяйством, включающее повышение ответственности за выполнение договоров, стимулирование поставок сырья по согласованным срокам. Частично неритмичность может быть ликвидирована также за счет использования полуфабрикатов или применения прогрессивных технологий длительного хранения сырья.

Необходимо не только совершенствовать технологию производства продукции непосредственно на предприятии, но и улучшать организационно-экономические взаимоотношения с поставщиками сырья. Прямые и устойчивые производственные связи с поставщиками сырья позволяют более полно обеспечивать пред-

приятие сельскохозяйственным сырьем, изменять структуру ассортимента на выпуск более рентабельной и качественной продукции повышенного спроса, что, как правило, ведет к сокращению потерь сырья, снижению транспортно-заготовительных расходов, обеспечению ритмичности производства, снижению себестоимости и росту прибыли.

Агропромышленная интеграция, совершенствование связей с поставщиками сырья и потребителями готовой продукции открывают широкие возможности дальнейшего развития пищевой перерабатывающей промышленности.

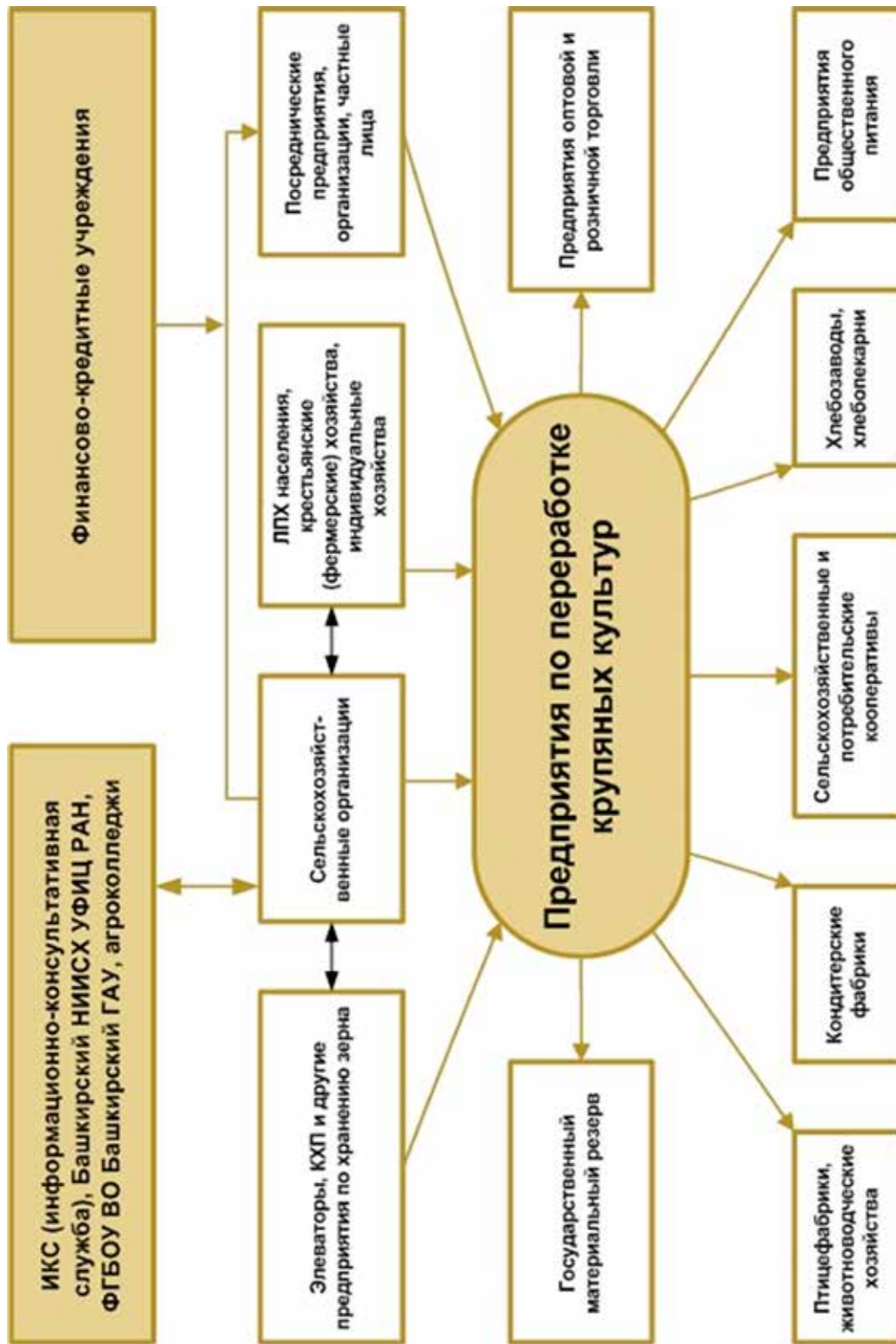
Одним из наиболее эффективных мероприятий является создание различных интегрированных формирований: агропромышленных комбинатов (предприятий), агропромышленных фирм, аграрно-производственных систем. Многообразие форм интеграции предоставляет предприятиям право выбора наиболее целесообразных путей развития, в том числе с сохранением юридической самостоятельности.

Аграрно-производственная система, включающая ряд сельскохозяйственных и промышленных предприятий, добровольно объединившихся на договорной основе без потери юридической самостоятельности, осуществляет совместную скоординированную деятельность по производству определенного вида продукции.

Каждое предприятие при этом может выпускать продукцию нескольких видов, однако система организуется по какому-либо одному виду. Предприятие может одновременно участвовать в нескольких системах, причем в одной системе (или в нескольких) может быть головным.

Совершенствование организации сырьевых зон перерабатывающих предприятий способствует углублению агропромышленной интеграции на основе комбинирования промышленного и сельскохозяйственного производства.

Углубление специализации сопровождается иногда также комбинированием производства. Комбинирование на базе последовательной переработки сырья позволяет получить прирост прибыли за счет экономии транспортных расходов, расходов по таре (упаковок), на перевозку сырья и материалов, ликвидации потерь при перевозке и хранении продукции.



Модель территориального агрокластера крупных культур

Эффективность такой системы определяется подчинением деятельности каждого партнера (сельскохозяйственных и промышленных предприятий) задачам выпуска высококачественной товарной продукции, пользующейся повышенным спросом населения, а материальная заинтересованность в получении дополнительной прибыли обеспечивает согласованные действия всех партнеров.

Отвечающим этим условиям может быть создание агропродуктового кластера, который предполагает объединение интересов всех его участников, независимо от их форм собственности, хозяйствования и размеров.

Разработка комплекса мероприятий, обеспечивающих изыскание и использование внутрипроизводственных резервов, позволяет значительно улучшить конечные результаты финансово-экономической деятельности участников формирований.

Функционирование агрокластера может свидетельствовать о высокой экономической целесообразности такой кооперации и интеграции, поскольку не только улучшается использование сырьевых ресурсов, но и растет валовой сбор сельскохозяйственных культур, улучшается качество продукции, повышается коэффициент использования мощностей промышленных предприятий, более рационально используются трудовые ресурсы.

Согласно концепции развития переработки сельхозпродукции в Республики Башкортостан на 2021–2026 гг., а также с учетом сложившейся специализации сельскохозяйственного производства по муниципальным районам региона и его прогнозируемого развития до 2030 г. предлагаем создание следующих территориальных агрокластеров по производству: крупяных культур; халяльной продукции; экологически чистой продукции; быстрозамороженных продуктов (в зонах – районах, где прогнозируется производство картофеля и овощей).

При этом осуществление такого подхода к формированию территориальных аграрных кластеров позволит расширить взаимосвязь региона с близлежащими субъектами РФ, прежде всего, это республики Татарстан и Удмуртия, а также Челябинская, Оренбургская и Свердловская области.

Такое межрегиональное сотрудничество предполагает более эффективное использование различных ресурсов через развитие

кооперационных связей, дает дополнительные возможности для реализации государственных и частных инвестиционных проектов, а также расширяет возможности повышения инновационной активности и внедрения новых прогрессивных технологий и научных разработок.

В качестве примера приведем аграрный территориальный кластер крупяных культур, объединяющий товаропроизводителей, переработчиков сельскохозяйственного сырья, торговый сектор, а также научные и учебные учреждения аграрного профиля. Схема модели кластера, а также механизмы внутреннего взаимодействия его участников, представлены на рисунке.

При этом в настоящее время сложилась невыгодная ситуация для региональных производителей крупяных культур. Существенную долю их закупок для переработки осуществляют элеваторы Челябинской и Оренбургской областей, которые находятся у частных владельцев.

Опыт работы агропромышленных предприятий в рамках территориальных аграрных кластеров свидетельствует о высокой экономической целесообразности интеграции, поскольку не только улучшается использование сырьевых ресурсов, но и растет валовой сбор сельскохозяйственных культур, улучшается качество продукции, повышается коэффициент использования мощностей промышленных предприятий, более рационально используются трудовые ресурсы.

Территориальные агрокластеры могут развиваться не только в направлении создания новых интегрированных формирований, но и путем налаживания длительных прямых связей с партнерами АПК, в развитии договорных отношений между ними.

В целях улучшения конечных результатов деятельности агрокластеров не менее важно улучшение работы с потребителями готовой продукции. Из-за несвоевременной оплаты потребителем отгруженной продукции или из-за отказа потребителя от акцепта замедляется использование денежных средств, растут проценты за пользование краткосрочными ссудами банка, уменьшается прибыль предприятия.

Выводы

Формирование аграрных территориальных кластеров является перспективным направлением развития межрегионального

сотрудничества с широким использованием кооперативных начал, а также с применением различных механизмов, в том числе через долгосрочные договоры.

На развитие межрегионального сотрудничества также важнейшее влияние и содействие могут оказать различные государственные структуры как федерального, так и регионального уровня через совершенствование законодательной базы, финансирование научно-исследовательских работ по этим направлениям, принятие специальных программ подготовки кадров и привлечение бизнес-структур для осуществления инвестиций и др.

Таким образом, межрегиональное сотрудничество позволит более эффективно использовать различные ресурсы, упростить реализацию инвестиционных проектов, а также активизировать инновационную деятельность и шире использовать научные разработки в аграрной сфере.

В конечном итоге, все это должно оказать содействие преодолению негативных последствий санкционного давления на аграрный сектор и способствовать реализации задачи достижения самообеспеченности сельскохозяйственной продукцией в регионах России и повышению продовольственной безопасности страны.

Данное исследование выполнено в рамках государственного задания УФИЦ РАН № 075-01134-23-00 на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов.

Библиографический список

1. Гатаулин Р.Ф., Галикеев Р.Н., Аслаева С.Ш. Актуальные проблемы развития сельского хозяйства. Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН, 2022. 164 с.
2. Тажитдинов И.А., Гайнанов Д.А., Ахметов В.Я. Приоритетные направления кластеризации агробизнеса в юго- и северо-восточных районах Республики Башкортостан // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 9 (103). С. 16.
3. Нивелирование пространственной поляризации социально-экономического развития разноуровневых территориальных систем: коллективная монография / под общей редакцией д-ра экон. наук, проф. Р.Ф. Гатауллиной. Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН, 2019. 206 с.
4. Галикеев Р.Н. Инвестиционно-инновационная стратегия как фактор повышения конкурентоспособности АПК региона // Экономика сельского хозяйства России. 2021. № 1. С. 25–29.
5. Итоги Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2016 года: в 8 т. / Федеральная служба гос. статистики. М.: ИИЦ «Статистика России», 2018. 711 с.
6. Галикеев Р.Н. Развитие межмуниципального и межрегионального сотрудничества в формировании аграрных кластеров // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 7-1. С. 46–51.
7. Сельское хозяйство Республики Башкортостан: статистический сборник. Уфа: Башкортостанстат, 2022. 177 с.
8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: стат. сб. / Росстат. М., 2022. 1204 с.
9. Гатаулин Р.Ф., Нусратуллин В.К. Продовольственная безопасность в Республике Башкортостан: пути ее обеспечения // Фундаментальные исследования. 2015. № 7-2. С. 371–375.

УДК 336:311.313:31

Ю. И. Давидян

Бузулукский гуманитарно-технологический институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Бузулук,
e-mail: davidian75@mail.ru

АНАЛИЗ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: информатизация; регион; индикаторы, ранжирование, кластеры, статистика.

В данной статье рассмотрены вопросы анализа информатизации экономики Российской Федерации. Актуальность темы подтверждается тем, что информация и деятельность человека переходит в цифровую форму, способствуя снижению издержек и появлению новых возможностей. Цифровизация напрямую влияет на качество и уровень жизни населения. Целью работы является статистический анализ информатизации экономики регионов Российской Федерации. В работе применялись методы анализа временных рядов и прогнозирования, территориальных рядов распределения, многомерных наблюдений – кластерный анализ. Сделаны выводы о росте темпов прироста показателей информатизации экономики за весь анализируемый период. Существенная неоднородность и значительная правосторонняя асимметрия отмечена в распределении регионов РФ по затратам на внедрение цифровых технологий. Межрегиональный сравнительный анализ индикаторов информатизации экономики определил лидеров и аутсайдеров среди субъектов страны. Результаты выполненного анализа территориальной дифференциации субъектов РФ процесса информатизации экономики могут послужить инструментом для формирования и совершенствования политики дальнейшего развития процессов информатизации и модернизации методического обеспечения оценки развития регионов РФ.

Yu. I. Davidyan

Buzuluk Humanitarian and Technological Institute (branch) of Orenburg State University,
Buzuluk, e-mail: davidian75@mail.ru

ANALYSIS OF THE INFORMATIZATION OF THE ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: informatization; region; indicators, ranking, clusters, statistics.

This article discusses the issues of analysis of the informatization of the economy of the Russian Federation. The relevance of the topic is confirmed by the fact that information and human activities are being digitized, contributing to cost reduction and the emergence of new opportunities. Digitalization directly affects the quality and standard of living of the population. The purpose of the work is a statistical analysis of the informatization of the economy of the regions of the Russian Federation. The methods of time series analysis and forecasting, territorial distribution series, multidimensional observations – cluster analysis were used in the work. Conclusions are drawn about the growth of the growth rates of indicators of informatization of the economy for the entire analyzed period. Significant heterogeneity and significant right-sided asymmetry are noted in the distribution of regions of the Russian Federation in terms of costs for the introduction of digital technologies. Interregional comparative analysis of indicators of informatization of the economy has identified leaders and outsiders among the subjects of the country. The results of the analysis of the territorial differentiation of the subjects of the Russian Federation of the process of informatization of the economy can serve as a tool for the formation and improvement of the policy of further development of the processes of informatization and modernization of methodological support for assessing the development of the regions of the Russian Federation.

Введение

Цифровые преобразования дают возможность создавать комфортные условия для жизни населения. В последние годы невозможно представить ни одно направление, где бы они не присутствовали. Процесс цифровизации стал неотъемлемой частью многих сфер жизнедеятельности человека: таких,

как, наука, здравоохранение, образование, промышленность, военная оборона и др.

Для упрощения и облегчения многих процессов внедряются новые технологии. Цифровизация напрямую влияет на качество жизни населения, способствуя повышению доступности различного рода услуг для потребителей [1, 2]. Цифровая трансформация

имеет значительные выгоды для организаций, государственных учреждений и индивидуальных пользователей. Она улучшает эффективность, доступность, качество информации и деятельности, что приводит к повышению производительности и инноваций.

В связи с этим актуальность нашего исследования интерпретируется необходимостью статистического анализа информатизации экономики субъектов страны для выявления их территориальной дифференциации и разработки управленческих решений в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [3]. Похожими исследованиями по развитию регионов в сфере информационных технологий занимались такие авторы, как Л.Г. Батракова [4], Д.Р. Высоцкая [5], А.А. Гиссов [6], Ю.И. Давидян [7], М.А. Зорина [7], Н.В. Проскурина [7] и другие научные деятели в области экономических и статистических исследований.

Исходные данные для исследования – официальные статистические данные Росстата по субъектам РФ за 2012-2021 годы [8].

Цель данной работы – анализ информатизации экономики регионов России.

Материал и методы исследования

Исходные данные для исследования – официальные статистические данные Росстата по субъектам РФ за 2012-2021 годы [8].

В данном исследовании были использованы статистические методы: анализ временных рядов и прогнозирование; анализ территориальных рядов распределения; метод многомерных наблюдений – кластерный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

В работе акцент был сделан на применении ИКТ в организациях Российской Федерации и выбраны следующие индикаторы:

- использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях;
- число персональных компьютеров на 100 работников;
- организации, имеющие веб-сайт;
- затраты на внедрение и использование цифровых технологий.

Оценка временных рядов перечисленных выше показателей позволила выполнить анализ современных тенденций информатизации экономики РФ (рис. 1).

Цепные темпы прироста показателей за 2012-2021 гг. показывают, что наименьший прирост использования широкополосного доступа сети был в 2020 г. (-32,9%), а самое большое значение было в 2021 г. (+30,1%) (рис. 1, а). Темпы прироста числа персональных компьютеров на 100 работников не принимали отрицательных значений, что является положительным моментом (рис. 1, б).

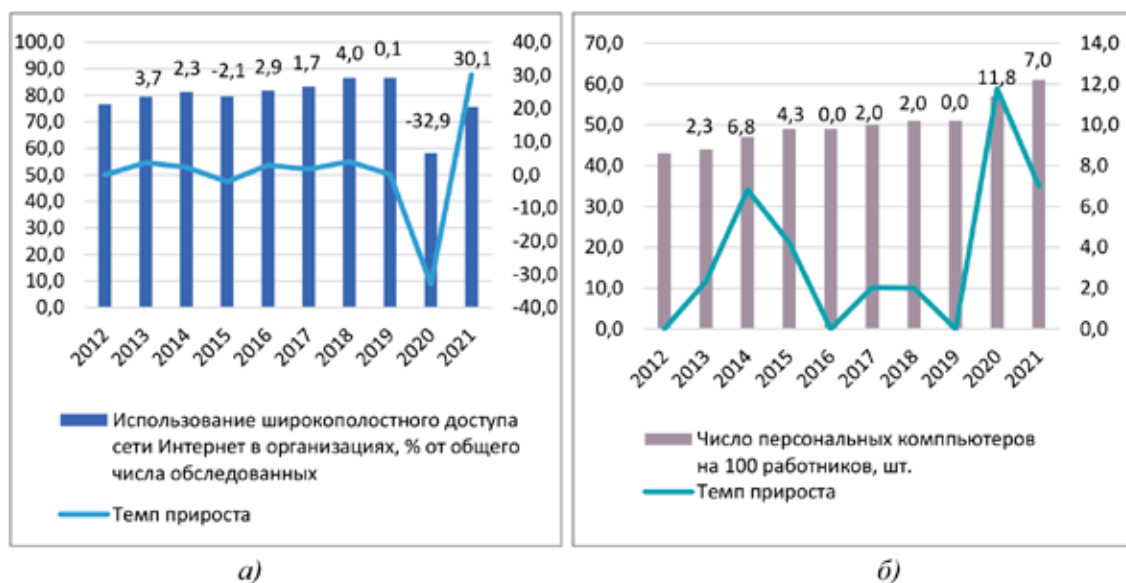
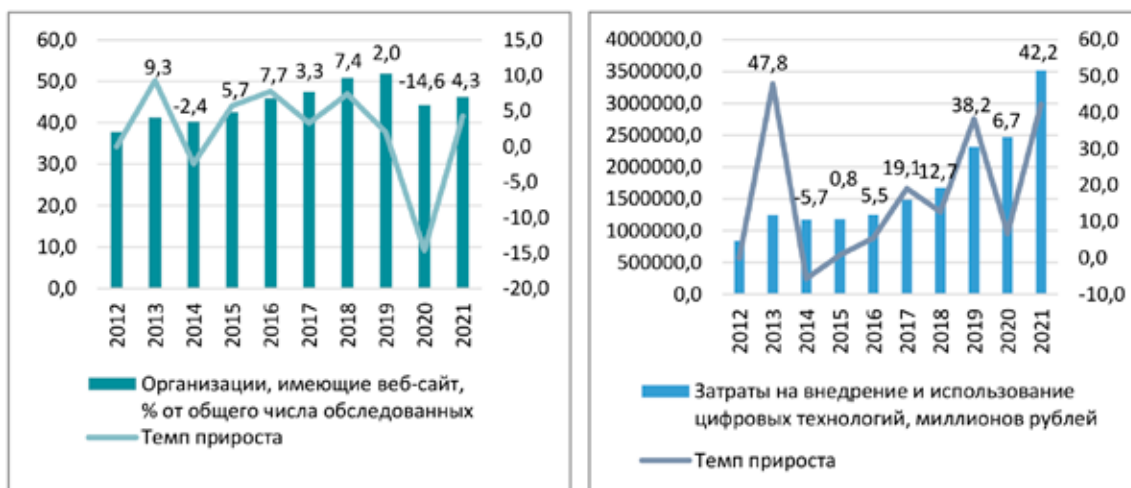


Рис. 1. Динамика показателей информатизации экономики РФ в 2012-2021 гг.:
 а) использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях;
 б) число персональных компьютеров на 100 работников [4, 8]



а) б)

Рис. 2. Динамика показателей информатизации экономики РФ в 2012-2021 гг.:
 а) организации, имеющие веб-сайт;
 б) затраты на внедрение и использование цифровых технологий [4, 8]

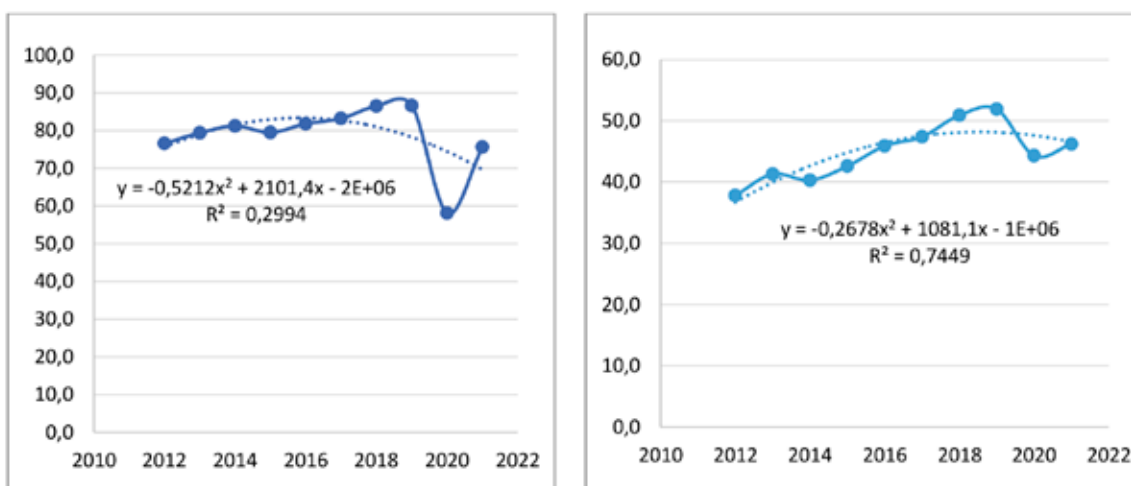
Темпы прироста по показателю – «Организации, имеющие веб-сайт» (рис. 2, а) имели положительные и отрицательные значения: максимальный прирост наблюдался в 2013 г. (+9,3%), самый минимальный прирост – в 2020 г. (-14,6%).

Самый большой прирост за весь анализируемый период отмечался в 2013 году и был равен 47,8%. Затраты на внедрение и использование ИКТ стремительно растут, не учитывая 2014 год, когда темп

прироста был отрицательным и составлял -5,7% (рис. 2, б).

Помимо этого, мы осуществили прогнозирование вышеописанных показателей информатизации экономики регионов и РФ в целом посредством метода аналитического выравнивания, что позволило выявить тенденции дальнейшего развития регионов.

В соответствии с наибольшими значениями коэффициентов детерминации (R^2) был осуществлен подбор линий трендов (рис. 3, 4).



а) б)

Рис. 3. Подбор полиномиального типа тренда основных показателей информатизации экономики России в 2012-2021 гг.:
 а) использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях;
 б) организации, имеющие веб-сайт

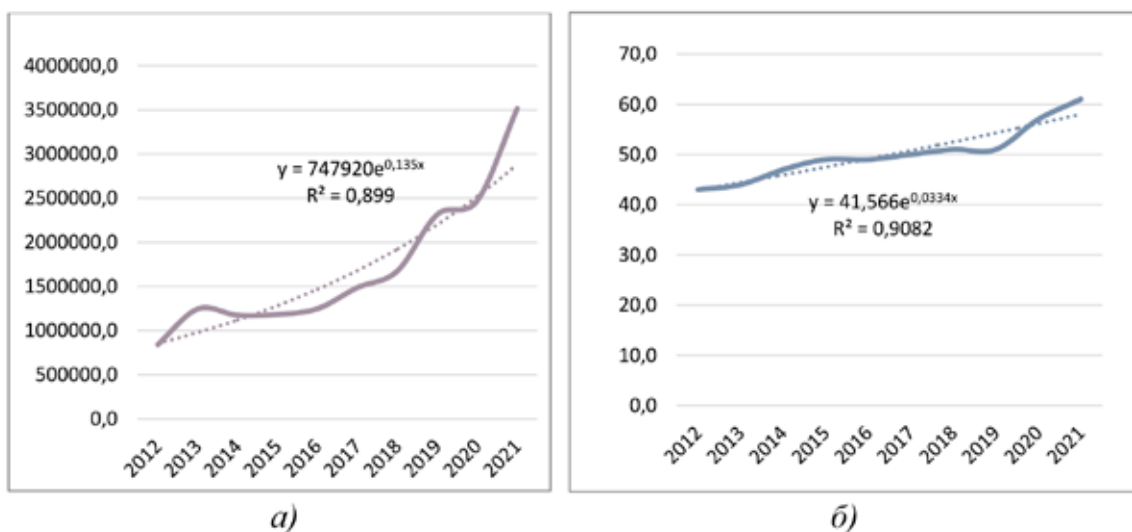


Рис. 4. Подбор экспоненциального типа тренда основных показателей информатизации экономики России в 2012-2021 гг.: а) число персональных компьютеров на 100 работников; б) затраты на внедрение и использование цифровых технологий

Таблица 1

Прогноз показателей информатизации экономики регионов РФ

Показатели	Модель временного ряда	R ²	2023	2024	2025
Организации, имеющие веб-сайт (% от общего числа обследованных)	$-0,2678x^2 + 4,0428x + 32,935$	0,7449	40,2	37,0	33,3
Число персональных компьютеров на 100 работников (шт.)	$41,566e^{0,0334x}$	0,9003	64,2	66,3	68,6
Затраты на внедрение и использование цифровых технологий (млн руб.)	$747920e^{0,135x}$	0,9078	4325556	4950758	5666325

На основании рассчитанных прогнозных значений можно сделать вывод о положительной динамике выбранных показателей и их росте. Исключением является индикатор «Использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях»: максимальный рост данного показателя в 2019 году (86,6%), после же в 2020 году наблюдалось снижение и в 2021 году рост (рис. 3, а). Аналогичная тенденция отмечена по показателю «Количество организаций, имеющие веб-сайт» (рис. 3, б). Для данных показателей наиболее подходящим типом тренда является полиномиальный. Подбор наиболее подходящего тренда для показателя «Использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях» осуществлен с достаточно низким значением коэффициента детерминации (R^2), что не позволяет использовать данную модель для прогнозирования (с 2020 года траектория показателя положительная). Линии тренда

показателей числа персональных компьютеров и затрат на внедрение и использование цифровых технологий описывается экспоненциальным уравнением (рис. 4, а и б).

Линии трендов и прогнозные значения показателей информатизации регионов с помощью метода экстраполяции до 2025 г. представлены в таблице 1. На 2023 по 2025 годы ожидается рост анализируемых показателей, за исключением числа организаций, имеющих веб-сайт.

По статистическим показателям за 2021 г. были проанализированы ряды распределения субъектов РФ по информатизации экономики, а также оценка и проверка на соответствие законам нормального распределения. По рисунку 5 наблюдаем преобладание нормального закона распределения случайных величин, что указывает на множественную взаимосвязь случайных величин с проявлением n-ого количества независимых друг от друга случайных факторов.

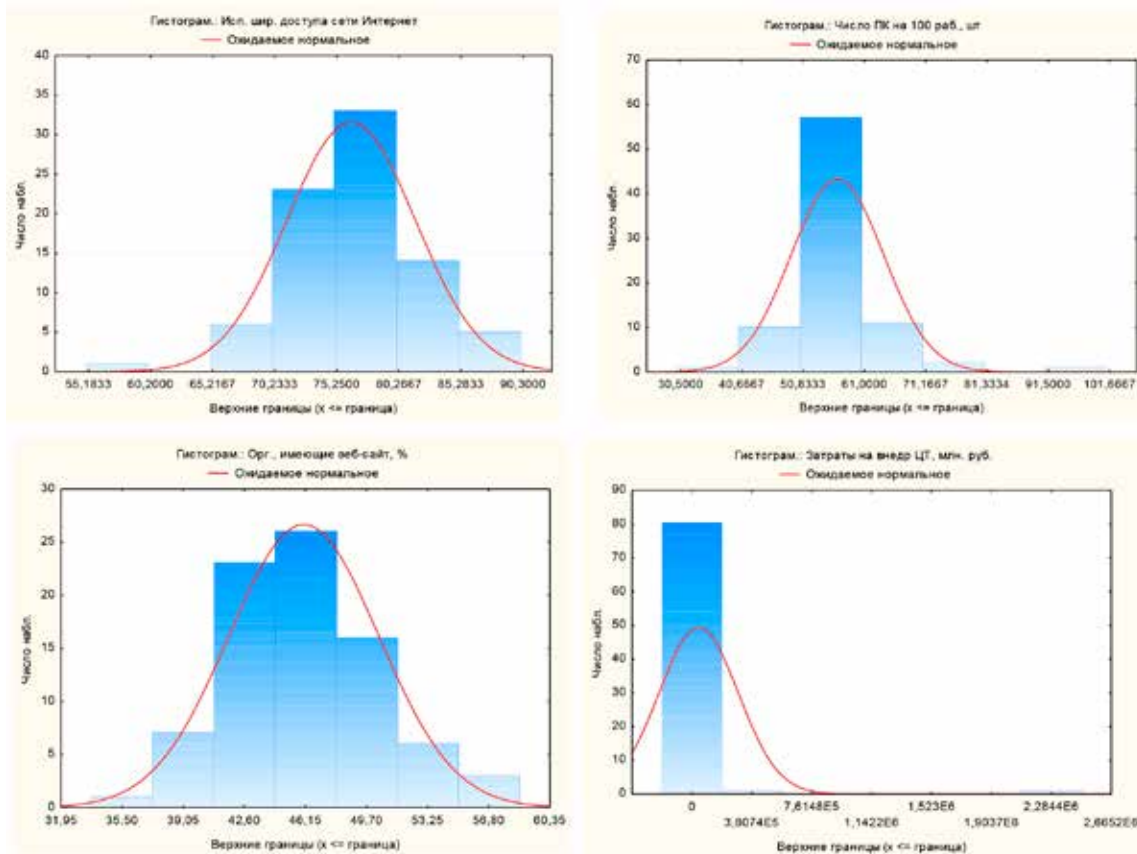


Рис. 5. Гистограммы распределения субъектов РФ по индикаторам информатизации экономики регионов РФ в 2021 г.

Распределение, близкое к нормальному закону, наблюдается в распределении случайных величин практически всех выбранных показателей (рис. 5). Исключение составляют затраты на внедрение цифровых технологий – для них характерна значительная правосторонняя асимметрия (коэффициент асимметрии составил 8,87).

Причем регионы по затратам на внедрение цифровых технологий распределены крайне неравномерно (коэффициент вариации равен 589%). Невысокими коэффициентами вариации характеризуются распределения субъектов РФ по остальным индикаторам информатизации экономики (коэффициент вариации колеблется в пределах 7-14%).

Ранжирование субъектов РФ по выбранным показателям информатизации экономики показало, что в 2021 году лидерами по показателю «Использование широкополосного доступа сети интернет в организациях» стали Тамбовская область (87,6%),

Липецкая область (87,5%) и Белгородская область (86,5%) (рис. 6, а). Оставшиеся 7 субъектов не сильно отстают от тройки лидеров; в общей совокупности показатели варьируют в пределах 81-88% (рис. 6, б).

Отстающими регионами в 2021 году стали преимущественно субъекты Северо-Кавказского федерального округа (рис. 6, б). Наименьший показатель принадлежит Республике Дагестан (57,5%). Здесь стоит обратить внимание, что на 4-ом месте стоит г. Москва (67,7%).

Следующий показатель – число персональных компьютеров на 100 работников (рис. 7).

В 2020-2021 гг. с связи распространением новой на тот момент коронавирусной инфекции большинство предприятий перешли в работу-онлайн. И лидерами среди субъектов стали г. Москва (96 шт. на 100 работников), г. Санкт-Петербург (77 шт. на 100 работников) и Томская область (71 шт. на 100 работников) (рис. 7, а).

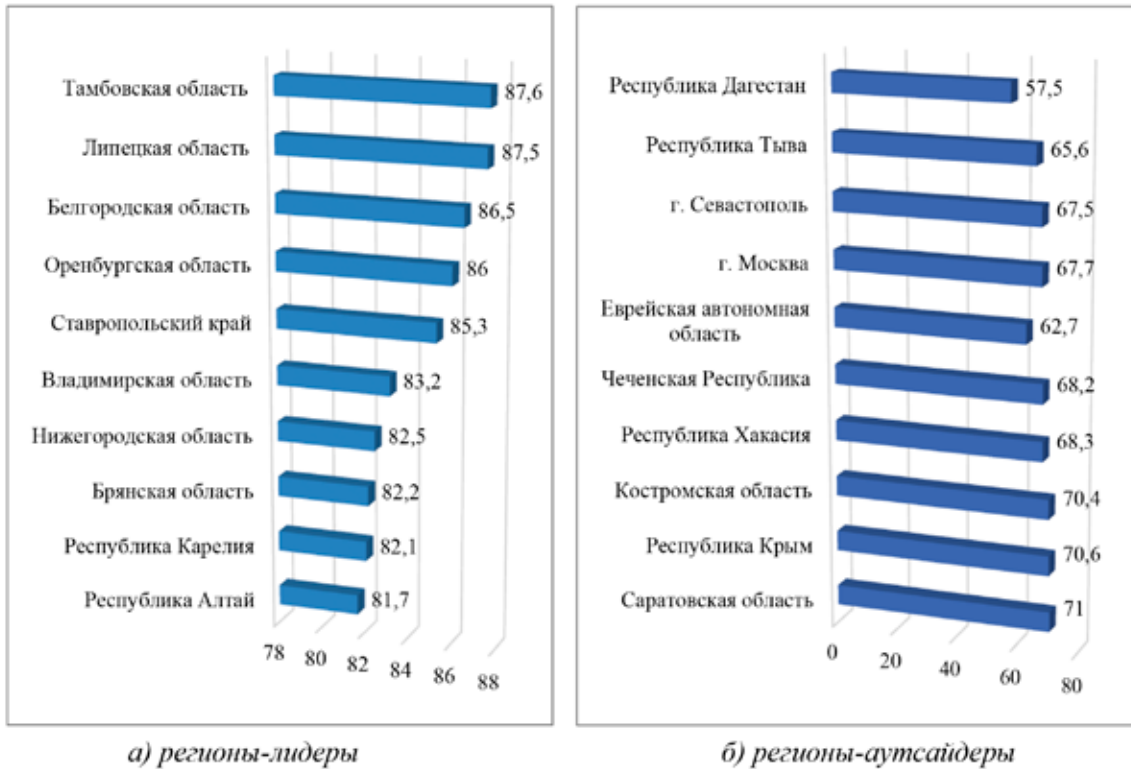


Рис. 6. Использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях, % от общего числа обследованных [8]



Рис. 7. Число персональных компьютеров на 100 работников, шт. [8]

Среди регионов-аутсайдеров самый наименьший показатель принадлежит Костромской области (35 шт. на 100 работников). В этом наблюдается дифференциация регионов, поскольку и лидер, и аутсайдер по количеству персональных компьютеров находятся в одном Центральном ФО (рис. 7, б).

Лидером по показателю «Число организаций, имеющих веб-сайт» в 2021 году

выступает Чеченская Республика (56,8%). У Чеченской Республики наблюдается рост по многим направлениям развития экономики. Также в тройку регионов-лидеров вошли Белгородская область (56,2%) и Тамбовская область (55,1%), не сильно отставшие от главного лидера (рис. 8, а).

Наименьшие показатели по числу организаций, имеющих веб-сайт, зарегистри-

рованы в Республике Дагестан (35,5%), Республике Мордовия (37,8%) и Республика Калмыкия (38,2%). Наряду с этим преобладает Дальневосточный ФО (присутствуют 3 субъекта данного ФО) (рис. 8, б).

Еще одним важным показателем является «Объем затрат на внедрение и использование цифровых технологий» (рис. 9).

В 2021 году лидером с наибольшим отрывом от других субъектов РФ стала г. Москва (2 284 939,1 млн рублей). Такое лидерство было очевидно в силу большой населенности субъекта и скопления в нем экономических, производственных, трудовых и политических ресурсов. Стоит обратить внимание на взаимосвязь рассматриваемого ранее показателя – числа персональных компьютеров на 100 работников – с затратами на внедрение и использование цифровых технологий; в рассмотренном ранее показателе г. Москва также показала свое лидерство. После г. Москвы идет г. Санкт-Петербург (246 640,4 млн рублей) и Московская область (100 966,8 млн рублей), значительно отставая от лидера (рис. 9, а).

Среди отстающих регионов наблюдается большая дифференциация в сравнении с регионами-лидерами: минимальный пока-

затель принадлежит Республике Калмыкия (490,7 млн рублей). Причем отстающими регионами являются, в большинстве, регионы Северо-Кавказского ФО (рис. 9, б).

В силу большого количества исследуемых объектов для объективной и всесторонней оценки уровня информатизации экономики регионов и в целом по РФ по вышеописанным нами показателям был использован метод кластеризации. Для того, чтобы уточнить расчеты и привести их к единому масштабу, была произведена стандартизация данных по взятым показателям.

Посредством классификации совокупности данных методом «Варда» построена группировка всей совокупности, включающая 4 кластера. Для уточнения оценки эффективности произведенной кластеризации был использован дисперсионный анализ с применением метода к-средних. На основании результатов дисперсионного анализа можно сделать вывод о правильности и обоснованности разбиения совокупности регионов на 4 кластера. Это подтверждается значениями межгрупповых дисперсий; межгрупповые дисперсии больше внутренних, в том числе это подкрепляется гипотезой о неравенстве дисперсий (уровень значимости меньше 0,05).

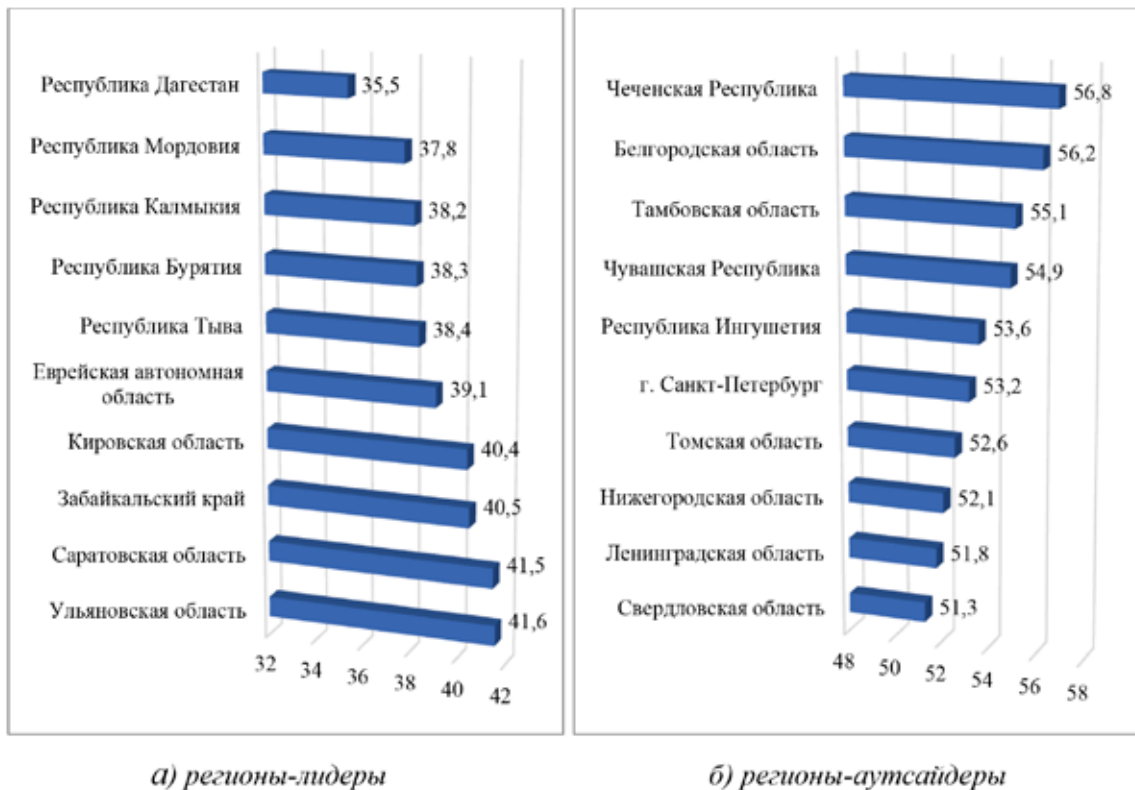


Рис. 8. Распределение регионов по числу организаций, имеющих веб-сайт, % от общего числа [8]

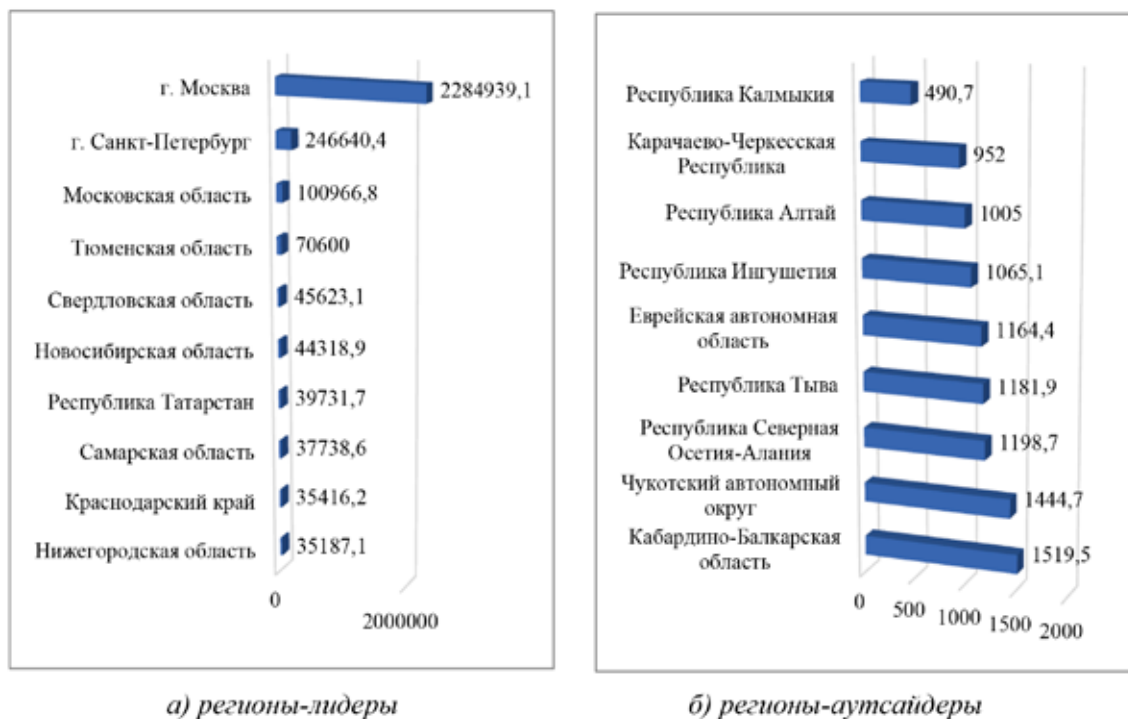


Рис. 9. Распределение регионов по объему затрат на внедрение и использование цифровых технологий, млн рублей [8]

Таблица 2

Ранжирование нормированных значений уровня информатизации регионов РФ в 2021 г.

Индикаторы информатизации	Нормированные значения средних				Ранги средних по кластерам			
	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
Использование широкополосного доступа сети Интернет в организациях	-1,673	-0,549	0,394	1,425	4	3	2	1
Организации, имеющие веб-сайт	5,139	-0,248	0,471	-0,766	1	3	2	4
Число персональных компьютеров на 100 работников	-0,035	-0,712	0,692	1,127	3	4	2	1
Затраты на внедрение и использование цифровых технологий	8,880	-0,117	-0,094	-0,121	1	3	2	4
Сумма рангов по кластеру					9	13	8	10
Место кластера по сумме рангов					2	4	1	3
Число регионов в кластере					32	10	5	35

Высокий уровень информатизации экономики характерен для регионов 3-го кластера со вторым местом по всем индикаторам, куда вошли г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Ленинградская область, Краснодарский край, Новосибирская область.

На втором месте первый кластер с лидирующими позициями по числу организаций, имеющих веб-сайт, и по затратам на внедрение и использование цифровых технологий (таблица 2), куда вошли 32 субъекта, в основном из Центрального и Приволжского ФО. Четвертый кластер

по сумме рангов занял 3-е место с максимальным количеством субъектов (35) и лидирующими значениями по использованию широкополосного доступа сети Интернет в организациях и числу персональных компьютеров на 100 работников. Четвертое место занял второй кластер с 10-тью регионами и со значениями информатизации экономики ниже средних.

Заключение

По результатам исследования темпы прироста показателей информатизации экономики за весь анализируемый период возрастали. Существенная неоднородность и значительная правосторонняя асимметрия отмечена в распределении регионов РФ

по затратам на внедрение цифровых технологий. Межрегиональный сравнительный анализ индикаторов информатизации экономики определил лидеров и аутсайдеров среди субъектов страны. Лучшими выступают социально и экономически развитые регионы преимущественно Центрального ФО. Результаты выполненного анализа территориальной дифференциации субъектов РФ по взятым показателям процесса информатизации экономики могли бы являться достойным основанием для формирования и совершенствования политики дальнейшего развития процессов информатизации и хорошей базой для создания, модернизации методического обеспечения оценки развития регионов РФ.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/71670570/> (дата обращения: 20.09.2023).
2. Долгих Е.А., Ефимова М.Р. Статистический анализ развития информационного общества в Российской Федерации // Вестник университета. 2018. № 9. С. 90-94.
3. Мурсалян А.В., Бочкова Т.А. Цифровизация экономики и ее влияние на отдельные сектора экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 4-2 (86). С. 47-50.
4. Батракова Л.Г. Развитие цифровой экономики в регионах России // Социально-политические исследования. 2019. № 1(2). С. 51-64.
5. Высоцкая Д.Р. Трансформация экономики России в условиях цифровизации / Д. Р. Высоцкая // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 31. С. 1017-1020.
6. Гиесов А.А. Цифровизация экономики как фактор стимулирования экономического роста и сокращения уровня теневой экономики // Modern Science. 2021. № 7. С. 42-44.
7. Proskurina N.V., Davidyan Yu.I., Zorina M.A. Digitization and the Population Quality of Life: Statistical Perspective // Lecture Notes in Networks and Systems. 2022. № 304. С. 699-705.
8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gks.ru/folder/14478> (дата обращения: 20.09.2023).

УДК 332.12

С. Б. Жемулин

ФКОУ ВО «Пермский институт ФСИН России», Пермь, e-mail: hr.pifsin@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

Ключевые слова: регион, лесная промышленность, деревообрабатывающая отрасль, древесина, инвестиции в основной капитал.

В статье на основании обзора современных экономических источников и анализа статистической информации исследованы ключевые особенности и различные аспекты развития деревообрабатывающей отрасли регионов Российской Федерации. Выявлены основные угрозы и риски отраслевого развития в условиях современной экономической неопределенности. Исследована динамика объема лесозаготовок лесопромышленных регионов России за 2017-2022 года. Установлено существенное снижение объемов лесозаготовок начиная с 2020 года в связи с пандемией коронавируса и усложнением международной обстановки. Определены отечественные регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры по показателям рентабельности деревообрабатывающей отрасли. Осуществлено сопоставление показателей отраслевого развития Красноярского и Пермского краев и Российской Федерации в целом. На основании динамики официальной заработной платы по видам деятельности в Пермском крае сформулированы выводы об внутриотраслевых особенностях. В заключении обоснованы перспективные направления повышения конкурентоспособности лесопромышленных регионов страны.

S.B. Zhemulin

Perm Institute of the Federal Penal Service, Perm, e-mail: hr.pifsin@mail.ru

MODERN FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE WOOD PROCESSING INDUSTRY IN THE FORESTRY REGIONS OF RUSSIA

Keywords: region, timber industry, woodworking industry, timber, investment in fixed capital.

In the article, based on a review of modern economic sources and analysis of statistical information, the key features and various aspects of the development of the woodworking industry in the regions of the Russian Federation are investigated. The main threats and risks of branch development in the conditions of modern economic uncertainty are revealed. The dynamics of the volume of logging in the timber industry regions of Russia for 2017-2022 has been studied. A significant decrease in logging volumes has been established since 2020 due to the coronavirus pandemic and the complication of the international situation. Domestic regions-leaders and regions-outsiders have been determined in terms of the profitability of the woodworking industry. Comparison of indicators of branch development of Krasnoyarsk and Perm territories and the Russian Federation as a whole is carried out. Based on the dynamics of official wages by type of activity in the Perm Territory, conclusions about intra-industry features are formulated. In conclusion, promising directions for increasing the competitiveness of the timber industry regions of the country are substantiated.

Введение

В научной литературе отмечается существующая в мировом пространстве многовариантность и альтернативность методов государственного регулирования лесной промышленности и деревообрабатывающей отрасли. Подчеркивается значимость своевременных объективных маркетинговых исследований для обеспечения рентабельности бизнеса в соответствующей сфере экономики [1]. При этом, объективность выделения деревообрабатывающей отрасли из лесной промышленности, как обособленного подкомплекса, связывают

с появлением во второй половине прошлого века инновационных технологий переработки древесины и производстве на ее основе широко востребованной в экономике продукции [2].

Обладая мощным ресурсным потенциалом и являясь ключевым поставщиком материалов для многих отраслей российской экономики отечественная деревообработка существенно отстает от них по уровню маркетинга [3], развитости инструментов анализа рынка, учету современных интересов потребителя [4]. В настоящих условиях экономической неопределенности, обостряю-

щихся внешних рисков и угроз [5], данные обстоятельства определяют научный и практический интерес к обозначенной проблематике, стимулируют творческий поиск, ориентированный на преодоление негативной ситуации и выявление факторов благоприятного отраслевого развития. В особой степени анализ сложившейся ситуации актуален для лесопромышленных регионов Российской Федерации, органов отраслевого управления и соответствующих бизнес-структур.

Цель статьи заключается в исследовании современных тенденций развития отраслей деревообработки и производства изделий из дерева в условиях современных структурных сдвигов в экономическом пространстве.

Материалы и методы исследования

Материалом для настоящей статьи послужили работы российских и зарубежных экономистов, посвященные анализу современных тенденций развития отечественной лесной промышленности и деревообрабатывающей отрасли, показатели официальной статистики Российской Федерации, а также ранее опубликованные результаты исследований автора.

В качестве методов исследования использовались методы познания и обобщения, монографический метод и методы аналитической обработки статистической информации за 2017-2022 годы.

Результаты исследования и их обсуждение

В условиях современного санкционного противостояния отечественный бизнес деревообработки столкнулся с целым спектром проблем, рисков и угроз. Среди них называются:

- высокая зависимость от импорта из недружественных стран специализированной техники и комплектующих, усугубляемая введенными ограничениями на их поставку;
- уход или приостановка деятельности иностранных компаний соответствующего сегмента рынка с территории России;
- переориентация транспортной логистики лесоперевозок с «Запада» на «Восток»;
- внутренний рост цен на перемещение грузов железнодорожным транспортом;
- повышение вывозных пошлин на необработанную древесину [6];
- санкции против национальной банковской системы и приостановка действия

международных торговых сертификатов на российскую продукцию, пролоббированные рядом стран в целях ограничения экспорта древесины и лесоматериалов и др. [7];

- низкий уровень задействования возвратных отходов [8] и др.

Необходимо отметить, что несмотря на зависимость деревообрабатывающих производств от источников сырья [9] обязательно присутствие предприятий соответствующего профиля на территориях регионов с наибольшей лесистостью [10]. Кроме того, в ряде лесопромышленных регионов, ввиду их высокой степени индустриальности, вопросам соответствующего отраслевого развития уделяется недостаточно много внимания со стороны органов управления субъектов Российской Федерации. К подобным регионам можно отнести Пермский край, занимающий при этом, значимую позицию по объему заготовленной древесины в стране (рисунок 1).

Рисунок 1 иллюстрирует позиции лесопромышленных регионов России по заготовке древесины за 2017-2022 годы. Можно отметить лидирующую позицию Красноярского края не только среди регионов Сибири и Дальнего Востока, но и в целом по стране. Среди лесопромышленных субъектов европейской части России выделяются по данному показателю Вологодская и Архангельская области.

Совершенно иная ситуация просматривается по показателям хозяйственной деятельности предприятий и организаций отрасли деревообработки и производства изделий из дерева (рисунок 2).

Так, за рассматриваемый период по показателю прибыли до налогообложения среди лидеров, наряду с лесопромышленными регионами (Республики Карелия и Коми, Архангельская и Кировская области, Пермский край) находится Республика Татарстан. Неплохие позиции демонстрируют Свердловская и Тюменская области. Отрицательные значения показателя у Приморского и Хабаровского краев и, особенно, у Томской области.

Ход дальнейшего исследования предполагает сопоставление показателей развития отрасли обработки древесины и производства изделий из дерева Красноярского края, Пермского края и Российской Федерации в целом.

Так, на рисунке 3 представлены изменения цен на продукцию за 2017-2022 годы.

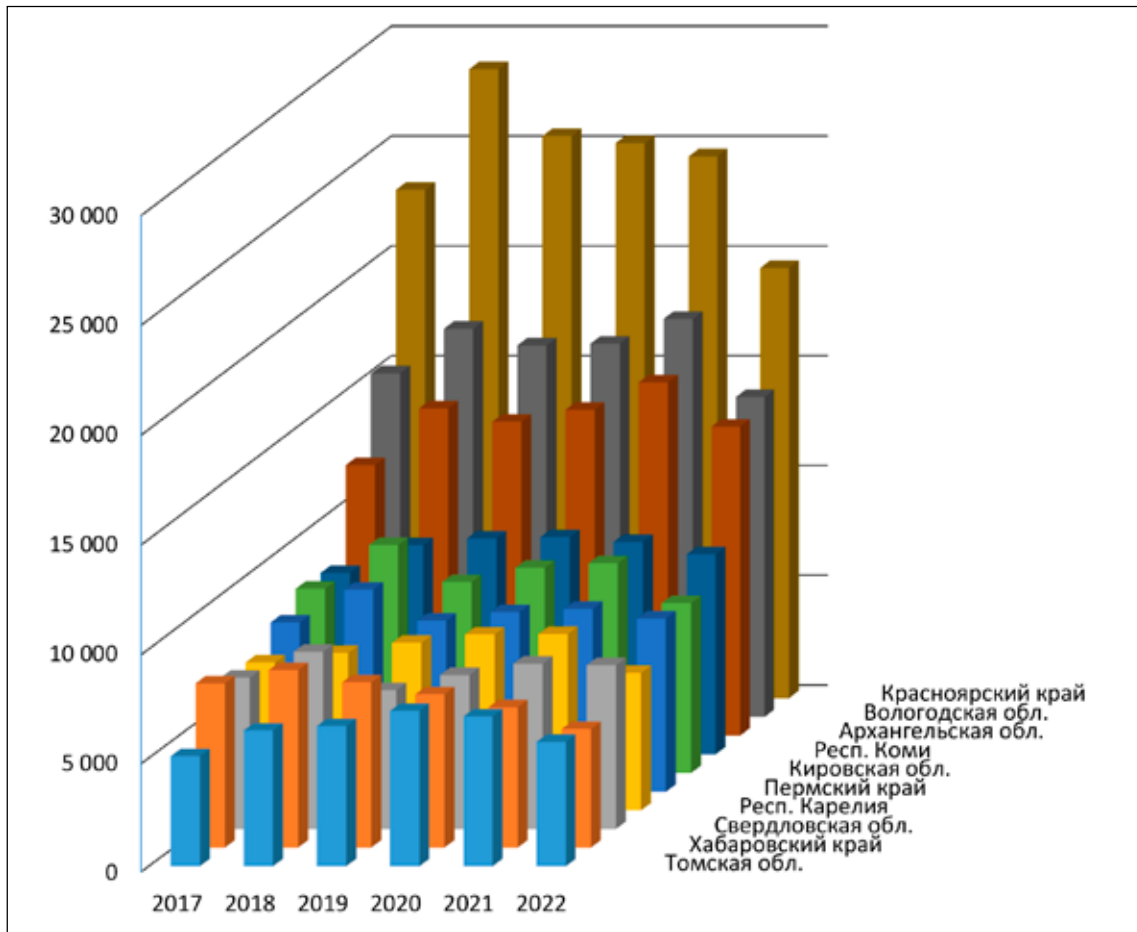


Рис. 1. Объем заготовленной древесины в лесопромышленных регионах РФ в 2017-2022 гг., тыс. куб. м.
 Источник: составлено автором по данным [11]

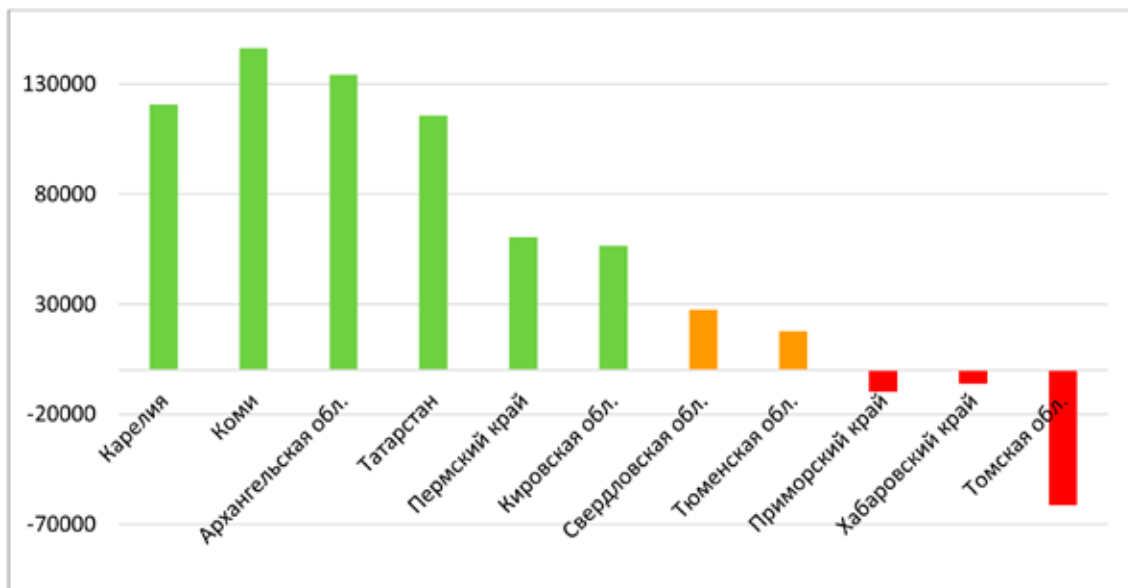


Рис. 2. Прибыль до налогообложения предприятий деревообрабатывающей промышленности регионов РФ за 2017-2022 гг., млн руб.
 Источник: составлено автором по данным [11]

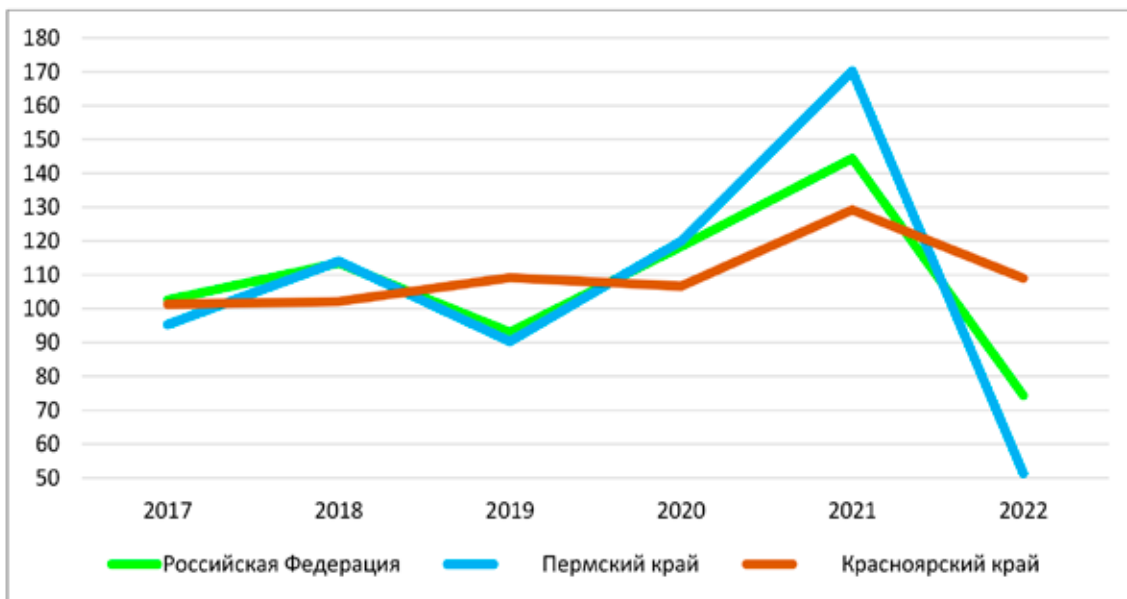


Рис. 3. Индексы цен производителей по обработке древесины и производству изделий из дерева, кроме мебели за 2017-2022 гг., декабрь к декабрю предшествующего года
 Источник: составлено автором по данным [11]

Можно отметить существенный рост цен на обработанную древесину и изделия из дерева в 2021 году по отношению к 2020 году – периоду введения локдауна. В свою очередь, в 2022 году в связи с обострением внешнеполитической ситуации данный индекс резко упал по отношению к предшествующему периоду.

Важнейшим направлением повышения отраслевой конкурентоспособности [12] является повсеместное внедрение технологий комплексного использования древесного сырья, основывающихся на способах его глубокой переработки с максимизацией экономического эффекта с одного кубического метра при соблюдении экологического императива [13]. Вместе с тем, большинство лесопромышленных регионов Российской Федерации характеризуются низким уровнем технологичности функционирующих деревообрабатывающих предприятий [14]. Несомненно, что для преодоления технологического разрыва необходимы серьезные инвестиционные вливания в отрасль.

В настоящее время, особую актуальность приобретают инвестиционный проекты по внедрению технологий, ориентированных на комплексное использование сырья, в том числе низкосортного и от-

ходов переработки, требующих больших начальных вложений в сравнении с традиционными технологиями механической обработки древесины. Особый приоритет в сложившейся ситуации должен уделяться импортозамещающей технике, в том числе, специализированной [15], наиболее предпочтительной до настоящего времени для отечественного потребителя ввиду ее большей надежности, меньшей трудо- и энергозатратности. Преодоление сложившейся зависимости требует усиления государственной поддержки с принятием необходимых управленческих решений на федеральном и региональном уровнях [16].

На рисунке 4 представлены показатели объемов инвестиций в основной капитал по видам деятельности «обработка древесины» и «производство изделий из дерева» в Красноярском и Пермском краях за рассматриваемый период.

Рисунок 4 иллюстрирует различия не только в объемах инвестиций в основной капитал, но и в отраслевой специализации исследуемых регионов. Если в Красноярском крае отраслевые инвестиции в основной капитал направляются в сферу обработки древесины, то в Пермском крае инвестиции в производство изделий из дерева тождественны с инвестициями в обработку древесины.

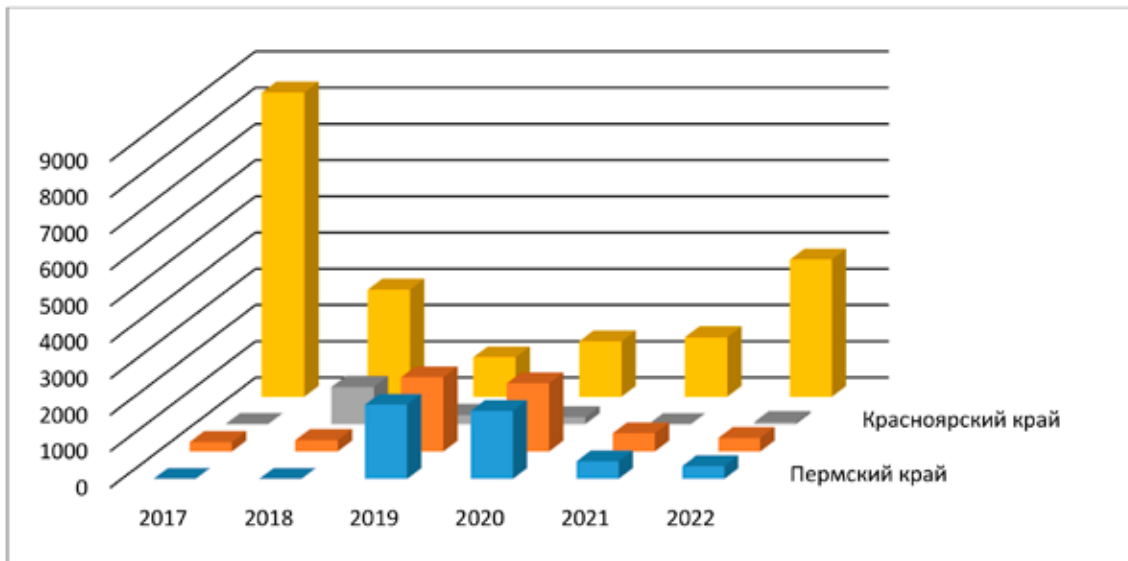


Рис. 4. Инвестиции в основной капитал по видам деятельности обработка древесины и производство изделий из дерева в Пермском и Красноярском краях за 2017-2022 гг., млн руб. кроме субъектов МП
 Источник: составлено автором по данным [11]

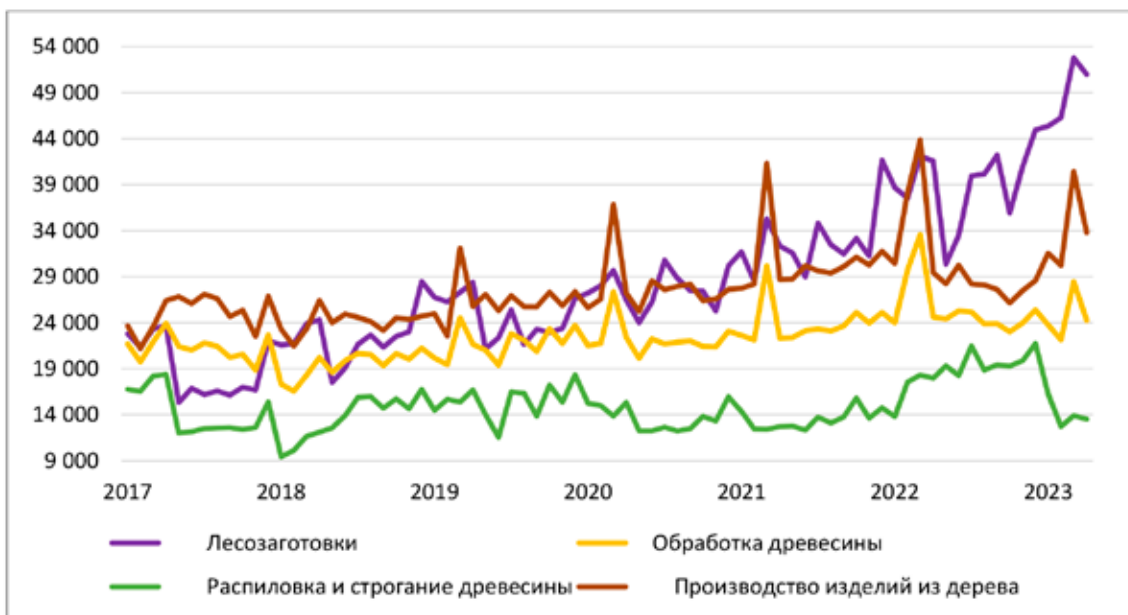


Рис. 5. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по видам деятельности в Пермском крае за 2017-2022 гг., руб
 Источник: составлено автором по данным [11]

В то же время, отраслевые сдвиги, связанные с переориентацией экспортных потоков лесной промышленности, увеличивающийся товарооборот с азиатскими партнерами, стимулировал начиная с 2020 года значительный рост инвестиций в обработку древесины для последующего экспорта. При этом, Пермский

край в последние годы демонстрирует отрицательную динамику.

Одним из показателей, характеризующим отраслевую специфику и особенности развития лесопромышленного региона, выступает показатель среднемесячной заработной платы (рисунок 5).

Рассмотрев динамику среднемесячной номинальной начисленной заработной платы по видам деятельности в Пермском крае можно сделать ряд выводов.

Во-первых, практически не изменяющийся за анализируемый период официальный размер оплаты труда по виду деятельности «распиловка и строгание древесины», связан, по нашему мнению, с нормативно установленным размером минимальной оплаты труда и широким применением так называемых «серых» схем, особенно в микро- и малых предприятиях. Чуть лучше ситуация наблюдается по «обработке древесины».

Во-вторых, большую достоверность реальной заработной платы демонстрирует «производство изделий из дерева», осуществляемое как правило, на предприятиях расположенных в пределах крупных населенных пунктов и осуществляющих более открытую хозяйственную деятельность.

В-третьих, наблюдаемый устойчивый рост официальной заработной платы в «лесозаготовках» связанный как с реализацией инвестиционных проектов, в том числе по приобретению техники в лизинг, так и введением электронного документооборота.

Данные выводы могут послужить источником информации для выработки необходимых управленческих решений органами государственного регулирования отраслевого развития.

Заключение

Рассмотренные в настоящей статье аспекты развития деревообрабатывающей отрасли лесопромышленных регионов страны актуальны и могут послужить основой для более конкретизированных исследований. Изменяющаяся экономическая обстановка создала предпосылки для отраслевых сдвигов в лесопромышленном комплексе страны и регионов. В наибольшей степени негативные изменения коснулись лесопромышленных субъектов европейской части России. Перспективы дальнейшего конкурентоспособного развития лесопромышленного комплекса связаны с переориентацией на азиатские государства. При этом, для отрасли появился реальный шанс на восстановление производств специализированной техники отечественного производства с учетом новейших достижений научно-технического прогресса в рамках реализации программ государственной поддержки развития.

Библиографический список

1. Цвирков В.В., Каско Л.И., Карашук М.Н. Международный опыт управления лесохозяйственным комплексом // Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. 2021. № 1 (244). С. 130-138.
2. Ищенко Т.Л., Платонов А.Д., Кантиева Е.В., Бельчинская Л.И., Стородубцева Т.Н., Максименков А.И. Основоположники лесопромышленной научной школы // Лесотехнический журнал. 2020. Т. 10, № 4 (40). С. 46-62.
3. Проскурина И.Ю., Шишкина Л.А., Батурина А.О. Совершенствование методики выбора поставщиков производственных ресурсов для деревообрабатывающих предприятий // Современная экономика: проблемы и решения. 2023. № 1 (157). С. 98-108.
4. Шадрин Н.В. Сравнительный анализ маркетингового инструментария, используемого для продвижения продукции предприятий деревообрабатывающей отрасли // Вопросы устойчивого развития общества. 2021. № 6. С. 138-143.
5. Бычкова Д.О. Факторы и условия обеспечения экономической безопасности организации деревообрабатывающей промышленности // Трибуна ученого. 2020. № 7. С. 211-225.
6. Дюйзен Е.Ю., Блинова Т.Н. Состояние и перспективы развития лесопромышленного комплекса Хабаровского края // Актуальные проблемы лесного комплекса. 2018. № 52. С. 65-69.
7. Ревенко Е.А. Проблемы малого и среднего бизнеса в лесном комплексе в новых экономических условиях // Менеджмент социальных и экономических систем. 2022. № 2 (26). С. 16-20.
8. Терентьева Е.А. Особенности деятельности деревообрабатывающих предприятий и возможные способы управления рисками на примере ООО «Деревянное зодчество» // Актуальные вопросы современной экономики. 2020. № 4. С. 203-212.

9. Рябова Т.Г. Отдельные особенности организационно-экономического механизма развития предприятий глубокой переработки древесины // Инновации. Наука. Образование. 2020. № 21. С. 566-573.
10. Марчук И.И. Состояние лесопромышленного комплекса РФ малолесного региона на примере Воронежской области // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2021. Т. 9, № 1 (52). С. 62-72.
11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 19.07.2023).
12. Советов П.М., Советова Н.П. Методические основы оценки конкурентоспособности предприятия деревообрабатывающей промышленности на отраслевом рынке // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2020. № 3 (58). С. 85-96.
13. Ледницкий А.В., Саков А.В. Методические подходы к оценке эффективности переработки древесного сырья на предприятиях деревообрабатывающей промышленности // Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. 2018. № 2 (214). С. 52-56.
14. Трусевич Е.В., Баканова О.А. Оценка эффективности технологического развития деревообрабатывающих предприятий Иркутской области // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2020. Т. 1. С. 88-94.
15. Каляшов В.А., До Туан А., Хитров Е.Г., Григорьева О.И., Гурьев А.Ю., Новгородов Д.В. Современные системы машин и технологии заготовки древесины и лесовосстановления в условиях горных лесосек // Resources and Technology. 2022. Т. 19, № 2. С. 1-47.
16. Саханов В.В., Фитчин А.А. Рынок деревообрабатывающего оборудования: состояние и перспективы // Экономика высокотехнологичных производств. 2020. Т. 1, № 2. С. 63-76.

УДК 338.22

В. П. Золотарева

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (МГИМО), Москва, e-mail: zolotareva2005@mail.ru

А. К. Тятенко

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (МГИМО), Москва, e-mail: tack030602@gmail.com

Д. Т. Носик

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (МГИМО), Москва, e-mail: d.nossik@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ ПОД ВЛИЯНИЕМ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: циркулярная экономика, российский рынок, бутилированная вода, потребительское поведение, пластиковые отходы.

Переход от линейной к циркулярной модели оказывает влияние на многие отрасли российской экономики. Цель исследования – выявить роль потребителей в продвижении циркулярной экономики и их влияния на трансформацию отраслевых рынков, в частности рынка бутилированной воды. В статье приведён прогноз развития российского рынка бутилированной воды при переходе на принципы циркулярной экономики. Проведён анализ текущего состояния рынка бутилированной воды, выявлены основные рыночные тренды и рентабельность данного бизнеса. Как основной положительный эффект от возможной трансформации рынка отмечается сокращение объёмов пластиковых отходов, образующихся в результате использования бутилированной воды. Авторы приходят к выводу о влиянии циркулярной экономики на отраслевые рынки с целью решения современных социо-эколого-экономических проблем.

V. P. Zolotareva

Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (MGIMO), Moscow, e-mail: zolotareva2005@mail.ru

A. K. Tyatenko

Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (MGIMO), Moscow, e-mail: tack030602@gmail.com

D. T. Nosik

Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (MGIMO), Moscow, e-mail: d.nossik@mail.ru

THE TRANSFORMATION OF THE RUSSIAN BOTTLED WATER MARKET DRIVEN BY CIRCULAR ECONOMY

Keywords: circular economy, Russian market, bottled water, consumer behavior, plastic waste.

The transition from a linear to a circular model has an impact on many sectors of the Russian economy. The purpose of the study is to identify the role of consumers in promoting the circular economy and their influence on the transformation of industry markets, in particular the bottled water market. The article presents the forecast concerning the development of the Russian bottled water market in accordance with the circular economy. The authors conducted an analysis of the current state of the market, highlighted major market trends and the profit margin of the business. The substantial reduction of plastic waste produced due to the usage of bottled water is noted as a main positive consequence of the transformation of the market. The authors draw a conclusion about the influence of the circular economy on industry markets aiming at solving modern complex socio-ecological economic problems.

Введение

Циркулярная экономика представляет собой экономическую модель, в которой «на инновационной основе обеспечивается возобновление и воспроизводство ресурсов, формируются и развиваются механизмы и инструменты их повторного (циклического) вовлечения в экономическую систему» [1, с. 21]. Однако в настоящее время её уровень в мире низок и демонстрирует тенденции к ещё большему снижению: с 9,1% в 2018 г. до 8,6% в 2020 г. [2].

Признавая важность циркулярной экономики для устойчивого развития, во многих странах мира предпринимаются усилия по внедрению её принципов. Не осталась в стороне от ведущих мировых трендов и Россия, которой предстоит создать систему экономической деятельности, органично вписанную в природную экосистему. Важное значение в этом процессе отводится потребителю, поведение которого оказывает существенное влияние на экономическую эффективность использования ресурсов.

Обзор современной литературы свидетельствует о росте интереса отечественных исследователей к различным аспектам циркулярной экономики. Значительное количество работ посвящено анализу теоретического концепта циркулярной экономики [3-11]. Ряд авторов рассматривает проблему перехода России к циркулярной экономике [12-15]. Сделана и попытка анализа проблемы изменения потребительского поведения под влиянием циркулярной экономики [16-18].

Актуальность исследования обусловлена низким уровнем проникновения циркулярной экономики в хозяйственную систему России и недостаточным вниманием к роли потребителя в этом процессе.

Объектом исследования является рынок питьевой бутилированной воды Российской Федерации.

Питьевая вода является ценнейшим ресурсом для человечества. Для рядового потребителя существуют 3 основных её источника: из водопровода, из родников или в бутилированном виде. Глобальная тенденция – всё большее распространение последнего, причем в основном в пластиковой таре [19].

Производство бутилированной воды представляет собой пример линейной модели экономики: «брать, делать, уничтожать отходы». Таким образом, данная модель приводит не только к истощению ресурсов, но и к проблеме уничтожения отходов, ос-

новными видами которых являются тара, шлам, топливные отходы заводов-производителей и т.п.

Всё это в совокупности ведёт к необходимости перехода к принципам циркулярной экономики: «брать, делать, перерабатывать». В ракурсе рассматриваемой темы здесь следует выделить два аспекта проблемы: первый – переработка образующихся отходов – и второй – отказ от бутилированной воды и переход на альтернативные варианты потребления этого ресурса, что априори снижает объёмы отходов и больше отвечает современным подходам к результатам экономической деятельности.

Вышеуказанные проблемы крайне важны для России – страны с богатыми природными ресурсами, перед которой стоит вопрос их сохранения и рационального использования.

Цель исследования – выявить роль потребителей в продвижении принципов циркулярной экономики и их влияния на трансформацию отраслевых рынков, в частности рынка бутилированной воды.

Материалы и методы исследования

Информационной базой послужили данные Росстата, аналитические материалы консалтинговой компании «NeoAnalytics» и маркетингового агентства «Analytic Research Group», а также другие материалы по теме исследования из открытых источников. Для решения поставленных задач были использованы: методы эмпирического исследования (наблюдение, сравнение и описание), методы теоретического познания (формализация, гипотетико-дедуктивный метод), общелогические методы (анализ и синтез, абстрагирование, обобщение и др.), приемы качественно-количественного анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

На данный момент на российском рынке бутилированной воды представлен крайне разнообразный ассортимент питьевой воды, который можно структурировать: по виду воды (газированная и негазированная, минеральная), таре (стеклянная либо пластиковая); объёму упаковки (от 0,25 до 19,2 л).

Согласно исследованию NeoAnalytics, на российском рынке в год реализуется свыше 30 млрд литров бутилированной воды (примерно 200 л на человека в год). Внутреннее производство составляет сопо-

ставимые масштабы, причём доля питьевой воды – 61,4%, т.е. на человека в год приходится 122,8 литров произведённой в РФ бутилированной питьевой воды [20]. В среднем цена воды находится на уровне порядка 35 руб./л, однако имеются сильные различия по регионам – от 16 руб./л в Ярославле до 93 руб./л в Магаданской области [21]. Итоговый оборот отрасли превышает 1 трлн руб. Себестоимость же 1 литра бутилированной воды составляет: при добыче из скважины 2 руб., из источника – 1 руб. [22]. С учётом расходов на упаковку, амортизацию оборудования, персонал, логистику и маркетинг она вырастает до 13 руб. и выше [23]. На наценку, таким образом, приходится 22 рубля (62% от цены в среднем). Валовая прибыль, без учёта прочих издержек, получается в размере 660 млрд руб., что свидетельствует о высокой рентабельности данного бизнеса.

Согласно информации Союза производителей питьевых, минеральных вод и безалкогольных напитков (СПБВ), в России на сегодняшний день насчитывается более 2 тысяч производителей бутилированной воды. По данным на 2019 год совокупная доля розничных продаж трёх компаний (IDS Vorjomi (ТМ «Святой источник»), Coca-Cola (ТМ «Бон аква») и PepsiCo (ТМ «Аква минерале») превышала 30% от общего объёма. Также на рынке присутствуют и другие широко известные компании («Холдинг аква» (ТМ «Нарзан» и «Ессентуки»), компании «Меркурий», ООО «Рычал су», ООО «Аквалайф», «Карачинский источник», «Шишкин Лес» и др., однако их доля по отдельности не превышает 1–2% [24].

Ниже представлена диаграмма с данными о самых популярных брендах на отечественном рынке бутилированной воды (рис. 1).

К текущим рыночным трендам можно отнести уход крупных игроков из России, таких как Coca Cola [26] (даже несмотря на то, что произошёл ребрендинг Bon Aqua на Bona Aqua), а также сокращение объёмов российского производства бутилированной воды, который по результатам 2022 года снизился на 12% [27].

Доля потребителей только бутилированной воды в населении РФ – 16% (рис. 2), т.е. в России примерно 24 млн таких потребителей, которые, соответственно, потребляют в среднем 1152 л/чел. воды в год [28]. Затраты на такую воду для отдельного человека в среднем за год: $35 \cdot 1152 = 40320$ руб.

Рассмотрим альтернативный вариант потребления питьевой воды: из водопровода с применением фильтров (этот вариант более популярен в РФ – только такую воду пьют 44%). Средняя цена воды «из-под крана» в России варьируется в зависимости от региона. Расчёт приведён на примере потребителей города Москва, составляющих значительную долю всех потребителей бутилированной воды. В Москве цена воды «из-под крана» составляет 51 руб. за кубометр, или 5 коп./л. [30]. Средняя цена 1 картриджа – 403 руб., он может использоваться в среднем 3 месяца, итого в год необходимо 4 картриджа, расходы на них – 1612 руб. [31]. Совокупные расходы на питьевую воду в Москве при такой модели потребления: $0,05 \cdot 1152 + 1612 = 1669,6$ руб.

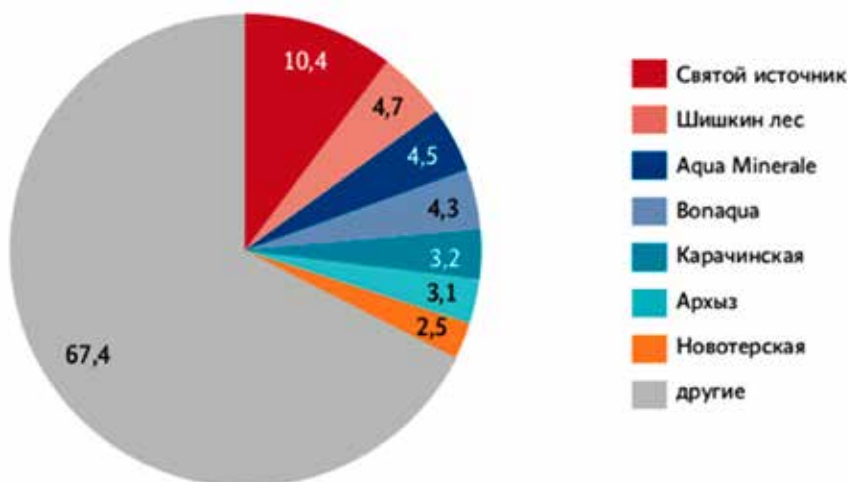


Рис. 1. Доля продаж компаний-производителей бутилированной воды на российском рынке, 2019 г., % [25]



Рис. 2. Доли населения по модели потребления питьевой воды, % [29]

Таким образом, для потребителей в Москве потребление только бутилированной воды обходится дороже на 38650,6 руб., или более, чем в 24 раза. Исходя из вышеизложенных фактов, можно сделать вывод об экономической целесообразности перехода на применение фильтров вместо покупки бутилированной воды.

С позиции циркулярной экономики среди важнейших положительных эффектов от изменения потребительского поведения отметим проблему сокращения отходов, основная масса которых – пластиковая тара. Широко известно, что пластик долго разлагается в природе, в связи с чем этот материал представляет собой серьезную угрозу для экосистемы [32]. Исходя из того, что в глобальном отношении на 350 млрд литров произведённой бутилированной воды приходится порядка 25 млн тонн пластиковых отходов [33], и соотнеся это с объёмами потребляемой в России такой воды, получаем, что это приводит к образованию 2,14 млн тонн пластиковых отходов в стране, или от 42,8% до 59% совокупных пластиковых отходов в РФ [34]. Таким образом, один лишь отказ от потребления бутилированной воды позволит довольно существенно сократить количество пластиковых отходов.

Отметим, что переход к потреблению питьевой воды на принципах циркулярной экономики имеет и отрицательные эффекты,

так как он подразумевает снижение объёмов производства бутилированной воды и соответствующее снижение прибыли компаний-производителей бутилированной воды.

Одним из вариантов решения проблемы сокращения внутреннего спроса является расширение экспортных возможностей отрасли.

Однако при глобальном отказе от бутилированной воды, что предполагается при условиях распространения циркулярной экономики и отсутствия технологии полностью перерабатываемой упаковки, производство в целом будет сокращаться.

Заключение

Современный этап развития российской экономики характеризуется активными действиями по трансформации текущей экономической линейной модели в циркулярную. Внедрение циркулярной экономики требует изменения механизма взаимодействия всех субъектов рынка, главная роль среди которых отводится потребителю.

Анализ изменения потребительского поведения под влиянием принципов циркулярной экономики оказывает давление на все отраслевые рынки. В данном исследовании рассмотрен рынок бутилированной воды в РФ, который занимает 8,5% мирового объёма данной продукции [35]. Он является довольно развитым, на нём представлена широкая линейка производимой продукции от множества производителей, а совокупные объёмы предложения способны не только покрыть внутренний спрос, но и осуществлять экспорт. Количество его потребителей превышает 20 млн человек.

Исходя из глобальных целей по сохранению природных ресурсов и сокращению отходов, разумной представляется трансформация данного рынка на основе принципов циркулярной экономики, предполагающая минимизацию объёмов потребления бутилированной воды.

В то же время данный шаг имеет как позитивные, так и негативные последствия. С точки зрения циркулярной экономики, важнейшим позитивным последствием такого шага станет сокращение отходов, в основном – пластиковой тары. Помимо этого, снизится и количество попадающего в организм человека микропластика, содержащегося в бутилированной воде и несущего определённые риски для здоровья [36].

К положительным эффектам следует отнести и увеличение производства альтернативных товаров (картриджей, специальных ёмкостей), а также возможное расширение экспорта бутилированной воды. Кроме того, предполагается рост располагаемого дохода населения, который вместо трат на бутилированную воду будет направлен на иные нужды (в индивидуальном отношении размер экономии составит 38650,6 руб. ежегодно, на национальном же уровне – более 450 млрд руб. в год (при отказе 50% потребителей от бутилированной воды, так как реально полный отказ пока невозможен)). Косвенно трансформация приведёт и к повышению внимания к стандартам качества водопроводной воды, их

соблюдению, разработкам новых технологий по её очистке.

К негативным последствиям следует отнести снижение поступлений налогов от компаний-производителей бутилированной воды в бюджет, сокращение рабочих мест в данной отрасли и сопряжённых с ней отраслях, перепрофилирование бизнеса.

Таким образом, проанализированная трансформация должна проходить взвешенно, со смягчением указанных негативных эффектов и распространением модели осознанного потребления. Изменения данного рынка на принципах циркулярной экономики способны оказать существенное влияние на реализацию задач, поставленных в федеральном проекте «Экономика замкнутого цикла» [37].

Библиографический список

1. Рязанова О.Е., Золотарева В.П. Циркулярная экономика. 2-е изд., испр. и доп. М.: КноРус, 2022. 182 с.
2. Circularity Gap Report 2022. URL: <https://www.circularity-gap.world/2022> (дата обращения: 02.06.2023).
3. Амирова Н.Р., Саргина Л.В., Кондратьева Я.Э. Циркулярная экономика: возможности и барьеры // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2021. № 3(59). С. 187–201.
4. Белякова Е.А. Концепция внедрения циркулярной экономики // Вестник науки. 2023. № 5(62). С. 1186–1190.
5. Гурьева М.А. Описание и развитие теоретико-методического концепта циркулярной экономики: монография. Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2021. 165 с.
6. Доценко Е.Ю., Ездина Н.П., Мудрова С.В. Циркулярная экономика 3.0: перспективы структурной трансформации // Постсоветский материк. 2023. № 1(37). С. 114–127.
7. Ильина Е.А. Циркулярная экономика: концептуальные подходы и механизмы их реализации // Организатор производства. 2022. Т. 30, № 3. С. 21–30.
8. Мочалова Л.А. Циркулярная экономика в контексте реализации концепции устойчивого развития // Journal of New Economy. 2020. Т. 21, № 4. С. 5–27.
9. Ратнер С.В., Назарова Л.Е. Циркулярная модель экономического роста: опыт, возможности и барьеры. М.: ООО «НИЦ Инфра-М», 2023. 212 с.
10. Синельникова А.В. Переход к циркулярной экономике: проблемы и перспективы // Экономический вестник ИПУ РАН. 2022. Т. 3, № 1. С. 64–75.
11. Юсупова М.Д. Циркулярная экономика как инструмент устойчивого развития // ФГУ Science. 2023. № 1(29). С. 120–126.
12. Бирюков А.П., Лян Т., Тинякова В.И. Переход России к циркулярной экономике: необходимость, возможности, проблемы // Креативная экономика. 2023. Т. 17, № 3. С. 855–868.
13. Бобылев С.Н., Соловьева С.В. Циркулярная экономика и ее индикаторы для России // Мир новой экономики. 2020. № 14(2). С. 63–72.
14. Гутман С.С., Манахова М.С. Формирование системы индикаторов оценки реализации концепции циркулярной экономики в регионах Российской Федерации // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2021. № 2 (72). С. 81–95.
15. Никитаева А.Ю., Шестопалова О.С. Оценка уровня развития циркулярной экономики в регионах России // Региональная экономика. Юг России. 2022. Т. 10, № 3. С. 97–109.
16. Алмастьян Н.А., Ратнер С.В. Какие паттерны потребительского поведения способствуют становлению циркулярной экономики? Результаты эмпирического исследования // Экономический вестник ИПУ РАН. 2020. Т. 1, № 1. С. 83–93.
17. Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А. Циркулярная модель потребления и качество жизни населения // Журнал экономической теории. 2021. Т. 18, № 2. С. 239–253.

18. Коданева С.И. Общество потребления vs циркулярная экономика: совместимые или взаимоисключающие модели? // Социальные новации и социальные науки. 2020. № 2(2). С. 83–99.
19. Gambino I., Bagordo F. and others. PET-Bottled Water Consumption in View of a Circular Economy: The Case Study of Salento (South Italy) – Sustainability, 12 (19), September 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.3390/su12197988> (дата обращения 23.05.2023).
20. NeoAnalytics: Анализ российского рынка питьевой и минеральной воды: итоги 2021 г., прогноз до 2025 г. // РБК. 07.02.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13988/> (дата обращения 31.05.2023).
21. Analytic Research Group: В России растут как цены на бутилированную воду, так и число потребителей, пьющих воду из крана // РБК. 25.08.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11769/> (дата обращения: 31.05.2023).
22. Варганян Е. Крупнейший обман в истории // Московское городское отделение Российского географического общества. 19.11.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rgo.ru/ru/article/krupneyshiy-obman-v-istorii#:~:text=Себестоимость%20производства%20одного%20литра%20питьевой,то%2C%20в%20чём%20она%20продается> (дата обращения: 31.05.2023).
23. Business FM Санкт-Петербург: Какова реальная себестоимость бутылки воды? // Business Fm. 29.08.2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://bfmspb.ru/novosti/arxiv/kakova-realnaya-sebestoimost-butylki-vody/> (дата обращения: 31.05.2023).
24. Рынок бутилированной воды в России: появятся ли новые возможности для российских производителей в 2022 году? // IndexBox. 09.06.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.indexbox.ru/news/Rynok-pitevoj-i-mineralnoj-butirovannoj-vody/> (дата обращения: 01.06.2023).
25. IDS Borjomi построит свой крупнейший завод в Подмосковье // Ведомости. 27.10.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/09/27/841308-ids-borjomi> (дата обращения: 01.06.2023).
26. Coca-Cola лишилась 200 миллионов евро, забрав свою BonAqua и Rich из РФ // Агротайм. 12.08.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://agrotime.info/coca-cola-lishilas-200-millionov-evro-zabrav-svoju-bonaqua-i-rich-iz-rf/> (дата обращения: 01.06.2023).
27. Рынок бутилированной воды в России–2023 показал 12 проседание производства // vc.ru. 13.04.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/u/406653-roif-expert/664994-rynok-butirovannoy-vody-v-rossii-2023-pokazal-12-prosedanie-proizvodstva> (дата обращения: 01.06.2023).
28. National Academies: Report Sets Dietary Intake Levels for Water, Salt, and Potassium To Maintain Health and Reduce Chronic Disease Risk // The Institute of Medicine of The National Academies. 11.02.2004. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nationalacademies.org/news/2004/02/report-sets-dietary-intake-levels-for-water-salt-and-potassium-to-maintain-health-and-reduce-chronic-disease-risk> (дата обращения: 01.06.2023).
29. ВЦИОМ: Вода из-под крана: фильтруем и пьем // ВЦИОМ. 23.09.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/voda-iz-pod-krana-filtruem-i-pem> (дата обращения: 01.06.2023).
30. Тарифы на услуги водоснабжения и водоотведения на территории Москвы. 2023 г. – Мосводоканал. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mosvodokanal.ru/forabonents/tariffs/> (дата обращения: 02.06.2023).
31. Часто ли нужно менять картриджи в фильтрах для воды – Ecosoft. [Электронный ресурс]. URL: <https://ecosoft-moscow.ru/articles/chasto-li-nuzhno-menyat-kartridzhi-v-filtrakh-dlya-vody/> (дата обращения: 02.06.2023).
32. Ткачик И.Б. Пластиковая упаковка и ее воздействие на окружающую среду и человека. Сборник конкурсных работ студентов и магистрантов: в 2 ч. Брест: БрГТУ, 2019. Часть 1. С. 56–60.
33. Bouhel Z., Köpke J., Mina M., Smakhtin V. Global Bottled Water Industry: A Review of Impacts and Trends – Hamilton, Canada: United Nations University, Institute for Water, Environment and Health, 2023. P. 2. [Электронный ресурс]. URL: https://inweh.unu.edu/wp-content/uploads/2023/03/UNU_BottledWater_Report_F.pdf (дата обращения: 02.06.2023).
34. Шерункова О. Вечная проблема: Россия тонет в пластике // Газета.ру. 03.07.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/07/01/12469297.shtml> (дата обращения: 02.06.2023).
35. NeoAnalytics: Анализ российского рынка питьевой и минеральной воды: итоги 2021 г., прогноз до 2025 г. // РБК. 07.02.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13988/> (дата обращения: 31.05.2023).
36. Microplastics in drinking-water – Information Sheet – World Health Organization. 21.08.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://cdn.who.int/media/docs/default-source/wash-documents/microplastics-in-dw-information-sheet190822.pdf> (дата обращения: 02.06.2023).
37. Федеральный проект «Экономика замкнутого цикла» [Электронный ресурс]. URL: https://xn--80aavcebfc6cza.xn--p1ai/upload/iblock/d74/dfxf65tv2ppubp4px3u17kklyh4o5moy/Ekonomika-zamknutogotsikla-_passport_.pdf (дата обращения: 02.06.2023).

УДК 658.1

И. В. Иванюк

ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля», Луганск,
e-mail: meggi200244@gmail.com

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО РАВНОВЕСИЯ И СТАБИЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ключевые слова: финансовая безопасность, сельскохозяйственные предприятия, финансовое равновесие, стабильность, системное развитие.

Статья посвящена исследованию научно-методических основ оценки обеспечения финансовой безопасности предприятий на основе достижения финансового равновесия и стабильности на примере сельскохозяйственных предприятий Луганской Народной Республики. Рассмотрены правила, используемые в практике финансового анализа для оценки финансово-экономического развития предприятий: «золотое правило финансирования» и «золотое правило развития предприятия» («золотое правило экономики»). Обоснованы методические аспекты формирования правила системного развития предприятия, базирующегося на достижении статического и динамического финансового равновесия. Проведен анализ финансовой безопасности сельскохозяйственных предприятий на основе применения правила системного развития, который обеспечил формирование всесторонней и комплексной оценки условий их финансового равновесия, способствующей принятию эффективных управленческих решений в процессе разработки стратегических направлений обеспечения финансовой безопасности сельскохозяйственных предприятий.

I. V. Ivanjuk

Lugansk State University named after V. Dala, Lugansk, e-mail: meggi200244@gmail.com

ASSESSMENT OF FINANCIAL EQUILIBRIUM AND STABILITY IN THE SYSTEM OF ENSURING FINANCIAL SECURITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Keywords: financial security, agricultural enterprises, financial balance, stability, systemic development.

The article is devoted to the study of the scientific and methodological foundations for assessing the financial security of enterprises based on achieving financial balance and stability using the example of agricultural enterprises of the Lugansk People's Republic. The rules used in the practice of financial analysis to assess the financial and economic development of enterprises are considered: the «golden rule of financing» and the «golden rule of enterprise development» («golden rule of economics»). The methodological aspects of the formation of the rule for the systemic development of an enterprise, based on achieving static and dynamic financial equilibrium, are substantiated. An analysis of the financial security of agricultural enterprises was carried out based on the application of the rule of systemic development, which ensured the formation of a comprehensive and comprehensive assessment of the conditions of their financial balance, facilitating the adoption of effective management decisions in the process of developing strategic directions for ensuring the financial security of agricultural enterprises.

Введение

Финансовое равновесие выступает одним из целевых параметров в обеспечении финансовой безопасности сельскохозяйственных предприятий, которая, в свою очередь, характеризуется способностью сохранять балансы собственного и заемного капитала, объемов формирования и использования финансовых ресурсов с допустимыми отклонениями, размер которых определяется эффективностью стабильного функционирования и развития предприятий в условиях защищенности финансовых ин-

тересов от непредвиденных внутренних и внешних угроз. В связи с этим необходимость диагностирования финансового равновесия вызвана своевременным выявлением проблем нарушения указанных балансов. При этом важной является диагностика как статического, так и динамического финансового равновесия, которую целесообразно осуществлять путем применения системы оценочных показателей. Для формирования такой системы необходимо рассмотреть правила, широко используемые в практике финансового анализа для оценки финансо-

во-экономического развития предприятий: «золотое правило финансирования» и «золотое правило развития предприятия» («золотое правила экономики»).

Цель исследования состоит в совершенствовании научно-методических основ оценки финансовой безопасности сельскохозяйственных предприятий.

Материал и методы исследования

Для обоснования научных результатов исследования по заданной тематике использовались научные и прикладные работы отечественных ученых и практиков в сфере развития сельского хозяйства и обеспечения финансовой безопасности предприятий [1, 2, 4, 5].

В процессе исследования использован комплекс общенаучных и специальных методов и приемов, в частности: критический и аксиоматический методы, метод анализа и синтеза; дедукция и индукция, статистические и эконометрические методы и приемы для формирования научных выводов и результатов исследования.

Результаты исследования и их обсуждение

«Золотое правило финансирования» определяет условия эффективной финансовой деятельности предприятия, направления рационального управления его финансами, требования для формирования совокупности элементов активов и пассивов, а также пути оптимизации денежных потоков. Применяя «золотое правило финансирования» на практике, пользуются двумя условиями, выражающими его содержание: долгосрочные пассивы / долгосрочные активы < 1 ; краткосрочные пассивы / краткосрочные активы > 1 [2].

Учитывая то, что важным условием применения любого правила, тем более финансового, выступает не только его качественная характеристика, но и количественная оценка его содержания, считаем необходимым выразить ее посредством гармоничного единства совокупности следующих критериев и показателей, которые детализируют уже существующие:

1. Условия ликвидности:

– абсолютно ликвидные активы (наличка, краткосрочные финансовые инвестиции, $A1 \geq$ краткосрочные обязательства (кредиторская задолженность, П1);

– среднеликвидные активы (текущая дебиторская задолженность, полученные век-

селя, $A2 \geq$ среднесрочные обязательства (краткосрочные кредиты банков, П2);

– умеренноликвидные активы (запасы сырья, готовая продукция, незавершенное производство и т.д., $A3 \geq$ долгосрочные обязательства (долгосрочные кредиты банков, П3);

– трудноликвидные активы (основные средства, долгосрочные финансовые вложения, незавершенное строительство и т.д., $A4 \leq$ собственный капитал (П4);

2. Условие конгруэнтности сроков: период, на который мобилизуются финансовые ресурсы соответствующего вида ($t_{\text{моб.}}$) \geq период, на который вкладываются финансовые ресурсы в актив соответствующего вида ($t_{\text{вл.}}$).

Важной особенностью предложенной количественной оценки «золотого правила финансирования» является то, что оно позволяет оценить финансовое равновесие предприятия с учетом эффекта синергизма, используя одновременно указанные позиции анализа – горизонтальную структуру капитала и имущества, а также сроки мобилизации и использования финансовых ресурсов.

«Золотое правило развития предприятия», или «золотое правило экономики» позволяет сделать выводы о положительном или негативном экономическом развитии предприятия с точки зрения достижения конечной цели деятельности – обеспечения финансовой безопасности на основе получения прибыли.

Содержание «золотого правила развития предприятия» выражается следующей количественной оценкой:

$$T_{\text{п}} > T_{\text{в}} > T_{\text{а}} > T_{\text{ск}} > 100\%, \quad (1)$$

где $T_{\text{п}}$ – темп роста прибыли предприятия, %; $T_{\text{в}}$ – темп роста выручки от реализации продукции (работ, услуг), %; $T_{\text{а}}$ – темп роста совокупных активов, %; $T_{\text{ск}}$ – темп роста собственного капитала, %.

В приведенном неравенстве (1) первая его часть ($T_{\text{ск}} > 100\%$) трактуется как наращивание экономического потенциала и масштабов деятельности предприятия за счет собственного капитала, вторая часть ($T_{\text{ск}} > T_{\text{а}}$) – как условие роста имущества на основе роста собственного капитала; третья часть ($T_{\text{в}} > T_{\text{а}}$) – как необходимость обеспечения повышения эффективности использования всех имеющихся ресурсов предприятия; четвертая часть ($T_{\text{п}} > T_{\text{в}}$) – как относительное снижение издержек производства и обращения (за счет того, что прибыль предприятия растет быстрее объ-

ема реализации продукции и совокупного капитала) [1]. Однако возможны также отклонения от этой идеальной зависимости, которые не всегда следует рассматривать как отрицательные.

Считаем, что «золотое правило развития предприятия» в том виде, в котором оно трактуется, характеризует преимущественно текущую деятельность предприятия и полностью не отображает главную цель и содержание качественной оценки экономического развития предприятий в современных условиях обеспечения финансовой безопасности путем достижения финансового равновесия. В связи с этим, на наш взгляд, «золотое правило развития предприятия» должно охватывать финансовые интересы собственников предприятия (как определено принципами финансового менеджмента), а также конечную цель качественного и равновесного развития предприятия. Количественную оценку предложенных аспектов использования правила могут представить показатели доходов собственников и эффективность использования собственного капитала предприятия. При этом темпы роста собственного капитала должны стать условием более стремительного роста его оборачиваемости, таким образом, определяя качество полученной прибыли:

$$T_{\text{оск}} > T_{\text{п}} > T_{\text{в}} > T_{\text{а}} > T_{\text{ск}} > 100\%, \quad (2)$$

где $T_{\text{оск}}$ – темп роста оборачиваемости собственного капитала предприятия, %.

Условие $T_{\text{п}} > T_{\text{в}} > T_{\text{а}} > 100\%$ также характеризует качество прибыли, которая является основой формирования собственного капитала в зависимости от масштабов производственно деятельности ($T_{\text{в}}$), необходимого для финансирования активов предприятия.

При этом исследуя специфику и условия обеспечения финансовой безопасности сельскохозяйственных предприятий, установлена следующая закономерность:

$$T_{\text{ск}} > T_{\text{идф}} > T_{\text{и}} > T_{\text{инф}} > T_{\text{зк}} > 100\%, \quad (3)$$

где $T_{\text{зк}}$ – темп роста заемного капитала, %;

$T_{\text{и}}$ – темп роста имущества, %;

$T_{\text{идф}}$, $T_{\text{инф}}$ – темп роста имущества в денежной и неденежной формах, %.

Темпы роста заемного капитала в современных условиях финансового рынка региона и уровне развития финансовой инфраструктуры должны выступать минимальными в системе анализируемых показателей (в целях соблюдения уровня финансовой независимости), однако положительными для обеспечения развития предприятий.

Концентрируя внимание на проблемах достижения финансового равновесия как решающей в обеспечении сбалансированного развития, а также учитывая приведенные выше качественные и количественные аспекты «золотого правила развития предприятия», его содержание можно представить следующими условиями финансового равновесия:

$$T_{\text{оск}} > T_{\text{п}} > T_{\text{в}} > T_{\text{ск}} > T_{\text{идф}} > T_{\text{и}} > T_{\text{инф}} > T_{\text{зк}} > 100\% \quad (4).$$

Выбор именно этих показателей (первичных факторов формирования финансового равновесия) обусловлен тем, что все имущество предприятий делится по форме (на денежное и неденежное) и составу (на актив и капитал). Поэтому анализ размещения этих темпов и их взаимодействие выступает надежным инструментом исследования финансовой безопасности в динамике. Такое объединение неравенств с закономерностями положительной экономической динамики (формула 3) позволяет исследовать соотношения, которые обеспечивают сбалансированное развитие предприятия при условии достижения им финансового равновесия.

Выполнение сформированной последовательности свидетельствует о финансовом равновесии в деятельности предприятия и финансовую сбалансированность между платежеспособностью и экономическим ростом предприятия.

В связи с многоаспектностью качественного и количественного содержания «золотого правила финансирования» и «золотого правила развития предприятия», целесообразно сформировать правило системного развития предприятия, базирующегося на достижении финансового равновесия, которое объединяет в себе экономические и финансовые факторы обеспечения финансовой безопасности предприятия:

$$\left\{ \begin{array}{l} A1 \geq П1, A2 \geq П2, A3 \geq П3, A4 \leq П4; \\ t_{\text{моб}} \geq t_{\text{вл}}; \\ T_{\text{оск}} > T_{\text{п}} > T_{\text{в}} > T_{\text{ск}} > T_{\text{идф}} > T_{\text{и}} > T_{\text{инф}} > T_{\text{зк}} > 100\% . \end{array} \right.$$

Таблица 1

Показатели статического финансового равновесия
сельскохозяйственных предприятий ЛНР за 2015-2020 гг.

Показатели актива	Значение, тыс. руб.	Условие финансового равновесия (неравенство)	Значение, тыс. руб.	Показатели пассива
2015 г.				
A1	146012,4	<	432208,5	П1
A2	450205,1	>	76272,1	П2
A3	620552,8	>	35217,4	П3
A4	854045,0	<	1527117,3	П4
2016 г.				
A1	259919,5	<	845268,4	П1
A2	801418,4	>	149165,0	П2
A3	1104657,7	>	41768,5	П3
A4	1200140,1	<	2329933,8	П4
2017 г.				
A1	218783,5	<	439658,8	П1
A2	692814,3	>	96510,5	П2
A3	911597,7	>	34614,0	П3
A4	1122249,1	<	2374661,3	П4
2018 г.				
A1	214495,9	<	491977,1	П1
A2	701986,8	>	100766,4	П2
A3	1033480,5	>	23415,2	П3
A4	1206926,8	<	2540154,3	П4
2019 г.				
A1	285518,1	<	572160,1	П1
A2	834591,4	>	108982,8	П2
A3	1076183,7	>	49315,2	П3
A4	1389830,8	<	2855665,9	П4
2020 г.				
A1	277840,5	<	656710,2	П1
A2	985070,7	>	144155,9	П2
A3	1262911,1	>	64325,9	П3
A4	1649024,3	<	3309654,6	П4

Примечание: составлено автором.

Рассмотрим динамику статических показателей правила системного развития (первое условие) на примере сельскохозяйственных предприятий Луганской Народной Республики (ЛНР) за 2015-2020 гг. (табл. 1).

По результатам проведенного анализа статического состояния финансового равновесия сельскохозяйственных предприятий можно сделать вывод о достаточно стабильном, однако не равновесном их финансовом состоянии, обусловленном недостатком абсолютно ликвидных активов для покрытия кредиторской задолженности, выступающей основным источников краткосрочного покрытия финансовых потребностей предприятий в структуре заемных средств.

Условия финансового равновесия, выполняемые за счет превышения остальных групп активов (среднеликвидных, умеренноликвидных, трудноликвидных) над соответствующими группами пассивов (краткосрочные и долгосрочные кредиты банков, собственный капитал) позволяют констатировать достаточный уровень финансовой безопасности предприятий. Однако следует при этом учесть, что выявленные обстоятельства являются следствием недостатка и невозможности привлечь заемные финансовые ресурсы в сложившихся условиях банковского кредитования в регионе, когда основным источников развития предприятий выступают собственные средства,

в частности прибыль. Поэтому достигнутое частичное финансовое равновесие является следствием недофинансирования предприятий за счет формирования заемного капитала, позволяющего расширить финансовый потенциал и производственные возможности предприятий.

Вторым условием системного развития сельскохозяйственных предприятий является достижение соответствующего уровня конгруэнтности сроков мобилизации и вло-

жения финансовых ресурсов, расчеты которых приведены в табл. 2.

Результаты расчета показателей конгруэнтности сроков мобилизации и вложения финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий региона свидетельствуют о выполнении соответствующих неравенств по первой и четвертой группам сравниваемых активов (объектов вложения финансовых ресурсов) и пассивов (источников мобилизации финансовых ресурсов).

Таблица 2

Показатели конгруэнтности сроков мобилизации и вложения финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий региона за 2015-2020 гг.

Группы активов	Период вложения финансовых ресурсов по группам активов (т вл.)	Условие конгруэнтности сроков	Период мобилизации финансовых ресурсов по группам пассивов (т моб.)	Группы пассивов
2015 г.				
A1	28,64	<	84,88	П1
A2	88,38	>	14,97	П2
A3	122,07	>	6,91	П3
A4	167,43	<	299,18	П4
2016 г.				
A1	52,37	<	170,56	П1
A2	161,5	>	30,07	П2
A3	222,56	>	8,42	П3
A4	241,72	<	467,95	П4
2017 г.				
A1	41,48	<	83,33	П1
A2	131,29	>	18,29	П2
A3	172,99	>	6,56	П3
A4	212,21	<	450,62	П4
2018 г.				
A1	39,08	<	89,68	П1
A2	127,62	>	18,35	П2
A3	188,14	>	4,26	П3
A4	219,88	<	462,03	П4
2019 г.				
A1	43,4	<	87,11	П1
A2	126,74	>	16,57	П2
A3	163,68	>	7,49	П3
A4	210,98	<	434,52	П4
2020 г.				
A1	35,09	<	83,14	П1
A2	124,57	<	357,84	П2
A3	160,09	>	8,14	П3
A4	208,57	<	419,54	П4

Примечание: составлено автором.

Следовательно, оборачиваемость абсолютно ликвидных средств значительно превышает оборачиваемость кредиторской задолженности предприятий, что обуславливает превышение срока мобилизации кредиторской задолженности как источника покрытия финансовых потребностей на приобретение оборотных активов (абсолютно ликвидных) и свидетельствует о достаточном уровне соотношения сроков финансового равновесия в краткосрочном периоде.

Аналогичная ситуация складывается в определении сроков мобилизации собственных источников финансирования (преимущественно нераспределенной прибыли, сумма которой на протяжении анализируемого периода растет), направленных на обеспечение трудноликвидных активов (основных средств, долгосрочные финансовые вложения, незавершенное строительство).

Таким образом, статическое финансовое равновесие сельскохозяйственных предприятий отражает такое современное их состояние, при котором потребности в текущем обеспечении основного объема активов балансируются с возможностями формирования финансовых ресурсов преимущественно за счет собственных источников на фоне нерационального управления структурой капитала, обусловленной ограниченностью механизмов кредитования в регионе, а также отсутствием инвестиций по причине недостаточности уровня инвестиционной привлекательности отрасли и региона в целом.

Третье условие правила системного развития предприятия позволяет исследовать динамические показатели финансового равновесия сельскохозяйственных предприятий. Для этого целесообразно каждому элементу установленной нормативной последовательности неравенств присвоить нормативные ранги. Каждый показатель занимает строго определенное место, при этом максимальный ранг (1) следует присвоить оборачиваемости собственного капитала, а минимальный ранг (8) – заемному капиталу. В результате получим следующий эталонный профиль развития предприятий

на основе финансового равновесия, достижение которого выступает основной задачей в независимости от степени влияния внешних угроз (табл. 3).

Соответствующие расчеты темпов роста указанных показателей активов и источников их формирования, а также присвоенные им фактические ранги сведены в табл. 4. Анализ темпов роста показателей, приведенных в табл. 4, и их сопоставление позволили выявить наличие или отсутствие определенных диспропорций в структуре баланса сельскохозяйственных предприятий по двум факторам: соотношению денежной и не денежной части актива, а также соотношению собственного и заемного частей капитала. Рассчитанный фактический ранг темпов роста в сравнении с нормативным позволил сформировать вывод о наличии или отсутствии финансового равновесия в динамике хозяйственной деятельности предприятий. Так, нормативная последовательность анализируемых показателей финансового равновесия на протяжении 2016-2020 гг. не выполняется.

Выявленные зависимости свидетельствует о несоответствующем уровне финансового равновесия предприятия в контексте эффективного использования заемного капитала и на этой основе расширения объемов производства и реализации произведенной продукции. Качество прибыли предприятий, которое характеризуется потенциальными возможностями расширения собственного капитала при условиях его эффективного использования, определяется его оборачиваемостью. Соответствующий показатель изменения оборачиваемости собственного капитала, замыкая цепочку условий финансового равновесия, не является критерием, зависящим от изменений прибыли и стоимости собственного капитала предприятий исходя из рассчитанных показателей. Следовательно, можно утверждать, что степень эффективности использования собственного капитала предприятий и качество прибыли как источника его формирования преимущественно определяется уровнем финансового менеджмента предприятий.

Таблица 3

Формирование эталонного профиля развития сельскохозяйственных предприятий на условиях динамического финансового равновесия

Нормативный темп роста	$T_{оск}$	$T_{п}$	$T_{в}$	$T_{ск}$	$T_{идф}$	$T_{и}$	$T_{инф}$	$T_{эк}$
Нормативный ранг (R)	1	2	3	4	5	6	7	8

Таблица 4

Показатели динамического финансового равновесия сельскохозяйственных предприятий региона и их ранги за 2016-2020 гг.

Темпы роста		Значения, %	Нормативный ранг (R)	Фактический ранг (F)	Оценка степени выполнения условия
2016 г.					
оборачиваемости собственного капитала	T _{оск}	63,93	1	8	критически не выполнено
прибыли	T _п	147,43	2	3	близко к выполнению
выручки от реализации	T _в	97,4	3	7	не выполнено
собственного капитала	T _{ск}	152,57	4	2	не выполнено
имущества в денежной форме	T _{идф}	134,99	5	4	близко к выполнению
имущества всего	T _и	114,22	6	5	близко к выполнению
имущества в не денежной форме	T _{инф}	111,65	7	6	близко к выполнению
заемного капитала	T _{зк}	190,58	8	1	критически не выполнено
2017 г.					
оборачиваемости собственного капитала	T _{оск}	103,85	1	2	близко к выполнению
прибыли	T _п	63,71	2	7	критически не выполнено
выручки от реализации	T _в	106,3	3	1	не выполнено
собственного капитала	T _{ск}	101,92	4	3	близко к выполнению
имущества в денежной форме	T _{идф}	68,38	5	6	близко к выполнению
имущества всего	T _и	81,55	6	5	близко к выполнению
имущества в не денежной форме	T _{инф}	83,52	7	4	не выполнено
заемного капитала	T _{зк}	55,08	8	8	выполнено
2018 г.					
оборачиваемости собственного капитала	T _{оск}	96,3	1	7	критически не выполнено
прибыли	T _п	40,96	2	8	критически не выполнено
выручки от реализации	T _в	104,1	3	5	не выполнено
собственного капитала	T _{ск}	107,27	4	2	не выполнено
имущества в денежной форме	T _{идф}	133,73	5	1	критически не выполнено
имущества всего	T _и	107,18	6	3	не выполнено
имущества в не денежной форме	T _{инф}	103,93	7	6	близко к выполнению
заемного капитала	T _{зк}	106,81	8	4	не выполнено
2019 г.					
оборачиваемости собственного капитала	T _{оск}	107,69	1	8	критически не выполнено
прибыли	T _п	182,73	2	1	близко к выполнению
выручки от реализации	T _в	119,81	3	2	близко к выполнению
собственного капитала	T _{ск}	112,11	4	7	не выполнено
имущества в денежной форме	T _{идф}	116,2	5	5	выполнено
имущества всего	T _и	113,6	6	6	выполнению
имущества в не денежной форме	T _{инф}	117,02	7	4	не выполнено
заемного капитала	T _{зк}	119,81	8	2	критически не выполнено

Окончание табл. 4

Темпы роста	Значения, %	Нормативный ранг (R)	Фактический ранг (F)	Оценка степени выполнения условия	
2020 г.					
оборачиваемости собственного капитала	$T_{оск}$	103,57	1	8	критически не выполнено
прибыли	$T_{п}$	150,02	2	1	близко к выполнению
выручки от реализации	$T_{в}$	120,1	3	3	выполнено
собственного капитала	$T_{ск}$	115,9	4	6	не выполнено
имущества в денежной форме	$T_{идф}$	132,29	5	2	не выполнено
имущества всего	$T_{н}$	116,42	6	5	близко к выполнению
имущества в не денежной форме	$T_{инф}$	114,45	7	7	выполнено
заемного капитала	$T_{зк}$	118,45	8	4	не выполнено

Примечание: составлено автором.

Важно отметить, что колеблющиеся темпы роста заемного капитала предприятий начиная с 2017 г. на уровне 55,08-118,45% не способствуют росту стоимости имущества в неденежной форме, что должно иметь место в силу рациональных форм размещения данного источника финансирования, направленного, в первую очередь, на расширение производственных мощностей сельскохозяйственных предприятий, которые в свою очередь, с одной стороны, характеризуются повышенной капиталоемкостью, а, с другой – высоким уровнем износа имеющейся техники и оборудования. Следовательно, темпы роста заемного капитала не соответствуют условиям финансового равновесия по обеспечению роста стоимости имущества в неденежной форме. Однако темпы роста стоимости имущества в денежной форме находятся в прямой зависимости от темпов роста заемного капитала, за исключением 2017 г., когда при снижении стоимости заемного капитала наблюдается снижение преимуще-

ственно всех анализируемых показателей. То есть использование заемного капитала предполагает формирование денежных форм активов (оборотных средств: дебиторской задолженности, денежных средств и др.), что определяет их практическое использование на удовлетворение текущих финансовых потребностей функционирования предприятий.

Заключение

Таким образом, полученные результаты анализа статического и динамического финансового равновесия позволяют установить финансово-экономические индикаторы обеспечения финансовой безопасности на основе выполнения правила системного развития сельскохозяйственных предприятий. Для формирования организационно-экономических основ обеспечения финансовой безопасности целесообразно использовать условия системного развития предприятий, включающие равенства и профили финансового равновесия.

Библиографический список

1. Воронина В.М., Федорищева О.В. Использование «золотого правила экономики» в управлении промышленными предприятиями // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. № 1. С. 75-82.
2. Козырева С.М., Колчерина В.В. Современные инструменты финансового менеджмента: золотое правило финансирования // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 29-2. С. 130-136.
3. Луганская Народная Республика в цифрах за 2022 год: статистический сборник. Луганск, 2022.
4. Шалаев И.А., Покопцева С.А., Пономарев А.Г. Теоретические аспекты влияния рисков и угроз на финансовую безопасность предприятия // Актуальные вопросы экономики и управления на современном этапе развития общества: сб. докл. по итогам V Междунар. науч.-практ. интернет-конф. Тула, 2019. С. 410-413.
5. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Современная парадигма организации механизма управления финансовой безопасностью предприятия // Стратегии бизнеса. 2017. № 8(40). С. 13-21.

УДК 336.719

М. В. Изюфатенко

Томский политехнический университет, Томск, e-mail: marina.izofatenko@yandex.ru

И. Е. Никулина

Томский политехнический университет, Томск, e-mail: nie@tpu.ru

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: цифровизация экономики, банки, банковская деятельность, банковское регулирование, предпосылки цифровизации.

Банковская деятельность за последние десятилетия претерпела существенные изменения благодаря активному внедрению и распространению цифровых технологий в большинстве сфер деятельности финансовых организаций. Цифровизация экономики оказывает существенное влияние на все финансовые учреждения. Для более эффективного развития цифровизации экономики необходимо грамотное управление процессами в банковской деятельности. Инновации в банковской отрасли относятся к нематериальным активам. Однако они являются фундаментом для образования материальной базы финансовых организаций, а так же способствуют формированию иных долгосрочных векторов развития. К числу таких можно отнести разработку новых технологий в банковской сфере, выявление новых рисков и угроз банковской деятельности для формирования эффективной модели управления банковской отрасли, формирование большего капитала банка, оказание более персонализированных услуг клиентам для повышения лояльности. Преобразование инновационной деятельности банков имеет не только положительные стороны, но и несет за собой новые угрозы для национальной банковской системы. В связи с этим появляется необходимость поиска и разработки более безопасного и эффективного метода формирования и управления банковской деятельности в условиях стремительно развивающейся цифровизации.

M. V. Izofatenko

Tomsk Polytechnic University, Tomsk, e-mail: marina.izofatenko@yandex.ru

I. E. Nikulina

Tomsk Polytechnic University, Tomsk, e-mail: nie@tpu.ru

THE HISTORY OF DIGITALIZATION OF BANKING IN THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: digitalization of the economy, banks, banking activities, banking regulation, prerequisites for digitalization.

Banking activity has undergone significant changes over the past decades due to the active introduction and dissemination of digital technologies in most areas of activity of financial organizations. The digitalization of the economy has a significant impact on all financial institutions. For more effective development of the digitalization of the economy, competent management of processes in banking is necessary. Innovations in the banking industry relate to intangible assets. However, they are the foundation for the formation of the material base of financial organizations, as well as contribute to the formation of other long-term development vectors. These include the development of new technologies in the banking sector, the identification of new risks and threats to banking activities for the formation of an effective management model of the banking industry, the formation of more capital of the bank, the provision of more personalized services to customers to increase loyalty. The transformation of innovative activity of banks has not only positive aspects, but also brings new threats to the national banking system. In this regard, there is a need to search for and develop a safer and more effective method of forming and managing banking activities in the context of rapidly developing digitalization.

Банковский сектор и его регулирование в современной России

Согласно закону «О банках и банковской деятельности», банком является кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции:

привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

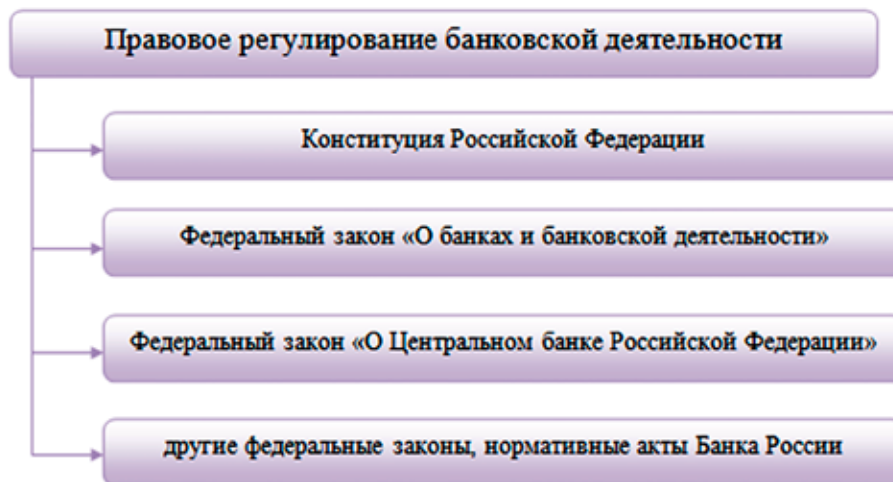


Рис. 1. Правовое регулирование банковской деятельности

Правовое регулирование банковской деятельности осуществляется законами, представленными на рисунке 1.

Банковская система находится в числе значимых механизмов финансовой системы РФ, которая оказывает существенное влияние на деятельность всех экономических процессов в обществе.

Для банковской системы экономическая сущность заключается в выполнении посреднических функций, в процессе предоставления услуг контрагентам. Полученные банками денежные средства предоставляются предприятиям на временное пользование на конкретных условиях кредитования. Банки выполняют одну из ключевых ролей в экономических отношениях, накапливая денежные средства и создавая условия развития потребления.

Регулирование банковской системы со стороны государства это сложный процесс. На первый взгляд, уполномоченные органы власти влияют на процессы на уровне макроэкономики, которые связаны с денежно-кредитными отношениями. Эти процессы косвенно или прямо оказывают влияние на стабильность национальной валюты.

Таким образом, от финансового состояния банковской системы зависит экономическая безопасность государства и его экономический суверенитет.

Для того чтобы улучшить государственное регулирование банковской деятельности необходимо создать единую концепцию развития всей денежно-кредитной системы страны. Данная концепция должна быть составлена с учетом государственного, фе-

деративного, политического, экономического устройства современной России. Только с учетом этих особенностей может образоваться эффективный государственный механизм, который будет обеспечивать стабильность банковской системы.

Для того, чтобы обеспечить финансовую устойчивость государства, необходимо создать стабильную и эффективную банковскую систему. Однако повышение эффективности можно добиться совершенствование правовой и законодательной базы, связанных с деятельностью банков РФ.

Становление цифровизации банковской деятельности в России

Современный этап развития общества в РФ отличается развитием цифровизацией разных сфер, включая банковскую. В наиболее упрощенной форме под цифровизацией понимается преобразование имеющейся информации в цифровую форму. Также под цифровизацией понимается два типа изменения операционных моделей, если рассматривать в контексте бизнес литературы. Первая модель подразумевается под собой перенос сообщений в цифровые каналы, а под второй – автоматизация рутинных операций. Обе эти модели имеют тесную связь между собой [1].

Основные существенные изменения в банковской сфере произошли за последние несколько лет. Люди все быстрее адаптируются к технологиям, что позволяет создавать более низкочастотные, но в то же время более эффективные процессы.

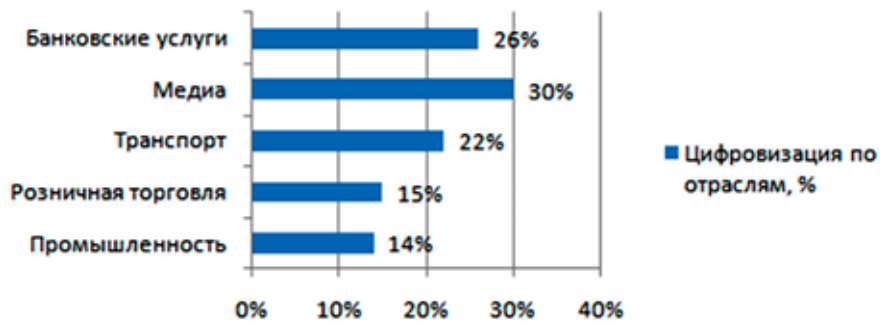


Рис. 2. Ранжирование бизнес-приоритетов цифровой трансформации по отраслям, %



Рис. 3. Предпосылки цифровизации

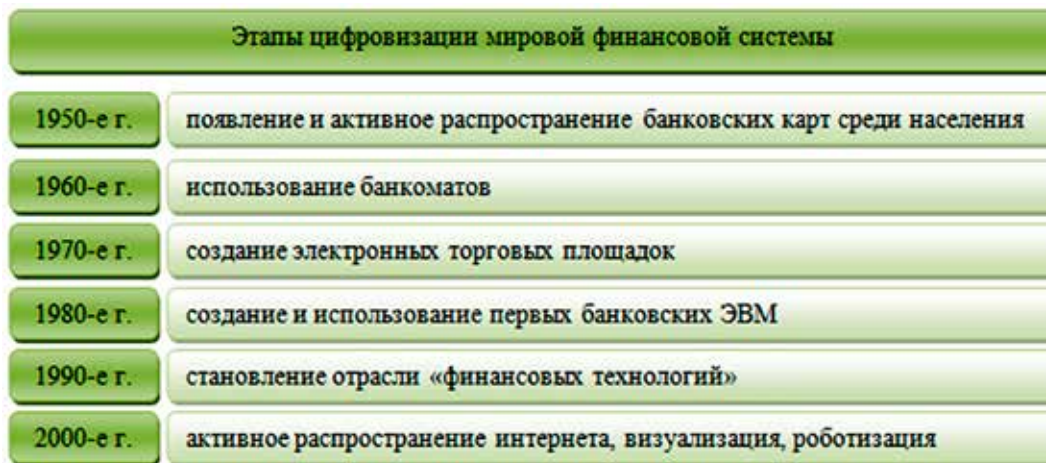


Рис. 4. Этапы цифровизации мировой финансовой системы

IT сфера позволяет внедрять новые технологии банковскому сектору. Автоматизация процессов на основе анализа больших данных, искусственного интеллекта, дистанционного доступа делают экономическую сферу в России одним из самых инновационных. Цифровая трансформация по отраслям представлена на рисунке 2 [2].

У цифровизации банковской деятельности имеются предпосылки, представленные на рисунке 3.

Два последних условия взаимосвязаны между собой, так как при введении новых технологий необходимо их регулирование на нормативно правовом уровне.

Стоит отметить, что первоначальные технологии, которые заложили основу цифровизации и стали постепенно внедряться в общественную жизнь, включая экономику, появились уже в XX в. Основные этапы цифровизации мировой финансовой системы представлены на рисунке 4 [3].

Хоть эти технологии появились в России немного позже, то теперь их уровень приблизился к общемировому. Это видно по анализу развития нормативного правового регулирования деятельности кредитных организаций.

Первые технологии были внедрены в начале 80-х годов XX в. Банки впервые стали

использовать первые электронно-вычислительные машины в своей деятельности в 1987 г. Эти машины использовались для обработки информации первоначально в учреждениях Госбанка. При этом если информация обрабатывалась в информационно-вычислительных станциях организаций Госбанка, то для этих учреждений предоставление отчетности не было обязательным [4].

В 1991 году был создан расчетный кассовый центр для автоматизации данных. Поэтому первыми, где произошли цифровые трансформации, стали платежные и расчетные банковские операции [5].

12 марта 1998 г. был урегулирован обмен электронными документами при осуществлении расчетов между Банком России, финансовыми организациями и клиентам. Система банковских электронных срочных платежей была введена в действие 25 апреля 2007 г. Положением Банка России «О системе валовых расчетов в режиме реального времени Банка России» [6]. Основной задачей этого документа было регламентирование расчетов в безналичной форме.

Цифровизация это обязательно необходимый комплекс действий программно-технического обеспечения транзакционных услуг, которые осуществляются в первую очередь через использование банковских переводов. Однако для этого необходимо разрабатывать информационные и программные нововведения.

Важно подчеркнуть, что необходимо технологическое совершенствование, которое становится реализуемым в результате законодательных изменений в практике осуществления услуг банков, иначе было невозможно достижение текущего уровня развития цифровых технологий.

Появление интернет-банкинга связано с развитием технологий удаленного оказа-

ния банковских услуг в России. На территории России эта технология впервые была применена в 1998 году, с тех пор она все ещё используется, в её основе система «Домашний банк», предназначенный для физических лиц, и созданный специалистами из автобанка [7].

Со временем меняется модель управления кредитными учреждениями и их взаимодействие с клиентами (таблица 1).

По данным таблицы можно сделать вывод, что количество кредитных учреждений в РФ снизилось в 1,9 раз. Это связано с изменением региональной политики кредитных организаций, снижением затрат на содержание филиалов и офисов, электронный документооборот, переход на удаленные каналы обслуживания. Крупные банки завоевали существенную долю рынка, что поспособствовало жесткой конкуренции среди малых и средних банков и уходу с рынка части из них. Возможности кредитных организаций растут с каждым годом за счет внедрения передовых решений в сфере дистанционного обслуживания (таблица 2) [8].

За анализируемый период выросли количество и объем платежей в 1,5 раза и 1,4 раза соответственно, что свидетельствует об увеличении использования безналичных расчетов. Увеличилось открытие счетов как физических, так и юридических лиц, значит доступность банковских услуг выросла. Рост выпуска банковских платежных карт говорит о том, что количество клиентов кредитных организаций растет. При этом снижается количество банкоматов, так как люди стали меньше использовать наличную оплату при совершении покупок [9].

Цифровизация услуг в области персонализированных предложений приводит к тому, что контроль за предоставлением сервиса значительно снижается. В связи с этим возрастают мошеннические действия.

Таблица 1

Количество действующих кредитных организаций и их структурные подразделения в РФ

Форма	2017	2018	2019	2020
Кредитные организации	591	530	464	428
Дополнительные офисы	19002	20701	20167	19726
Филиалы	991	825	663	572
Кредитно-кассовые офисы	1912	1957	2206	2140
Операционные офисы	7166	6696	5722	5578

Показатели деятельности российских кредитных учреждений в сфере дистанционного обслуживания клиентов

Показатель	2017	2018	2019	2020
Количество платежей, млн	1110,1	1265,5	1472,9	1659,8
Объем платежей, млрд руб.	374209,0	415239,7	472999,1	527311,7
Количество счетов, открытых юр. лицами, тыс.	4080,9	4765,0	5432,2	5983,2
Количество счетов, открытых физ. лицами, тыс.	145990,6	170010,0	199412,7	223657,4
Количество электронных терминалов в организациях торговли (услуг), тыс.	1671	2021	2466	2745
Количество банковских карт, тыс.	250982	267251	270634	280284
Количество банкоматов	207927	206059	199708	199568

В сфере информационных технологий существуют риски мошенничества и угрозы кибератак, что негативно сказывается на банковской деятельности, так как финансовые учреждения обязаны сохранять конфиденциальность и целостность информации. Главный интерес участников автоматизированного взаимодействия зачастую заключен в легкодоступности информации об их деятельности, коммерческих действиях, защищенности данных и конфиденциальности. Материальный урон могут нанести подобные действия, как искажение, фальсификация, разглашение личной информации, действия, направленные дезорганизацию процессов обработки.

В связи с этими неправомерными действиями, риски утечек информации достигают опасных масштабов, в результате этого требуется больше инвестировать в сферу информационной безопасности, это касается как отдельных компаний, так и государства.

Риски ошибок программного обеспечения являются результатом искажения кода программы, внесенные по разным причинам в процессе разработки, в итоге это ведет к снижению эффективности программы, или отказу. Подобные сбои ведут к экономическим затратам из-за простоя оборудования и рабочей силы, а так же могут снизить репутацию перед клиентами. В связи с этим возникает потребность государственного вмешательства в процесс внедрения инноваций и научно-технического развития. Однако чрезмерный контроль со стороны государства в процессы инновации и автоматизации могут существенно замедлить прогресс, а наоборот слабое регулирование

не позволит привлечь необходимые ресурсы и инвестиции.

Развитие цифровых технологий является причиной увеличения теневой экономики, по причине того, что появляются новые технологические возможности для увеличения теневой экономики. Поэтому изменения в области цифровизации предполагают изменение мышления и культуры банковских организаций.

Важным направлением цифровой трансформации является изучение потребностей потребителя. Именно используя этот подход, можно повысить эффективность деятельности в будущем, и реагировать на колебания на рынке. Потребителя интересует та компания, которая может быстро и удобно предоставить необходимые услуги.

В настоящий момент уровень развития социальных сетей и искусственного интеллекта создает беспрецедентные возможности для тех, кто предоставляет финансовые услуги. Поставщики соответствующих услуг трансформируют собственный бизнес, с целью внедрения цифровых технологий.

По итогу, клиенты финансовых организаций хотят получить таргетированный, персонализированный опыт. В потребительские желания клиентов входит способность поставщиков услуг интуитивно понимать, чего клиенты хотят, что позволит устранять потенциальные проблемы ещё на этапе их обнаружения. Это позволит обеспечить требуемые интеллектуальные возможности на заключительном этапе выбора необходимых ресурсов, и осуществить оптимизацию взаимодействий.

*Цифровая трансформация среды
и бизнес-процессов*

Внедрение цифровых технологий в банковской отрасли началось одним из первых. Наиболее крупные банки за счет своего объема капитала могут использовать новейшие технологии в своей деятельности, соответственно и расширять спектр своих услуг, что поспособствует созданию собственной экосистемы. Малые и средние банки имеют в своем распоряжении меньшие объемы капитала, поэтому им необходимо искать свою группу населения. У клиентов тоже будет большой выбор услуг в разных кредитных организациях и в зависимости от потребностей выбирать нужные.

Ежегодно растет количество потребителей банковских услуг, которые используют дистанционные каналы обслуживания,

например мобильные приложения, сайты и т.п. в связи с этим можно сделать вывод, что цифровизация банковской отрасли в Российской Федерации имеет перспективы роста.

Согласно документу, который выпустил Банк России в 2018 году «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018-2020 гг.», были выделены наиболее перспективные технологии в сфере банковского обслуживания (рисунок 5) [10].

Влияние каждого вида перспективных финансовых технологий на его конкурентную позицию кредитной организации, а также достоинства и недостатки, представлены в таблице 3.

По данным таблицы видно, что внедрение финансовых технологий повышает конкурентоспособность банка, а также показывает их выгоду и риски.



Рис. 5. Перспективные финансовые технологии

Таблица 3

Виды финансовых технологий в обеспечении конкурентоспособности кредитной организации [11].

Наименование технологий	Влияние на конкурентоспособность	Достоинства	Недостатки
Искусственный интеллект	Персонализация банковских продуктов и услуг	Быстрая обработка и выявление клиентских предпочтений	Снижение живого общения с клиентом
Блокчейн	Повышение защищенности операций	Ускорение процессов при взаимодействии контрагентов	Отсутствие правового регулирования
Виртуальная и дополненная реальность	Повышение удовлетворенности клиентов	Возможность симуляции сложных клиентских ситуаций	Низкий уровень технологического развития клиентов
Биометрическая идентификация	Построение психологического профиля клиента	Создание единой системы идентификации клиента	Необходимость дополнительной защиты личных данных клиентов
Мобильные технологии (облачные сервисы)	Повышение доступности банковского сервиса	Усиление персонализации банковских продуктов	Необходимость освоения клиентами современных технологий

Согласно данным, проведенным компанией McKinsey, при развитии цифровизации в банковской отрасли для финансовых учреждений снижается стоимость затрат продажи новых продуктов или услуг примерно на 40-60%. Это свидетельствует о благоприятной тенденции [12].

Однако существуют препятствия для развития цифровизации, такие как финансовая неграмотность населения. При этом с ростом внедрения цифровой трансформации в банковские процессы, растут и риски утечки персональных данных клиентов, что снижает количество потенциальных пользователей, особенно старшего поколения [13].

Ввиду стремительного внедрения цифровизации в банковскую деятельность, необходима быстрая реакция со стороны Банка России. Если с его стороны будет происходить быстрое принятие решений, то это по-

способствует более быстрому развитию цифровых технологий в России [14].

Можно сделать вывод о том, что рынок цифровизации в банковской сфере за последние несколько десятков лет претерпел существенные изменения. С каждым годом цифровые трансформации происходят все быстрее. Исторически консервативные банки начинают больше взаимодействовать с другими участниками рынка, расширяя спектр своих услуг и принося большую пользу для клиентов не только банков, но и других организаций. Крупнейшие банки создают свои экосистемы и становятся не просто банками, а значимыми учреждениями для развития экономики страны. Трансформация технологических процессов существенно изменяет традиционные представления о банковских продуктах и услугах, добавляется все больше сервисов для удобства использования и повышения скорости исполнения.

Библиографический список

1. Вишневский К.О., Абдрахманова Г.И., Гохберг Л.М. и др. Что такое цифровая экономика? / Доклад к XX Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества. Москва, 9-12 апр. 2019 г. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2019. 82 с.
2. Якушенко К.В. Цифровая трансформация информационного обеспечения управления экономикой государств – членов ЕАЭС // Новости науки и технологии. 2017. № 2. С. 11-20.
3. Перцева С.Ю. Цифровая трансформация финансового сектора // Инновации в менеджменте. 2018. № 18. С. 48-52.
4. Письмо Госбанка СССР от 11.08.1987 г. № 1010 «Дополнение 1 к Инструкции Госбанка СССР от 26 ноября 1984 г. № 27 по кассовому исполнению Государственного бюджета СССР».
5. Временное типовое Положение о Расчетно-кассовом центре территориального Главного управления Центрального банка РСФСР (Банка России) (утв. Банком России 26.04.1991 г. № 18).
6. Положение о системе валовых расчетов в режиме реального времени Банка России (утв. Банком России 25.04.2007 г. № 303-П).
7. Кирилловых А.А., Овсяков Д.А. Электронные средства платежа: проблемы гражданско-правовой природы и уголовно-правовой охраны // Право и экономика. 2019. № 1. С. 62-70.
8. Артеменко Д.А., Вишняков И.П. Анализ планируемых изменений региональной кредитной системы на современном этапе развития // Экономика. Бизнес. Банки. 2018. (2): С. 61-69.
9. Рузьяев А. М. Диджитализация российских банков как неизбежное требование цифровой экономики // Вектор экономики. 2018. № 5 (23). С. 61.
10. Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 гг. [Электронный ресурс]. – URL: http://nfo2017.ru/ru/upload/on_2018_2020.pdf.
11. Ашба А.А. Особенности конкурентного поведения коммерческих банков в условиях цифровизации экономики // Теория и практика общественного развития. 2019. № 1 (131). С. 67-71.
12. Аптекман А., Калабин В., Клинец В. и др. Цифровая Россия: новая реальность. Digital McKinsey, 2017. С. 133.
13. Миронова Д.Д., Трудкова Е.В. Интернет-банкинг как инновационная технология банковского обслуживания // В сборнике: Научная весна-2018. Экономические науки: Сборник научных трудов. Научное электронное издание. Шахты, 2018. С. 19–22.
14. Ермакова Е. П., Фролова Е. Е. Правовое регулирование цифрового банкинга в России и зарубежных странах // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2019. № 4. С. 606–625.

УДК 366.12:612.843.7

Н. Н. Калькова

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,
Симферополь, e-mail: nkalkova@yandex.ru

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОВЕДЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ EYE-TRACKING

Ключевые слова: поведение потребителей, зрительное внимание, нейромаркетинг, методика, eye-tracking, метрики.

В статье представлено теоретико-методическое исследование изучения процесса поискового поведения потребителей при выборе товаров. Обоснована необходимость использования нейромаркетингового инструментария и, в частности, технологии eye-tracking, позволяющей выявить скрытые механизмы внимания при просмотре товаров и оценить потребительское поведение в виртуальной среде в режиме реального времени. Технология отслеживания движения глаз является мощным и сложным инструментом, который дает объективное представление о внимании и познании. В статье рассмотрена теория и типы механизмов визуального внимания «снизу-вверх» и «сверху-вниз», представлен алгоритм процедуры сбора данных, включающий ряд обязательных этапов и используемые при нейромаркетинговом анализе метрики, анализ данных которых позволяет оценить паттерны визуального внимания и поведенческой активности при просмотре стимульного материала. Использование технологии eye-tracking позволит лучше понимать потребительское поведение и, тем самым, более эффективно разрабатывать маркетинговые мероприятия в процессе производства, продвижения и реализации товаров.

N. N. Kalkova

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, e-mail: nkalkova@yandex.ru

METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF NEUROMARKETING RESEARCH USING EYE-TRACKING TECHNOLOGY

Keywords: consumer behavior, visual attention, neuromarketing, methodology, eye-tracking, metrics.

The article presents a theoretical and methodological study of the process of consumer search behavior when choosing goods. The necessity of using neuromarketing tools and, in particular, eye-tracking technology, which allows revealing hidden mechanisms of attention when viewing goods and evaluating consumer behavior in a virtual environment in real time, is substantiated. Eye movement tracking technology is a powerful and sophisticated tool that provides an objective view of attention and cognition. The article considers the theory and types of mechanisms of visual attention “bottom-up” and “top-down”, presents an algorithm of the data collection procedure, including a number of mandatory steps and metrics used in neuromarketing analysis, the analysis of which data allows you to evaluate patterns of visual attention and behavioral activity when viewing stimulus material. The use of eye-tracking technology will allow for a better understanding of consumer behavior and, thereby, more effectively develop marketing activities in the process of production, promotion and sale of goods.

Введение

За последние несколько десятилетий использование технологии отслеживания глаз (eye-tracking) в научных исследованиях резко возросло. Несмотря на широкое применение данной технологии, большинство публикаций по отслеживанию глаз были посвящены теоретическим разделам экспериментальной психологии [1]. Вместе с тем, использование технологии отслеживания глаз в прикладных исследованиях в области маркетинга и тестирования товаров также достаточно актуально, поскольку исследова-

ние поведенческого фактора в процессе принятия решения о покупке позволит лучше понимать и, в конечном счете, улучшить взаимодействие в производственно-торговой системе. Тем не менее, большая часть ранее проводимых исследований была ограничена чрезмерной зависимостью от классических маркетинговых методов, таких как наблюдение и опрос, которые, несомненно, заслуживают внимания, однако получаемые с помощью указанного инструментария данные исследования восприятия (особенно самого себя, своего выбора и факторов, влияющих

на него), являются ненадежным предиктором поведенческих результатов и эффективности [2], что, по мнению Нобелевского лауреата Д. Канемана, отчасти связано с тем, что людям свойственно плохо распознавать психические процессы, лежащие в основе их собственного поведения: «Мы можем быть слепы к очевидному, и мы также слепы к нашей слепоте» [3, с. 26].

В процессе потребительского поведения одними из значимых этапов процесса принятия решения о покупке, после осознания потребности, являются поиск и обработка информации о товаре и маркетинговых стимулах [4, с. 145], которое различно в реальной и виртуальной торговых средах. Это связано с тем, что как справедливо отмечает А. Кришна, в процессе выбора и принятия решения о покупке на покупателей влияют различные сенсорные системы: визуальные, тактильные, вкусовые, ольфакторные, аудиальные [5], которые влияют на формирование ощущений и восприятие действующих стимулов [6, с.7], большая часть из которых в торговом зале оказывает мультисенсорное влияние, однако онлайн-покупатели не имеют возможности тактильно протестировать товар, отсутствует также слуховое и ольфакторное восприятие, а органолептические характеристики продукта можно протестировать только после покупки (в торговом зале возможны акции пробного маркетинга), поскольку технологическая проблема ограниченного интернет-интерфейса для передачи сигналов на все органы чувств покупателя еще не решена.

В данной связи, при выборе товаров в как в реальной, но в больше степени в виртуальной среде, потребитель руководствуется только визуальным восприятием, оценивая передаваемые визуальные образы и сигналы, вследствие чего, мы полагаем, что именно визуальное поведение может отражать когнитивную обработку в процессы принятия решения о покупке, поскольку люди не одновременно или одинаково наблюдают за каждой целью/объектом выбора. Вместо этого они сосредотачиваются на областях сцены или стимулах, которые привлекают их интерес, поскольку избирательный визуальный фокус внимания является необходимым условием для того, чтобы потребитель замечал соответствующие маркетинговые стимулы и, таким образом, интерпретировал полученную информацию в процессе выбора.

При этом, основная проблема исследователей заключается в необходимости использования прикладного инструментария для получения необходимых данных, поскольку только классическими методами маркетинговых исследований (опросы, наблюдения) можно не получить качественных и репрезентативных данных. В данной связи, развитие нейромаркетинга как нового направления в понимании потребительского поведения позволяет на основе использования различных нейромаркетинговых технологий (eye-tracking, ЭЭГ, полиграф, EmoDetect и др.) получить новые нейрофизиологические данные и расширить границы понимания поведения в модели «черного ящика» [7, с.18].

Целью работы является рассмотрение методики осуществления исследования особенностей визуального внимания при поиске и выборе товаров с использованием технологии eye-tracking.

Материалы и методы исследования

Гипотеза «глаз-разум» утверждает, что существует тесная взаимосвязь между тем, на что человек смотрит, и тем, на что он обращает внимание в любой момент времени [8]. Конечно, как отмечают ученые Р. Якоб и К. Карн, человек может обратить внимание на то, на что он не смотрит [9], но предположение о том, что существует сильная корреляция между фокусом глаз и фокусом разума, подтверждается значительным количеством исследований. Характеристики глаз, такие как расширение зрачков и частота моргания, также совпадают с физиологическими изменениями в мозге, независимо от поведения взгляда [10]. Таким образом, отслеживание глаз с использованием технологии eye-tracking позволяет исследовать скрытые когнитивные процессы, определяющие поведение в контексте выбора и принятия решения о покупке и обеспечить мгновенную оценку мыслительных процессов в самых разных контекстах, что требует, по нашему мнению, конкретизации предметной области.

Однако, как справедливо отмечено в работе, «мир слишком велик для нас – он содержит слишком много информации, чтобы мы могли воспринять ее сразу» [11, с. 1], вследствие чего обычно люди обращают внимание лишь на отдельные элементы, один за другим.



Рис. 1. Угол зрения человека

Нейрофизиологическая и психофизиологическая литература о зрительной системе человека предполагает, что поле зрения отслеживается поминутно путем кратковременной фиксации на небольших областях, представляющих интерес. Центральное фовеальное зрение сужается на 1-5° (угол обзора), позволяя хорошо рассмотреть лишь небольшую часть всего поля зрения, например, всего 3% от размера большого (21 дюйм) компьютерного монитора (видимого с расстояния ~60 см). Это обусловлено тем, что хотя фовеальное зрение человека острое, оно охватывает всего около 2 градусов поля зрения, т.е. небольшую область размером примерно с ноготь большого пальца, находящуюся на расстоянии вытянутой руки от тела человека (рис. 1), при этом, острота зрения резко падает от центра взгляда. Например, человек может видеть только с примерно 50%-ной остротой при 5 градусах. В результате, «полезное» поле зрения ограничено примерно 30 градусами, а за пределами этого сетчатка в основном используется для обнаружения движения [12, с. 39].

Последовательность визуального поиска и фиксации предметов зависит от двух различных типов механизма внимания. Счита-

ется, что механизмы «снизу вверх» работают на основе первичного сенсорного ввода, когда человек быстро и непроизвольно переключает внимание на характерные визуальные признаки, имеющие потенциальную важность – красное пятно на зеленом фоне, которое может быть фруктом, внезапное движение, которое может быть хищником. Механизмы «сверху вниз» реализуют долгосрочные когнитивные стратегии при целенаправленном поиске, смещая внимание, например, к продуктам, если человек голоден. На протяжении всего поиска человеку необходимо принять два решения: куда в следующий раз направить взгляд (планирование) и обнаружить цель [11]. Действительно, при поиске известной цели на визуальном стимуле, движения глаз управляются комбинацией входных данных сетчатки и информации о цели, хранящейся в рабочей памяти. В зависимости от задачи, одна и та же цель может вызывать разные пути сканирования. Во время поискового просмотра предпочтительно фиксируются наиболее заметные места (подход «снизу-вверх»), однако, при поиске конкретной цели эта закономерность меняется: предпочтительно фиксируются местоположения, которые имеют общие характеристики с целью. То есть можно ут-

верждать, что стимулы фиксируются из-за их поведенческой значимости, а не из-за их заметности, при этом, как отмечают ученые, чем сложнее поиск, тем больше времени он занимает и тем больше требуется визуального внимания. Так, исследователь Ярбус А. убедительно доказал, что визуальное внимание зависит от контекста исследуемой задачи [13, с. 211], продемонстрировав результаты при изучении испытуемыми одной и той же картинке. Когда респондента попросили оценить возраст каждого персонажа, участник выборки смотрел в первую очередь на изображенные лица, однако, когда его попросили оценить материальный достаток семьи, он смотрел в первую очередь на одежду персонажей и некоторые из окружающих предметов [13]. Дальнейшие исследования подтвердили полученные ранее выводы о том, что глаза человека обычно направлены на объект его мыслей [14,15]. Действительно, хотя можно незаметно следить за пространственным местоположением, не переводя на него глаз, фиксировать то, на что мы обращаем внимание, не только более распространено, но и более эффективно.

Следует отметить, что при оценке товаров, как отмечают ученые Ниджс И. и др. [16], Нумменмаа Л. и др. [17], в целом, визуальное внимание человека, по-видимому, смещено в сторону продуктов питания по сравнению с непродуктивными товарами, вслед-

ствие чего зрительное восприятие товаров на торговой полке создает первое впечатление о еде до дегустации, а визуальные сигналы, включая цвет и форму упаковку, становятся важными факторами, определяющими выбор продуктов питания [18].

Для отслеживания движения взгляда, независимо от марки или модели (стационарной или переносной), большинство устройств eye-tracking определяют точку пристального взгляда (точку фиксации), т.е. то, куда смотрит наблюдатель, используя один и тот же метод отражения зрачка от роговицы (P-CR). В данном методе камеры, обращенные к наблюдателю, каждую секунду получают несколько изображений глаз с высоким разрешением. Встроенные в eye tracker осветители направляют на глаза спектр ближнего инфракрасного излучения, который находится за пределами видимого спектра света, так что он не мешает зрению, но обнаруживается камерами. Этот свет создает узоры отражения на зрачке и прозрачном внешнем слое глаза, которые действуют как опорные координаты, позволяющие алгоритмам обработки изображений вычислять угол взгляда наблюдателя и отображать его во внешнем мире [19, с. 3]. Затем точка взгляда объединяется с видеозаписью внешнего мира, снятой обращенной наружу камерой или монитором компьютера, в зависимости от типа устройства (рис. 2).

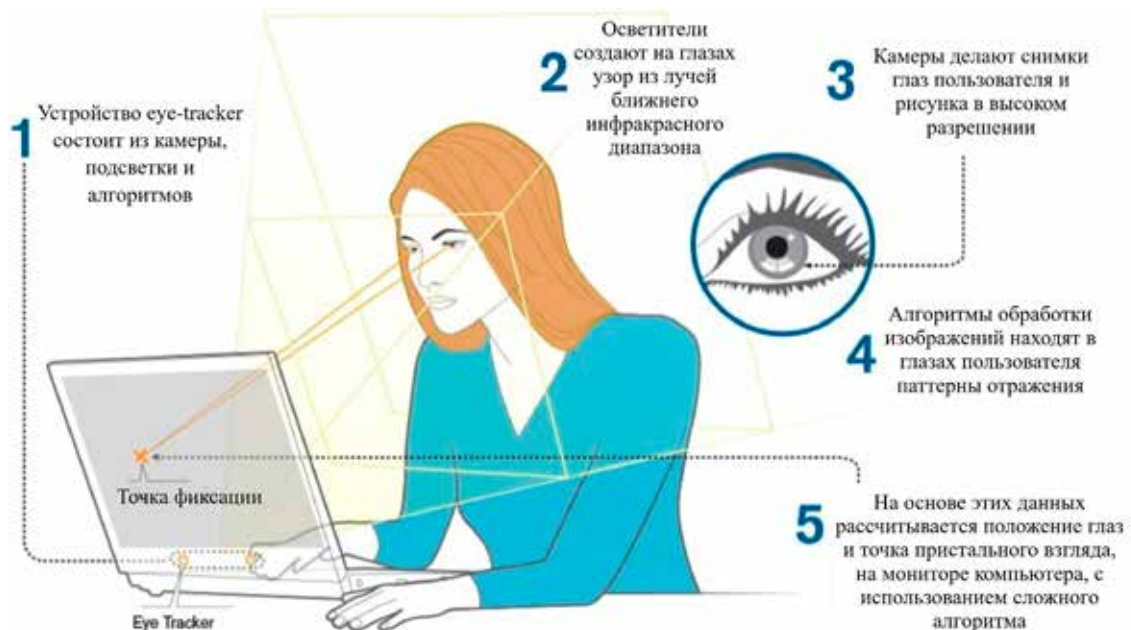


Рис. 2. Технология осуществления отслеживания и записи взгляда с использованием стационарного eye-tracker

Термины, используемые в процессе применения технологии eye-tracker [19]

Термин	Определение
Точка пристального взгляда (Point of gaze)	Местоположение, куда смотрит наблюдатель относительно измерительной плоскости или пространства, также называемое положением взгляда или точкой наблюдения, в контексте либо записанных, либо визуализированных положений взгляда для eye-tracker, либо фактических или истинных положений взгляда для наблюдателя
Отражение зрачка от роговицы (P-CR) (Pupil-corneal reflection (P-CR))	Преобладающий метод отслеживания взгляда на основе видео, который определяет направление взгляда путем интерпретации паттернов ближнего инфракрасного света, падающего на зрачок и роговицу (смотрите, как работает отслеживание взгляда).
Погрешность (Accuracy)	Разница между записанным положением взгляда на глазном трекаре и тем, куда на самом деле смотрит наблюдатель
Надежность (Precision)	Воспроизводимость записанных положений взгляда с помощью eye-tracker от образца к образцу при условии, что фактическая точка взгляда остается фиксированной
Частота дискретизации (Sampling rate)	Количество раз в секунду, когда eye-tracker фиксирует и регистрирует моментальный снимок данных отслеживания глаз
Калибровка (Calibration)	Процесс исправления первоначальной ошибки измерения для каждого наблюдателя путем сопоставления записанных положений взгляда с помощью eye-tracker с фактическими положениями взгляда, которые проинструктированы или предполагаются
Подтверждение (Validation)	Процесс проверки правильности калибровки и точности eye tracker

Так, в процессе применения технологии eye-tracker используется следующий терминологический инструментарий (таблица).

Следует отметить, что в процессе ай-трекингового исследования важными параметрами визуального внимания являются фиксации и саккады. Следует отметить, что фиксации – это короткие моменты, когда человек направляет свой взгляд на определенное место в визуальном массиве и обрабатывает входящую из него информацию, прежде чем перевести взгляд в другое место для обработки там информации [20]. Продолжительность фиксации варьируется в зависимости от визуальной задачи и во время нее; обычно она составляет в среднем около 200-300 мс, но, например, при чтении текста самая короткая продолжительность фиксации может длиться всего 50-75 мс. [20]. Во время фиксаций визуальная информация активно кодируется и обрабатывается. Так, примерно 90% времени просмотра тратится на фиксацию [21, с. 15], поэтому, основными ай-трекинговыми метриками являются показатели фиксации, такие как общая продолжительность фиксации, средняя продолжительность фиксации и количество фиксаций для каждого испытуемого, которые были получены после кодирования записей отслеживания взгляда, с целью

исследования визуального фокуса внимания. Общая продолжительность фиксации и показатели средней продолжительности фиксации измеряется в миллисекундах (мс.), а количество фиксаций представляется целым числом. Общая продолжительность фиксации и средняя продолжительность фиксации на цели предполагает, что чем дольше продолжительность фиксации на цели, тем глубже была обработка информации. Данный вывод подтверждают и ученые, которые полагают, что фиксации используются для расчета времени, затраченного на просмотр определенного местоположения, что, в свою очередь, считается, отражением привлечения внимания и времени, необходимого для обработки стимула в данном месте [10, с. 70]. Количество фиксаций на цели показывает заметность и важность конкретной цели; например, более высокое количество фиксаций указывает на большую важность цели. Учеными в исследовании по отслеживанию глаз показано, что меньшая продолжительность фиксации и большее количество фиксаций на областях, имеющих отношение к задаче, тем более улучшенная обработка информации и избирательная фокусировка внимания осуществлялась испытуемым [22].

Саккады – это баллистические движения глаз от одной фиксации к другой. Большин-

ство саккад очень короткие, от 20 до 80 миллисекунд, опять же в зависимости от контекста [19, с. 15], во время которых кодирование информации подавляется, так что человек функционально слеп, несмотря на то, что глаза двигаются, хотя мозг создает непрерывное визуальное восприятие, и, если фиксации относятся к обработке информации, то саккады – к поиску информации. Эти показатели часто анализируются независимо, чтобы сделать выводы об информативности или привлекающих внимание свойствах, соответственно, визуальных целей. Однако анализ прогрессивных последовательностей фиксаций и саккад с течением времени (т.е. траекторий сканирования) также может отображать увеличение или уменьшение зрительного внимания на протяжении всей задачи. Место следующей саккады в значительной степени определяется заново при каждой фиксации с небольшим переносом информации с последней фиксации. Таким образом, в совокупности фиксации, саккады и траектории сканирования поддерживают фундаментальный анализ для понимания динамики явной визуальной ориентации и внимания.

Немаловажными параметрами оценки являются область интереса (АОИ), когда выбранный стимул, элемент или область поля зрения, представляющий интерес для исследователя, действует как фильтр, с помощью которого можно вычислять показатели фиксаций (в ед.) и время интереса (ТОИ), характеризующее совокупное время (продолжительность) фиксации в мс. на представляющей интерес для исследователя области и действующей как фильтр.

Результаты исследования и их обсуждение

Архитектура экспериментального исследования состоит из нескольких этапов и представлена на рис. 3.

Так, на первом этапе участников необходимо проинформировать о цели эксперимента и подписали форму информированного согласия перед участием. Все участники эксперимента должны быть здоровыми добровольцами, не сообщившими о каких-либо неврологических или психиатрических заболеваниях в анамнезе, а также о проблемах со зрением или слухом, и иметь нормальное или скорректированное зрение и нормальное цветовосприятие. Для получения релевантных данных испытуемые должны быть гендерно равномерно распределены, при этом, количество испытуемых для нейромаркетинговых исследований должно составлять от 15 до 20 человек [23], что является достаточным, поскольку массив получаемых нейрофизиологических данных значительный, что обеспечивает их валидность. Значимость учета этической составляющей обусловлена сбором, обработкой и хранением нейрофизиологических данных, что подробно изложено в работе [24, с.109]. Для нивелирования внешнего воздействия в процессе эксперимента необходимо обеспечить подходящее освещение и температуру, низкий уровень шума, для выполнения экспериментальных заданий в комфортной и гибкой среде.

На втором этапе необходимо провести процедуру первоначальной калибровки, которую должен проходить индивидуально каждый респондент [25, с. 148].



Рис. 3. Алгоритм нейромаркетингового эксперимента с использованием технологии eye-tracking

Это связано с тем, чтобы испытуемому необходимо показать точку на экране и зарегистрировать вывод eye-tracker, когда он смотрит на нее. Цель калибровки состоит в том, чтобы представить последовательность видимых точек в довольно экстремальных диапазонах углов обзора (например, верхний левый, верхний правый, нижний левый, нижний правый). Эти точки экстремумов должны быть выбраны таким образом, чтобы обеспечить достаточно большой диапазон координат, позволяющий eye-tracker интерполировать положение наблюдателя между точками экстремумов [21, с. 87]. При записи визуального внимания, фиксация в каждой точке экрана должна быть записана, чтобы собрать достаточное количество данных [26, с. 1074]. В результате, следует осуществлять не менее пятиточечной калибровки каждого испытуемого, позволяющей записать функцию отображения выходного сигнала eye-tracker в точках взгляда во всех углах экрана и в центре в течение 3000 мс. Помимо выбора и/или представления правильно распределенных калибровочных точек стимула, вторичной, но не менее важной целью калибровки eye-tracker является правильная настройка оптики оборудования и пороговых уровней, позволяющих устройству правильно распознавать критические визуальные элементы глаз [21, с. 88]. В результате, в программном обеспечении eye-tracker настроены пороги обнаружения отражения как в зрачке, так и в роговице. Оба показателя должны быть установлены таким образом, чтобы eye tracker мог легко определять центры зрачка и отражение от роговицы, не теряя при этом ни того, ни другого и не путая эти цели с отвлекающими и проблемными артефактами например, ресницы, оправы очков или контактные линзы [21]. Испытуемые, не прошедшие первоначальную калибровку – угол расхождения которых с центром калибруемой точки был более $0,5^{\circ}$, должны исключаться из эксперимента. Также, учитывая смещение взгляда во время просмотра стимульного материала, переключение на следующий слайд происходило после калибровки взгляда в центре экрана.

Исследования слежения за глазами традиционно проводятся со статическими стимулами и дистанционными устройствами слежения за глазами в контролируемой исследовательской среде, и это стало тради-

цией в нейромаркетинговых экспериментах. На следующем этапе, при подготовке стимульного материала следует учитывать исследовательскую задачу, а также расширение экрана, параметры которого должны совпадать с данными стимульного материала в импортируемые в программный продукт для анализа данных, иначе записанные данные будут нерепрезентативными из-за расхождения положения взгляда и точки фиксации. Некоторые программы для анализа отслеживания движения глаз (например, Tobii Pro Lab) могут экспортировать только те данные, которые нужны экспериментатору, одним нажатием кнопки, используя функцию отображения взгляда с помощью искусственного интеллекта. В других программных продуктах, например Ogama, импортируется эталонное изображение стимула и параметры AOIs подсчитываются непосредственно на снимке. Алгоритм обработки изображений сканирует каждый кадр записи сеанса (или ТОI) определяет, когда присутствовал референт, и воспроизводит записанные положения взгляда на нем. В целом, в программах анализа записанных данных с eye-tracker экспортируется то, что просматривалось, как часто, как долго и так далее, как в целом, и, поскольку массивы записанных данных значительны, выбираются вручную параметры и фильтры, отображающие только те, которые удовлетворяют целям исследования, как по всей выборочной совокупности испытуемых, так и по каждому.

Заключение

Мотивация для использования eye-tracker в маркетинговых исследованиях обусловлена необходимостью более эффективного понимания действия потребителей. Как правило, производители стремятся эффективно предоставлять потребителям информацию о продукте, с целью повышения их осведомленности о существовании продукта, и, если потребитель идентифицирует продукт как тот, который потенциально может удовлетворить его текущую потребность, ожидается, что потребитель с большей вероятностью приобретет данный конкретный продукт, чем если бы потребитель не был осведомлен о нем. Можно утверждать, что внешние воздействия и вытекающие из них действия потребителей являются единственными релевантными и измеримыми факторами для производителей/марке-

тологов, вследствие чего можно измерить взаимосвязь между маркетинговыми действиями (стимулами) и результирующими действиями потребителей (приобретением продукта). В данном случае модель потребителя, рассматриваемая как «черный ящик», требует оценки когнитивных и перцептивных процессов, происходящие внутри потребителя, на этапах выбора и принятия решения о покупке может помочь определить направления маркетинговых действий. Таким образом, если можно измерить процесс восприятия информации потребите-

лем, с тем, чтобы адаптировать и донести ее до потребителя, максимально эффективно и непосредственно.

Технология отслеживания глаз может дать представление, по крайней мере, об одном аспекте внутренней потребительской модели: о том, как потребитель распределяет визуальное внимание в процессе изучения информации на маркетинговых стимулах (упаковках, рекламных продуктах, Интернет витринах и т.д.), что позволит расширить границы понимания внутренних потребительских процессов.

Библиографический список

1. Carter B.T., Luke S.G. Best practices in eye tracking research // *International Journal of Psychophysiology*. 2020. Vol. 155. P. 49–62.
2. Cucchetti A., Evans D., Casadei-Gardini A., Piscaglia F., Maroni L., Odaldi F., Ercolani G. The perceived ability of gastroenterologists, hepatologists and surgeons can bias medical decision making // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020. Vol. 17(3). 1058. P. 1-11. DOI: 10.3390/ijerph17031058.
3. Daniel Kahneman. *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 533 p.
4. Хасбулатова Б.М. Теоретические подходы к процессу потребительского поведения и принятия решения о покупке // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 12-3. С. 144-146.
5. Krishna A. An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior // *Journal of Consumer Psychology*. 2012. Vol. 22 (3). P. 332-351. DOI: 10.1016/j.jcps.2011.08.003.
6. Физиология сенсорных систем: учебно-методическое пособие / О.В. Яковлева, Е.В. Герасимова, Г.Ф. Ситдикова. Казань: КФУ, 2020. 140 с.
7. Визуальный нейромаркетинг: фундаментальные и прикладные исследования / под ред. О.Б. Ярош, В.Е. Реутова. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2020. 272 с.
8. Just M.A., Carpenter P.A. A theory of reading: From eye fixations to comprehension. *Psychological Review*. 1980. Vol. 87(4). P. 329–354.
9. Jacob R.J., Karn K.S. Eye tracking in human-computer interaction and usability research: Ready to deliver the promises // *Mind*. 2003. Vol. 2(3). P. 573-605. DOI: 10.1016/B978-044451020-4/50031-1.
10. Eckstein M.K., Guerra-Carrillo B., Miller Singley A.T., Bunge S.A. Beyond eye gaze: What else can eyetracking reveal about cognition and cognitive development? *Developmental Cognitive Neuroscience*. 2016. Vol. 25. P. 69–91. DOI: 10.1016/j.dcn.2016.11.001.
11. Charles E. Connor, Howard E. Egeth, Steven Yantis. Visual Attention: Bottom-Up Versus Top-Down // *Current Biology*. 2004. Vol. 14. P. 1-3. DOI: 10.1016/j.cub.2004.09.041.
12. Djamshi S. Eye Tracking and Web Experience // *AIS Transactions on Human-Computer Interaction*. 2014. Vol. 6(2). P. 37-54.
13. Yarbus A.L. *Eye Movements During Perception of Complex Objects*. Plenum Press, New York, 1967. 222 p.
14. Ferreira F., Apel J., Henderson J.M., Taking a new look at looking at nothing // *Trends Cognitive Science*. 2008. Vol. 12. P. 405–410. DOI: 10.1016/j.tics.2008.07.007.
15. Theeuwes J., Belopolsky A., Olivers C.N.L., Interactions between working memory, attention and eye movements // *Acta Psychologica (Amst.)* 2009. Vol. 132. P 106–114. DOI: 10.1016/j.actpsy.2009.01.005.
16. Nijis I.M.T., Muris P., Euser A.S., Franken H.A. Differences in attention to food and food intake between overweight/obese and normal-weight females under conditions of hunger and satiety // *Appetite*. 2010. Vol. 54. P. 243-254. DOI: 10.1015/j.appet.2009.11.004.
17. Nummenmaa L., Hietanen J.K., Calvo M.G., Hyönä J., Greenlee M.W. Food catches the eye but not for everyone: A BMI-contingent attentional bias in rapid detection of nutrients // *PLoS ONE*. 2011. Vol. 6 (5). P. e19215. DOI: 10.1371/journal.pone.0019215.

18. Wadhera D., Capaldi-Phillips E.D. A review of visual cues associated with food on food acceptance and consumption // *Eating Behaviors*. 2014. Vol. 15 (1). P. 132-143. DOI: 10.1016/j.eatbeh.2013.11.003.
19. Joseph R. Pauszek. An introduction to eye tracking in human factors healthcare research and medical device testing // *Human Factors in Healthcare*. 2023. Vol. 3. № 100031. P. 1-16. DOI: 10.1016/j.hfh.2022.100031.
20. Rayner K. Eye movements in reading and information processing: 20 years of research. *Psychological Bulletin*. 1998. Vol. 124. P. 372–422.
21. Andrew Duchowski. *Eye Tracking Methodology. Theory and Practice*. Second Edition. Springer-Verlag London Limited, 2007. 335 p.
22. Gegenfurtner A., Lehtinen E., Säljö R. Expertise differences in the comprehension of visualizations: A meta-analysis of eye-tracking research in professional domains // *Educational Psychology Review*. 2011. Vol. 23(4). P. 523-552.
23. Керзина Е.А. Нейромаркетинг: методические основы и практические направления применения в бизнесе // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2019. № 3. С. 13-18.
24. Калькова Н.Н. Нейробрендинговые исследования: вопросы этической составляющей // *Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции*. 2022. № 4. С. 100-113.
25. Melika Husić-Mehmedović, Ismir Omeragić, Zenel Batagelj, Tomaž Kolar. Seeing is not necessarily liking: Advancing research on package design with eye-tracking // *Journal of Business Research*. 2017. Vol. 80. P. 145–154.
26. Katarzyna Harezlak, Pawel Kasprowski, Mateusz Stasch. Towards Accurate Eye Tracker Calibration – Methods and Procedures // *Procedia Computer Science*. 2014. Vol. 35. P. 1073-1081. DOI: 10.1016/j.procs.2014.08.194.

УДК 33.332.1

И. В. Ковалева, А. В. Мердяшева

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный аграрный университет», Барнаул,
e-mail: irakovaleva20051@rambler.ru

ЛИЧНЫЕ ПОДСОБНЫЕ ХОЗЯЙСТВА КАК РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РЕГИОНА

Ключевые слова: хозяйства, личные подсобные, оценка, тенденции, регион, агропродовольственная, политика, сельскохозяйственные, товаропроизводитель.

Социально-значимой категорией сельского населения являются личные подсобные хозяйства (далее ЛПХ), основной целью и деятельностью которых является обеспечение потребности в продуктах питания. В период становления многоукладной экономики произошло сокращения крупного аграрного производства, что повлекло к высвобождению трудовых ресурсов, снижению доходов в сельскохозяйственных отраслях. В это время была отмечена активизация трудоспособного сельского населения в хозяйственной деятельности личных подсобных хозяйств, основной задачей которых теперь являлось не только обеспечение продуктами питания своих семей, а увеличение объемов производства сельскохозяйственной продукции и ее реализации с целью получения дохода в семейный бюджет и обеспечения занятости членов своих семей. Таким образом, произошло условное деление личных подсобных хозяйств на классические (потребительские) и товарные, которые непосредственно стремятся к увеличению товарности своей продукции с целью выгодной её реализации. Товарные ЛПХ впоследствии и могут быть ресурсным потенциалом в увеличении общего производства сельскохозяйственной продукции и перехода в другие организационно-правовые формы собственности производителей, с целью эффективного производства, что является одной из основ государственной агропродовольственной политики, как государства в целом, так и отдельной сельской территории.

I. V. Kovaleva, A. V. Merdyasheva

Altai State Agrarian University, Barnaul, e-mail: irakovaleva20051@rambler.ru

PERSONAL SECONDARY FARMS AS A RESOURCE POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN RURAL TERRITORIES OF THE REGION

Keywords: farms, personal subsidiary plots, assessment, trends, region, agri-food, policy, agricultural, commodity producer.

A socially significant category of the rural population is personal subsidiary plots (hereinafter referred to as private household plots), the main purpose and activity of which is to meet the need for food. During the formation of a multi-structure economy, there was a reduction in large-scale agricultural production, which led to the release of labor resources and a decrease in income in agricultural sectors. At this time, the activation of the working-age rural population in the economic activities of personal subsidiary plots was noted, the main task of which was now not only to provide food for their families, but to increase the volume of agricultural production and its sale in order to generate income for the family budget and provide employment for their members families. Thus, there was a conditional division of personal subsidiary plots into classic (consumer) and commercial ones, which directly strive to increase the marketability of their products in order to sell them profitably. Commercial private household plots can subsequently be a resource potential in increasing the overall production of agricultural products and the transition to other organizational and legal forms of ownership of producers, for the purpose of efficient production, which is one of the foundations of state agri-food policy, both of the state as a whole and of a separate rural area.

Введение

Малое предпринимательство отвечает возможностям развития личных подсобных хозяйств, как в форме крестьянского фермерского хозяйства, так и индивидуального предпринимателя. Однако, как показывает практика не все товарные ЛПХ готовы изме-

нить статус и перейти в разряд предпринимательства из-за недостаточности объемов производства, в связи с ограниченностью земельных, трудовых и др. ресурсов, а также выполнению обязательств по уплате налоговых и других платежей, связанных с предпринимательской деятельностью.

Целью исследования является оценка современного уровня развития личных подсобных хозяйств и факторов, влияющих на их эффективное развитие.

Материалы и методы исследования

Исследование осуществлялось при помощи информационных данных Федеральной службы государственной статистики РФ с использованием системного подхода, метода сравнения, систематизации и обобщения информационных данных. Информационная база исследования включает публикации российских ученых и практиков в области развития сельского хозяйства региона, публикации научно-практических конференций и научных журналов.

Результаты исследования и их обсуждение

Вопросам развития личных подсобных хозяйств в России в научной литературе уделяется достаточно внимания [1-6]. Устойчивое развитие личных подсобных хозяйств возможно только при такой экономической государственной политике, которая бы формировала и транслировала в системном виде четкий механизм широкого спектра финансовой, кредитной и организационной поддержки, включая организацию и развитие потребительских снабженческо-сбытовых кооперативов, для данного сектора экономики.

С 1 января 2019 года в нескольких регионах России, а с 1 июля 2020-го по всей территории страны вступил в силу Федеральный закон о самозанятых (№ 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «налог на профессиональный доход»). Федеральным нормативно-правовым актом определено, что самозанятый – это человек, который работает сам на себя или продает товары собственного производства, не имея наемных работников с трудовыми договорами. Самозанятые занимаются профессиональной деятельностью, от которой получают доходы и платят государству налог с этих доходов. Как было отмечено ранее, что товарные ЛПХ ведут свою деятельность для получения дохода, данная норма федерального закона даёт возможность товарным ЛПХ официально декларировать свою деятельность путем законного оформления в органах Федеральной налоговой службы. Данный закон минимизирует обязательства

ЛПХ по платежам, в сравнении с предпринимателями, однако вопросы, касающиеся определения трудового стажа, пенсионного обеспечения, медицинского страхования, условий труда владельца, ведущего личное подсобное хозяйство, остаются нерешенными. Плюсом данного закона возможна является та «ступенька», которая позволит ускорить переход ЛПХ в статус предпринимательства.

Следует отметить, что мотивация и стимулирование дальнейшего развития категории граждан сельской местности как «...самозанятых ЛПХ...» регламентируется Постановлением Правительства Российской Федерации № 695 от 18.04.2022, где отмечается, что самозанятые граждане в сельском хозяйстве официально могут получать государственные субсидии и покрывать с их помощью часть расходов на ведение личного хозяйства [7].

Таким образом, согласно условий, созданных на федеральном уровне и действующей нормативной правовой базе, можно схематично отразить возможные направления в развитии ЛПХ (рис. 1).

К основным векторам развития ЛПХ следует рассматривать традиционные (сохраняющие свою производственно-хозяйственную деятельность); товарные, направленные на осуществление деятельности с целью увеличения объемов производства; ликвидированные (устраненные) не имеющие производственно-хозяйственной деятельности (продажа участка).

Традиционно Алтайский край рассматривается как сельский регион. По состоянию на 01.01.2022 года доля сельского населения в регионе составляет 42,6%, что на 17% выше доли сельского населения в Сибирском Федеральном округе (25,6%), и на 17,4% превышает долю сельского населения в Российской Федерации (25,2%) [8].

Управлением Росреестра по Алтайскому краю зарегистрировано 459 480 личных подсобных хозяйств населения (01.01.2023) с владением 300,2 тыс. га земель сельскохозяйственного назначения, в том числе пашни – 185,9 тыс. га (таблица 1, рис. 2).

За 2022 год хозяйствами населения произведено 353,9 тыс. тонн картофеля, 100,3 тыс. тонн овощей, 496,1 тыс. тонн молока, 92,7 тыс. тонн скота и птицы на убой (в живом весе), получено более 7,4 тыс. тонн товарного мёда, настрижено 223 тонны шерсти [9].



Рис. 1. Основные векторы развития личных подсобных хозяйств

Таблица 1

Динамика количества личных подсобных хозяйств в Алтайском крае [9]

Показатели	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2022 г.
Количество личных подсобных хозяйств, ед.	452625	454218	454486	454501	454655	454717	454816	458886	459108	459262	459480
Общая площадь земель сельхоз назначения, га	256756	279683	286326	293170	297400	299712	300251	299695	299324	299893	300186

По ряду товарных позиций удельный вес производства продукции представлен на достаточно высоком уровне: картофеля 78,2%; овощей 67,5%; молока – 43,5%; скота и птицы на убой – 39,4%; мёда – 91,9%; шерсти 82,6% (табл. 2).

В хозяйствах населения Алтайского края содержится 38,7% от общего поголовья крупного рогатого скота, в том числе 42,9% коров, 48,7% свиней, 74,9% овец и коз, 52,6% лошадей, 12,8% птицы, 93,5% пчелосемей при стоимости на уровне 41,3 млрд. рублей (15,4% сельскохозяйственной продукции).

При этом продукция растениеводства осталась на прежнем уровне (индекс 100,6%); производство животноводческой продукции имеет тенденцию к снижению 93,4% [9]. Данная негативная тенденция становится устойчивым трендом в Алтайском крае. Следует отметить, что основными факторами следует отметить: использование ручного труда, минимальная механизация производства, что в конечном итоге влияет на товарность продукции, её качества и уровень конкурентоспособности. Кроме того, большое значение имеет удаленность от рынков сбыта.

Таблица 2

Объемы производства сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах Алтайского края, тыс. тонн [9,10]

Продукция	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018 г.	2019г.	2020г.	2021г.	2022 г.	
										тыс. тонн	доля в производстве региона, %
Картофель	556,2	494,2	428,3	459,0	446,6	437,7	387,5	371	355,2	353,9	78,2
Овощи	136,4	125,1	117,5	123,7	113,5	105,6	110,7	99,2	104,7	100,3	66,9
Скот и птица на убой (в живом весе)	138,6	138,7	131,9	122,9	114,1	109,1	121,3	109,5	107,8	98,8	38,6
Молоко	648,9	653,7	636,7	593,3	571,7	561,9	571,7	560,5	531,7	496,1	43,5
Товарный мёд, тонн	4248	3794	4541	4500	3989	3763	3688	3830	4130	7459	91,9
Шерсть, тонн	377	375	374	341	304	300	285	267	236	223	82,6
Яйца, млн. шт.	276,5	253,4	230,7	216,6	200,1	188,2	165,1	153,6	145,7	138	12,4

Эта территориальная особенность Алтайского края (удаленность от основных рынков сбыта), где продукция закупается в хозяйствах населения по низким ценам посредников товародвижения продукции, что оказывает существенное влияние на политику ценообразования и каналы реализации продукции, что, в конечном итоге, сказывается на формировании локального рынка продукции.

Другой существенной проблемой является ограниченная возможность приобретения современной сельскохозяйственной техники и оборудования для обработки и переработки продукции, сложность с арендой, приобретением, модернизацией современных производственных помещений как для содержания крупного рогатого скота, так и собственных мест для хранения овощеводческой и другой продукции, что находит отражение на эффективность производства и реализации готовой продукции.

Для достижения главной цели, а именно использование ресурсного потенциала личных подсобных хозяйств Алтайского края, и не допущение ежегодного снижения объемов и доли производства в данном секторе экономики, необходимо разработка программно-целевого метода.

Государственную поддержку в части решения вопросов пенсионного и социального страхования, минимального налогообложения, льготных кредитов и займов, прямой государственной поддержки в виде грантов следует рассматривать как стратегическую составляющую развития ЛПХ региона. Учитывая, что в Алтайском крае более

400 тыс. личных подсобных хозяйств проживают в 59 муниципальных районах края, предоставление прямой государственной финансовой поддержки, в виду дотационного краевого бюджета, не представляется возможным. Однако, формирование новых вертикальных экономических связей между сельхозтоваропроизводителями и перерабатывающими предприятиями в форме районных потребительских кооперативов могли бы существенно увеличить товарность продукции хозяйств населения и обеспечить эффективный сбыт продукции сельского хозяйства. Прямые государственные средства в форме грантов (льготных кредитов и займов) предоставлять на такие кооперативы для приобретения необходимой техники для закупа продукции, различного оборудования, в том числе лабораторного, для организации: приемных пунктов (закуп молока и мяса), овощеводческих хранилищ, складов. Кроме того, оказывая государственную поддержку государством может осуществляться контроль и регулирование закупочных цен на продукцию личных подсобных хозяйств. В свою очередь подсобные хозяйства, являющиеся членами такого кооператива, могли бы иметь доступ к современной технике, оборудованию, гарантированному сбыту продукции, а также финансовой помощи на приобретение породного крупного рогатого скота, семенного материала, и других необходимых средств производства. Имея доступ к современным средствам производства, создаются условия для дальнейшей трансформации ЛПХ в другие формы хозяйствования.

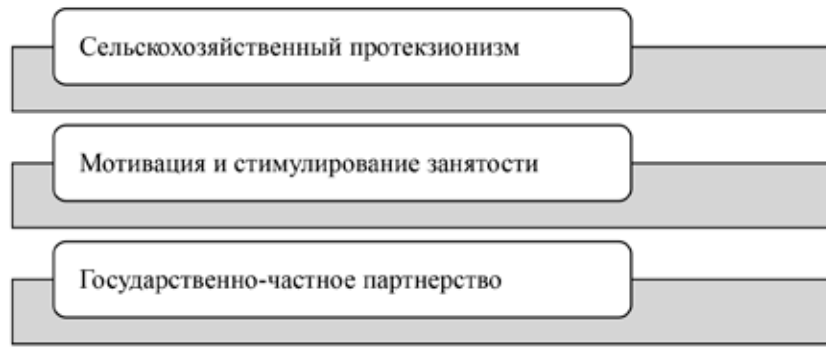


Рис. 2. Основные направления государственной поддержки развития ЛПХ в регионе

Стабильное развитие личных подсобных хозяйств улучшит качество жизни сельских населенных территорий, а применение программного государственного регулирования позволит сохранить и увеличить ресурсный потенциал хозяйств населения. Важным направлением аграрной политики Алтайского края является регулирование сбыта продукции, производимой в хозяйствах населения и стимулирование поставок сельскохозяйственной продукции через обеспечение социальных гарантий лицам, занятым в таких хозяйствах. Основные направления государственной поддержки представлены на рисунке 2.

Безусловно, представленные направления должны быть составной частью сельскохозяйственной политики региона, что позволит снизить социальную напряженность на селе (и уровня безработицы в том числе).

Личное подсобное хозяйство регистрируется органом местного самоуправления в похозяйственной книге на основании заявления членов семьи или гражданина, ведущего такое хозяйство. Выбор категорий граждан сельского населения, имеющих право на государственную поддержку в форме дополнительного пенсионного обеспечения, осуществляется исходя из принципов обеспечения занятости и повышения доходов сельского населения. «...При этом принимается во внимание, что занятие личным подсобным хозяйством может быть как дополнительным к основному, так и единственным (для пенсионеров, домохозяек, безработных) видом деятельности жителей сельской местности и основным источником их дохода» [11]. Целесообразно создание и развитие регионального «Фонда поддержки личных подсобных хозяйств». При этом «...размер дополнительной пенсии должен

находиться в зависимости от периода работы в личном подсобном хозяйстве по производству и реализации продукции» [11]. Для получения года стажа лицу, занятому в личном подсобном хозяйстве, необходимо реализовать 600 кг мясной продукции (в живой массе) или 900 кг молока (основанием для установления нормы послужили основная производственная направленность личных подсобных хозяйств; среднегодовая величина реализованной животноводческой продукции на одного занятого в личном хозяйстве). При этом следует четко установить, что продукция личных подсобных хозяйств, реализуемая через посредников, не включается в расчетный объем для начисления стажа. Основаниями для установления нормы могут использоваться: основная производственная направленность личных подсобных хозяйств – производство животноводческой продукции; среднегодовая величина реализованной животноводческой продукции на одного занятого в личном хозяйстве. При расчете нормы производства продукции для хозяйств населения предполагается, что лица, претендующие на получение дополнительных пенсий, работают полный восьмичасовой рабочий день. Выплата дополнительных пенсий лицу, подтвердившему свое право на их получение, осуществляется пожизненно на период проживания на территории Алтайского края. Расчет дополнительного пенсионного обеспечения производится с момента обращения лица в Социальный фонд. Нам представляется целесообразным представить в виде схемы процесс закупки животноводческой продукции (рис. 3). Для обеспечения возможности выплаты дополнительных пенсий по данному варианту требуется непрерывное поступление продукции в фонд от личных подсобных хозяйств.



Рис. 3. Схема закупки сельскохозяйственной продукции в хозяйствах населения и дополнительного пенсионного обеспечения лиц, производящих животноводческую продукцию

Прекращение поставок продукции из личных подсобных хозяйств по объективным и субъективным причинам, то есть нарушение воспроизводственных процессов в формировании фонда, создает условия для невыполнения государством взятых на себя обязательств по выплате дополнительных пенсий. Таким образом, на наш взгляд, в качестве выплаты дополнительных пенсий. Таким образом, на наш взгляд, в качестве основного критерия выбора статуса фонда «Поддержка личных подсобных хозяйств» целесообразно рассматривать гарантированное обеспечение государственных обязательств по выплате дополнительных пенсий лицам, которые, работая в личном подсобном хозяйстве, осуществляли поставки продукции.

Также возможно фонд рассматривать в виде целевого бюджетного фонда. В этом случае источниками формирования фонда являются дополнительные налоговые поступления от заготовительных организаций и перерабатывающих организаций.

Выводы

Личное подсобное хозяйство населения является неотъемлемой частью хозяйственной деятельности граждан, проживающих в сельской местности, способствующее активизации предпринимательской деятельности. Существующая негативная тенденция сокращения производства продукции в личном секторе требует разработки предложений и рекомендаций, позволяющих применять меры государственной поддержки. Реа-

лизация схемы государственной поддержки хозяйств населения на основе дополнительного пенсионного обеспечения позволяет одновременно решить различные организационные, социальные и экономические вопросы: стимулирование реализации произведенной сельскохозяйственной продукции для государственных и региональных нужд; повышение занятости жителей сельской местности и доходной части бюджетов всех уровней за счет увеличения налоговых отчислений от перерабатывающих и заготовительных организаций в связи с возрастани-

ем объемов производства продукции. При производстве и реализации хозяйствами населения продукции в объемах, меньших или больших установленного размера, соответственно уменьшается либо увеличивается и стаж работы для начисления дополнительной пенсии (на целое число месяцев) пропорционально доле уменьшения (увеличения) объемов поставки продукции. Таким образом, требуется поиск новых индикативных экономических мер и механизмов поддержки развития личных подсобных хозяйств населения.

Библиографический список

1. Александровская Л.А., Половая А.В. Актуальные вопросы становления личных подсобных хозяйств населения // Наука и инновации – современные концепции. Уфа, 2019. Т. 1. С. 7-12.
2. Алиханова Р.А. Роль личных подсобных хозяйств в экономике современной России // Научные исследования как основа инновационного развития общества. Тюмень, 2020. С. 52-55.
3. Гайдуков А.А. Стратегия устойчивого развития личных подсобных хозяйств // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. 2019. № 3. С. 30-34.
4. Мусаева Х.М. Развитие личного подсобного хозяйства: экономические проблемы и перспективы // Деловой вестник предпринимателя. 2000. № 2 (2). С. 86-88.
5. Пустуев А.Л., Чупина И.П. Хозяйства населения как один из критериев системы продовольственного самообеспечения регионов // Аграрный вестник Урала. 2012. № 8 (100). С. 96-98.
6. Ханмагомедов С.Г. Малые формы хозяйств – как ресурсный потенциал развития животноводства // Зоотехния – прошлое, настоящее и будущее. Махачкала, 2021. 188 с.
7. Федеральный закон от 07.07.2003 N 112-ФЗ (ред. от 28.06.2021) «О личном подсобном хозяйстве». [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43127/ (дата обращения: 30.09.2023).
8. Управление Росреестра по Алтайскому краю (Сведения о наличии и распределении земель в Алтайском крае, форма 22-4). [Электронный ресурс]. URL: <https://rosreestr.gov.ru/about/struct/territorialnye-organy/upravlenie-rosreestra-po-altayskomu-kraju/> (дата обращения: 12.09.2023).
9. Алтайский край в цифрах. [Электронный ресурс]. URL: <https://akstat.gks.ru/storage/mediabank/10030.pdf> (дата обращения: 30.09.2023).
10. Официальный портал Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 06.09.2023).
11. Ковалева И.В. Инвестиционная привлекательность регионального подкомплекса АПК: теория, методология, проблемы функционирования и развития: монография. Барнаул: Изд-во АГАУ, 2007. 310 с.

УДК 330.341

Н. С. Комлева

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», Саранск, e-mail: Komlevans2008@rambler.ru

Е. А. Леоненко

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», Саранск, e-mail: djon7778883@yandex.ru

Е. Г. Щербакова

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», Саранск, e-mail: scherbakovaeg@yandex.ru

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ВЫБОР ИНСТРУМЕНТОВ КОМПЛЕКСА DIGITAL-МАРКЕТИНГА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Ключевые слова: digital-маркетинг, комплекс digital-маркетинга, цифровой маркетинг, гостиница, цифровизация, маркетинговые инструменты, товарная политика, ценовая политика, сбытовая политика, коммуникационная политика.

На сегодняшний день цифровые технологии – решающий фактор успеха в каждой сфере бизнеса, который дает неоспоримые конкурентные преимущества предприятию. Пару лет назад было достаточно создать только сайт и использовать SEO-продвижение, чтобы организации стать узнаваемой на рынке. Однако по мере развития цифровых решений на смену традиционному продвижению пришла новая технология под названием Digital-маркетинг. Цифровой маркетинг реализуется в виртуальной среде, которая служит для предприятий гостиничной сферы не только красивым «портфолио», «книгой жалоб и предложений», но и местом продвижения гостиничного продукта. В современной гостиничной индустрии можно увидеть множество примеров рекламы, созданной именно в рамках цифрового маркетинга. Все клиенты, потенциальные и существующие, на сегодняшний момент очень активно пользуются СМИ, интернетом, мобильными телефонами, сервисами бронирования. Для удобства взаимодействия с клиентом и более эффективного продвижения современные гостиницы активно внедряют в свою работу инновационные цифровые решения – от использования QR-кодов для получения информации о гостинице до создания 3D-рекламы.

Komleva N.S.

National research Mordovian state University N.P. Ogarev, Saransk, e-mail: Komlevans2008@rambler.ru

Leonenko E.A.

National research Mordovian state University N.P. Ogarev, Saransk, e-mail: djon7778883@yandex.ru

Shcherbakova E.G.

National research Mordovian state University N.P. Ogarev, Saransk, e-mail: scherbakovaeg@yandex.ru

GOALS AND PRINCIPLES OF FORMING A SYSTEM OF RELATIONS BETWEEN SBERBANK PJSC AND CLIENTS USING TELECOMMUNICATIONS TECHNOLOGIES OF THE CALL CENTER

Keywords: digital marketing, digital marketing complex, digital marketing, hotel, digitalization, marketing tools, product policy, pricing policy, sales policy, communication policy.

For today date, digital technologies are a decisive factor of success in every area of business, which gives undeniable competitive advantages to the enterprise. A couple of years ago, it was enough to create only a website and use SEO promotion to make the organization recognizable in the market. However, with the development of digital solutions, a new technology called Digital Marketing has replaced the traditional promotion.

Digital marketing is implemented in a virtual environment, which serves for the enterprises of the hotel industry not only as a beautiful “portfolio”, “book of complaints and suggestions”, but also as a place to promote a hotel product. In the modern hotel industry, you can see many examples of advertising created specifically within the framework of digital marketing. All customers, potential and existing, are currently very actively using the media, the Internet, mobile phones, booking services. For the convenience of interaction with the client and more effective promotion, modern hotels are actively implementing innovative digital solutions in their work – from using QR codes to obtain information about the hotel to creating 3D advertising.

Введение

В современных условиях инновационного развития экономики Российской Федерации на макро-, мезо- и микроуровнях цифровой маркетинг становится новым элементом системы управления рыночной деятельностью хозяйствующих субъектов, которые выпускают и продвигают на этот рынок новые продукты.

В нашу жизнь всё прочнее входит термин «диджитализация общества», что означает очередной скачок темпа жизни и активное использование цифровых технологий в повседневности. Все более обыденным явлением становится использование интернета, гаджетов, облачных хранилищ, социальных сетей, онлайн-магазинов и банков, поэтому многие бизнес-процессы меняют или корректируют формат своей деятельности, тем самым меняя ситуацию вокруг. Цифровой маркетинг на современном этапе служит мостом между потребителями и производителями в сфере товарного обращения. Для любого региона и страны в целом важно развивать сферу товарно-денежных отношений для стабильного развития экономики.

Деятельность предприятий должна быть в полной мере адекватна требованиям формирующегося глобального цифрового рынка и обеспечивать выгодное конкурентное позиционирование отечественных предприятий на внутреннем и внешних рынках. Разработка комплекса digital-маркетинга для отечественных предприятий является необходимым условием для развития экономики страны и региона, обеспечения ее конкурентоспособности на рынке цифровых товаров и услуг.

Целью исследования является анализ факторов, определяющих выбор инструментов комплекса digital-маркетинга индустрии гостеприимства.

Материалы и методы исследования

Методы исследования: абстрактно-логический, аналитический, метод опроса, статистический анализ, методы сравнения, обобщения, группировок, сопоставления.

Результаты исследования и их обсуждение

Готовность гостиничного предприятия к цифровизации, а также нынешнее состояние маркетинга на предприятии во многом определяется ее внутренним потенциалом, а также внешними факторами, оказывающих влияние на ее деятельность. Поэтому перед разработкой комплекса digital-маркетинга и внедрением в работу новых инструментов продвижения важно провести анализ маркетинговой среды предприятия [1].

ООО «Гостиница «Саранск» является одним из наиболее крупных гостиничных предприятий, функционирующих на рынке гостиничных услуг г. Саранска. Предприятие открыто в декабре 1979 года, имеет категорию «3 звезды», присвоенные Российской гостиничной ассоциацией. Помимо предоставления временного размещения, отель занимается дополнительно 17 видами деятельности, что свидетельствует о поиске новых путей повышения рентабельности всего бизнеса.

При планировании своей деятельности гостиница «Саранск» ориентируется на другие отели города, и в соответствии с ними строит свою маркетинговую деятельность. Основная цель ориентации на конкурентов – поддержание конкурентоспособности на рынке среди выбранного сегмента потребителей.

Деятельность ООО «Гостиница «Саранск» зависит от внешней среды, где она непосредственно функционирует. Макросреду гостиничного предприятия составляют в совокупности политические, экономические, социальные и технологические факторы. Оценка данных факторов можно провести методом PEST-анализа (таблица 1).

PEST-анализ – это комплексное исследование, с помощью которого и оценить степень влияния внешних факторов на гостиничный бизнес. Под внешними факторами подразумеваются явления, события и процессы, которые влияют определенным образом на деятельность гостиницы «Саранск» на каждом этапе ее существования и не поддаются контролю.

Таблица 1

PEST-анализ макросреды ООО «Гостиница «Саранск»

Группа факторов	Факторы	Важность фактора	Направление влияния	Значение фактора	Итого
Политико-правовые	1. Нормативно-правовая база и стабильность законодательства	0,08	+	5	0,4
	2. Благоприятная политика в области развития города в целом	0,11	+	9	0,99
	3. Напряженная политическая обстановка	0,12	-	7	-0,84
Итого		0,31		21	1,43
Экономические	1. Высокий уровень инфляции и процентных ставок	0,07	-	5	-0,35
	2. Девальвация национальной валюты, нестабильность курса	0,12	-	8	-0,96
	3. Высокий уровень развития бизнеса и инвестирования	0,08	+	7	0,56
Итого		0,27		20	-0,75
Социокультурные	1. Улучшение восприятия Саранска как туристического города	0,10	+	9	0,90
	2. Повышение требований со стороны клиентов к качеству услуг и уровню сервиса	0,06	-	6	- 0,30
	3. Ускорение ритма жизни клиентов (как следствие, сокращение средней продолжительности пребывания гостя в гостинице)	0,07	-	5	-0,35
Итого		0,23		20	-0,25
Технологические	1. Уход международных технологических брендов с российского рынка	0,05	-	5	-0,25
	2. Развитие отечественных автоматизированных информационных систем	0,07	+	7	0,49
	3. Доступность цифровых инструментов продвижения бизнеса	0,07	+	8	0,64
Итого		0,19		20	1,38

Факторы PEST-анализа могут представлять для предприятия определенную возможность или угрозу (таблица 1). Так, характер влияния политических факторов будет зависеть от того, насколько государство поддерживает развитие туризма, а также от политической ситуации в стране и в мире. Санкции и визовые барьеры, действующие на территории нашей страны в настоящее время, негативно влияют на рост показателей в данной отрасли, поэтому гостиница «Саранск» теряет часть клиентов. Однако регион ведет активную политику в области развития города в сфере культурного и спортивного туризма, поэтому количество приезжающих гостей ежегодно увеличивается. Данный фактор в большей степени имеет положительное влияние на деятельность гостиничного предприятия.

Экономические факторы связаны с такими процессами, как инфляция, налогообложение, инвестирование в бизнес, а также с платежеспособностью потребителей. Растущие темпы инфляции и увеличивающиеся налоги повышают себестоимость продаж и расходы предприятия, что в будущем может привести к падению рентабельности [2]. Рост инвестиционной активности в регионе способен улучшить финансовое положение предприятия и сконцентрировать свою деятельность на более прибыльном сегменте рынка – бизнес-клиентах. Экономические факторы на сегодняшний день оказывают отрицательное влияние на деятельность гостиницы: из-за растущей себестоимости предприятие вынуждено искать новые пути повышения рентабельности и сокращать расходы.

Факторы социального содержания могут влиять как на спрос, так и на репутацию гостиницы. В последние годы среди гостей складывается положительное мнение о городе и об отеле, спрос на гостиничные услуги стабилизируется, прибыль организации растет. Однако негативная эпидемиологическая ситуация в масштабах страны и мира может привести к кризису и спаду гостиничной деятельности, с чем и столкнулись гостиничные предприятия в начале 2020 года. Повышение требований клиентов к качеству услуг и уровню сервиса отражается на оценке гостиничного предприятия в целом: гости оставляют негативные отзывы, что вызывает необходимость улучшать качество предоставляемых услуг.

Факторы, связанные с технологиями, в настоящее время важны в гостиничном бизнесе, так как внедрение инновационных технологий обслуживания и систем управления в отеле способно увеличить спрос на его услуги, тем самым обеспечить высокую эффективность деятельности [3]. С уходом многих международных брендов с российского рынка в 2022 году, число доступных технических и технологических новшеств резко сократилось. Данный факт ограничил возможность гостиничного предприятия внедрять новые цифровые инструменты в свою работу. Однако, вместе с тем, появились российские IT-решения, которые уже применяются в гостиничном бизнесе: док-станции, чат-боты, цифровые системы регистрации заезда и выезда. Доступность данных технологий digital-маркетинга создает для предприятия возможность дальнейшей автоматизации бизнес-процессов и повышения эффективности продвижения продукта.

Чтобы оценить потенциал гостиницы «Саранск» для введения инструментов digital-маркетинга, проведем анализ внутренних факторов [4]. К внутренним факторам относятся: человеческие ресурсы (квалификация, культура работников и т.д.); технические ресурсы (новизна оборудования, использование инновационных автоматизированных систем управления); коммерческие ресурсы (качество услуг); финансовые ресурсы (прибыль, возможность самофинансирования).

Оценку внутренних факторов проведем с помощью SNW-анализа. Этот вид анализа представляет собой уникальную методику, которая позволяет разбить деятельность

гостиничного предприятия на отдельные сегменты или блоки, проанализировать их и выделить сильные, слабые и нейтральные стороны. При использовании SNW-анализа оценивается состояние внутренней среды гостиницы по ряду позиций: менеджмент, маркетинг, процесс предоставления услуг, финансы, персонал. Каждая позиция получает одну из трех оценок: Сильная (Strength); Нейтральная (Neutral); Слабая (Weakness). SNW-анализ для ООО «Гостиница «Саранск» представлен в таблице 2.

Менеджмент ООО «Гостиница «Саранск» оказывает большое влияние на маркетинговую среду, так как именно от грамотной организации деятельности всего предприятия зависит дальнейшее развитие бизнеса. Организационная структура и культура предприятия во многом определяет эффективность работы бизнес-процессов и мотивацию персонала к их совершенствованию [5].

Линейно-функциональная структура гостиницы «Саранск» включает в себя специальные функциональные подразделения при линейных руководителях, при этом линейные руководители подчиняются заместителю директора, тот в свою очередь – директору отеля. В структуре предприятия выделяются 6 служб: служба приема и размещения, служба гостиничного фонда, инженерная служба, служба безопасности, техническая служба, бухгалтерия, а также специалист по кадровому делопроизводству. Линейно-функциональная структура управления обеспечивает эффективное использование ресурсов, улучшение координации в функциональных подразделениях, гарантирует компетентность функциональных руководителей и возможности для карьерного роста, а также создает возможности для внедрения новых инструментов и методов работы с контролем деятельности как целых подразделений, так и отдельных исполнителей. Однако при этом такая структура имеет существенный недостаток: в условиях расширения аппарата управления и его бюрократизации увеличивается время принятия решений из-за необходимости согласований.

Сильными сторонами гостиницы «Саранск» является высокий уровень подготовки руководителей и низкая текучесть кадров. В течение 5 лет в организации сохраняется относительно стабильный состав персонала. На рисунке 1 отражена динамика состава персонала ООО «Гостиница «Саранск» с 2018 по 2022 гг.

Таблица 2

Оценка внутренних факторов ООО «Гостиница «Саранск» методом SNW-анализа

Стратегическая позиция	Качественная оценка		
	Сильная (S)	Нейтральная (N)	Слабая (W)
Менеджмент:			
1. Уровень управленческой подготовки руководителей гостиницы	X		
2. Распределение ответственности и полномочий между руководителями		X	
3. Стиль управления		X	
4. Организационная культура	X		
Маркетинг:			
5. Имидж и репутация на рынке			X
6. Конкурентоспособность продукта		X	
7. Уровень маркетинговой деятельности			X
8. Наличие маркетинговой стратегии предприятия			X
9. Проведение маркетинговых исследований			X
10. Ассортиментная политика	X		
11. Ценовая политика		X	
12. Политика распределения		X	
13. Политика продвижения		X	
14. Использование инструментов digital-маркетинга			X
Процесс предоставления услуг:			
15. Качество обслуживания		X	
16. Оперативность работы персонала		X	
17. Уровень автоматизации и цифровизации		X	
18. Инфраструктура и качество материально-технической базы		X	
Финансы:			
19. Рентабельность			X
20. Финансовая устойчивость		X	
21. Ликвидность		X	
Персонал:			
22. Стабильность кадров	X		
23. Уровень квалификации	X		
24. Система мотивации персонала		X	
25. Система обучения и аттестации персонала		X	

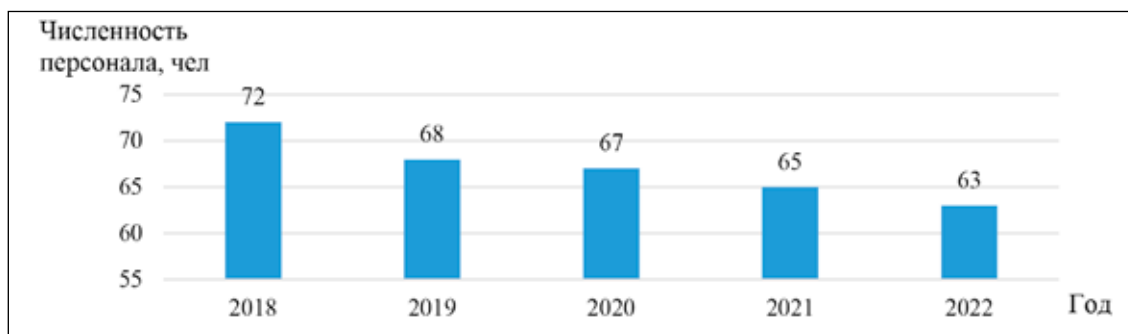


Рис. 1. Динамика состава персонала ООО «Гостиница «Саранск» 2018 – 2022 гг.

В среднем, количество персонала предприятия изменяется на 3% ежегодно в направлении сокращения штата. Административный персонал за последние 5 лет не менялся, что говорит о стабильном положении предприятия относительно кадровой политики.

Маркетинговая деятельность в гостинице «Саранск» организована в соответствии с требованиями рынка, однако в организации не проводятся маркетинговые исследования, отсутствует четкая стратегия и план внедрения новых маркетинговых инструментов, что является недостатком в деятельности предприятия [6]. Кроме того, на предприятии не ведется работа по построению имиджа и улучшению репутации. Гостиница «Саранск» работает на рынке более 40 лет, и за это время в сознании потребителей укрепилось представление о данном средстве размещения как о гостинице «советских времен», о чем говорят 30% отзывов гостей.

Для данного отеля важное значение имеет удовлетворенность каждого клиента качеством предоставления гостиничных услуг, поэтому пристальное внимание обращается

на отзывы гостей на сайтах онлайн-бронирования [7]. Отзывы и оценка клиентов являются основными показателями качества предоставления услуг данного средства размещения. Рассмотрим рейтинг данного отеля на основе данных с различных сайтов (таблица 3).

Анализируя отзывы и рейтинг отеля на сайтах, представленных в таблице 3, можно сделать вывод, что посетители высоко оценивают работу гостиничного предприятия, однако качество услуг не всегда соответствует требованиям клиентов. Чаще всего в негативных отзывах отмечают недостатки в оснащенности и состоянии материально-технической базы гостиницы, низкую скорость работы персонала и неудовлетворенность обслуживанием в ресторане, функционирующем при гостинице.

В настоящее время предприятие находится в устойчивом финансовом положении. Анализируя бухгалтерскую отчетность ООО «Гостиница «Саранск» за последние 5 лет, можно наблюдать, что финансовые показатели деятельности гостиницы имеют тенденцию к росту (таблица 4, рисунок 2).

Таблица 3

Рейтинг ООО «Гостиница «Саранск» на цифровых площадках

Сайт	101Hotels.ru	Ostrovok.ru	Tripadvisor.ru	Яндекс. Путешествия	Oteleus.ru
Оценка	9,3/10	8/10	3,5/5	4,8/5	8,9/10
Количество отзывов, всего	94	181	141	935	510
Количество положительных отзывов	67	129	95	662	415
Количество отрицательных отзывов	27	52	46	273	95

Таблица 4

Финансовые показатели деятельности ООО «Гостиница «Саранск» 2018-2022 гг., млн руб.

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка	78 878	60 127	39 277	68 271	81 367
Себестоимость продаж	61 803	48 215	31 500	33 675	42 312
Валовая прибыль	17 075	11 912	7 777	34 686	39 055
Управленческие расходы	1 352	375	1 982	5 023	8 673
Прибыль от продаж	15 723	11 510	5 795	29 563	30 382
Прочие доходы	104	265	18 598	846	5
Прочие расходы	2 361	2 359	1 710	2 639	2 006
Чистая прибыль (убыток)	10 877	7 470	22 234	27 010	27 435

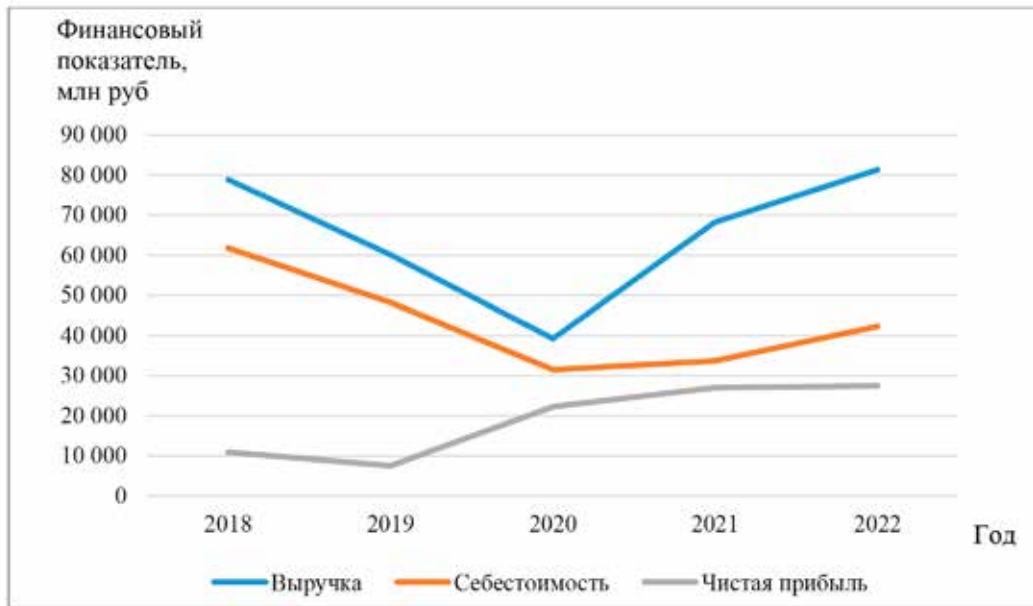


Рис. 2. Динамика показателей выручки, себестоимости и чистой прибыли ООО «Гостиница «Саранск» 2018-2022 гг.

Исходя из данных, представленных в таблице 4, можно сделать вывод, что себестоимость продаж гостиницы держится на довольно высоком уровне, несмотря на то, что за последние 5 лет показатель снизился на 33%. В связи с нынешней политической обстановкой прогнозируется дальнейший рост себестоимости. Общие финансовые результаты предприятия, включая выручку и чистую прибыль, имеют тенденцию к росту. Резкое снижение выручки наблюдалось в 2020 году в связи с эпидемиологической обстановкой – выручка упала на 35% относительно предыдущего года, однако за счет сокращения расходов и получения дохода от других видов деятельности предприятие смогло увеличить чистую прибыль [8]. В настоящее время, благодаря повышению деловой активности в регионе, прогнозируется рост финансовых результатов предприятия.

Важным шагом в исследовании маркетинговой среды является оценка сильных и слабых сторон предприятия с целью разработки стратегии дальнейшей деятельности. К сильным сторонам гостиницы, исходя из анализа и отзывов на сайтах бронирования, относится широкий перечень услуг, компетентный персонал, стабильность кадров [9]. К слабым сторонам относятся: низкая репутация отеля на рынке, слабая ре-

кламная активность, и, как следствие, недостаточная загрузка номерного фонда.

Проведение SWOT-анализа позволит более тщательно проанализировать сильные, слабые стороны, а также выявить возможности и угрозы в процессе работы гостиницы «Саранск» (таблица 5). В результате исследования получили данные о том, какие сильные стороны необходимо использовать, чтобы получить отдачу от возможностей во внешней среде; за счет каких возможностей внешней среды организация сможет преодолеть имеющиеся слабости; какие силы необходимо использовать для устранения угроз; от каких слабостей необходимо избавиться.

Из матрицы SWOT-анализа (таблица 5) следует, что к сильным сторонам гостиницы «Саранск» относится широкий перечень услуг и большое количество специальных предложений для клиентов [10]. Однако отсутствие стратегии значительно снижает репутацию предприятия, активность в области digital-маркетинга низкая. Также одной из сильных сторон рассматриваемого предприятия является низкая текучесть кадров, что может быть преимуществом при внедрении инноваций. Наибольшая угроза состоит в конкуренции со стороны отелей, предлагающих более качественные услуги и ведущих более активную маркетинговую политику.

SWOT-анализ ООО «Гостиница «Саранск»

	Сильные стороны – S	Слабые стороны – W
	<p>1. Большой опыт работы на рынке гостиничных услуг.</p> <p>2. Возможность осуществления банкетов и конференций.</p> <p>3. Широкий перечень услуг и большое количество специальных предложений для клиентов.</p> <p>4. Стабильный и квалифицированный состав персонала.</p> <p>5. Наличие ресторанного комплекса.</p>	<p>1. Низкая репутация гостиницы</p> <p>2. Слабая маркетинговая активность</p> <p>3. Низкий уровень внедрения инструментов digital-маркетинга</p> <p>4. Устаревшая инфраструктура</p> <p>5. Отсутствие четко сформулированной миссии и стратегических целей предприятия</p>
Возможности – O	Действия – SO	Действия – WO
<p>1. Рост лояльности потребителей под влиянием маркетинговых коммуникаций.</p> <p>2. Развитие делового туризма и рост числа бизнес-клиентов в городе.</p> <p>3. Новые партнерские связи в бизнес-среде.</p> <p>4. Появление новых доступных технологий обслуживания клиентов.</p> <p>5. Улучшение конкурентных позиций гостиницы на рынке.</p>	<p>S1-O1, O5 Проведение эффективной рекламы повысит внимание к имиджу отеля.</p> <p>S2-O2. Создание условий для проведения мероприятий позволят отелю привлечь больше потребителей бизнес-сегмента.</p> <p>S3, S5-O3. Партнерские отношения с различными бизнес-структурами позволят усовершенствовать ассортимент услуг, создать новые предложения для клиентов и предугадать их растущие потребности.</p> <p>S4-O4. Низкая текучесть кадров создаст условия для развития предприятия в области инноваций и цифровизации, так как меньше затрат будет уходить на адаптацию персонала в организации.</p>	<p>W1- O1. Поддержание обратной связи с клиентами и использование новых средств коммуникации (фирменный стиль, digital-реклама) позволят улучшить репутацию гостиницы.</p> <p>W2-O2. Разработка специальных предложений и пакетов услуг для бизнес-клиентов будет способствовать привлечению данного сегмента потребителей.</p> <p>W3-O4, O5. За счет доступности новых технологий обслуживания и внедрения инструментов digital-маркетинга можно повысить конкурентоспособность гостиницы.</p> <p>W4, W5-O3. Новые партнерские связи с бизнесом – это возможность привлечения инвестиций, которые можно использовать для построения новой стратегии предприятия и обновления инфраструктуры.</p>
Угрозы – T	Действия – ST	Действия – WT
<p>1. Повышение качества услуг конкурентов, введение ими новых форм обслуживания, и как следствие – потеря клиентов</p> <p>2. Активная рекламная деятельность конкурентов.</p> <p>3. Повышение требований потребителей к качеству и новизне гостиничных услуг и сокращение спроса на услуги отеля.</p> <p>4. Нестабильная экономическая ситуация – неплатежеспособность населения.</p> <p>5. Спад туристической активности из-за политической обстановки.</p>	<p>S3 – T1. Активное информирование потребителей о новых предложениях и услугах отеля может удержать клиентов от перехода к конкурентам.</p> <p>S1-T2. Финансовые ресурсы предприятия, направленные на продвижение отеля и повышение репутации смогут препятствовать действиям конкурентов по привлечению клиентов.</p> <p>S3-T3. Использование потенциала отеля для проведения мероприятий и оказания новых видов услуг может способствовать повышению спроса и увеличению клиентов.</p> <p>S4-T4. Низкая текучесть кадров будет преимуществом в условиях кризиса. Сдача помещений в аренду организациям поможет сохранить прибыль.</p> <p>S2, S5-T5. В случае спада туристической активности и снижения доходности номерного фонда гостиница сможет получать прибыль от оказания других видов услуг.</p>	<p>W1, W5-T4, T5. Снижение платежеспособности потребителей и спад туристической активности может привести к потере прибыли и рентабельности в условиях отсутствия стратегии по работе с репутацией отеля. Для преодоления кризисных явлений необходима стратегия будущего развития предприятия.</p> <p>W2-T2. В глазах потребителей отеля-конкуренты будут выглядеть привлекательнее, поэтому клиенты предпочтут пользоваться услугами других гостиниц. Необходимо разработать программу рекламной кампании для повышения узнаваемости отеля.</p> <p>W3-T3. Потребители все чаще проводят время в цифровой среде и доверяют тем организациям, которые активно работают с различными онлайн- и офлайн-каналами. Для удовлетворения современных запросов клиентов, необходима разработка комплекса digital-маркетинга.</p> <p>W4-T1. Низкое качество услуг отеля, связанное с устаревшим оснащением номеров, приведет к тому, что потребители предпочтут более современные и обновленные гостиницы. В связи с этим, необходимы инвестиции в обновление инфраструктуры.</p>

Заключение

Возможность дальнейшего развития гостиницы заключается в увеличении загрузки благодаря развитию делового туризма в регионе и разработки комплекса маркетинга для продвижения услуг с использованием цифровых инструментов. Гостиница сможет повысить свою конкурентоспособность и привлекать больше потребителей за счет внедрения новых услуг, мер по стимулированию сбыта и разработке рекламных кампаний.

Таким образом, анализ факторов влияния ООО «Гостиница «Саранск» показал, что ряд внешних факторов политического, экономического, социокультурного и технологического характера способствуют развитию гостиничного предприятия. Также предприятие обладает достаточным внутренним потенциалом (высокий уровень подготовки менеджмента, стабильный кадровый состав, устойчивое финансовое положение) для разработки маркетинговых мероприятий в digital-среде.

Библиографический список

1. Данько Т.П., Китова О.В. Вопросы развития цифрового маркетинга // Проблемы современной экономики. 2018. № 3 (47). С. 261-263.
2. Дмитриева Н.В., Зайцева Н.А., Огнева С.В., Ушаков Р.Н. Гостиничный менеджмент: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2020. 352 с.
3. Мухаев Р.Т. Медиаполитика: учебник. М.: ИНФРА-М, 2022. 401 с.
4. Аппело Ю. Agile-менеджмент: Лидерство и управление командами: Практическое руководство. М.: Альпина Паблишер, 2018. 534 с.
5. Маслова С.И., Щербакова Е.Г. Тенденции развития организационно-правовых форм сельскохозяйственной кооперации // Вестник Самарского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2011. № 6 (87). С. 131-136.
6. Токарев Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2020. 264 с.
7. Семеркова Л.Н., Белякова В.А., Шерстобитова Т.И., Латынова С.В. Технология и организация гостиничных услуг. М.: ИНФРА-М, 2019. 320 с.
8. Кожевникова Г.П., Одинцов Б.Е. Информационные системы и технологии в маркетинге. М.: Юрайт, 2021. 444 с.
9. Щербакова Е.Г. Анализ и прогноз развития потребительской кооперации в республике Мордовия // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2014. № 1(30). С. 161-169.
10. Гостиница «Саранск»: сайт. Саранск, 2019. URL: <https://saranskhotel.ru/> (дата обращения: 10.08.2023).

УДК 332

В. С. Кудряшов, И. С. Климов, А. В. Костанда

ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербург, e-mail: kudvad88@mail.ru

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: бренд, имидж, репутация, маркетинг, организация.

В статье рассматривается понятие «Бренд» в значении высшей стадии развития имиджа, так как именно он формирует лояльность и известность, помогает сформировать некую функцию «родства» с потребителем. Проведен анализ основных моделей по формированию и развитию бренда организации, среди которых модель «Колесо бренда» (Brand Wheel), которая состоит из важнейших составляющих процесса разработки бренда, является подходом к пониманию бренда, разбивающий его на пять категорий: атрибуты, выгоды, ценности, личность, суть бренда; методика «ТТВ», согласно которой есть несколько факторов влияния на потребителя, формирующих впечатление от марки: продукт, производитель, упаковка, реклама, цена, конкуренты, потребитель; модель «Unilever Brand Key», которая разделяется на три категории: рынок, бренд, продукт; модель «Brand Name Development Services», согласно которой фундаментом для построения бренда является позиционирование является разработка предложения и образа компании; модель «Зозулева», следование данной концепции подразумевает, что формирование бренда будет рассматриваться как долгосрочная инвестиция, требующая постоянных вложений и корректировок в зависимости от колебаний рынка.

V. S. Kudryashov, I. S. Klimov, A. V. Kostanda

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, St. Petersburg, e-mail: kudvad88@mail.ru

THE MAIN MODELS OF THE ORGANIZATION'S BRAND FORMATION

Keywords: brand, image, reputation, marketing, organization.

The article discusses the concept of “Brand” in the meaning of the highest stage of image development, since it is he who forms loyalty and fame, helps to form a certain function of “kinship” with the consumer. The analysis of the main models for the formation and development of an organization’s brand is carried out, among which the “Brand Wheel” model, which consists of the most important components of the brand development process, is an approach to understanding the brand, dividing it into five categories: attributes, benefits, values, personality, brand essence; the “TTV” methodology, according to which there are several factors influencing the consumer that form the impression of the brand: product, manufacturer, packaging, advertising, price, competitors, consumer; the “Unilever Brand Key” model, which is divided into three categories: market, brand, product; the “Brand Name Development Services” model, according to which the foundation for building a brand is positioning is the development of the company’s offer and image; the Zozulev model, following this concept implies that the formation of a brand will be considered as a long-term investment that requires constant investments and adjustments depending on market fluctuations.

С повышением уровня осознанности и образованности населения повышаются и требования к поведению бренда. В современных реалиях потребитель покупает товар или услугу не только на основе его характеристик, но и обращая внимание на фирму производителя. Обширное количество предложений на рынке порождает проблему: потребитель может легко переходить с товара одного бренда на другой.

Для предотвращения данной ситуации организациям необходимо изучить аспекты, касающиеся того, как потребители воспринимают бренд. Исследования показывают, что наибольшую прибыль приносят приверженцы бренда – постоянные покупатели. Грамотно сформированный бренд, находящийся под контролем организации, способствует созданию лояльности потребителей.

На формирование бренда организации влияют внутренние и внешние факторы. К таким факторам можно отнести миссию и цель организации, ее положение на рынке, организационную культуру, менталитет страны. Из-за такого большого количества факторов процесс формирования бренда занимает много времени и формируется поэтапно. Разграничение понятий «имидж», «репутация», «бренд» определит взаимосвязь между этапами и траекторию формирования бренда организации. Приведенные понятия схожи между собой тем, что каждое относится к позиционированию, но при этом каждый термин при более подробном рассмотрении занимает свое логическое место в процессе размещения информации для воздействия на аудиторию.

Имидж определяет продвигаемый образ, т.е. заявленную позицию, которую организация хочет донести в сознание аудитории. Заявленная позиция (имидж) трансформируется в воспринятый образ или по-другому в репутацию. Имидж заявленный и имидж воспринятый развивают информированность, осведомленность целевых групп, характеризующаяся позитивными, негативными или комбинированными чертами. При этом положительная осведомленность характеризуется термином «лояльность», а если добавляются такие элементы как известность и потребительская лояльность, то термин определяется как высшая стадия развития имиджа, то есть – бренд. Бренд описывается как «графический и смысловой образ субъекта, получившего высокую степень известности, лояльности и эмоционального доверия» [5].

В работе рассматривается бренд в значении высшей стадии развития имиджа, так как именно он формирует лояльность и известность, помогает сформировать некую функцию «родства» с потребителем. Это означает, что среди некоторого количества организаций потребитель выберет конкретный бренд, так как знаком с ним и имеет позитивный опыт взаимодействия [6].

Для формирования такой приверженности и выстраивания сильного бренда используются специальные модели, которые способны отразить все необходимые элементы бренда в одной связи. К ним относятся:

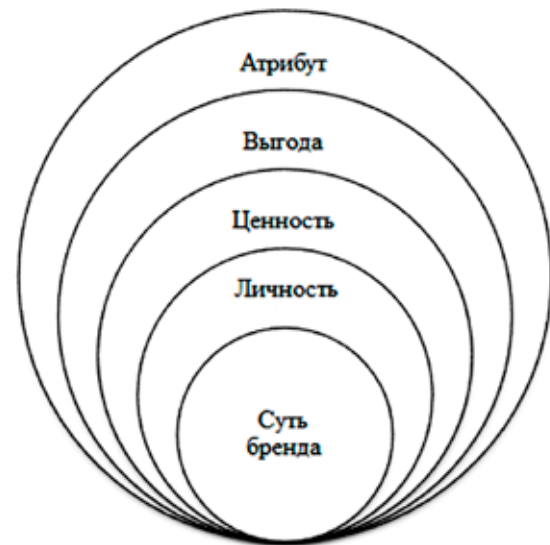
1. Колесо бренда (Brand Wheel). Часть создания истории и фирменного стиля вклю-

чает рассмотрение особенностей организации и определение внутренних характеристик, по-другому говоря, создание сущности бренда. Данный процесс можно определить как формирование плана бренда с углублением в анализ специфики организации. Для такого построения используется колесо бренда (рисунок).

Модель состоит из важнейших составляющих процесса разработки бренда, является подходом к пониманию бренда, разбивающий его на пять категорий. К ним относятся:

- атрибуты;
- выгоды;
- ценности;
- личность;
- суть бренда.

Процесс создания колеса бренда начинается снаружи внутрь. Такой подход помогает определить, что собой представляет организация и какова ее основная миссия – суть бренда.



Колесо бренда

Внешний уровень колеса бренда, атрибуты – это поверхностные факты, физические и функциональные характеристики, которые дают высокоуровневую информацию о бренде, все они основаны на данных поддающейся проверке. Здесь можно указать элементы, которые идентифицируют потребители: цвет, дизайн, упаковка, персонажи бренда. Все они являются объективными фактами и могут найти место в качестве жизнеспособных маркетинговых вариантов описания преимуществ [1].

Следующий уровень – это преимущества, которые определяются на основе атрибутов, подчеркивая, какую пользу получит потребитель от взаимодействия с брендом, продуктом. Выгоды отражаются в тех свойствах, которые бренд предлагает, чтобы удовлетворить специфические потребности аудитории. Преимущества доказываются через побуждающие мотивы. Для определения этих мотивов можно использовать вопросы: «Какие проблемы побуждают потребителя воспользоваться продуктом?», «Что представляет продукт компании, что не могут сделать конкуренты?».

После преимуществ рассматриваются ценности – эмоциональный результат взаимодействия с брендом. Ценности бренда – это руководящие принципы или стандарты поведения, которые лежат в основе предложения и характера бренда. Они отражают то, как будет вести себя бренд, то есть каким будет поведение бренда, и, соответственно, людей, связанных с ним. Ценности бренда должны быть подлинными и отражаться в действиях, коммуникационных заявлениях, стиле и общей картине бренда [7].

Определение ценностей позволяет перейти к следующему этапу – личность бренда. Это не просто средние характеристики всех черт характера, которыми обладают сотрудники, «личность» определяет стиль работы бренда и то, как люди решают проблемы вместе. Все вместе определяет общий характер бренда, его персональность.

Все определения, которые были созданы до этого, должны помочь сосредоточиться на идее сущности бренда, а рассмотрение всей информации вместе должно помочь определить ее. Суть бренда определяет, чем является бизнес, какая центральная идея предлагается потребителю. Сущность бренда выражается в слогане, который резюмирует то, что олицетворяет бренд [3].

Модель через последовательные шаги формирует связь между сущностью бренда и идентичностью бренда, его основных элементов и характеристик.

2. Методика ТТВ. В агентстве J. Walter Thompson специалисты считают, что главными элементами брендинга являются качество товара и идеи, насколько точно бренд понимает потребителя и эффективно использует каналы коммуникации. Опираясь на многолетнюю практику, они разработали модель, согласно которой есть не-

сколько факторов влияния на потребителя, формирующих впечатление от марки. Выделяются следующие направления влияния на потребителя:

1. Продукт. К продукту относят качество выполнения, физические характеристики, вариативность продукта, дополнительные услуги. На данные характеристики бренд может повлиять в большей степени, так как они находятся в зоне его контроля.

2. Производитель. При описании производителя указывается репутация и отношение к нему аудитории, как производитель влияет на продукт.

3. Упаковка и имя. Какие ассоциации вызывает имя, как воспринимается дизайн, что характеризует стиль бренда – все это описывается в данном направлении влияния.

4. Реклама и продвижение. Учитывается, как используются каналы продвижения, есть ли взаимодействие с медиа, стиль коммуникаций, деятельность по популяризации.

5. Цена, распространение, расположение. Оценивается влияние расположения в местах продаж, на каких полках находится, сравнение цены с конкурентами, как представлен продукт в точках в магазинах.

6. Конкуренты и история. Продукт и рыночное предложение следует сравнивать с конкурентами, так как потребитель делает выбор на основе оценки всех предложений.

7. Потребитель. Анализируется, в каком контексте приобретается товар, в каких ситуациях используется продукт, кто его потребляет.

Анализ факторов, которые управляют впечатлением от бренда, позволяет определить элементы продукта, способствующие наибольшему влиянию на потребителя, и при этом абстрагироваться от конкурентов.

Согласно данной модели, бренд разделяется на уровни, при этом каждый последующий уровень является частью предыдущего. В центр модели входит продукт, это некое ядро бренда, которое определяет, чем является предложение. Далее строится позиционирование, позволяющее выстроить отличное от конкурентов преимущество и рассказать о нем целевой аудитории – следующий уровень модели. Из позиционирования на аудиторию исходить последний уровень – индивидуальность – некая идентификация бренда [8].

Составляющие бренда позволяют выстроить модель характерных особенностей бренда.

3. Модель Unilever Brand Key. Unilever, как одна из крупнейших мультибрендовых групп на рынке товаров повседневного спроса (FMCG), в середине 1990-х годов, с ростом числа приобретений и расширений, осознала необходимость разработки модели для всех своих брендов, чтобы лучше координировать процессы и сделать их более эффективными. В результате появилась модель позиционирования, призванная раскрыть понимание бренда.

Модель разделяется на три категории: рынок, бренд, продукт. На уровне рынка изучаются такие элементы как аудитория, конкуренты, потребительский инсайт. Под целевой группой понимается целевой сегмент бренда. Описание их в соответствии с социально-демографическими характеристиками, такими как доход, возраст, пол и статус, является одним из минимальных требований, которые определяются с помощью количественных исследований рынка и вводятся как часть позиционирования.

Конкурентное окружение включает в себя все бренды и компании, которые конкурируют на одном рынке. Но даже за пределами реального рынка могут существовать косвенные конкуренты, которые пытаются удовлетворить ту же потребность клиента с помощью другой категории продукции. Важно отличаться от них с помощью дифференцирующего преимущества.

Потребительский инсайт описывается как неожиданное осознание, которое рассматривает потребности и выгоды потребителя в более широком контексте. Часто это позитивная формулировка проблемы, с которой сталкиваются потребители и для которой бренд предлагает решение.

К уровню «бренд» относятся ценности и персональность, а также сущность бренда. Ценности бренда – это индикаторы того, за что выступает бренд и его представители. Они дают конкретную информацию об эмоциональных, этических и идеологических ориентирах, на которых должны основываться корпоративные действия бренда. Персональность в свою очередь формируется под влиянием истории и стиля коммуникаций бренда.

Сущность бренда суммирует позиционирование в одном предложении и проясняет, в чем заключается основная сила бренда. Уровень исследования продукта включает выгоды предложения, причину,

почему бренду доверяют, и отличительные черты.

Выгоды служат для удовлетворения потребностей, поэтому предложение бренда должно состоять из физически-функциональной и эмоциональной составляющей выгоды. Для успешного позиционирования и коммуникации важно уметь точно их доносить.

Причина доверять описывает наиболее значимую причину, которая должна убедить потребителя доверять бренду. Отличительные черты, с другой стороны, представляет собой наиболее важную для потребителя причину покупки бренда и его продукции. Это не обязательно должно совпадать с ранее определенными причинами доверия и может также частично отклоняться от глубинных психологических мотивов [2].

Brand Key доказала свою ценность благодаря многократному применению различными брендами Unilever и в других компаниях, а также в университетах в качестве теоретической базы.

4. Модель Brand Name Development Services. Известное агентство по созданию брендов Brandinsitute Inc создало свою схему формирования бренда. Фундаментом для построения бренда является позиционирование – разработка предложения и образа компании, задачами которых является занять отличительное место в сознании целевого рынка. Другими словами, позиция бренда описывает, чем бренд отличается от своих конкурентов и где, или как, он занимает место в сознании покупателей.

Выстраивание позиции способствует переходу к следующему этапу – определение стратегии бренда – долгосрочный план бренда по достижению конкретных, заранее определенных целей. Успешная стратегия бренда должна быть хорошо продумана и реализована во всех бизнес-функциях, с возможностью улучшения потребительского опыта, конкурентных преимуществ и финансовых показателей. Стратегия также определяет методы достижения. Во всех методах продвижения должна отражаться идея бренда, в которой отражены обещанные преимущества. Рекомендуется продвигать одну центральную идею, основанную на стратегии и позиционировании для того, чтобы создать конкретные ассоциации и не перегружать идентификацию бренда.

Поиск товарных знаков или знаков обслуживания является неотъемлемой частью владения правами на предоставления товаров или услуг, однако многие компании не проводят его регулярно или всесторонне. Данный процесс может не только искать в базах данных информацию о существовании и использовании зарегистрированных товарных знаков, но также может использоваться для получения результатов по незарегистрированным маркам.

При формировании бренда по данной модели важно провести лингвистический скрининг. Это необходимо для того, чтобы избежать потенциальных неудач при выходе на новые рынки с другими языковыми особенностями. Существуют десятки примеров названий брендов, которые прекрасно звучат на одном языке, но при переводе на другой язык имеют неприятные значения. Процесс проверки включает в себя произношение, сходство с оскорбительными словами в других языках, культурная приемлемость и эстетика – внешний вид и ощущение от слова.

Перед формированием окончательного варианта бренда стоит провести тестирование, чтобы выяснить, как потребитель относится к бренду, как воспринимает, какие ассоциации возникают. Следует также предложить несколько вариантов дизайна, лого, чтобы определить наиболее востребованный. Предварительное тестирование позволяет оценить и эффективность выбранных каналов взаимодействия с аудиторией.

Модель позволяет выстроить бренд, способный к долгосрочному существованию, и продлить его жизненный цикл.

5. Модель Зозулева. Модель Зозулёва фокусируется на достижение экономической дифференциации посредством создания ценовой премии бренда. Согласно мнению автора модели, при ее использовании уменьшается чувствительность ценовой эластичности спроса, что позволяет увеличить рентабельность продаж и при этом создать более стабильный бренд. Следование данной концепции подразумевает, что формирование бренда будет рассмат-

риваться как долгосрочная инвестиция, требующая постоянных вложений и корректировок в зависимости от колебаний рынка [4].

Обобщая подходы формирования бренда, можно вывести, что есть определенные требования к модели, которая должна включать в себе стратегическую концепцию бренда, являться внешним выражением наборов идентификаторов бренда. При этом в модели должны быть учтены характеристика и особенности бренда, которые побуждают к покупке, являются главенствующим фактором при идентификации бренда и формирования узнаваемости.

Формируется вывод, что модель помогает отразить уникальность бренда и абстрагироваться от конкурентов, является основным понятием в процессе его формирования. В такой системе модель становится основополагающим понятием и инструментом при формировании бренда.

Представленные выше модели являются общеизвестными и классическими. Однако в современных условиях, когда рынок перенасыщен брендами, компаниям стоит включить в свои модели новые элементы, способствующие построению необходимого имиджа и управлению репутацией. Для формирования бренда организация помимо стандартных инструментов может привлечь и своих сотрудников, что поспособствует не только налаживанию позиционирования бренда, но и при грамотном использовании повлияет на внутренний маркетинг.

В современном потоке информации и инноваций важно оставаться конкурентоспособным и в этом большую роль играет маркетинг. На сегодняшний день феномен брендинга влияет на экономическую сущность многих бизнес-процессов, поскольку создает ценность не только между организацией и потребителями, но и с другими стейкхолдерами: сотрудниками, инвесторами, поставщиками. Брендинг является универсальным и ключевым инструментом сетевых коллабораций участников бизнес-процессов, создающим эмоциональную связь с потребителем и формирующим лояльность стейкхолдеров.

Библиографический список

1. Домнин В.Н. Идентичность бренда – ключевое понятие бренд-менеджмента // Бренд-менеджмент. 2019. № 5(48). С. 266–282.

2. Домнин В.Н. Бренддинг: учебник и практикум. 2-ое изд. М.: Юрайт, 2020. 493 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: учебник. М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2021. № 10. 211 с.
4. Модель А. Зозулева. [Электронный ресурс]. URL: https://vuzlit.ru/215463/model_zozuleva (дата обращения: 24.08.2023).
5. Чумиков А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии: сборник статей. Москва – Берлин: Директ-Медиа, 2017. С. 11-14.
6. Аржаев Ф.И., Мехдиев Э.Т. ESG-стандартизация и ее неформальные институты // Управление риском. 2022. № 4 (104). С. 30-36.
7. Яровова Т.В., Киселева Д.Д. Особенности стимулирования инноваций в России // Московский экономический журнал. 2022. Т. 7. № 5.
8. Kazakova N.A., Gendon A.L., Sokolova E.S. Methodological tools for assessing the quality of information in the system of economic security business // European Journal of Scientific Research (Paris University Press). 2016. Т. II, № 1 (13). С. 677-682.

УДК 330.88

З. Е. Кушнир

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
e-mail: zkushnir@hse.ru

А. А. Запьянцев

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
e-mail: azapyantsev@hse.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ГЕТЕРОДОКСАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ В СОПОСТАВЛЕНИИ С МЕЙНСТРИМОМ

Ключевые слова: экономическая теория, экономическая мысль гетеродоксальная экономическая теория, мейнстрим, особенностей гетеродоксальных экономических теорий.

Современное поле экономической теории представлено разнообразными школами мысли, предлагающими различные подходы к пониманию и анализу экономических явлений. В настоящей статье проводится сравнение и анализ двух ключевых подходов: ортодоксальной (мейнстрим) и гетеродоксальной экономической теории. В данном исследовании анализируются особенности гетеродоксальной экономики, ее становление и применение в контексте сравнения с доминирующим направлением экономической науки. В первом разделе исследования дано определение основного течения, второй раздел посвящён рассмотрению понятия гетеродоксальности и краткому обозначению направлений гетеродоксальной экономической теории. В третьем разделе анализируются ключевые различия между вышеуказанными двумя подходами в экономической теории. Статья призвана обогатить понимание разнообразия подходов в экономической теории и помочь лучше оценить их сильные и слабые стороны. Анализ различий мейнстрима и гетеродоксальных теорий способствует формированию более глубокого и комплексного взгляда на дискуссии в современной экономической науке и пути решения разноплановых вызовов настоящего времени.

Z. E. Kushnir

National Research University Higher School of Economics, Moscow,
e-mail: zkushnir@hse.ru

A. A. Zapyantsev

National Research University Higher School of Economics, Moscow,
e-mail: azapyantsev@hse.ru

SCIENTIFIC RESEARCH OF THE FEATURES OF HETERODOX ECONOMIC THEORIES COMPARED TO THE MAINSTREAM

Keywords: economic theory, economic thought, heterodox economic theory, mainstream, features of heterodox economic theories.

The modern field of economic theories is represented by a variety of school ideas that use different approaches to understanding and analyzing economic consequences. This article provides a thorough comparison and analysis of two key approaches: orthodox and heterodox economic theories. This research analyzes the features of heterodox economics, its formation and application in the context of comparison with the dominant direction of economic science. The first section of the research provides a definition of the main trend, the second section is devoted to consideration of the concept of heterodoxy and a brief designation of the directions of heterodox economic theory. The third section analyzes the key differences between the above two approaches in economic theory. The article is intended to enrich the understanding of the diversity of approaches in economic theory and help to better assess their strengths and weaknesses. Analysis of the differences between mainstream and heterodox theories contributes to the formation of a deeper and more complex view of discussions in modern economic science and ways to solve the diverse challenges of the present time.

Введение

В основном направлении экономической теории принято считать, что люди всегда по-

ступают рационально, что рынки и институты обладают способностью к естественному саморегулированию.

Современные исследования, проводимые в рамках основного направления, осуществляются в соответствии с парадигмой, называемой «неоклассической». Она состоит из трех главных незыблемых постулатов «твердого ядра»: индивидуализма, эгоизма и рациональности экономического поведения, то есть модели «экономического человека». Это направление превалирует не только в экономической науке, но и занимает лидирующую позицию в социальных науках в целом, тем самым оказывая решающее влияние на их развитие.

В современном, стремительно меняющемся мире экономические и социальные процессы значительно многообразнее и глубже, следовательно, не всегда могут быть предсказаны или объяснены с точки зрения мейнстрима экономической науки. Так, кризис 2008-2009 гг. перевернул финансовый мир. Бывший председатель Федеральной резервной системы США Алан Гринспен, признался Конгрессу, что был «потрясен»: происходившее на рынке противоречило всему, что он знал» [1].

В свою очередь Солоу Р. в конце XX, завершая свой обзор состояния экономической науки, процитировал Оскара Уайльда об охоте на лис: «неизъяснимое в погоне за несъедобным» [2]. Согласно Солоу экономическая наука – это, возможно, пример «сверхобразованного в погоне за непознаваемым» [3].

Новые вызовы привели ученых к признанию того, что имеющихся методов исследования современной экономической науки недостаточно.

Например, негативные аспекты ортодоксального течения экономики отражались в исследованиях экономистов Krugman P., Romer P., Piketti T., которые отмечали приверженность указанного течения к использованию математических задач, при этом, не рассматривая масштабные экономические процессы. «...Экономика сбилась с пути, – пишет Пол Кругман, – поскольку экономисты... ошибочно приняли математическую красоту за истинность» [4]. Нобелевский лауреат Пол Ромер утверждает, что основным изъяном современной макроэкономики является «общий провал научного направления, который опирается на математическую теорию» [5].

В данной статье предполагается сравнить и проанализировать основные различия гетеродоксальных экономических теорий в сопоставлении с мейнстримом. В первую

очередь будут кратко рассмотрены понятия мейнстрима и гетеродоксальных экономических теорий, основные различия между основным течением и гетеродоксальными направлениями экономической теории.

В процессе исследования были использованы следующие методы исследования: анализ, синтез, индукция, сравнение, сценарный подход.

Теоретическую и информационную базу составили периодическая экономическая литература и иные данные, в том числе размещенные в сети Интернет.

Мейнстрим экономической теории

Ортодоксальная экономическая теория, также известная как мейнстрим или неоклассическая экономика, базируется на принципах индивидуализма, рациональности и оптимизации. Мейнстрим подчеркивает роль рыночного механизма в распределении ресурсов и определении цен, а также роль конкуренции как основного двигателя экономического развития.

Д. Коландер, профессор Миддлберийского колледжа, в своих исследованиях [6, 7] использовал методы социологических опросов (анкетирования и интервью со студентами старших курсов и аспирантами из США по специальности экономика) и изучал развитие теоретико-методологической базы научной работы через призму восприятия тех, кто занимается экономической наукой непосредственно, а также их отношение к основным теоретическим концепциям в экономической науке.

С 1980-х годов и до начала 2000-х годов, по наблюдениям Коландера, аспиранты американских университетов считали, что неоклассическая парадигма наиболее актуальна. Тем не менее, помимо строго теоретических математических подходов, они также высоко оценивали возможности использования математического инструментария для проведения эмпирических исследований.

Результаты подобных исследований, проводимых в ФРГ в 2006 году, продемонстрировали аналогичные результаты [8]. В результате проведенного исследования по сопоставлению взглядов англоязычных экономистов из США и Великобритании на математизацию экономической науки, было выявлено противоречивое отношение к этому явлению. Например, 31% американских экономистов и 45% британских экономистов считали, что использование

с 1950-х годов математического моделирования способствовало повышению репутации и статуса экономической профессии. В то же время, 50% американских экономистов и 21% британских экономистов выразили опасения по вопросу способности такого математического подхода подготовить молодых экономистов к эффективной работе в промышленности и государственных органах власти [9].

Коландер с коллегами, подводя итоги исследований, пришли к выводу, что «моделирование остается основным компонентом мейнстримного подхода, однако характер моделей и основные предпосылки, на которых они основаны, теперь более открыты и охватывают различные области знаний» [10]. Следовательно, представители мейнстрима экономической теории широко используют математические инструменты, прежде всего, при проведении эмпирических исследований.

Мейнстрим современной экономической по своей сути представлен объединением профессиональных экономистов, чья ключевая методологическая характеристика заключается в использовании математических моделей для анализа различных экономических процессов, включая частные случаи. На данный момент эта наука активно интегрирует достижения смежных областей исследований экономики, адаптируя их под свои цели. Возможно, в будущем, анализируя ее развитие, возможно будет подробно описать характеристики господствующей парадигмы, используя сравнительный анализ. Тем не менее, на данный момент мейнстрим находится в процессе динамической трансформации, включая различные исследовательские программы.

Такая ситуация в рамках основной направленности заставляет задуматься о явлении гетеродоксии.

Гетеродоксия экономической теории

В современной экономической науке существует множество теорий, которые выходят за рамки традиционного мейнстрима и отличаются от него своими теоретико-методологическими особенностями. Обобщенно такие теории, можно назвать «гетеродоксальные направления экономической теории» (Heterodox Economics). Они представляют собой альтернативные подходы к пониманию экономических явлений и происходят из различных школ экономической мысли.

Первые упоминания термина «гетеродоксия» в экономических науках относятся к периоду с 1930 по 1940 год, однако до сих пор в профессиональном сообществе нет четкого понимания того, кто такие «экономисты-гетеродоксы». Наиболее часто к «гетеродоксам» относят специалистов, которые «не настаивают на использовании математического анализа в экономике» и отрицают главную аксиому неоклассической ортодоксии, которая составляет основу современного мейнстрима – «индивидуализм вместе с верой в равновесность и рациональность» [11].

Термин «Heterodox Economics» можно трактовать в широком и узком смысле. В широком смысле термин «Heterodox Economics» покрывает направления экономической науки, которые критикуют методологические и теоретические основания мейнстрима. Если говорить более узко, Heterodox Economics может быть определена как направления в экономической науке, которые создают свои собственные оригинальные теории, основываясь на альтернативных методологических принципах в отличие от мейнстрима. Эти теории либо выражают явную противоположность мейнстриму, либо пересматривают его основные концепции» [12].

Гетеродоксальная экономическая теория представляет собой альтернативный подход к анализу экономики, который не ограничивается рамками неоклассической парадигмы. Она включает в себя различные школы и направления, такие как институционализм (Д. Бромли, Э. Мэйхью, Дж. Нидзана, У. Самуэlsa и др.), новая австрийская школа (Г.-Г. Хоппе, Й.Г. Хюльсмана, П. Бёттке, Р. Гаррисон и др.), феминистическая экономическая теория (Б. Бергманн и Ф. Вулли), посткейнсианство (С. Вайнтрауба, В. Годли, Ш. Доу и др.) и другие.

В научной литературе встречается определение совокупности гетеродоксальных школ экономической мысли как «плюралистического интегративного сообщества» [13], а также констатация того, что представители мейнстрима (обычно отождествляемого с неоклассицизмом) и различных течений гетеродоксии (несмотря на ряд различий между ними) имеют разнонаправленные взгляды по вопросам отношения к истории, а так же различное объяснение экономических изменений и моделирование поведения человека в экономической жизни и т.д.

Различия между экономическим мейнстримом и гетеродоксией

Ряд исследователей (Lee, Баженов Г.А., Мальцев А.А. и др.) изучали различия ортодоксальных и гетеродоксальных школ экономической науки.

Теоретико-методологические расхождения между мейнстримом и гетеродоксальными школами экономической науки Мальцев А.А. определяет по следующим теоретическим вопросам [14]:

1. Модель человека.

Мальцев А.А. утверждает, что согласно взглядам мейнстрима экономические агенты однотипны, действуют рационально, выстраивают свою жизнь в соответствии с максимизацией личной полезности.

С точки зрения гетеродоксальных подходов, экономические агенты отличаются своими мотивационным установкам. Их поведение в большей части определяется не рациональностью, а традициями и культурой, принятыми в обществе, что влечет выполнение ими predetermined роль.

2. Оценка развития экономики.

По мнению Мальцева А.А. с точки зрения мейнстрима экономическая система находится в состоянии равновесия и автоматически возвращается в состояние покоя после периода колебаний, вызванных внешними возмущениями.

В рамках гетеродоксальных подходах экономическая система не обладает статической неподвижностью, это развивающийся организм, которому свойственны постоянные изменения.

3. Отношение к истории.

Мейнстрим не определяет историю как важный фактор, так как предмет экономической науки – это отношения между субъектами, которые возникают в любой момент времени при отсутствии препятствия для действия «невидимой руки рынка».

В гетеродоксии история играет критическую роль в научных исследованиях, так как любой объект экономического анализа должен изучаться в его развитии и помещаться в исторический контекст, в котором происходят исследуемые события.

4. Социально-экономические изменения.

Внешние шоки являются источником экономических изменений в мейнстриме. После завершения действия внешних шоков экономика снова возвращается в режим равновесного функционирования.

С точки зрения гетеродоксальных подходов экономической науки, источником социально-экономического развития являются противоречия, возникающие при взаимодействии экономических агентов друг с другом и с экономической средой, а также непрерывный процесс создания новшеств.

5. Метод исследования.

Методы исследования в доминирующем направлении экономической мысли включают в себя использование математического анализа, моделирование экономических процессов, эмпирические исследования, использование экономических теорий и гипотез для объяснения экономических явлений.

В гетеродоксальной экономике невозможно выделить основной метод исследования, так как этот подход предусматривает множественность способов познания экономической реальности. Гетеродоксальные экономисты используют различные методы исследования, включая исторический анализ, институциональный подход, критику экономического мейнстрима и т.д. Цель этих методов – выйти за рамки традиционных экономических теорий и предложить новые подходы к изучению экономических процессов.

В сопоставлении с мейнстримом гетеродоксальные теории имеют ряд особенностей. Авторами данной статьи выделяются следующие особенности:

Во-первых, гетеродоксальные теории часто не принимают в качестве основы рациональное поведение индивидов, которое лежит в основе мейнстрима. Вместо этого они подчеркивают социальные и институциональные аспекты экономических взаимодействий, такие как власть, иерархия, культурные, религиозные и этические нормы и традиции.

Во-вторых, гетеродоксальные теории склонны к более широкому пониманию экономических явлений и принимают во внимание такие аспекты, как экологические последствия деятельности человека и социальная справедливость. Они рассматривают экономику как часть более широкой социальной системы, а не как автономный блок.

В-третьих, гетеродоксальные теории трактуют экономическую науку как социальную науку и уделяют большое внимание социологическим, этическим и философским аспектам изучения экономических явлений. Они не ставят целью разработку

точных математических моделей и предпочитают многомерный подход к анализу экономических вопросов.

Заключение

Исследуя научные работы ученых, приерженцев гетеродоксальной мысли и сопоставляя их с научными работами последователей ортодоксальных школ, можно сделать вывод, что первые стремятся к ликвидации междисциплинарных границ и получению комплексных методов исследования. Представляется, что объединение гетеродоксальных и ортодоксальных методов иссле-

дования, а также заимствование методов и способов фиксации и анализа результатов исследований способны дать синергетический результат в изучении экономической теории в частности и социальных процессов в целом.

Гетеродоксальные теории имеют свои преимущества и недостатки. Они могут привести к новым идеям и решениям, которые не могут быть получены с помощью традиционных подходов мейнстрима. Однако, они могут подвергаться критике за отсутствие точности и неспособность предсказать будущие события.

Библиографический список

1. Ариели Д. Конец рациональной экономики // Harvard Business Review Россия. 2009. № 8. URL: <https://hbr.org/2009/07/the-end-of-rational-economics>
2. Solow R. Op. cit. P. 39-58.
3. Коландер Д. Экономическая наука нового тысячелетия: как она нашла свой путь и каков он? // Экономика образования. 2007. № 3. С. 96-105.
4. Krugman P. How Did Economist Get it so Wrong? // The New York Times. 2009. Sept. 2. URL: <https://www.nytimes.com/2009/09/06/magazine/06Economic-t.html> (дата обращения: 04.06.2023).
5. Romer P. The Trouble with Macroeconomics. 2016. URL: <https://paulromer.net/the-trouble-with-macro/WP-Trouble.pdf> (дата обращения: 06.07.2023).
6. Colander D. The making of an economist redux // Journal of Economic Perspectives. 2005. Vol. 19, No. 1. P. 175–198.
7. Colander D. The Making of Economist. Redux. Princeton: Princeton University Press, 2007.
8. Frey B.S., Humbert S., Schneider F. What is economics? Attitudes and views of German economists // Journal of Economic Methodology. 2010. Vol. 17, No. 3. P. 317–332.
9. White A. It's a maths maths world! // Student Economic Review, 1993. Vol. 7. P. 1–5.
10. Colander D., Holt R., Rosser B. The Changing Face of Mainstream Economics. 2003. URL: <http://community.middlebury.edu/~colander/articles/Changing%20Face%20of%20Mainstream%20Economics.pdf> (дата обращения: 15.04.2023).
11. Mearman A. Who Do Heterodox Economists Think They Are? // University of the West of England Working Paper. 2009. No. 915.
12. Баженов Г.А., Мальцев А.А. Современные гетеродоксальные направления экономической теории в контексте трансформации мейнстрима // Общество и экономика. 2018. № 1. С. 5-21.
13. Lee F.S. Heterodox Economics. The New Palgrave Dictionary of Economics, 2nd Ed. Palgrave Macmillan, 2008.
14. Мальцев А.А. Гетеродоксальная экономическая теория текущее состояние и пути дальнейшего развития // Экономическая политика. 2018. Т. 13, № 2. С. 148-169.
15. Colander D. The Death of Neoclassical Economics // Journal of the History of Economic Thought. 2000. Vol. 22. No. 2. P. 127-143.
16. Piketty T. Capital in The Twenty-First Century. URL: <https://dowbor.org/wp-content/uploads/2014/06/14Thomas-Piketty.pdf> (дата обращения: 04.06.2023).
17. Автономов В.С. Методологические проблемы современной экономической науки // Вестник Российской академии наук. 2006. Т. 76, № 3. С. 203–208.
18. Гетеродоксальная экономика и экономический рост: Сборник тезисов докладов участников XIV Пущинского симпозиума по эволюционной экономике / Отв. ред С.Г. Кирдина-Чэндлер, В.И. Маевский. М.: ИЭ РАН, 2021. 106 с.
19. Либман А. Современная экономическая теория: основные тенденции // Вопросы экономики. 2007. № 3. С. 36–54.
20. Мальцев А. История экономических учений, quo vadis? // Вопросы экономики. 2015. № 3. С. 126–150.
21. Новые исследования в гетеродоксальной экономике: российский вклад: монография / Отв. ред. В.И. Маевский, С.Г. Кирдина. М.: ИЭ РАН, 2016. 462 с.

УДК 336.027

Е. А. Маслихова

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Алтайский филиал, Барнаул, e-mail: masliхова777@mail.ru

С. В. Данилова

ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет», Нижневартовск,
e-mail: svaprel@yandex.ru

Ю. М. Ильиных

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Алтайский филиал, Барнаул, e-mail: yulia-iln@mail.ru

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Ключевые слова: налоговая нагрузка, налоговая политика, налоговая система, эффективность налоговой политики, методики оценки налоговой политики, критерии мобилизации средств в бюджет, влияние налоговой политики на управление финансами.

Считается, что на данном этапе развития налоговая политика РФ уже прошла длительный процесс становления и трансформации, стала способна конкурировать с другими странами. Однако в реализуемой налоговой системе присутствуют проблемные стороны, особенно в отношении предпринимателей и микро бизнеса, так как в отдельных случаях налоговое бремя и процедурные аспекты ведения налоговой отчетности оказываются излишне сложными, что приводит к прекращению существования бизнеса. В процессе реформирования государственной налоговой политики сразу оценить недостатки и вовремя их исправить зачастую становится непосильной задачей. Изменения в налоговой политике и налоговой системе требуют времени, компетентных экспертов, поддержки и помощи со стороны всех ветвей власти, своевременной деятельности СМИ, помощи со стороны граждан и других элементов. В настоящей работе было проведено исследование по оценке эффективности налоговой политики, выявлению отдельных факторов, снижающих эффективность налоговой политики. Авторами были проанализированы отдельные методические положения по оценке эффективности налоговой политики, включая отдельные формулы и особенности их расчета, выделены некоторые недостатки современной налоговой политики, сформулированы предложения по совершенствованию механизма оценки эффективности.

Е. А. Maslikhova

Financial University under the Government of the Russian Federation Altai branch,
Barnaul, e-mail: masliхова777@mail.ru

S. V. Danilova

Nizhnevartovsk State University, Nizhnevartovsk, e-mail: svaprel@yandex.ru

Y. M. Ilinykh

Financial University under the Government of the Russian Federation Altai branch,
Barnaul, e-mail: yulia-iln@mail.ru

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF MODERN STATE TAX POLICY

Keywords: tax burden, tax policy, tax system, efficiency of tax policy, methods of assessment of tax policy, criteria for raising funds to the budget, the impact of tax policy on financial management.

It is believed that at this stage of development, the tax policy of the Russian Federation has undergone a long process of formation and transformation, and has become able to compete with other countries. However, there are problems in the tax system, especially in relation to entrepreneurs and micro-businesses, since in some cases the tax burden and procedural aspects of tax reporting are unnecessarily difficult, which leads to the termination of businesses. In the process of reforming state tax policy, assessing shortcomings and fixing them immediately often becomes an overwhelming task. Changes in tax policy and the tax system require time, competent experts, support and assistance from all branches of government, timely media activities, assistance from citizens and other elements in order for the tax system to function effectively. In this work, a study was conducted to assess the effectiveness of tax policy, to identify certain factors that reduce the effectiveness of tax policy. The authors analyzed individual methodological provisions for assessing the effectiveness of tax policy, including individual formulas and features of their calculation. Some shortcomings of modern tax policy are highlighted, and proposals for improving the efficiency assessment mechanism are formulated.

Введение

Налоговая политика – это действия государства в отношении налогов и налогообложения. Цели и планы действий государства в области налогообложения формулируются Минфином РФ (абз. 5 ст. 165 Бюджетного кодекса РФ) [3].

Действующая налоговая система России формировалась в период экономического кризиса, который неизбежно повлиял на уровень, структуру и ставки налогов, а нашла свое законодательное закрепление в Налоговом кодексе РФ [4]. Как правило, фискальная функция налогов особо выделяется в ситуациях бюджетного дефицита. В случае снижения объемов производства и роста темпов инфляции у налогообложения формируется большой потенциал для решения практически всех экономических проблем и задач страны. Отсюда их большое количество налогов и сборов, повышенные ставки и противоречивое влияние на процесс воспроизводства. В результате налогоплательщики пытаются уклониться от уплаты налогов различными способами, что приводит к образованию налоговой задолженности в различных уровнях бюджета.

Налоговая система России во многом соответствует налоговым системам других экономически развитых стран. В переходный период, с которым столкнулась российская экономика, наблюдалось чрезмерное стремление внедрить все черты рыночной экономики одновременно. Новые налоги стали тяжёлым бременем для предприятий, которые и так оказались под воздействием экономического спада, вызванного избирательной налоговой политикой. Например, влияние НДС, который изначально был установлен на уровне 28%, оказалось значительным. Хотя он был снижен, но данный налог остаётся одним из факторов, оказывающих влияние на рост цен (НДС в размере 28% до 1993 года, 18% до 2019 года и 20% действует в настоящее время) [1].

Цель исследования – исследовать отдельные подходы в оценке эффективности налоговой политики и разработать авторский подход. С учетом сформулированной цели были поставлены и решены задачи: выявление сдерживающих факторов повышения эффективности налоговой политики; анализ отдельных показателей и подходов в оценке эффективности налоговой полити-

ки; разработка авторского подхода в оценке налоговой политики.

Материалы и методы исследования

В процессе исследования авторы изучали отдельные нормативные правовые акты (Бюджетный кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Федеральные законы [3, 4, 6, 7], а также труды отдельных ученых, которые ориентированы на проблемные вопросы налоговой политики [1, 2, 5, 8]. Проведению исследования способствовали классические методы: анализ, обобщение, группировка, графический метод.

Результаты исследования и их обсуждение

Налоговая политика, как и налоговая система, формировалась под влиянием политических, экономических, социальных и мировых факторов. Для осуществления государством своих функций необходим эффективный налоговый механизм, который, на макроуровне, включает прогнозирование, регулирование и контроль. Как и любой механизм, налоговый имеет свои недостатки.

Реализуемая в настоящее время государственная налоговая политика в России содержит в себе существенный недостаток – регулярная изменчивость, данный фактор оказывает прямое влияние на инвестиционную привлекательность государства. Регулярная трансформация налоговой политики в большинстве случаев может оказаться решающим сдерживающим условием по привлечению иностранных инвестиций в различные отрасли России. Обозначим отдельные особенности российской налоговой политики, которые могут стать сдерживающим условием для её эффективности:

1. относительно большое количество госпошлин (на 2023 год действует около 144 госпошлин, включающие свои условия и размеры выплат);

2. сложность понимания налогов для отдельных категорий налогоплательщиков, в особенности с низким уровнем финансовой грамотности и присоединенных территорий. Каждый налог (в 2023 году их действует 15 и еще 6 специальных налоговых режимов) имеет свои индивидуальные размеры, условия и объекты установления ставки. Наличие особенностей для начисления одного размера ставки разным объектам налогообложения усложняет этот процесс.

Например, 30% налоговая ставка НДСЛ применяется по всем видам доходов, которые получают физические лица – не налоговые резиденты РФ, за исключением некоторых доходов, которые описаны и уточнены в 8 пунктах соответствующей статьи главы 23 Налогового кодекса РФ [4];

3. присутствует определенная сложность при выборе специального налогового режима, который может быть применён только при соблюдении его условий. Действующие специальные режимы благоприятно сказываются на субъекте его применяющем, в случае, если соблюдены все критерии, но добиться выполнения которых не всегда удаётся;

4. существование теневой экономики. Такую экономику еще называют скрытой, так как скрываются доходы от общества и государства, следовательно, отсутствует налогооблагаемая база, что делает невозможным налоговый учёт и контроль. Скрытая экономика – это не только проблема, возникающая в России, стремление минимизировать налоговое бремя, сократить налоговые платежи у отдельных групп налогоплательщиков присутствует во всем мире. Иногда, в качестве главного способа ухода от налогов, крупные хозяйствующие агенты используют офшорные зоны. Данная проблема хоть и развивается стихийно, существует достаточно долго и помогает отдельным хозяйствующим субъектам скрыть или минимизировать большие суммы налогооблагаемого дохода. Расчёт экономического ущерба для государства затрудняет отсутствие информации. Однако данная проблема приводит к разлому настроения общества, так как противоречивость принципам справедливости и всеобщности налогов приводит к дисбалансу и побуждает к несоблюдению принципа непредвзятости;

5. многообразие подзаконных актов, инструкций, дополнений, разъяснений, их изменения и т.д. в области налогообложения;

6. неравномерность распределения налогов между категориями плательщиков. Например, ранжирование ставки НДСЛ происходит с учётом предельного годового размера дохода. Если годовой размер дохода составил больше 5 млн. рублей, то применяется ставка 15%, при этом, если доход двух налогоплательщиков составляет 500 тыс. рублей и 2 млн. рублей, то процентная ставка для обоих будет равняться 13%. Разница 2%

в ставах налога кажется несущественной, но ориентироваться необходимо на человеческий фактор, уровень обеспеченности и сумму дохода каждого субъекта налогообложения, учитывать минимальный уровень заработной платы и возможности получения стороннего дохода на разных территориях страны с различным уровнем развития;

7. НДС (0%, 20%, 10%) на отдельные востребованные группы товаров, ввозимых (перемещаемых) через таможенную границу, сокращает обновление производственного потенциала страны и, в тоже время, неоправданно поощряет экспортёров биологических ресурсов России [8];

С 2023 года проводится внедрение единого счета, по которому изменяются правила возмещения НДС из бюджета, а также налоговые инспекторы перестанут информировать налогоплательщиков о необходимости вернуть денежные средства в бюджет.

8. недостаточно эффективная работа надзорных органов. Контроль занимает особое место в налоговой системе. Налоговый контроль обеспечивает целостность налоговых поступлений в бюджет. Уже на самых ранних этапах возникновения налогообложения государство создало систему сбора и регулирования налогов. Отталкиваясь от сути контроля, налоговый контроль должен всецело охватывать все стадии воспроизводства. Особо важной целью налогового контроля на сегодняшний день, является создание таких условий, при котором возможно выполнение принципа всеобщности налогов, то есть уплаты налоговых обязательств всеми налогоплательщиками без возможности обхода законодательства. Для эффективной работы налоговых органов по контролю налогообложения важно сформировать соответствующую нормативно-правовую среду.

В качестве, почти единственного и основного, инструмента налогового контроля налоговые органы имеют право использовать налоговые проверки. Камеральная проверка, которая проводится на основе представленной налогоплательщиком декларации, регулируется налоговым законодательством РФ. Однако встречаются случаи, когда ситуации не регламентированы на федеральном уровне. Это приводит к судебным разбирательствам, что в свою очередь, способствует увеличению издержек реализации налогового контроля. Неурегулированность вопросов, например, по срокам такой проверки и при-

нения налоговым ведомством решения, прохождение заявления по многочисленным этапам (например, при налоговых вычетах), делает понимание налогообложения затруднительным, а процесс сложным и затянутым по времени (нормативный срок камеральной проверки – 3 месяца и в затруднённой ситуации этот срок может увеличиться).

Следует понимать, что резкое и повсеместное исправление недостатков налоговой политики может привести к обратному, негативному социально-экономическому эффекту. Очевидно, что реформы должны проводиться постепенно, без принципиального изменения, основываясь на существующей системе совокупности налогов, механизмов их исчисления и методов контроля.

В современной теории существуют разнообразные методики оценки эффективности государственной налоговой политики. Эти методики излагаются в монографиях, диссертационных исследованиях, научных статьях и т.д., однако не существует общепринятого подхода, методики оценки эффективности государственной налоговой политики, закреплённого на законодательном уровне.

Общепринято оценивать эффективность налоговой политики с помощью показателя налоговой нагрузки:

$$НН = (СнОг / СВг) \times 100\%, \quad (1)$$

где НН – налоговая нагрузка, в %;

СнОг – суммы налогов и сборов, поступившие в бюджеты всех уровней бюджетной системы, по данным официальной статистической отчетности ФНС России, в денежных единицах;

СВг – величина выручки (без НДС и акцизов), отраженная в бухгалтерской отчетности хозяйствующих субъектов, соответствующая анализируемому периоду, в денежных единицах.

Барулин С.В. предлагает использовать формулу для наиболее корректного расчета налоговой нагрузки на население:

$$Нн = ((ЛН + КН \times Кд) / ДН) \times 100\%, \quad (2)$$

где ЛН – начисленные личные налоги физических лиц (например, НДФЛ, земельный налог, налог на имущество физических лиц) по данным официальной статистической отчетности ФНС России, в денежных единицах;

КН – начисленные косвенные налоги по данным официальной статистической отчетности ФНС России, в денежных единицах;

Кд – коэффициент доли косвенных налогов населения (для России примерно 0,6–0,7);

ДН – общая сумма всех денежных доходов населения, в денежных единицах [2].

В современной действительности еще одним основополагающим индикатором оценки эффективности налоговой политики, применяемым на всех уровнях власти, является показатель собираемости налогов. В современной экономической действительности главной задачей для российских налоговых органов стала проблема повышения собираемости налогов и формирование устойчивого роста налоговых платежей в бюджеты. Одновременно, в налоговом законодательстве РФ существует определенная коллизия – отсутствует легитимное закрепление категории «Собираемость налогов», а его трактовки носят рекомендательный характер.

Формула для расчёта:

$$Усн = (П / Н) \times 100\%, \quad (3)$$

где П – фактические налоговые поступления за отчётный финансовый год;

Н – сумма налоговых обязательств в отчётном финансовом году [5].

При расчете показателя следует учитывать, что если полученная величина менее 100%, то это сигнал о недостаточном качестве налогового администрирования, а если значение показателя существенно превышает 100%, то это сигнал о недостаточном качестве налогового планирования.

Кроме того, эффективность налоговой политики может определяться такими критериями мобилизации средств в государственный бюджет:

– расширение налогооблагаемой базы;

В целях решения проблемы по расширению налогооблагаемой базы, Министерство финансов рекомендует на уровне муниципальных образований сформировать комиссии. В состав комиссии необходимо включить независимых экспертов в сфере работы системообразующих отраслей данного муниципального образования. Экспертами могут стать представители науки, органов местного самоуправления, бизнеса. Основным критерий – глубокое знание экономических и производственных процессов предприятий.

– сокращение расходов, связанных со сбором налогов и соблюдением налогового законодательства.

Оптимизации расходов на аккумуляцию налоговых доходов бюджетам с 2023 года способствует внедрение единого налогового платежа.

На сегодняшний день, кроме законодательно применимого показателя оценки собираемости налогов, как критерия оценки эффективности налоговой политики, существуют разнообразные работы, подходы и выводы авторов о различных моделях и критериях оценки эффективности налоговой политики. Однако, в связи с тем, что данная тема по-прежнему актуальна, то не разработано единого подхода к оценке эффективности налоговой политики.

Можно выделить основные виды подходов в методологии оценки эффективности:

1. системный подход, ориентирующийся на принципе системности и использующийся во время исследования каждого изучаемого объекта в отдельности. Согласно такому подходу, в качестве объектов исследования могут выступать специальные отделы и службы, работоспособность сотрудников, работу конкретных налогов и сборов;

2. концептуальный подход, который подразумевает создание концепции, порядок её реализации, ключевые положения его направленности;

3. аспектный подход, в основе которого лежит изучение конкретной проблемы, направления. К примеру, проблемы налогообложения юридических лиц, проблема имущественного налога, проблема внеплановых налоговых проверок;

4. эмпирический подход, основная суть которого в накоплении и использовании уже имеющегося опыта. Налоговая политика складывалась под влиянием различных государственных политик, следствием чего вводились новые налоги, происходила замена старых. Это позволяет провести анализ влияния и последствий этих изменений и сделать на их основе прогноз;

5. прагматический подход, опирающийся на цели и задачи, достижение которых предполагается в результате исследования;

6. научный подход, базирующийся на научных учениях и концепциях. Этот подход может включаться в себя работы экономистов и специалистов конкретных областей, опубликованные и разрабатываемые научные исследования;

7. деятельностный подход, суть которого в ориентации на деятельную сторону объ-

екта. Опираясь на то, какой деятельностью занимается тот или иной объект, фонд обязательного медицинского страхования или предоставление культурно-массовых услуг, строится и система оценки эффективности налогообложения этого объекта.

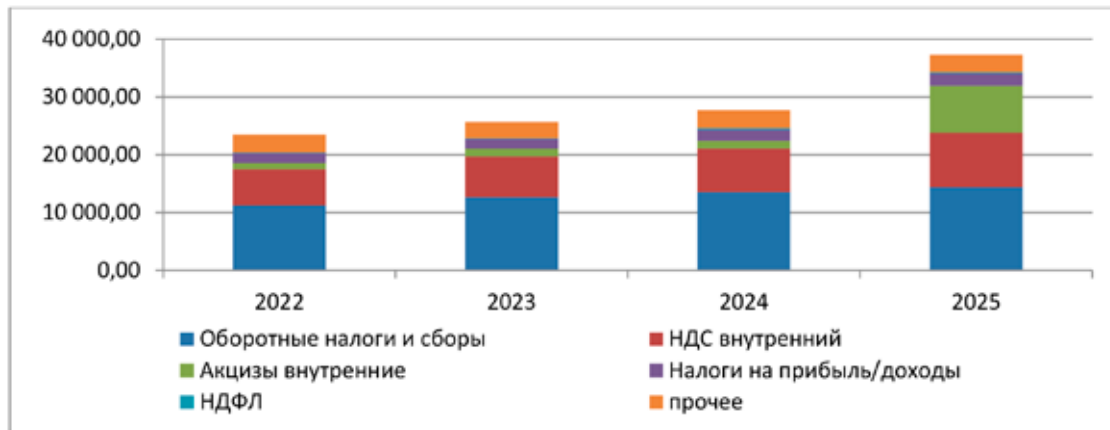
При оценке эффективности государственной налоговой политики следует учитывать различные критерии, которые бы отражали разносторонний характер налоговой политики России.

Государство, посредством налоговой политики, стремится к постоянному и бесперебойному пополнению бюджета РФ, благодаря которым становится возможным реализация его целей, задач и функций. Одним из важнейших мероприятий, с целью поддержания результативной работы налоговой политики, является разработка и утверждение Минфином РФ программных документов. Одним из таких документов является программный документ «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов» [6]. Для выполнения целей и задач, согласно программе Минфина РФ, необходимо придерживаться определённых методов и принципов.

Для понимания влияния налоговой политики на управление финансами в общественном секторе проведём анализ, используя основные показатели федерального бюджета России за 2022–2025 гг. (рисунок).

На рисунке представлены отдельные показатели собираемости налогов в Федеральный бюджет РФ на период с 2022 до 2025 года. Федеральный бюджет на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов сформирован на основе базового варианта прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов, определяющего переход к уверенному росту экономики в 2024 году на уровне выше 2%

В соответствии Федеральным законом о федеральном бюджете в 2023–2025 гг. на фоне продолжения восстановления экономической активности прогнозируется устойчивый рост доходов федерального бюджета в номинальном выражении. Так, на 2023 год ожидается отклонение доходов в размере (-1 562,9) млрд рублей, однако в дальнейшем на 2024–2025 гг. ожидается положительное отклонение.



Прогноз доходов федерального бюджета, млрд рублей [6]

На поступление доходов повлияют отдельные изменения налогового и бюджетного законодательства (корректировка налогообложения рентного дохода ряда добывающих отраслей и централизация части акцизов на нефтепродукты, повышение вывозных таможенных пошлин на отдельные сельскохозяйственные товары, корректировка демпфирующего механизма в обратном акцизе на нефтяное сырье, направленное на переработку) [7].

Согласно программным документам, в ближайшие три года планируется повышение собираемости налоговых доходов в федеральный бюджет именно за счет качества налогового администрирования. Кроме того, продолжится корректировка налогового законодательства (в основном по нефтегазодобывающей отрасли).

В современной действительности целью налоговой политики РФ является:

- перераспределение финансовых ресурсов;
- государственное регулирование экономических процессов;
- обеспечение социальной защищенности и стимулирование инвестиций в человеческий капитал;
- обеспечение сохранности природопользования, стимулирование инвестиции в развитие компенсационного механизма и природного капитала;
- предотвращение возникновения двойного налогообложения и уклон от него, укрепление экономико-политических связей с другими странами.

В связи с разнообразием и сложностью налоговой политики предлагается исполь-

зовать для оценки эффективности налоговой политики системный и аспектный подходы. Они подразумевают ориентацию анализа на конкретные проблемные стороны налогообложения и отдельные исследуемые объекты. Такой централизованный анализ позволит качественно провести оценку, на основе которой возможно сделать соответствующие выводы об улучшении тех или иных аспектов налоговой системы.

На основании вышеизложенного разработан авторский подход к оценке эффективности налоговой политики, который состоит из:

1. расчёта налоговой нагрузки, как для юридических лиц, так и для физических лиц;
2. расчёта отклонений значений поступлений базового, отчетного и ожидаемого периода;
3. оценки соответствия налоговой политики современным тенденциям развития государства и общества, проводимая на основе экспертного мнения специалистов в области налогообложения;
4. оценки наполняемости (недонаполняемости) бюджета по отдельным налогам и сборам в соответствие с ожидаемыми подсчётами государства. В расчёт можно выбрать оценочный показатель уклон от уплаты в расчете на душу населения или среднее значение по субъектам федерации.

А программные мероприятия по минимизации недостатков налоговой политики могут включать в себя следующее:

1. повышение грамотности в области налогообложения и обеспечение информационной доступности;

2. усиление налогового контроля и расширение санкционных мер;

3. изменение порядка начисления налога для предприятий по месту регистрации на начисление по месту фактического пребывания;

4. пересмотр шкалы налогообложения по НДФЛ.

Выводы

Следовательно, для разработки действенной налоговой политики необходимо проведение оценки эффективности налоговой политики. На данном этапе развития нет единой системы оценок налоговой политики, однако, государством используются законодательно закреплённые показатели, такие как: налоговая нагрузка и показатель собираемости.

На основе проведённого исследования, анализа преимуществ и недостатков российской налоговой системы, механизмов её воздействия, а также выделения особенностей

функционирования, нами уточнены проблемные стороны налоговой политики в РФ:

- стремление к уклонению от уплаты налогов;

- отсутствие стабильности в проводимой налоговой политике;

- сложность налогового законодательства;

- недостаточный налоговый контроль надзорных органов;

- несправедливое установление налоговых ставок для граждан с различным доходом.

Действующая централизация налоговых поступлений в России, с одной стороны, повышает финансовую устойчивость страны, с другой стороны, снижает темпы роста наиболее успешных регионов и муниципалитетов, уменьшает средний уровень экономического развития и подавляет потенциал экономического роста регионов и муниципалитетов, имеющих для этого все необходимые условия.

Библиографический список

1. Алиева Н.Р., Данилова С.В., Зяблицкая Н.В. Развитие системы налогообложения имущества и доходов физических лиц: от становления СССР и по настоящее время // Региональные проблемы преобразования экономики. 2022. № 1(135). С. 72-79.

2. Барулин С.В. Теория и история налогообложения. М.: КноРус, 2020. 403 с.

3. Бюджетный кодекс РФ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/6cc60bf3235aa06c6e4cfc7ba48c81e3d34575cd/ (дата обращения: 01.04.2023).

4. Налоговый кодекс РФ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (дата обращения: 01.04.2023).

5. Орехова Е.А., Калабин К.Ю. Собираемость налогов: теория, методология, практика. URL: <https://minfin.saratov.gov.ru/> (дата обращения: 01.04.2023).

6. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов. URL: https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2022/10/main/Osn_2023-2025.pdf (дата обращения: 01.04.2023).

7. Федеральный закон от 05.12.2022 N 466-ФЗ «О федеральном бюджете на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_433298/ (дата обращения: 01.04.2023).

8. Шеломенцев А.Г., Трушкова Е.А., Дорошенко С.В. Государственное регулирование природопользования в России: механизмы и результаты. Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения РАН, 2011. 280 с.

УДК 336.6

С. Ю. Перцева

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», Москва, e-mail: sup.05@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В РАСЧЕТАХ И ПЛАТЕЖАХ В СИСТЕМЕ ИСЛАМСКИХ ФИНАНСОВ

Ключевые слова: исламские финансы, платежная система, трансграничные расчеты, финтех.

Статья посвящена особенностям функционирования расчетов и платежей в системе исламских финансов. Особое внимание уделяется вопросам построения платежной инфраструктуры, включая систему межбанковских расчетов и механизм регулирования рисков и ликвидности. Автор приходит к выводу, что для осуществления трансграничных платежей исламские финансовые институты разработали и эффективно используют централизованную и мультивалютную платежную систему БУНА, работающую на инфраструктуре SWIFT. Данная система является высокотехнологичным механизмом, основанным на инновационных цифровых решениях. Платежной системой пользуется более 100 кредитных организаций, а операторами являются центральные банки исламских стран и транснациональные банки. Исследование показало, что современная расчетно-платежная система в исламских странах мира использует как традиционные механизмы регулирования претензий и обязательств между контрагентами, так и уникальные платежные решения, в том числе основанные на использовании достижений индустрии финансовых технологий.

S. Yu. Perseva

Moscow State Institute of International Relations, Moscow, e-mail: sup.05@mail.ru

CURRENT TRENDS IN SETTLEMENTS AND PAYMENTS IN THE ISLAMIC FINANCE SYSTEM

Keywords: Islamic finance, payment system, cross-border settlements, fintech.

The article is devoted to the peculiarities of the functioning of settlements and payments in the system of Islamic finance. The author paid special attention to the issues of building a payment infrastructure, including an interbank settlement system and a mechanism for regulating risks and liquidity. The author revealed that in order to make cross-border payments, Islamic financial institutions have developed and effectively use the centralized and multicurrency payment system BUNA, operating on the SWIFT infrastructure. The system is a high-tech mechanism based on innovative digital solutions. More than 100 credit institutions use this payment system, and the operators are central banks of Islamic countries and transnational banks. The study showed that the modern settlement and payment system in the Islamic states uses both traditional mechanisms for regulating claims and obligations between counterparties and unique payment solutions, including those based on the use of achievements of the financial technology industry.

Введение

Система исламских финансов создана на основе мусульманского права и должна соответствовать следующим основным принципам шариата [2]:

- добавленная стоимость должна образовываться в реальном секторе экономики путем дозволенной экономической деятельности;

- вкладчики (инвесторы) должны получать доход, вкладывая свои средства в разрешенные нормами шариата виды деятельности;

- отношения между участниками банковской сделки должны строиться на основе партнерства, т.е. риск и полученная прибыль

или возникшие убытки по всем совершаемым сделкам делятся между банком и партнером (клиентом);

- деньги – не товар, а мера стоимости.

Сегодня вопросы развития исламских финансов, банковского дела и платежных систем вызывают все больший интерес. Так, в Российской Федерации принят федеральный закон №417-ФЗ о внедрении в четырех регионах России эксперимента по исламскому банкингу [1]. Эксперимент проходит с 1 сентября 2023 г. по 1 сентября 2025 г. на территории четырех пилотных регионов: Республики Башкортостан, Республики Татарстан, Чеченской Республики и Республики Дагестан. Кроме того, современная прак-

тика показывает, что исламские финансовые продукты, в том числе платежные сервисы, востребованы не только мусульманами, но и немусульманами.

Целью данной работы является исследование современного этапа развития механизма реализации расчетов и платежей в системе исламских финансов для бесперебойных и надежных транзакций.

1. Расчеты и платежи в исламских государствах: история и особенности

Расчетно-платежные отношения, сложившиеся в исламском мире, имеют древнюю историю. Так, именно в странах арабского мира впервые были использованы простые векселя для урегулирования денежных требований и обязательств. Это позволило разделить денежные и информационные потоки для перевода денег на большие расстояния и между разными государствами. В то же время деньги помещались в безопасное место, а сами расчеты осуществлялись с использованием бумажных квитанций или устных сообщений [4].

Архитектура такой платежной системы сохранилась по сей день в виде неофициальной системы переводов, которая носит название Хавала (в переводе с арабского языка «передача»). Она сформировалась в Индии задолго до появления западной банковской системы и идеально адаптировалась к современным технологиям. Система представляет собой неформальную финансово-расчетную систему на основе взаимозачета требований и обязательств между брокерами. По своей сути, Хавала – это распределенная сеть без централизованного управления (распределенный реестр брокеров).

Необходимо отметить негативное отношение мирового сообщества к данной расчетной системе, прежде всего, со стороны межправительственной всемирной организации по борьбе с отмыванием денег (FATF), Евразийской группы по борьбе с отмыванием денег (EAG) и других организаций. Это связано с тем, что Хавала позволяет осуществлять трансграничные денежные переводы, сохраняя полную анонимность, а, значит, может способствовать отмыванию денег, обслуживанию наркотрафика и финансированию терроризма.

Страны, находящиеся под санкционным давлением, могут применять данную систему для проведения международных расчетов [3]. Интересен опыт Ирана, банки ко-

торого были отключены от международной системы передачи финансовых сообщений SWIFT [4]. Первоначально помощь в реализации международных расчетов стране оказывали кредитные организации ОАЭ и Турции. Но в связи с опасениями введения вторичных санкций данный платежный канал был заблокирован. Для проведения транзакций использовались перевозка наличных и система платежей Хавала. Следует подчеркнуть, что использование данных «несовременных» способов проведения международных платежей стало возможным, том числе, и благодаря общности религии, идеологии, культуры и традиций между контрагентами.

2. Современная системно значимая платежная система в исламских странах

Централизованным и мультивалютным расчетным механизмом, применяемым исламскими центральными банками, является система БУНА (BUNA) [6]. Это трансграничная платежная система, поддерживаемая арабскими регуляторами, основанная Арабским валютным фондом в 2018 г. Целями ее создания являются поддержание экономической и финансовой интеграции между арабскими странами и расширение торговой и инвестиционной деятельности с мировыми торговыми партнерами. В настоящее время прямыми участниками системы являются более 100 исламских кредитных организаций из разных стран мира.

БУНА позволяет финансовым учреждениям и центральным банкам в арабском регионе и за его пределами отправлять и получать платежи в арабских валютах, а также в ключевых международных валютах в безопасной, экономичной, контролирующей риски и прозрачной среде. Благодаря трансграничным платежным сервисам, она расширяет возможности экономической и финансовой интеграции в арабском регионе и укрепляет инвестиционные связи с мировыми торговыми партнерами.

В платежной системе БУНА доступен постоянно расширяющийся список арабских и международных расчетных валют, в частности: дирхам ОАЭ, египетский фунт, саудовский риал, иорданский динар, доллар США и евро. Следует отметить, что операторами платежной системы при работе с различными валютами являются как центральные банки, так и крупнейшие мировые ТНБ (табл. 1).

Таблица 1

Ключевые банки – участники системы БУНА для мультивалютных операций

№	Банк-оператор для обработки платежей в данной валюте	Валюта	Доля валюты в расчетах системы, %
1	Центральный банк ОАЭ	Дирхам ОАЭ (AED)	31
2	Центральный банк Египта	Египетский фунт (EGP)	9
3	Национальный банк Саудовской Аравии	Саудовский риал (SAR)	17
4	J.P. Morgan	Доллар США (USD)	17
5	Standard Chartered Bank	Евро (EUR)	13
6	Центральный банк Иордании	Иорданский динар (JOD)	13

Примечание: составлено автором на основе [6].

Таблица 2

Основные продукты платежной системы БУНА

№	Услуги	Характеристика
1	Межбанковские переводы	Межбанковские платежи, составляющие небольшую часть объемов, но большую часть стоимости трансграничных платежей в арабском регионе, также покрываются БУНОЙ в соответствии с направлениями деятельности сопоставимых систем
2	Денежные переводы	Несмотря на глобальное стремление сократить расходы на денежные переводы, арабский рынок денежных переводов остается сильно фрагментированным. Система играет центральную роль в снижении затрат и оптимизации услуг денежных переводов с помощью пакетного режима или даже экономичных индивидуальных платежей
3	Розничная торговля и коммерция	Кредитовые переводы составляют большую часть объемов внутриарабских платежей. БУНА стремится содействовать деловой активности в арабском регионе и за его пределами.
4	Мгновенные платежи	Позволяет осуществлять мгновенные платежи со сквозным отслеживанием и мониторингом платежей в соответствии с мировыми практиками и системами обмена сообщениями

Примечание: составлено автором на основе [6].

Эффективная инфраструктура для трансграничных платежей необходима для прочной и действенной финансовой экосистемы, в этой связи БУНА реализует для коммерческих банков, центральных банков и других финансовых учреждений в арабском регионе и за его пределами процедуры отправки и получения платежей в арабских валютах, а также в ключевых международных валютах. БУНА стремится к подключению банков и других финансовых учреждений, которые соответствуют критериям приемлемости и условиям участия, предлагая выгодные услуги в режиме реального времени через централизованную, контролируемую рисками и безопасную платформу.

Современные платежные решения БУНА соответствуют высоким международным стандартам информационной безопасности и требованиям по борьбе с финансовыми

преступлениями. БУНА управляется Арабской региональной организацией платежей, клиринга и расчетов (ARPCSO), которая функционирует как независимая организация, полностью принадлежащая Арабскому валютному фонду.

Платежная система предлагает широкий спектр продуктов и услуг, которые удовлетворяют различные текущие и потенциальные потребности участников и их конечных пользователей. Сервисы включают: мультивалютные трансграничные межбанковские платежи, коммерческие платежи, денежные переводы потребителей, мгновенные платежи, решения для финансирования торговли, расчеты по ценным бумагам и услуги по обработке платежей в банкоматах (табл. 2).

БУНА признается экспертами высокоустойчивой, масштабируемой платежной платформой для ускорения интеграции

в Арабском регионе. Ее важной задачей является бесперебойное предоставление платежных услуг, что требует высокой степени устойчивости к любым системным сбоям. Инфраструктура БУНА основана на принципе отсутствия отдельных точек отказа. Производительная система состоит из высокодоступных систем «Active-Active» и дополнительной системы быстрого резервирования ликвидности, которая может быть активирована в случае множественных сбоев или полной недоступности производственных систем на основном сервере.

Базовая архитектура платформы основана на современной многоуровневой сервис-ориентированной платформе. Каждый уровень платформы имеет свой набор функциональных возможностей и настраивается в соответствии с требованиями передовых практик трансграничных платежей. Такой подход обеспечивает разделение обязанностей между уровнями системы, тем самым защищая информационные потоки от узких мест. Технологический механизм системы с распределенной слабо связанной архитектурой позволяет распределять программные компоненты или сервисы для параллельной обработки на нескольких серверах. Такая архитектура сводит к минимуму узкие места и позволяет достичь новых уровней пропускной способности и производительности.

Интересно рассмотреть стоимостную структуру транзакций, в долл. США (табл. 3).

Таблица 3

Стоимостная структура транзакций

№	Стоимость транзакции, в долл. США	%
1	Менее 1 000	24
2	От 1 000 до 5 000	24
3	От 5 000 до 10 000	13
4	От 10 000 до 25 000	17
5	От 25 000 до 100 000	16
6	Более 100 000	6

Примечание: составлено автором на основе [6].

Как показывают данные таблицы 3, в платежной системе преобладают транзакции стоимостью менее 1000 долл. США и в размере от 1000 до 5000 долл. США. На их долю приходится по 24% всех совокупных платежей. На платежи размером более 100 000 долл. приходится только 6%.

В целом, платформа ориентирована на достижение эффективности и масштабируемости за счет параллельных вычислений и параллельной обработки, поддерживая вертикальную и горизонтальную масштабируемость. Распределенная слабосвязанная архитектура позволяет эффективно распределять программные компоненты в виде кластеров на одном или нескольких серверах, охватывающих несколько центров обработки данных. Такая архитектура минимизирует узкие места и обеспечивает новые уровни пропускной способности и оптимизированную скорость для мгновенной обработки платежей. Каждый центр обработки данных логически разделен с использованием технологий виртуального контекста на оборудовании нескольких поставщиков от ядра до периметра для поддержания безопасной среды. Конструкция инфраструктуры платежной системы обеспечивает высокую масштабируемость и гибкость для удовлетворения меняющегося спроса.

Система БУНА обеспечивает обмен платежами по защищенной сети SWIFT. Оборудование центра обработки данных платежной системы соответствует отраслевым стандартам, таким как ISO 14001, ISO 27001 и ISO 50001, для обеспечения максимальной безопасности данных.

Интеграционная платформа БУНА позволяет участникам использовать ее трансграничные платежные сервисы через API (интерфейсы прикладного программирования) для обеспечения сквозной мгновенной обработки и накопления информации. Сервис-ориентированная архитектура платформы БУНА снижает стоимость внедрения. Встроенная поддержка ISO20022 обеспечивает высокий уровень сквозной обработки и единообразное представление данных на основе общепринятых во всем мире стандартов.

В рамках перспективных направлений развития централизованной трансграничной платежной системы, играющей ключевую роль в исламских финансах, ставится стратегическая цель по расширению возможностей арабских экономик для финансовой и экономической интеграции и поддержке инвестиционных связей с глобальными торговыми партнерами. Сотрудничество имеет решающее значение для наведения мостов функциональной совместимости.

Ключевой задачей платежной системы является обеспечение содействия беспрепятственному потоку трансграничных платежей между Арабскими странами и зарубежными рынками, поддерживающему экономическую деятельность, облегчающее приток капиталовложений из арабского региона к торговым партнерам и укрепляющие доверие потребителей к использованию высокотехнологичных платежных систем. Задачей является постепенное увеличение количества транзакций через БУНА, что будет способствовать трансформации финансового ландшафта в системе исламских финансов.

3. Влияние финансовых технологий на розничные платежи

Интересным представляется изучение современных механизмов и каналов проведения расчетных розничных операций в рамках исламских финансов. Следует подчеркнуть, что в странах исламского мира чрезвычайно активно развиваются инновационные технологические компании, разрабатывающие цифровые финансовые решения для клиентов физических лиц. Особое внимание фокусируется на создании и внедрении высокотехнологичных платежных услуг. Так, компания Fintech Alif запустила платежный сервис Alif Pay для целей расширения своего присутствия в ОАЭ, а также предоставления финансовых услуг и глобальных денежных переводов [5]. Особенность сервиса состоит в предоставлении соответствующих шариату микрофинансовых услуг эмигрантам из ОАЭ, облегчая трансграничные денежные переводы на гибких условиях. Система Alif Pay предоставляет следующие услуги: «мгновенный платеж», «оплата позже» (SNPL), платформа расчета заработной платы, программа предоплаты за поездки, а также сервисы «Покупай сейчас, плати позже» (BNPL) и «Лети сейчас, плати позже» (FNPL).

Необходимо подчеркнуть, что Всемирный банк оценил общий объем денежных переводов из ОАЭ примерно в 47,54 млрд долл. в 2021 г. с ожиданиями увеличения в будущем. Кроме того, исследования показывают, что число пользователей цифровых денежных переводов в ОАЭ, как ожидается, составит 1,4 млн человек к 2027 г. Денежные переводы, играют важнейшую роль в продвижении доступа к финансовым услугам в странах с низкой финансовой инклюзивностью. Так, исследование Арабского валютного фонда, проведенное в 2023 г. показало, что только 48% взрослых мужчин, 31% взрослых женщин и 32% лиц с низким доходом в арабском регионе имеют доступ к официальным финансовым услугам.

Учитывая данный факт, сервис Alif Pay планирует развивать банковское обслуживание, чтобы способствовать этому росту, внедряя решения, адаптированные к потребностям пользователей из ОАЭ. Приложение Alif Pay позволяет тем, кто его использует, проверять баланс своей зарплаты, отправлять денежные переводы с гибкими условиями оплаты. Эта услуга осуществляется в соответствии с принципами шариата.

В настоящее время компания работает в Таджикистане, Узбекистане и ОАЭ, при этом она планирует расширение в другие страны, такие как Пакистан, Бангладеш, Египет и Индонезия.

Таким образом, в современной системе исламских финансов развитию платежной индустрии отводится особое место. Трансграничные оптовые и розничные платежи основываются на инновационных и высокотехнологичных решениях, реализация которых позволит расширить возможности арабских экономик для финансовой и экономической интеграции и поддержать инвестиционные связи с глобальными торговыми партнерами.

Статья подготовлена при поддержке Программы развития МГИМО «Приоритет-2030».

Библиографический список

1. Федеральный закон от 04.08.2023 № 417-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для осуществления деятельности по партнерскому финансированию в отдельных субъектах Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2. Каюмов Н.Н. Банковские платежные карты в рамках исламского банкинга // *Общественные науки*. 2017. № 4. С. 112-120.
3. Перцева С.Ю. Ключевые тренды развития российской платежной индустрии // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. 2023. № 5-1. С. 123-128. DOI 10.17513/vaael.2816.
4. Туруев И.Б., Перцева С.Ю. Платежные системы в условиях новой реальности. М.: Аспект Пресс, 2023. 216 с.
5. Alif launches Alif Pay and expands into the UAE. URL: <https://thepaypers.com/online-payments/alif-launches-alif-pay-and-expands-into-the-uae--1264342> (дата обращения: 15.04.2023).
6. BUNA Annual report 2022. URL: https://buna.co/download?path=http://buna.co/uploads/media/file_content/0001/01/3e09f45c8ab654245ca84e1d4b271947c3a8bc20.pdf (дата обращения: 15.04.2023).

УДК 338.24

А. Ю. Преснецов

Всероссийский научно-исследовательский институт «Центр», Москва,
e-mail: neonwawe.work@yandex.ru

О. А. Дзюрдзя

Государственный университет управления, Москва;
МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, e-mail: 5897275@mail.ru

В. В. Бурлаков

МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, e-mail: bur77@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ОБЗОР МЕТОДОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИТ-КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: конкурентоспособность, инновации, ИТ-компании, цифровая экономика, информационные технологии.

В современном мире, в условиях повсеместной цифровизации экономических процессов, важную роль в создании и развитии экономики страны играет функционирование и развитие ИТ-компаний. Предприятия данной сферы деятельности любого масштаба и формата являются составной частью одного большого экономического механизма. С одной стороны, взаимодействие и сотрудничество сразу нескольких подобных предприятий может сформировать последовательную цепочку производства информационного продукта. С другой стороны потребительский рынок данного вида услуг является открытым, запросы потребителей постоянно растут, вследствие чего ИТ-компаниям приходится постоянно бороться за потребителя и направлять серьезные усилия на повышение своей конкурентоспособности. Статья посвящена сравнительному обзору методов повышения конкурентоспособности ИТ-компаний в условиях цифровой экономики. На примерах ведущих мировых компаний в ИТ-сфере показано, что существует несколько методов повышения их конкурентоспособности, предложены рекомендации по использованию. Каждый из рассмотренных в статье методов может принести пользу компании и сыграть определенную роль в повышении ее конкурентоспособности в современных условиях. Отмечено, что ключевым моментом применения того или иного метода на практике является специфика деятельности ИТ-компаний.

A. Yu. Presnetsov

All-Russia scientific and research institute “Center”, Moscow,
e-mail: neonwawe.work@yandex.ru

O. A. Dzyurdzya

State University of Management, Moscow;
MIREA – Russian Technological University, Moscow, e-mail: 5897275@mail.ru

V. V. Burlakov

MIREA – Russian Technological University, Moscow, e-mail: bur77@mail.ru

COMPARATIVE REVIEW OF METHODS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF IT COMPANIES IN THE DIGITAL ECONOMY

Keywords: competitiveness, innovation, IT companies, digital economy, information technology.

In the modern world, in the context of widespread digitalization of economic processes, the functioning and development of IT companies plays an important role in the creation and development of the country's economy. Enterprises in this field of activity of any scale and format are an integral part of one large economic mechanism. On the one hand, the interaction and cooperation of several similar enterprises at once can form a consistent chain of production of an information product. On the other hand, the consumer market for this type of service is open, consumer demands are constantly growing, as a result of which IT companies have to constantly fight for the consumer and direct serious efforts to increase their competitiveness. The article is devoted to a comparative review of methods for increasing the competitiveness of IT companies

in the digital economy. Using examples of the world's leading companies in the IT field, it is shown that there are several methods for increasing their competitiveness, and recommendations for use are proposed. Each of the methods discussed in the article can benefit the company and play a certain role in increasing its competitiveness in modern conditions. It is noted that the key point in applying a particular method in practice is the specifics of the activity of an IT company.

Введение

В настоящее время информационные технологии проникают во все сферы жизнедеятельности человека и предприятий. В условиях стремительной цифровизации экономики функционирование и развитие IT-компаний имеет важное значение, так как рынок IT-услуг будет только расти. В этой связи стоит ожидать усиления конкурентной борьбы в IT-отрасли. Наибольшего успеха и наибольшей конкурентоспособности на рынке в условиях сложившейся конъюнктуры смогут добиться те IT-компании, которые занимаются созданием и внедрением новых решений. Важную роль в развитии экономики страны играет функционирование и развитие IT-предприятий [3]. Предприятия любого масштаба и формата является составной частью в одном большом экономическом механизме. Таким образом взаимодействие и сотрудничество сразу нескольких предприятий может сформировать последовательную цепочку производства продукта. Однако, поскольку потребительский рынок является открытым и запросы потребителей постоянно растут, компаниям приходится постоянно бороться за потребителя. Поэтому конкурентоспособность создаваемой IT-компаниями продукции является неотъемлемой частью структуры полного экономического цикла реализации продукта. В следствие чего, конкурентоспособность IT-компаний можно определить, как критерий, который наиболее полно отражает эффективность деятельности экономического субъекта в сфере информационных технологий.

Целью представленного исследования является составленный на примерах сравнительный обзор методов повышения конкурентоспособности IT-компаний в условиях цифровой экономики.

Материалы и методы исследования

В процессе написания статьи были использованы материалы ведущих российских и зарубежных специалистов в области конкурентоспособности, цифровой экономики, информационных технологий. На основе изученных и использованных в работе тру-

дов был изложен сравнительный обзор методов повышения конкурентоспособности IT-компаний в современных условиях.

Результаты исследования и их обсуждение

Нельзя не согласиться с авторами Розановой Н.М. и Бойковой Е.В. в том, что «Конкурентоспособность IT-компаний – это результат реализации конкурентных преимуществ, которые отражают способность организации адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней и внутренней среды и выступают условием ее эффективного функционирования на IT-рынке» [2].

В IT-сфере существует несколько способов повышения конкурентоспособности продукта. Эффективность каждого из этих методов зависит от области функционирования компаний которая их применяет. Далее, на примерах, будут подробно рассмотрены следующие методы повышения конкурентоспособности:

1. Переориентация направления разрабатываемой продукции
2. Повышение узнаваемости продукта (маркетинг)
3. Внедрение инноваций

Одним из возможных способов повышения конкурентоспособности является переориентация направления деятельности разрабатываемой продукции, вследствие чего происходит увеличение объемов ее реализации. При грамотном использовании данного подхода появляется возможность реализации большего объема продукции, в результате чего продукт становится товаром широкого потребления и в дальнейшем приобретает массовое использование. Такой подход позволит получить значительную долю рынка, тем самым опередить своих конкурентов. Одним из таких примеров является “захват” рынка мобильных операционных систем ОС Android.

Первоначально компания Android Inc., разрабатывала операционную систему Android, как передовую операционную систему для цифровых камер. Это было основным вектором развития компании в 2004 году.

Однако, через некоторое время руководством компании было принято решение о переориентации направления деятельности разрабатываемого продукта, по причине того, «что рынок камер недостаточно велик для достижения глобальных целей компании, и через пять месяцев спустя направление разработки было переориентировано. В следствии чего, компания представила Android как операционную систему для мобильных телефонов, которая будет конкурировать с Symbian OS и Microsoft Windows Mobile» [4]. Главными преимуществами операционной системы Android по сравнению с другими продуктами на рынке являлись:

1. Отсутствие платы за использование и установку ОС
2. Возможность установки на большое число устройств
3. Невысокие начальные аппаратные требования

4. Открытость системы и возможность установки стороннего ПО и кастомизации устройства

Благодаря, вышеперечисленным преимуществам ОС Android удалось за небольшой промежуток времени, не только догнать лидера рынка мобильных систем, но и в значительной степени опередить компанию Apple, таким образом заняв одно из ведущих мест в мировом рейтинге ИТ-компаний (таблица).

По данным таблицы наглядно видно, что на 2009 год доля рынка мобильных устройств составляла 1,69% по сравнению с 37,45% у IOS за тот же период. Уже в 2021 году доля ОС Android составляла 71,88% по сравнению с 27,41% у IOS. Итогом такого значительного роста числа устройств стал значительный рост выручки компании Google в период с 2009 по 2021 гг. (рисунок 1).

Таблица

Показатели доли рынка мобильных операционных систем в мире с 1 квартала 2009 г. по 4 квартал 2021 г., % (составлено на основании [10])

OS	2009	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2021
Android	1,69	5,43	23,83	37	46,84	60,85	66,91	71,71	74,66	71,88
IOS	37,45	31,92	24,47	26,71	23,38	22,84	19,29	19,56	22,83	27,41
Windows Phone	2,3	0,84	0,62	1,15	2,25	2,3	2,07	1,09	0,29	0,02

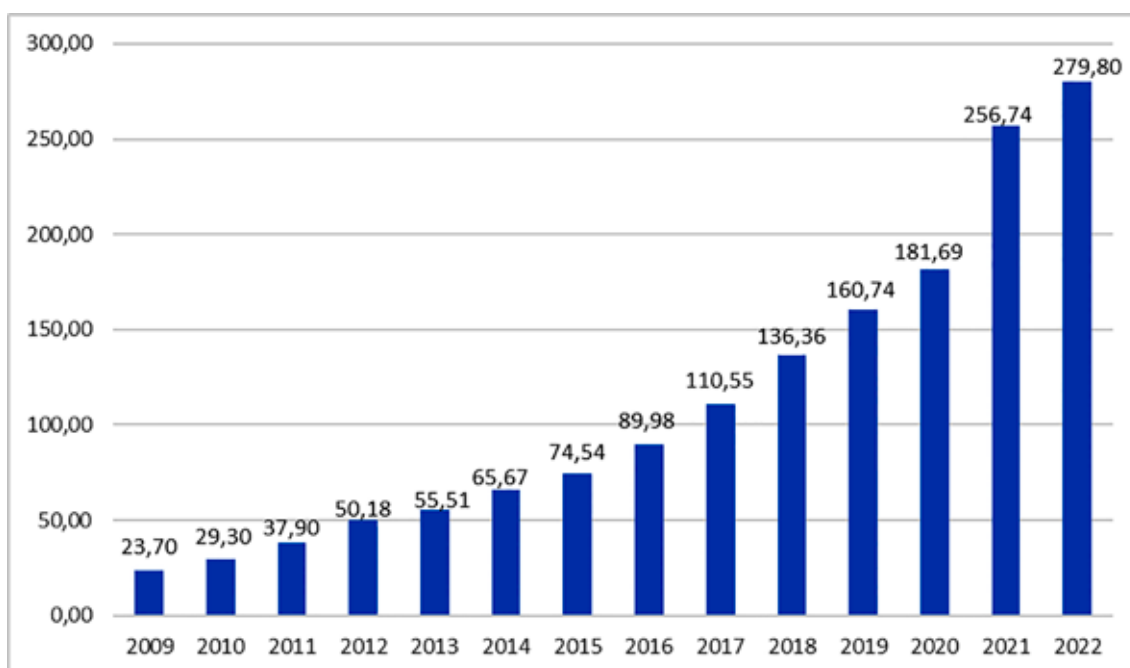


Рис. 1. Годовой доход компании Google с 2002 по 2022 гг. [8]

На примере компании Google наглядно продемонстрирована работоспособность метода переориентации направления разрабатываемой продукции для повышения конкурентоспособности компании.

Одним из наиболее простых по реализации методов повышения конкурентоспособности IT-компании является повышение узнаваемости продукта. При грамотном выстроенном маркетинге можно значительно увеличить спрос на свой продукт на рынке.

Для «бизнеса, находящегося на первоначальной стадии запуска или активного развития для эффективного использования рекламного продвижения необходим ряд определенных требований. Эффективная реклама должна:

- точно позиционировать продукт на рынке, выделяя его особенности и положительные отличия от товаров конкурентов;
- обозначить потребителям хорошую выгоду при приобретении товара или заказа услуги, демонстрируя самые лучшие качества и создавая максимально положительный образ продукта» [1];
- рекламная идея, должна быть понятной, креативной и легко воспринимаемой потенциальным потребителем;
- формирование у потребителя чёткого образа продукта, для создания эффекта положительного стереотипа:
- концентрация внимания на продукте с помощью художественных и текстовых средств, за счет грамотного размещения рекламы на популярных площадках и СМИ
- акцентирование внимания на инновационных качествах продукта, и таким образом подготовить его востребованность на рынке [1].

Одним из примеров удачного роста компании после грамотного использования маркетинга является пример компании Yandex.

«Яндекс» – транснациональная компания в отрасли информационных технологий, владеющая одноимённой поисковой системой в интернете, интернет-порталом и веб-службами в нескольких странах. Поисковая система «Yandex.ru» впервые была продемонстрирована в 1997 году и на тот момент основными конкурентами компании являлись поисковики Rambler и Апорт.

В 1997 году Рунетом пользовались около 2,2 млн человек и лидером среди поисковиков был Рамблер. В 1997 году компания Яндекс была практически не известна, и со-

ответственно число пользователей поисковой системы было минимальным. Чтобы обогнать своих конкурентов, Яндекс решил сделать упор на рекламу [5].

«За первый год существования на рекламу «Яндекса» было потрачено всего 1 тыс. долл; затем началась реклама в специализированных компьютерных журналах. Также «Яндекс» первой из российских интернет-компаний провела рекламную кампанию на телевидении. Однако многие годы «Яндекс» не проводил привычных рекламных акций и не имел партнёров среди крупных медийных агентств, зачастую обходясь исключительно своими силами. В 1999 году «Яндекс» запустил первую среди интернет-компаний России рекламную кампанию на телевидении. Поначалу это были короткие пятисекундные ролики, вышедшие на экранах в январе 2000 года» [5]. В этом же году была показана серия рекламных роликов с запоминающимся слоганом «Найдётся всё!» [4]. Данная фраза впоследствии стала слоганом компании. В 2006 году Яндекс провел крупную офлайн кампанию в метро развесив там свои объявления, в результате чего смог значительно увеличить свою аудиторию. На рисунке 2 показано многократное увеличение запросов в 2008 г. по сравнению с 2003 г.

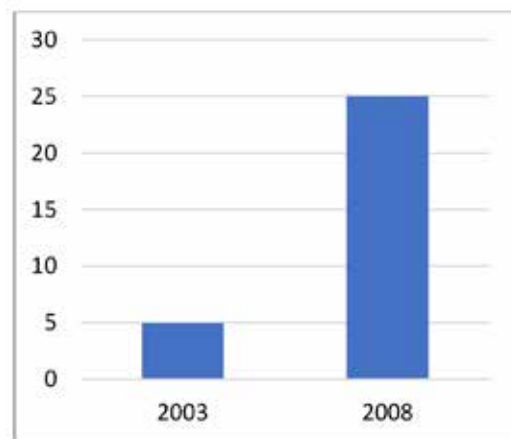


Рис. 2. Количество поисковых запросов на Яндекс в 2003 и 2008 гг. [5]

В 2008 году число поисковых запросов увеличилось в 5 раз по сравнению с 2003 годом. 1 сентября 2008 года «Яндекс» запустил ещё одну рекламную кампанию. На билбордах и рекламных тумбах крупных городов были «ответы» на известные вопросы. По итогу такой кампании число поисковых

запросов в Яндексе с 2008 по 2009 год возросло практически в 4 раза, что свидетельствует о увеличении популярности поисковой платформы (рисунок 3).

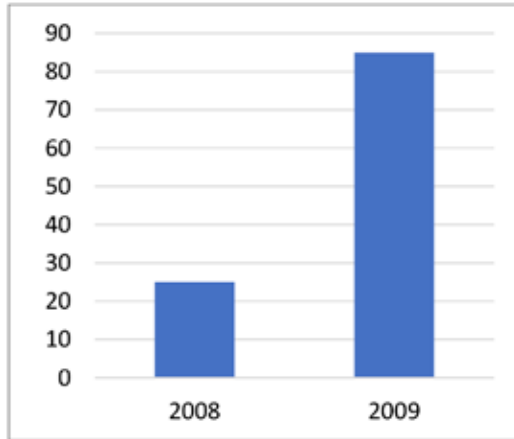


Рис. 3. Количество поисковых запросов на Яндекс в 2008 и 2009 гг. [5]

Реклама являлась не единственным, но одним из наиболее важных факторов, который впоследствии помог компании обойти своих конкурентов.

Одним из наиболее эффективным из методов повышения конкурентоспособности компании можно считать метод внедрения

инноваций, использующийся при разработке продукта.

Одним из примеров удачного роста компании после внедрения инновационного компонента является пример компании Zoom. Zoom – проприетарная программа для организации видеоконференций, разработанная компанией Zoom Video Communications в 2013 году. Данная программа нужна для организации онлайн-встреч пользователей, видеоконференции, групповых чатов и аудиозвонков. Прямым конкурентом сервиса Zoom является программа для видео-звонков Skype от компании Microsoft разработанная и запущенная в 2003 году. А к концу 2010 года у программы Skype было уже 663 миллионов пользователей. Несмотря на большое число пользователей сервиса Skype, компании Zoom удалось привлечь большое число клиентов к использованию своего продукта. Уже в 2020 число пользователей сервиса Zoom достигло 101 миллиарда (рисунок 4).

Такой значительный рост стал возможен благодаря инновационным особенностям программы, которые обеспечили конкурентное преимущество в сравнении с аналогичными продуктами. Отличительными особенностями программы на фоне конкурентов является возможность проведения Конференций и Вебинаров.

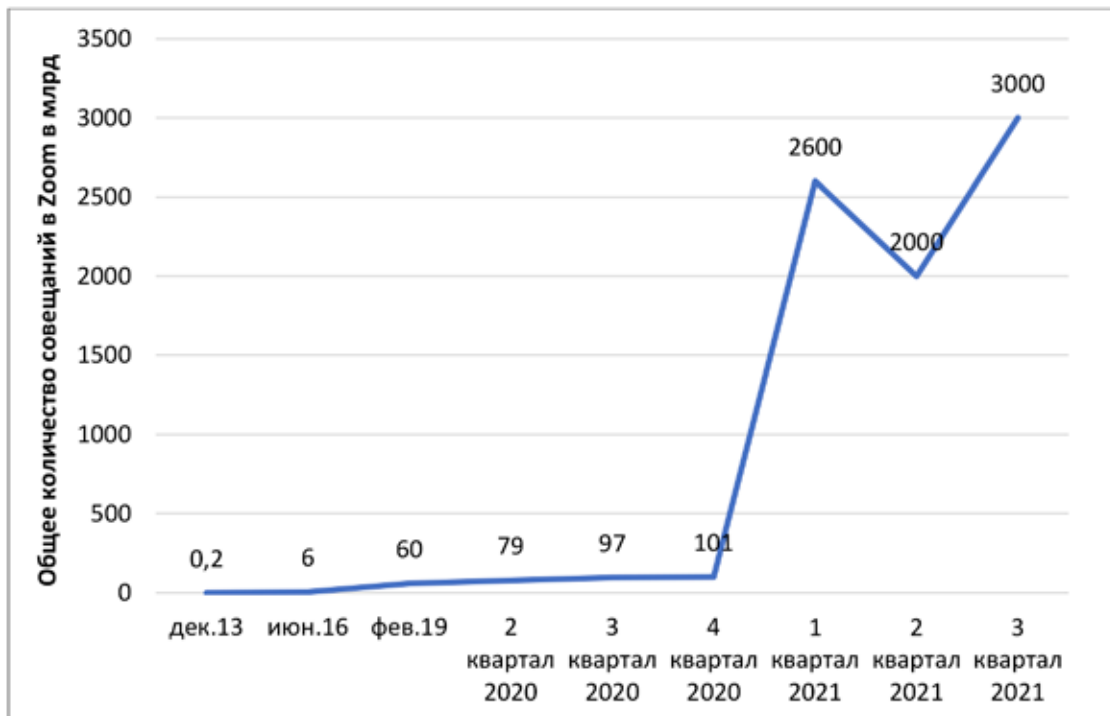


Рис. 4. Число совещаний в Zoom проведенных в период с 2013 по 2021 гг. [12]

«Конференции – это мероприятия с интерактивной составляющей, предназначенные для множества участников. Пользователи демонстрируют экран рабочего стола, включают камеру и звук, наблюдают за списком присутствующих участников. Все конференции подразделяются на:

- мгновенные – организатор создает конференцию, присылает приглашение пользователям, которые присоединяются к нему по ссылке.
- запланированные – конференции, чья дата и время назначены заранее. В таком формате проводятся уроки, вебинары, презентации и т.д.

Вебинары (веб-семинары). В этом формате выступают несколько участников трансляции. На вебинаре пользователи смотрят, слушают и обмениваются информа-

цией во встроенном чате. Главное отличие трансляций заключается в количестве участников. Для вебинара этот показатель составляет 10 000 человек, для конференции – 1000 [7].

В отличие от Zoom, программа Skype не позволяет осуществлять коммуникацию с таким числом пользователей. Также одной из причин значительного роста числа клиентов компании послужил активный переход пользователей на онлайн-общение, произошедший вследствие всемирного карантина Covid-19 в 2020 году и массовой домашней изоляции. Технологические инновационные возможности и удачное время выхода на рынок уже к марту 2021 года позволили компании Zoom значительно опередить своих конкурентов по числу активных пользователей.

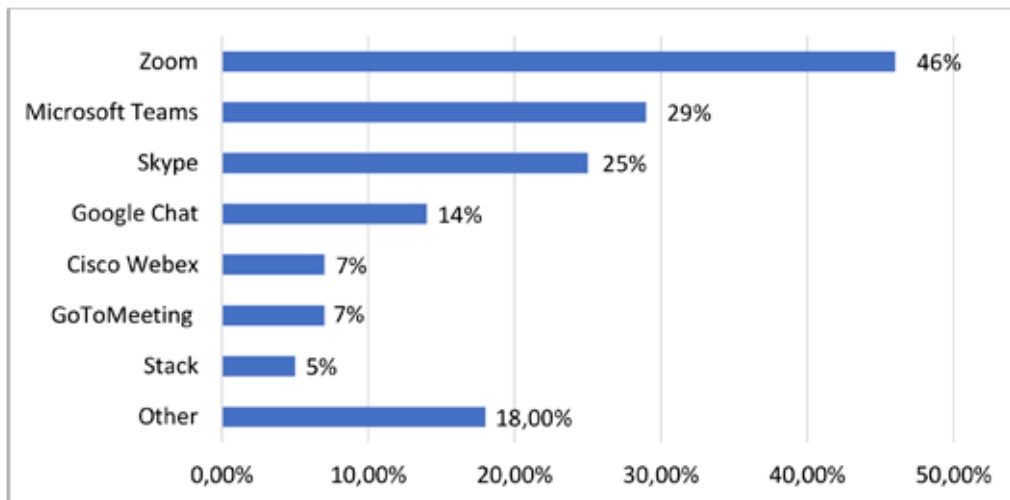


Рис. 5. Доля ведущих онлайн-сервисов связи по состоянию на март 2021 г. [9]

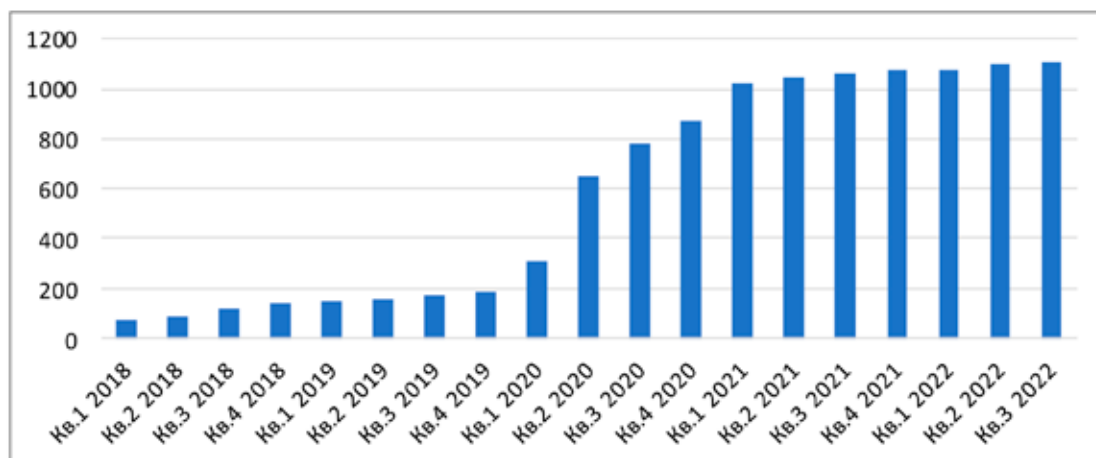


Рис. 6. Квартальная выручка компании Zoom в период с 2018 по 2022 гг. [11]

В качестве рекомендаций можно предложить использовать сразу несколько методов, но только в случае, если компания обладает достаточным количеством средств. Кроме того, перед разработкой инновационного компонента в создаваемой продукции необходимо тщательно проанализировать рынок на наличие аналогичной продукции.

На рисунке 5 приведена статистика по занимаемой доле рынка ведущих онлайн-сервисов связи, используемых на регулярной основе по всему миру по состоянию на март 2021 года.

Масштабное увеличение числа пользователей, отобразилось на росте доходов компании и её капитализации, тем самым увеличив её конкурентоспособность и вывод компании в лидера рынка (рисунок 6). Таким образом, данный пример внедрения инновационного компонента в продукт, наглядно показывает, эффективность его применения.

Результаты исследования и их обсуждение

Резюмируя рассмотренные на примерах методы повышения конкурентоспособности IT-компаний, можно прийти к выводу, что все они являются достаточно эффективными.

Пример компании Google наглядно демонстрирует работоспособность метода переориентации направления деятельности разрабатываемой продукции для повышения конкурентоспособности компании. Данный метод хорошо подходит для IT-компаний, разрабатывающих продукты, ориентированные на массового потребителя и широкий охват аудитории. Преимущество у компании по сравнению с другими конкурентами достигается благодаря большому числу потребителей, которые формируют основную базу постоянных пользователей,

тем самым привлекая других потенциальных клиентов к использованию продукта. Данный метод не подходит для небольших предприятий, занимающихся созданием “кастомных” или “штучных” продуктов, которые не ориентированы на массового потребителя. Вследствие вышесказанного такой метод не сможет обеспечить конкурентное преимущество среди компаний, занимающихся аналогичными продуктами.

Пример компании Yandex показателен, как действенный метод повышения конкурентоспособности, благодаря чему компания, начинавшая с нуля и имевшая достаточно серьезных конкурентов на рынке поисковых систем, смогла выбиться в лидеры, в следствие чего, трансформировалась в крупную корпорацию с многомиллионным числом пользователей. Значительным плюсом данного метода является легкость реализации, а значительным минусом является конкуренция, по причине того, что данный метод также доступен для использования другим компаниям.

Пример компании Zoom наглядно демонстрирует эффективность использования инноваций, как метода повышения конкурентоспособности. Основным плюсом данного метода заключается в перспективном развитии компании в случае востребованности продукта на рынке, а минусом может являться – значительное время на достижение нужного результата или эффекта.

Заключение

В заключение работы отметим, что каждый из методов повышения конкурентоспособности при грамотном внедрении в организацию IT-компания может оказаться высокорезультативным. Однако, в первую очередь следует отталкиваться от области деятельности компании.

Библиографический список

1. Андрищенко Д.В. Рекламные методы продвижения бизнеса. Условия эффективной рекламы // Молодой ученый. 2021. № 25 (367). С. 133-136. URL: <https://moluch.ru/archive/367/82562/> (дата обращения: 09.03.2023).
2. Розанова Н.М., Бойкова Е.В. Конкурентоспособность российского IT-бизнеса: проблемы и перспективы // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2016. № 1. С. 128-147.
3. Топузов Н.К., Орешкина Н.С. Повышение конкурентоспособности IT-компаний путем диверсификации портфеля заказов // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2017. № 5. [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2017/05/14721> (дата обращения: 30.09.2023).

4. История развития IT-корпорации «Google» [Электронный ресурс]. URL: <https://ppt-online.org/1334238?ysclid=ln8pj72ma8208214379> (дата обращения 02.10.2023).
5. Рекламные кампании «Яндекса» [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Рекламные_кампании_«Яндекса» (дата обращения: 12.02.2023).
6. Статистика Яндекса в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: <https://inclient.ru/yandex-stats/> (дата обращения: 21.04.2023).
7. Что такое Zoom и как он работает [Электронный ресурс]. URL: <https://www.calltouch.ru/blog/что-такое-zoom-polnuy-obzor-vozmozhnostej-i-instrukciya-po-nastrojke/?ysclid=ln8q0acnaq445809011> (дата обращения: 02.10.2023).
8. Annual revenue of Google from 2002 to 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/266206/googles-annual-global-revenue/> (дата обращения: 15.02.2023).
9. Leading online communication services used on a regular basis worldwide as of March 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1246368/communication-services-usage/> (дата обращения: 07.03.2023).
10. Mobile operating systems' market share worldwide from 1st quarter 2009 to 4th quarter 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/272698/global-market-share-held-by-mobile-operating-systems-since-2009/> (дата обращения: 10.01.2023).
11. Zoom Revenue and Usage Statistics (2023) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.businessofapps.com/data/zoom-statistics/> (дата обращения: 07.03.2023).
12. 31 TRENDING ZOOM MEETING STATISTICS [2023]: HOW MANY PEOPLE USE ZOOM? URL: Режим доступа: <https://www.zippia.com/advice/zoom-meeting-statistics/> (дата обращения: 04.03.2023).

УДК 336.64

T. N. Savina

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва, Саранск, e-mail: savinatn@yandex.ru

S. G. Rybakova

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва, Саранск, e-mail: sveta.rybakova2024@icloud.com

E. Yu. Khasyanova

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва, Саранск, e-mail: Ev.hasyanova@yandex.ru

ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Ключевые слова: экономическая безопасность, финансовая функциональная составляющая, рискообразующие факторы, кризисная ситуация, пороговые значения, платежеспособность, ликвидность, модель банкротства.

На данный период происходят серьезные изменения в экономическом и политическом укладе мира. Наибольшее влияние данные тенденции оказывают на хозяйствующих субъектов, которые на сегодняшний день имеют стратегический план функционирования, разработанный ранее. Для обеспечения и реализации финансового потенциала организации особое значение приобретает идентификация реальных и потенциальных угроз внешнего и внутреннего характера ее финансовым интересам. В связи с этим, большое внимание уделяется обеспечению финансовой составляющей экономической безопасности организации. В настоящей статье дана оценка состояния финансовой функциональной составляющей предприятия, показано ее влияние на обеспечение экономической безопасности. Разработана система индикаторов, которую можно использовать для исследования финансовой безопасности на уровне хозяйствующего субъекта. Использована отечественная модель оценки банкротства исследуемого предприятия (ПАО «Норильский Никель»). С помощью корреляционно-регрессионного анализа дана оценка степени влияния индикаторов остроты кризисной ситуации на уровень платежеспособности.

T. N. Savina

National Research Mordovian State University named after N.P. Ogarev, Saransk,
e-mail: savinatn@yandex.ru

S. G. Rybakova

National Research Mordovian State University named after N.P. Ogarev, Saransk,
e-mail: sveta.rybakova2024@icloud.com

E. Yu. Khasyanova

National Research Mordovian State University named after N.P. Ogarev, Saransk,
e-mail: Ev.hasyanova@yandex.ru

DIAGNOSTICS OF THE STATE OF THE FINANCIAL COMPONENT OF THE ENTERPRISE FROM THE POSITION OF ENSURING ITS ECONOMIC SECURITY

Keywords: economic security, financial functional component, risk-forming factors, crisis situation, thresholds, solvency, liquidity, bankruptcy model.

At this period, serious changes are taking place in the economic and political structure of the world. These trends have the greatest impact on economic entities that currently have a strategic plan for functioning developed earlier. To ensure and realize the financial potential of an organization, identification of real and potential threats of an external and internal nature to its financial interests is of particular importance. In this regard, much attention is paid to ensuring the financial component of the economic security of the organization. This article assesses the state of the financial functional component of the enterprise, shows its impact on ensuring economic security. A system of indicators has been developed that can be used to study financial security at the level of an economic entity. The domestic model of bankruptcy assessment of the investigated enterprise (PJSC "Norilsk Nickel") was used. Correlation and regression analysis is used to assess the degree of influence of indicators of the severity of the crisis situation on the level of solvency.

Введение

В современных условиях все хозяйствующие субъекты сталкиваются с необходимостью поддержания на высоком уровне экономической безопасности предприятия, так как данный процесс представляет собой обеспечение наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения устойчивого функционирования хозяйствующего субъекта как в настоящем моменте, так и в будущем [1].

Финансовая функциональная составляющая экономической безопасности предприятия считается одной из ведущих и решающих, так как финансовая деятельность предприятия носит стабильный характер и осуществляется постоянно. Обеспечение финансовой составляющей экономической безопасности означает, что на предприятии существует взаимосвязанный процесс управления финансовыми потоками и рисками, связанными с их движением.

Финансовая деятельность предприятия осуществляется с учетом условий внешней среды, которой присущ рост уровня динамичности и неопределенности, вызванных трансформационными и интеграционными процессами. То есть, рост уровня неопределенности, главным образом, связан с усилением конкуренции на ряде товарных рынков, снижением продолжительности жизненного цикла продукции, инфляционными процессами, нестабильностью налогового законодательства, ростом волатильности валютного рынка, отсутствием развитого сектора долгосрочного банковского кредитования, снижением деловой активности фондового рынка. Повышение уровня неопределенности внешней среды требует от предприятий гибкости в принятии финансовых решений и их адаптации к постоянно меняющимся условиям.

Основным принципом обеспечения и поддержания высокого уровня финансовой функциональной составляющей экономической безопасности организации является обеспечение контроля баланса доходов и расходов хозяйствующего субъекта. Грамотная финансовая политика организации может являться одним из ее конкурентных преимуществ, наряду с уникальными технологиями, персоналом и т.д.

Таким образом, финансовая составляющая – важнейший фактор обеспечения экономической безопасности организации, что

обуславливает необходимость разработки обеспечивающего механизма. Его действенность и эффективность должны способствовать стратегической конкурентоспособности предприятия. Исходя из сказанного, выбранная тема является актуальной в настоящее время.

Цель исследования – оценка механизма обеспечения безопасности предприятия в финансовой сфере, путем формирования системы индикаторов и сравнения фактических и пороговых значений, а также разработка предложений по его совершенствованию.

Материалы и методы исследования

Проблемы обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов нашли свое отражение в трудах Сенчагова В.К. [2], Олейникова Е.А. [3], Клейнера Г.Б. [4], Манохина Н.В. [5], Грунина О.А. [6], Грунина С.О. [6] и других. Авторы характеризовали сущность экономической безопасности предприятия с различных точек зрения: наличие качественных и количественных показателей, взаимосвязи функциональных составляющих, конкурентных преимуществ предприятия и т.д. Отдельные аспекты обеспечения финансовой составляющей экономической безопасности предприятия были рассмотрены в трудах таких авторов, как Бланк И.А. [7], Богомолов В.А. [8], Гукова А.В. [9], Аникина И.Д. [9].

Методологическую основу исследования составили метод анализа, сравнения, экономико-математическое моделирование, корреляционно-регрессионный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

Оценка состояния финансовой функциональной составляющей экономической безопасности предприятия производится путем разработки системы индикаторов, которая в свою очередь позволяет своевременно идентифицировать опасность и угрозы. Такого рода диагностика также дает возможность оценить оптимальность структуры финансовых ресурсов и их эффективное распределение в производственной деятельности.

Дадим оценку состояния финансовой составляющей предприятия с позиции обеспечения его экономической безопасности на примере ПАО «Норильский Никель». ПАО «ГМК «Норильский никель» – рос-

сийская горно-металлургическая компания. Крупнейший в мире производитель никеля и палладия. Обладает наибольшими запасами никелевой руды. Производит также платину, медь, серебро, золото, кобальт и другие цветные металлы. Наряду с производственными предприятиями ПАО «Норильский Никель» имеет собственную сбытовую сеть, топливно-энергетические и транспортные активы, комплекс исследовательских и проектных подразделений, а также уникальный арктический транспортный флот. В 2021 году «Норникель» представил стратегию устойчивого развития до 2030 года. Компания существенно пересмотрела подходы к экологическому риск-менеджменту, управлению водными ресурсами, восстановлению биоразнообразия и проблемам изменения климата, поставив четкие цели по каждому из этих направлений [10].

На критерии финансовой безопасности предприятия оказывают влияние внешние и внутренние факторы. В число внутренних факторов будут входить отраслевая принадлежность предприятия, состав и структура выпускаемой продукции, состояние имущества и финансовых ресурсов, технология и модель организации производства, то есть к этой группе факторов относят все материальные, трудовые и финансовые ресурсы предприятия. Среди внешних факторов выделяют экономические условия хозяйствования, платежеспособный спрос, экономическая и финансово-кредитная политика правительства, законодательные акты, общая экономическая стабильность в стране, налоговая и кредитная политика.

Решение задачи идентификации текущих и стратегических финансовых рисков предприятия предполагает систематизацию, оценку и анализ финансовых показателей его деятельности (таблица 1).

Данные таблицы 1 позволяют видеть, что у исследуемого предприятия, выручка имеет положительную динамику до 2021 г. В компании снижение данного показателя объясняется временной остановкой добычи на рудниках «Октябрьский» и «Таймырский» после их затопления грунтовыми водами, а также временной остановкой из-за аварии Норильской обогатительной фабрики. В 2022 г. отрицательная динамика в первую очередь связана с нестабильной политической и экономической ситуацией в мире, которая привела к нарушению поставок и логистических связей. Что касается показателя чистой прибыли, то мы видим, что она имеет нестабильную динамику и в зависимости от различных факторов, изменяет тенденцию своего развития.

Рассмотрим показатели деловой активности предприятия, которые отражают его результаты и эффективность текущей деятельности, а также рентабельности. Они позволят оценить оборачиваемость совокупных активов компании, которые отражают эффективность использования совокупного имущества предприятия (таблица 2).

Согласно данным таблицы 2 такие показатели, как «Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности» и «Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности» имеют нестабильную динамику развития.

Таблица 1

Показатели финансовой эффективности предприятия за 2013-2022 гг. (млн руб.) [10]

Год	Выручка	Себестоимость продаж	Прибыль от продаж	Процент к уплате	Прибыль до налогообложения	Чистая прибыль
2013	272 585,1	118 575,1	122 922,3	11 598,9	97 666,9	765 406,9
2014	345 846,7	122 409,0	195 932,5	12 095,0	63 675,6	340 565,4
2015	402 789,5	127 780,1	245 188,0	29 473,1	171 568,8	1 462 127,5
2016	422 828,8	170 717,8	218 791,0	39 433,6	166 699,2	1 227 702,9
2017	455 921,2	187 162,3	232 578,1	34 556,5	173 030,5	1 300 387,5
2018	609 311,7	236 543,8	328 357,9	33 364,7	211 880,4	1 649 555,4
2019	878 144,3	291 901,0	537 073,5	37 592,4	625 355,8	5 146 761,1
2020	923 907,3	301 963,0	572 020,2	38 843,0	382 934,4	3 001 365,1
2021	855 897,3	384 108,7	401 633,6	27 493,2	385 969,0	3 136 622,6
2022	837 534,2	482 035,1	282 610,9	52 929,7	231 997,9	1 775 130,3

Показатели рентабельности за 2013-2022 гг. [10]

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	5,6	5,53	2,46	1,64	2,12	4,65	2,63	2,22	1,78	1,96
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	6,14	10,68	8,84	7,87	10,61	11,39	4,98	3,25	3,81	4,69
Рентабельность собственного капитала, %	17,0	10,3	61,3	56,6	54,9	74,3	189,4	74,0	90,6	77,1
Рентабельность активов, %	11,1	4,9	17,4	12,6	14,1	17,3	44,9	21,7	20,3	11,3
Рентабельность продаж, %	28,1	9,8	36,3	29,0	28,5	27,1	58,6	32,5	36,6	21,2

В 2018 г. «Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности» достигает самого высокого значения за весь рассматриваемый период, что свидетельствует о повышении платежной дисциплины покупателей. В 2020 году коэффициент принял самое низкое значение, что говорит о снижении оборачиваемости, как следствие сокращения использования денежных средств. Динамика изменения оборачиваемости кредиторской задолженности предприятия говорит о сокращении возможностей компании быстро рассчитываться со своими поставщиками. Этот фактор может привести к увеличению риска проявления неплатежеспособности.

Исходя из того, что ПАО «Норильский никель» является промышленным предприятием для представленных в таблице 2 показателей будем использовать следующие пороговые значения: «Рентабельность собственного капитала, %» – не менее 20; «Рентабельность активов, %» – не менее 10; «Рентабельность продаж, %» – не менее 40.

Показатель «рентабельность собственного капитала» в течение практически всего рассматриваемого периода имеет значения выше порогового, динамика его развития достаточно быстро меняется. Это может свидетельствовать о низкой финансовой устойчивости, нерациональном управлении структурой капитала и неэффективной операционной и финансовой деятельности. Рентабельность активов ПАО «Норильский никель» находится на достаточно низком уровне. Это говорит о неэффективном и нерациональном использовании средств, вложение в слабо окупаемые активы и т.д. Что касается рентабельности продаж, то данный показатель имел значение выше порогового только в 2019 году. Это свидетельствует о том, что возрастают различного рода издержки в деятельности исследуемого предприятия, которые оказывают негативное

влияние на достижение высокого уровня рентабельности от продаж.

Выявленные рискообразующие факторы, оказывающие влияние на обеспечение экономической безопасности ПАО «Норильский», свидетельствуют о потенциальной возможности возникновения угроз. Необходимо провести оценку фактических и пороговых значений показателей и оценить степень остроты угроз (таблица 3).

В течение 10 лет коэффициент текущей ликвидности имел различные значения. Наибольшего своего значения он достиг в 2014 году – 2,62. Низкое значение показателя в 2022 году связано с проводимой операцией. Из-за этого внешнеэкономические связи были прекращены, что повлекло снижение оборотных активов. Компанией были разработаны альтернативные маршруты, однако снижение доступности судов, сокращение отправок негативно повлияло на ритмичность прибыли. Коэффициент критической ликвидности показывает, что компания не испытывала трудностей с погашением своих обязательств. Уже в 2022 коэффициент критической ликвидности стал минимальным – 0,32. Фактическое значение более чем в 2 раза ниже порогового. Отметим, что в 2022 году компания сократила долю заемных средств на 0,27. Наименьшее значение коэффициент заемных средств достиг в 2013 году – 0,73. В те года компания переходила на новую финансовую стратегию, направленную на увеличение диверсификации источников кредитования и расширение графиков погашения задолженностей при одновременном укреплении взаимоотношений с ее традиционными партнерами. Если обратиться к динамике «коэффициента автономии» последних нескольких лет, то мы видим наименьшие значения данного индикатора. После увеличения в 2020 году снова происходит сокращение собственных средств.

Таблица 3

Индикаторы, используемые для оценки остроты кризисной ситуации ПАО «Норникель»

	ПЗ	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Коэффициент текущей ликвидности	1,5-2,5	1,68	2,62	2,07	1,44	1,67	1,45	1,5	2,5	0,95	0,55
Коэффициент критической ликвидности	0,7-1	1,06	2,0	1,74	1,09	0,79	0,83	1,28	2,15	0,78	0,32
Коэффициент заемных средств	0,5-1	0,73	1,61	3,72	2,38	2,58	4,19	2,68	2,22	5,98	5,71
Коэффициент автономии	>0,5	0,58	0,38	0,21	0,23	0,28	0,19	0,27	0,31	0,14	0,15

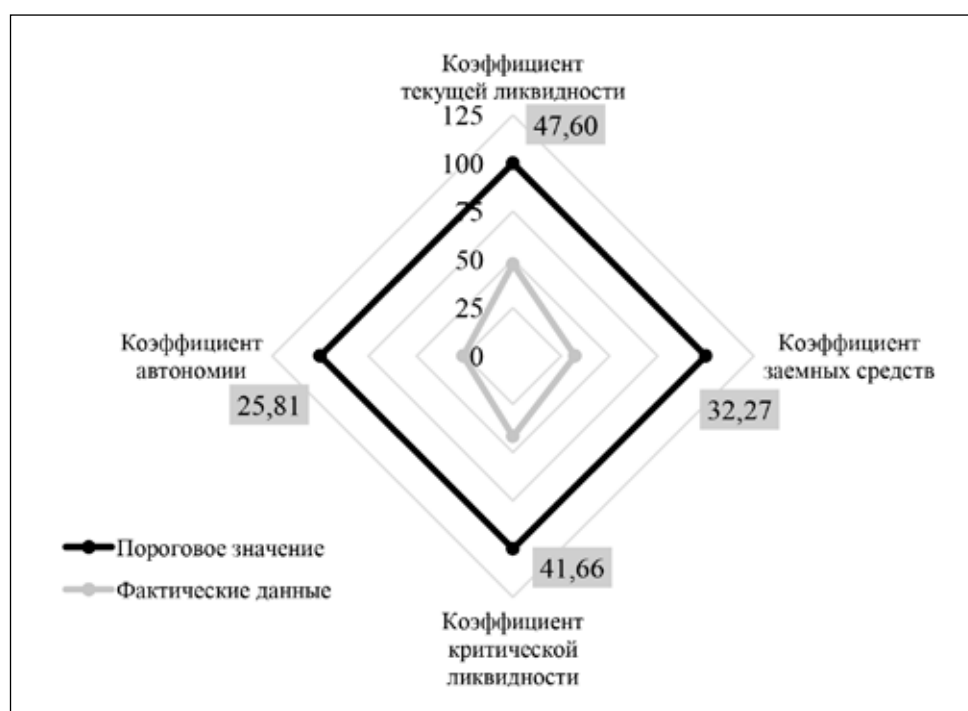


Рис. 1. Сравнение фактических и пороговых значений деятельности ПАО «Норильский Никель»

На основе проведенной диагностики целесообразно воспользоваться методом «зонной теории» и пронормировать фактические значения перечисленных индикаторов, а также сопоставить их с пороговыми значениями (рисунок 1).

Если обратиться к рисунку 1, то можно заметить, что индикаторы находятся в разных зонах. Такой индикатор, как «Коэффициент текущей ликвидности» принял значение 47,6 и расположен в зоне «критического риска». Для нее характерно превышение порогового значения практически в 4 раза. Можно говорить о развитии кризисных явлений в деятельности предприятия, что требует стратегических решений от руко-

водителей для постепенного выхода в более безопасный режим функционирования. Однако, на компанию оказывает сильное влияние внешняя среда: экономическая политика государства, политическая напряженность, изменяющиеся правовые аспекты, научные и технические факторы. В условиях нестабильности деятельность предприятия затруднена и ее стратегические цели сложнее достичь. В этой зоне расположен и индикатор «Коэффициент критической ликвидности». Оба индикатора из группы «ликвидность» имеют похожее нормированное значение. Оно, в сравнении со значениями других индикатор, приближено к зоне «значительного риска». Поэтому предпри-

ятие должно предпринять ряд мер, которые позволят улучшить ситуацию в данной области. Такой индикатор, как «Коэффициент заемных средств» также расположен в зоне «критического риска» со значением 32,27. Такое положение обусловлено резким ростом фактического значения за последние два года. Если рассматривать данный индикатор в среднем на анализируемом периоде, то его расположение могло быть в более благоприятной зоне, но все же не в зоне «стабильности». Поэтому, необходимо обратить внимание на тенденции, которые могли привести к переходу в другую зону. «Коэффициент автономии» является самым негативным из рассмотренных индикаторов. Его значение – 25,81. Оно отделяет данный индикатор менее чем на пункт от зоны «катастрофического риска». Предприятие должно не допустить перехода в самую худшую зону.

Банкротство является крайней мерой, к которой может прийти предприятие в случае неправильной стратегии управления финансовыми ресурсами. Моделирование воздействия деструктивных факторов на финансовую составляющую экономической безопасности предприятия позволяет анализировать риски, которые могут оказаться опасными для финансового здоровья предприятия [11].

Учитывая многообразие показателей финансовой составляющей, различие в уровне их критических оценок и, возникающие в связи с этим сложности в оценки кредитоспособности предприятия и риска его банкротства, многие отечественные и зарубежные авторы рекомендуют свои методы комплексного анализа вероятности банкротства предприятия.

Для более точной оценки финансового состояния организации с целью прогнозирования ее банкротства воспользуемся моделью банкротства, предложенной Иркутской государственной экономической академией (ИГЭУ) [1], которая лучше адаптирована

под особенности рынка и экономики России (формула 1).

$$Z = 8,38K_1 + 1K_2 + 0,054K_3 + 0,63K_4, \quad (1)$$

где Z – интегральный показатель;

K_1 – оборотный капитал/активы;

K_2 – чистая прибыль/собственный капитал;

K_3 – выручка/активы;

K_4 – чистая прибыль/себестоимость.

Для производственного предприятия оценка по четырехфакторной модели банкротства, предложенной Иркутской государственной экономической академией, имеет следующие пограничные значения:

– если $Z < 0$, то риск банкротства максимальный (90-100%);

– если $0 < Z < 0,18$, то риск банкротства высокий (60-80%);

– если $0,18 < Z < 0,32$, то риск банкротства средний (35-50%);

– если $0,32 < Z < 0,42$, то риск банкротства низкий (15-20%);

– если $Z > 0,42$, то риск банкротства минимальный (до 10%).

Далее проведем анализ экономического ущерба у компании ПАО «Норильский Никель», используя модель ИГЭА (таблица 4).

Исходя из результатов таблицы 4 можно заметить, что на протяжении всего рассматриваемого периода риск банкротства компании был минимальным, кроме 2022 года, когда он стал резко максимальным. Если рассматривать основные причины возникновения такой ситуации, то к ним можно отнести санкции со стороны недружественных стран, изменение логистических цепочек, изменение цен на металлы, изменения в налоговой политике, возникновение проблем со стратегическими партнерами, инфляция, технические или экологические проблемы, юридические трудности и другие виды рисков, которые могут привести к снижению прибыли компании и увеличению долговой нагрузки.

Таблица 4

Расчетные коэффициенты и «Z-счет модели ИГЭА» за 2013-2022 гг. [10]

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
K_1	0,09	0,20	0,24	0,31	0,10	0,08	0,13	0,28	-0,02	-0,21
K_2	0,19	0,13	0,70	0,55	0,52	0,85	1,48	0,65	1,36	0,77
K_3	0,40	0,50	0,41	0,44	0,51	0,60	0,68	0,62	0,53	0,54
K_4	0,65	0,28	1,14	0,72	0,69	0,70	1,76	0,99	0,82	0,37
Z	1,41	2,01	3,42	3,62	1,82	2,01	3,73	3,66	1,72	-0,73

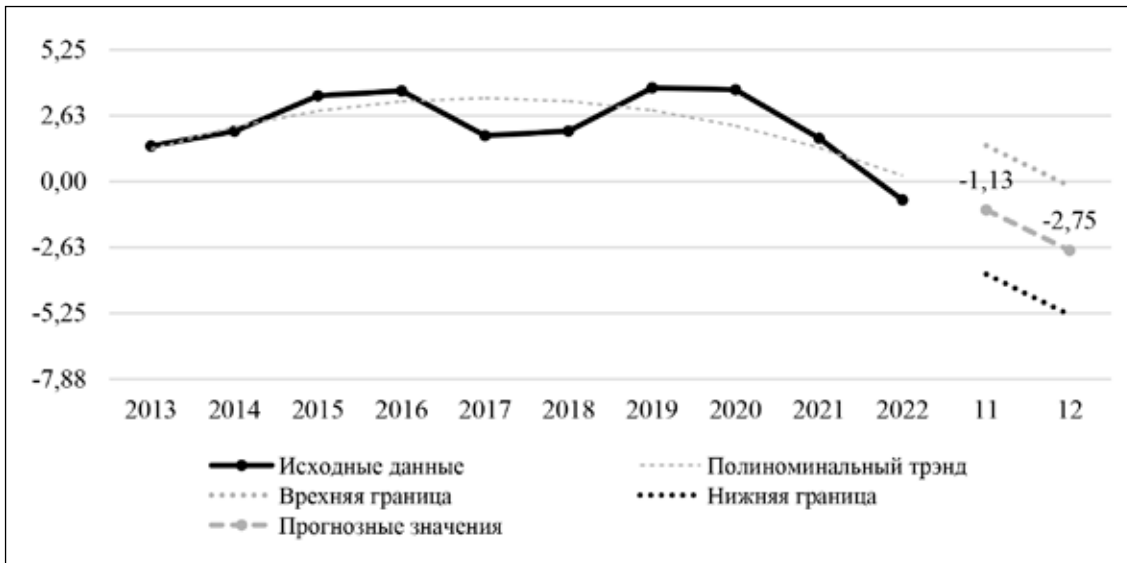


Рис. 2. Динамика показателя «модель банкротства ИГЭА» 2013-2022 гг. с прогнозными значениями на 2023-2024 гг.

Важным этапом диагностики финансовой безопасности является прогнозирование развития угроз и создание сценариев для нейтрализации их воздействия. Например, индикатор ущерба «Z-счет модели ИГЭА» показывает наличие риска невозможности выполнения платежей организацией. Поэтому важно провести диагностику данного показателя на горизонте двух лет. Это позволит оценить текущее финансовое состояние компании и определить, какие тенденции могут влиять на ее будущие финансовые возможности и риски (рисунок 2).

Риск банкротства предприятия в 2023-2024 гг. максимальный, что видно из рисунка 2. Поэтому компании ПАО «Норильский никель» необходимо усилить контроль за финансовой деятельностью предприятия, чтобы минимизировать риски наступления негативных последствий. Для этого важно проанализировать финансовое состояние предприятия, оптимизировать бизнес-процессы, чтобы снизить затраты на производство и управление, привлечь новые источники финансирования и переосмыслить заемные обязательства, а также, в связи с нестабильной экономической и политической ситуацией в мире, обеспечить сохранение логистических цепочек и быстрое освоение новых рынков сбыта.

Для оценки степени влияния индикаторов остроты кризисной ситуации на уровень платежеспособности проведем корреляционно-регрессионный анализ. Этот вид

анализа позволяет учитывать взаимосвязи между факторами и результивным показателем. Для этого будем использовать множественную регрессию, которая изучает связь между тремя и более факторами. Основная цель – найти аналитическое выражение, которое описывает связь между платежеспособностью (Y) и индикаторами остроты кризисной ситуации (X_1, X_2, \dots, X_n), которое можно представить в виде функции (формула 2):

$$Y_{1,2,\dots,n} = f(X_1, X_2, \dots, X_n). \quad (2)$$

Нами будет задействована линейная модель уравнения связи в силу простоты экономической интерпретации полученных с ее помощью результатов анализа (формула 3):

$$Y_{1,2,\dots,n} = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n + \varepsilon, \quad (3)$$

где a_n – параметры уравнения регрессии;
 x_n – факторные признаки.

Для построения корреляционно-регрессионной, которая бы оценивала влияние финансовой безопасности на платежеспособность [12] ПАО «Норильский никель», использовалась бухгалтерская отчетность за период 2013-2022 гг. В роли зависимой переменной (Y) был выбран коэффициент утраты платежеспособности, а в качестве факторных показателей – коэффициент автономии, текущей ликвидности, заемных средств и критической ликвидности. Исходные данные для анализа представлены в таблице 5.

Таблица 5

Исходные данные для проведения корреляционно-регрессионного анализа [10]

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Коэффициент утраты платежеспособности	0,81	1,43	0,96	0,64	0,86	0,70	0,76	1,38	0,28	0,23
Коэффициент автономии	0,58	0,38	0,21	0,23	0,28	0,19	0,27	0,31	0,14	0,15
Коэффициент заемных средств	0,73	1,61	3,72	2,38	2,58	4,19	2,68	2,22	5,98	5,71
Коэффициент текущей ликвидности	1,68	2,62	2,07	1,44	1,67	1,45	1,50	2,50	0,95	0,55
Коэффициент критической ликвидности	1,06	2,00	1,74	1,09	0,79	0,83	1,28	2,15	0,78	0,32

Таблица 6

Матрица парных коэффициентов корреляции между факторными признаками

	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
Y	1,00				
X ₁	0,51	1,00			
X ₂	-0,72	-0,86	1,00		
X ₃	0,99	0,50	-0,71	1,00	
X ₄	0,90	0,35	-0,55	0,93	1,00

Таблица 7

Результаты регрессионного анализа

	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение
Y-пересечение	-0,06	0,29	-0,22	0,83
Переменная X ₁	-0,09	0,42	-0,22	0,84
Переменная X ₂	-0,02	0,04	-0,50	0,63
Переменная X ₃	0,58	0,06	9,59	0,00007

Первый этап построения модели – это анализ корреляций, при котором составляется матрица парных коэффициентов корреляции (таблица 6). Главными задачами на этом этапе являются определение степени связи между исследуемыми факторами и результативным признаком, а также устранение мультиколлинеарности, которая может привести к потере экономической значимости модели. Для оценки тесноты связи между признаками Y и X используется шкала Чеддока: $0,1 < |r_{ij}| < 0,3$ – слабая, $0,3 < |r_{ij}| < 0,5$ – умеренная, $0,5 < |r_{ij}| < 0,7$ – заметная, $0,7 < |r_{ij}| < 0,9$ – высокая, $0,9 < |r_{ij}| < 1$ – очень высокая.

Таким образом, настоящее исследование позволяет сделать вывод о том, что коэффициент автономии оказывает заметное влияние на коэффициент платежеспособности, коэффициент заемных средств – высокое влияние, а такие коэффициенты как «ко-

эффициент текущей ликвидности» и «коэффициент критической ликвидности» – очень высокое.

При этом корреляционный анализ выявил мультиколлинеарность между факторами X₄ и X₃, что дает право исключить такой фактор, как «коэффициент критической ликвидности» для построения модели. Следующий этап – расчет уравнения связи (регрессии) (таблица 7). Коэффициент (-0,06) показывает, каким будет Y, если все переменные в рассматриваемой модели будут равны 0. Это указывает на то, что на значение результативного параметра влияют и другие факторы, не описанные в данной модели.

Следующим этапом анализа является нахождение коэффициентов регрессии. При его применении строится система нормальных уравнений, решение которых позволяет получить оценки параметров регрессии,

имеющие следующий вид: $a_0 = (-0,06)$, $a_1 = (-0,09)$, $a_2 = (-0,02)$, $a_3 = 0,58$.

Далее необходимо произвести проверку значимости найденных коэффициентов регрессии и самого уравнения на основе F-критерия Фишера и t -критерия Стьюдента. F-критерий Фишера считается значимым, если расчетное значение больше табличного, в нашем случае критерий подходит условию $74,1 > 4,8$. Следовательно, уравнение регрессии и показатели тесноты связи являются статистически значимыми.

При расчете критерия Стьюдента важно, чтобы $t_{\text{расч.}} > t_{\text{табл.}}$, так как в этом случае величина коэффициента корреляции считается значимой. Табличные значения t находят по таблице значений критериев Стьюдента и представлены в таблице 7. При этом учитывается количество степеней свободы и уровень доверительной вероятности. По критерию Стьюдента при уровне значимости 0,05 статистически значимыми является коэффициент регрессии a_3 . Следовательно фактор X_3 существенно влияет на Y , а факторы X_1 , X_2 несущественно влияют на Y , поэтому исключаем их из дальнейшего исследования. Исходя из этого, искомое уравнение имеет следующий вид (формула 4):

$$Y = -0,197 + 0,610X_3 + \varepsilon, \quad (4)$$

где Y – Коэффициент утраты платежеспособности,

X_3 – Коэффициент текущей ликвидности.

Таким образом, на основе корреляционного-регрессионного анализа было выявлено, что из всех факторов, прямое влияние на финансовую безопасность в целом, а также на платежеспособность организации в частности оказывает коэффициент текущей ликвидности.

В заключении отметим, что наибольшие успехи финансового благополучия «Норильский Никель» показал в 2019 году. В последующие годы на финансовую состоятельность компании оказали негативное влияние многие факторы, включая пандемию, ограничительные меры и санкции. Это привело к нарушениям в производственном цикле, сокращению оборачиваемости активов и снижению чистой прибыли, что отразилось на финансовой устойчивости компании. Самыми острыми угрозами для ПАО «Норильский никель» являются угрозы в области ликвидности и автономии, которые могут привести к потере конкурентоспособности и снижению уровня кадровой безопасности. Все эти факторы оказали влияние на повышение риска банкротства ПАО «Норильский никель» в 2022 году и прогнозных 2023–2024 гг. Также же следует подчеркнуть, что самое сильное влияние на коэффициент утраты платежеспособности оказал коэффициент текущей ликвидности, который в последние два года показал достаточно низкие значения, что сильно отразилось на финансовой безопасности компании в целом.

Библиографический список

1. Кормишкина Л.А. Экономическая безопасность организации (предприятия). М.: РИОР: ИНФРА-М, 2023. 293 с.
2. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность России. Общий курс. М.: Лаборатория знаний, 2020. 818 с.
3. Олейников Е.Л. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность). М.: Интел-Синтез, 1997. 288 с.
4. Клейнер Г.Б. Стратегия бизнеса. Справочник. М.: КОНСЭКО, 1998. 331 с.
5. Манохина Н.В. Экономическая безопасность. М.: ИНФРА-М, 2023. 320 с.
6. Грунин О.А., Грунин С.О. Экономическая безопасность организации. СПб.: Питер, 2002. 160 с.
7. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. Киев: Эльга, Ника-Центр, 2004. 720 с.
8. Богомолов В.А. Экономическая безопасность. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 295 с.
9. Гукова А.В., Аникина И.Д. Индикаторы финансовой безопасности предприятия // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2007. №2. С. 49-52.
10. Норникель: официальный сайт. [Электронный ресурс]. 2008. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1893977> (дата обращения: 07.09.2023).
11. Половникова Н.А. Оценка вероятности банкротства предприятия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. №11-4. С. 249-255.
12. Пайтаева К.Т., Мумаев М.М. Содержание и экономическая сущность понятия платежеспособности предприятия // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 12-2. С. 149-152.
13. Мингалиев К.Н. Сеницына В.А. Сравнительный анализ различных подходов к оценке финансовой устойчивости высокотехнологичных компаний // Все для бухгалтера. 2016. № 1. С. 17-25.
14. Савина А.М., Буранова Е.А., Байдова Н.В. Механизм обеспечения финансовой устойчивости организации // Человек: преступление и наказание. 2022. № 2. С. 2016-224.

УДК 336.64:338.984

Е. А. Синцова

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики;
Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург,
e-mail: sintsova_elenahotmail.com

О. В. Воскресенская

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт
управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, e-mail: antip8585@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ключевые слова: финансовый контроль, внутренний контроль, системный подход, процессный подход, экономический субъект, затраты.

Цель написания данной статьи заключается в определении особенностей современных подходов к организации финансового контроля на предприятии. В процессе написания были решены следующие задачи исследования: изучены теоретико-методические основы организации финансового контроля; проведено сравнение подходов, предлагаемых разными авторами к организации финансового контроля; на основании представленных данных проведен анализ для выявления особенностей применяемых подходов к организации финансового контроля. Для написания статьи было проведено сравнение подходов, а по результатам представлена авторская классификация современных подходов к организации финансового контроля на предприятии. В результате проведенного исследования автором статьи представлена собственная классификация современных подходов к организации финансового контроля на предприятии. Полученные результаты могут быть использованы для теоретических описаний подходов к организации финансового контроля на предприятии, а также для применения на практике при выборе организациями одного из подходов на основании его сущности и основных показателей. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы: используемые в настоящее время подходы к организации финансового контроля на предприятии можно классифицировать по группам, проведенная систематизация теоретических данных позволяет в дальнейшем их использовать на практике для определения наиболее приемлемого для предприятия подхода к организации финансового контроля.

Е. А. Sintsova

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics;
St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg,
e-mail: sintsova_elenahotmail.com

О. В. Voskresenskaya

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(North-West Institute of Management of RANEPA), Saint Petersburg,
e-mail: antip8585@mail.ru

MODERN APPROACHES TO THE ORGANIZATION OF FINANCIAL CONTROL AT THE ENTERPRISE

Keywords: financial control, internal control, system approach, process approach, economic entity, costs.

The purpose of writing this article is to determine the features of modern approaches to the organization of financial control at the enterprise. In the process of writing, the following research tasks were solved: the theoretical and methodological foundations of the organization of financial control were studied; the approaches proposed by different authors to the organization of financial control were compared; on the basis of the presented data, an analysis was carried out to identify the features of the approaches used to the organization of financial control. To write the article, a comparison of approaches was carried out, and according to the results, the author's classification of modern approaches to the organization of financial control at the enterprise is presented. As a result of the conducted research, the author of the article presents his own classification of modern approaches to the organization of financial control at the enterprise. The results obtained can be used for theoretical descriptions of approaches to the organization of financial control at the enterprise, as well as for practical application when organizations choose one of the approaches based on its essence and main indicators. The conducted research allows us to draw the following conclusions: the currently used approaches to the organization of financial control at the enterprise can be classified into groups, the systematization of theoretical data allows them to be used in practice in the future to determine the most acceptable approach to the organization of financial control for the enterprise.

Введение

В настоящее время ученые дают разные трактовки понятия «финансовый контроль». Одни считают, что финансовый контроль выступает равнозначным понятием управлению финансовым состоянием предприятия. Другие авторы трактуют его как синоним общего финансового менеджмента.

В целом, например, Ахмедова Л.А. предлагает финансовый контроль понимать как «определенный комплекс элементов финансовых отношений внутри предприятия, направленный на реализацию стратегии и тактики развития компании». Организация и проведение финансового контроля требует обращения внимания на соответствие его стратегии и уставу экономического субъекта.

При этом понятие «финансовый контроль» включает следующие мероприятия:

1. Организация концепции управления финансами предприятия.
2. Определение ключевых затратных статей в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.
3. Достижение поставленных целей и анализ полученных результатов [1].

Такие авторы как Закирова А.Р. и др., предлагают толковать «финансовый контроль» как инструмент управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, с помощью которого выявляют текущее состояние экономического субъекта, а также фактические отклонения заданных показателей от плановых величин и причины вызвавшие данные отклонения [2].

В настоящее время в зависимости от применяемых методов выделяют следующие виды подходов к организации финансового контроля:

- научно-теоретический подход;
- социально-коммуникативный подход;
- эмпирический подход.

Научно-теоретический подход представляет собой совокупность подходов к сбору необходимых данных о положении предприятия с точки зрения управления текущим финансированием и использованием финансовых ресурсов. При этом могут применяться такие научные и теоретические методы, как анализ, моделирование и статистика.

Применение научно-теоретического подхода к финансовому контролю в организации позволяет ответить на вопросы о том, что необходимо сделать для оценки качества финансового менеджмента предприятия (ка-

кие анализы, модели, отражающие показатели статистики).

Социально-коммуникативный подход используют для построения конструктивной системы взаимодействия субъектов финансового контроля и лиц, связанных с контролируемой деятельностью объекта. При этом применяют такие методы как вера, диалог, мотивирование и стимулирование.

С помощью данного подхода решается проблема обеспечения получения наиболее реальной оценки качества финансового менеджмента хозяйствующего субъекта. Это обусловлено тем, что правильное проведение оценки зависит не только от квалификации проверяющих, но и от отношения сотрудников предприятия.

Эмпирический метод финансового контроля на предприятии представлен комплексом практических действий субъектов контроля, которые могут сопровождаться использованием инфраструктуры, необходимой для решения поставленных задач. В качестве эмпирических методов может использоваться следующее:

- документальная проверка (арифметическая и логическая проверка);
- проведение допроса сотрудников, которые несут финансовую ответственность;
- техническое тестирование программного обеспечения и оборудования, которые ведут учет и анализ финансовых показателей;
- проведение эксперимента;
- мониторинг бизнес-операций;
- анализ и издание дополнительных локальных нормативных правовых актов (например, приказов и распоряжений), которые регламентируют организацию финансового контроля;
- проведение внутреннего аудита;
- проведение внешнего аудита.

С помощью эмпирического подхода получают решение по оценке качества управления капиталом предприятия, осуществляемого путем использования технических, правовых, управленческих методов и инструментов финансового контроля, которые направлены на повышение этого управления [3].

Главным нормативным правовым документом, который регламентирует обязательность ведения внутреннего контроля на предприятии в сфере финансов, является Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», в статье 19 которого указано, что каждый экономический

субъект «обязан организовывать и вести внутренней контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни».

Более подробно об организации данного контроля сказано в Информации Министерства финансов Российской Федерации № ПЗ-11/2013, где внутренний контроль определяется как «процесс, направленный на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает:

а) эффективность и результативность своей деятельности, в том числе достижение финансовых и операционных показателей, сохранность активов;

б) достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности;

в) соблюдение применимого законодательства, в том числе при совершении фактов хозяйственной жизни и ведении бухгалтерского учета».

Также в данном документе установлено, из каких элементов состоит внутренний контроль, как его следует документировать и организовывать на предприятии. Например, в пункте 17 ПЗ-11/2013 указано, что «порядок организации внутреннего контроля определяются в зависимости от характера и масштабов деятельности экономического субъекта, особенностей его системы управления». Из этого следует, что каждое предприятие вправе самостоятельно выбирать подход к организации и осуществлению внутреннего финансового контроля, при этом ему следует придерживаться следующих рекомендаций Министерства финансов Российской Федерации:

1. Он должен проводиться на всех уровнях и во всех подразделениях, а участие в нем должны принимать все сотрудники.

2. Контроль может осуществлять как специально уполномоченный сотрудник предприятия (например, бухгалтер или аудитор) или внутреннее подразделение, так и внешний компетентный орган или специалист.

3. Затраты на проведение контроля должны покрываться пользой от данного процесса.

Последний пункт особенно актуальный для предприятий малого и среднего бизнеса с небольшим штатом сотрудников и незначительными, в сравнении с более крупными организациями, финансовыми оборотами.

Представленная информация позволяет заключить, что каждый экономический субъект самостоятельно определяет, ка-

ким образом он будет организовывать финансовый контроль. В результате разные авторы предлагают свои подходы к данному процессу.

Например, Слабинская И.А. и Ткаченко Ю.А. указывают на то, что цель внутреннего контроля состоит в своевременном предоставлении руководства необходимой информации, которая позволит принять наиболее эффективные управленческие решения, избежать убытков и минимизировать риски. При этом основным источником информации для контроля они считают отчет о прибылях и убытках, по данным которого можно выявить прибыльные и убыточные процессы [4].

В исследованиях предлагается подходить к организации финансового контроля как к подсистеме системы управления финансами предприятия, что является особенно актуальным для таких крупных предприятий, как корпорации, и предполагает следующее:

- формирование финансовой политики предприятия с использованием различных финансовых инструментов;

- разработка управленческих решений в рамках финансовых проблем, которые появляются в деятельности экономического субъекта;

- составление финансовой отчетности на базе актуальной финансовой информации;

- осуществление комплексного анализа деятельности предприятия;

- оценка различных финансовых рисков и т.д. [1, 5].

В рамках проведения финансового контроля как одной из подсистем системы управления корпорацией в качестве его объектов выступают следующие виды управления:

- управление структурой капитала;

- управление прибылью;

- управление оборотными и внеоборотными средствами;

- управление механизмом принятия инвестиционных решений;

- управление рисками;

- управление привлеченными и собственными средствами.

При этом следует обратить внимание при осуществлении финансового контроля на такие показатели как дебиторская и кредиторская задолженность, денежные средства, незавершенное производство и запасы готовой продукции.

Таким образом, в основе данного подхода лежит понимание финансового состояния предприятия, как его главной характеристики в качестве эффективного хозяйствующего субъекта.

Организация финансового контроля в корпорациях являлась одним из направлений исследования в диссертации Нгуен Тхи Ха Ми [6]. В своей работе автор предлагает процессный подход к организации финансового контроля на таких крупных предприятиях как корпорации.

При этом предлагается методика оценки внутреннего контроля, в основе которого лежат различные составляющие финансового контроля. Указанная методика предполагает оценку эффективности каждого отдельного компонента процесса по ключевым критериям.

Так в качестве критериев оценки внутреннего финансового контроля в разрезе компонентов системы внутреннего контроля выделены:

- контрольная среда: соответствие организационной структуры и внутренних документов деятельности организации, релевантность и полнота принципов и стандартов, ответственность и поведение;

- оценка рисков: полнота и релевантность выявленных рисков, точность оценки рисков, своевременность выявления рисков, соответствие риск-аппетиту стейкхолдеров и стратегии компании, полнота рассмотрения рисков;

- процедуры внутреннего контроля: полнота покрытия рисков и отсутствие дублирующих процедур, релевантность, своевременность, уровень исполнителей, подверженность ошибке, правильность и понятность описания;

- информация и коммуникация: надежность, систематизированность и надлежащий уровень детализации, релевантность и своевременность;

- мониторинг: информирование о результатах оценки внутреннего контроля исполнителей, донесение результатов оценки внутреннего контроля до лиц, уполномоченных на устранение недостатка и ответственных за постановку и поддержание эффективной системы внутреннего контроля, реагирование на выявленные недостатки внутреннего контроля.

Таким образом, предлагаемый подход к организации финансового контроля как

процесса заключается в том, что на предприятии выстраивается непрерывный процесс контроля, охватывающий все бизнес-процессы, а также все подразделения и уровни управления (многоуровневый подход). При этом назначаются разные ответственные за подготовку и осуществление финансового контроля на разных уровнях. Например, на высшем уровне в качестве такого органа выступает Совет директоров, который устанавливает общие принципы и требования к проведению финансового контроля, а также составляется стандарты их осуществления. На низшем уровне ответственными являются руководители подразделений и иной персонал, которые составляют актуальную документацию по организации внутреннего контроля, а также проводят оценку рисков, как одного из компонентов общей системы финансового контроля в корпорации.

Если рассматривать финансовый контроль как систему, которая создается на предприятии для поддержания надежности, законности, эффективности, безопасности осуществляемых операций, а также защиты от возможных потенциальных ошибок и нарушений, то такой подход можно назвать системным. При этом контроль воспринимается как ключевой элемент управления, с помощью которого регулируются остальные функции управления (планирование, мотивация) на всех стадиях деятельности хозяйствующего субъекта.

Объекты финансового контроля при этом определяются предприятием самостоятельно и в основном состоят из показателей результатов финансово-хозяйственной деятельности и финансового состояния.

Также финансовый контроль выступает основой формирования полноценной кадровой политики и обеспечивает рост эффективности использования человеческого капитала [7].

Хотя финансовый контроль на предприятии выступает достаточно важным элементом в общей системе управления бизнесом, обычно его организацией начинают заниматься, когда предприятие стало достаточно крупным, а масштаб бизнеса вырос. Как правило, системы финансового контроля формируются в организациях, штат которых насчитывает более 500 человек и объем доходов становится значительным, что соответственно требует большего контроля за финансовыми потоками. В результате

руководство предприятия принимает решение образовать специальное отдельное подразделение для осуществления контроля. При этом может возникнуть ситуация, что данных подразделений может быть много, и они находятся на разных уровнях организационной иерархии. Тогда возникает необходимость определения места и роли контролирующих органов в организации. Также может возникнуть проблема документирования различных финансово-хозяйственных операций, количество которых возрастает вместе с увеличением масштаба деятельности предприятия [8].

В данном случае наиболее эффективным решением проблемы является автоматизация документального оформления всех процессов, например, использование программ на базе Process Mining, применение технологий GRC-системы и т.д. Представленные варианты позволят упростить и систематизировать проведение финансового контроля на предприятии при системном подходе к его организации.

Указанные выше подходы к организации финансового контроля являются актуальными для крупных и средних предприятий. Отдельно следует рассмотреть, как экономисты рекомендуют организовывать финансовый контроль на предприятиях малого бизнеса.

Например, Нечаева М.Л. и Лысова Е.А. отмечают, что основными проблемами для деятельности данных предприятий являются высокий уровень риска, финансовый, конкурентный и т.д. и трудности с поиском финансовых ресурсов. Поэтому для них финансовый контроль выступает одним из инструментов дальнейшего развития деятельности. При этом авторы отмечают, что малые предприятия в основном используют классическую систему контроля за использованными ресурсами, которая позволяет решать возникающие задачи на оперативном уровне, но не предполагает решения с учетом перспектив. Причинами этого является, прежде всего, то, что финансовым контролем, как правило, занимается непосредственно руководитель, выполняющий помимо контроля еще много дополнительных функций. В результате контроль осуществляется часто по остаточному принципу.

Нечаева М.Л. и Лысова Е.А. предложили свою модель организации финансового контроля на предприятии малого бизнеса: «Финансы – Затраты – Доход – Прибыль»,

в которой центральное место отводится именно затратам, поскольку от их объема зависит как входящий ресурс (финансы), так и результат предпринимательской деятельности (прибыль).

При этом управленческие решения разрабатываются на основе данных управленческого учета. Основопологающим условием ведения управленческого учета в свою очередь выступает эффективная дифференциация затрат. Однако авторы отмечают, что в настоящее время применяют различные классификации затрат, каждая из которых отличается своими недостатками. В результате предлагается использовать ту классификацию, которая в наибольшей степени отвечает целям проведения финансового контроля [9].

Помимо представленных подходов разные авторы предлагают собственные подходы к организации финансового контроля на предприятии [10]. Поэтому целью написания данной статьи является исследование современных подходов к организации финансового контроля, а также выявление их особенностей и составление авторской классификации подходов. В качестве объекта исследования в данной статье выступают современные подходы к организации финансового контроля на предприятии.

Для написания данной статьи использовались научные работы различных авторов, опубликованные в периодических и электронных изданиях, нормативные правовые акты Российской Федерации и диссертационная работа на соискание кандидата экономических наук.

В рамках написания статьи была сформулирована задача в группировке и классификации современных подходов к организации финансового контроля, предлагаемые различными авторами.

Цель исследования заключается в определении особенностей современных подходов к организации финансового контроля на предприятии.

Материалы и методы исследования

В рамках исследования изучались различные литературные источники, после чего полученные данные были обобщены, также было проведено их сравнение, а по результатам представлена авторская классификация современных подходов к организации финансового контроля на предприятии.

Виды современных подходов к организации финансового контроля на предприятии

Вид подхода	Сущность	Основные показатели
По прибыльности/убыточности	Анализируется отчет о прибылях и убытках с целью выявления наиболее прибыльных или убыточных видах деятельности	Доходность, рентабельность и иные показатели при доходности
Подсистемный	Финансовый контроль является одной из подсистем в системе управления финансами предприятия	Показатели финансового состояния предприятия (соотношение дебиторской и кредиторской задолженности, денежные средства и т.д.)
Процессный	Финансовый контроль организовывается как непрерывный процесс, который охватывает все бизнес-процессы и все уровни корпорации	Различные критерии оценки внутреннего финансового контроля (контрольная среда, оценка рисков, информация и т.д.)
Системный	Финансовый контроль понимается как фундаментальный элемент управления на предприятии. Он позволяет контролировать остальные функции управления	Оценка рисков, финансового состояния, показателей финансово-хозяйственной деятельности
Затратный	Подходит для предприятий малого бизнеса, поскольку позволяет проводить упрощенный контроль за финансовыми средствами через анализ и оценку затрат	Различные виды затрат

Примечание: составлено автором на основании проведенного исследования.

Результаты исследования и их обсуждение

По итогам проведенного исследования можно выделить несколько подходов к организации финансового контроля на предприятии, которые представлены в таблице.

Таким образом, все рассмотренные подходы к организации финансового контроля на предприятии можно разделить на виды по месту, занимаемому финансовым контролем в структуре управления предприятием, или по объекту контроля.

В результате проведенного исследования автором статьи представлена собственная классификация современных подходов к организации финансового контроля на предприятии, в соответствии с которой выделяют следующие подходы

- подход по прибыльности/убыточности;
- подсистемный подход;
- процессный подход;
- системный подход;
- затратный подход.

Представленное исследование ограничивается только использованными источниками информации.

Результаты статьи могут быть использованы для теоретических описаний подходов к организации финансового контроля на предприятии, а также для применения на практике при выборе организациями одного из подходов на основании его сущности и основных показателей данного подхода.

В ходе написания статьи была решена поставленная перед исследованием задача: была сформулирована авторская классификация современных подходов к организации финансового контроля на предприятии.

В рамках дальнейших исследований можно предложить изучение практических особенностей использования представленных подходов к организации финансового контроля на предприятии.

Выводы

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что были рассмотрены подходы различных авторов к организации финансового контроля на предприятии, в результате чего были выявлены особенности данных подходов, и была разработана их авторская классификация.

Таким образом, представленные в статье данные позволяют сделать следующие выводы:

1. Все современные подходы, предлагаемые различными авторами можно классифицировать на следующие группы в зависимости от места финансового контроля в структуре управления предприятием или объекта контроля:

- по прибыльности/убыточности;
- подсистемный;
- процессный;
- системный;
- затратный.

2. Полученные результаты позволяют систематизировать теоретические данные различных авторов. В дальнейшем их можно использовать на практике для определения наиболее приемлемого для предприятия подхода к организации финансового контроля на предприятии.
- В будущем следует более углубленно изучать данные подходы для определений преимуществ и ограничений по их использованию.

Библиографический список

1. Ахмедова Л.А., Кугушев Т.Р., Умаилов У.М., Исагаджиев М.А. Организация финансового контроля и регулирование денежных потоков в организации // *Индустриальная экономика*. 2022. № 2. С. 13-17.
2. Закирова А.Р., Клычова Г.С., Дятлова А.Ф., Юсупова А.Р., Гимадиев И.М. Развитие теоретических основ внутреннего контроля финансовых результатов предприятия // *Вестник Казанского ГАУ*. 2020. № 3(59). С. 99-106.
3. Янахметова Р.Р. Система финансового контроля предприятия: методы и средства реализации // *NovaInfo*. 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://novainfo.ru/article/16215> (дата обращения: 14.07.2023).
4. Слабинская И.А., Ткаченко Ю.А. Внутренний контроль как инструмент эффективного управления финансовыми результатами хозяйствующего субъекта // *Вестник белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2022. № 2 (93). С. 45-52.
5. Малых С.Г., Синцова Е.А. Исследование роли финансового контроля в условиях цифровизации // *Цифровая экономика и финансы: материалы Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 16–17 марта 2023 года*. СПб.: Центр научно-информационных технологий «Астерион», 2023. С. 547-550.
6. Нгуен Тхи Ха Ми Организация внутреннего контроля и аудита в крупных корпоративных структурах: дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2022. 278 с.
7. Куценко А.В., Баранова В.В. Организация финансового контроля на примере ООО «Еврострой» // *Экономика и социум*. 2020. № 4 (71). С. 497-506.
8. Рустамова А.И., Мулендеева Л.Н. Проблемы финансового контроля на предприятии // *Вопросы студенческой науки*. 2020. № 4 (44). С. 451-455.
9. Нечаева М.Л., Лысова Е.А. Система финансового контроля в управлении предприятием малого бизнеса: методы и инструменты реализации // *Финансы и кредит*. 2019. № 2. С. 360-374.
10. Синцова Е.А. 1.3. Структура финансового мониторинга в условиях цифровизации для устойчивого развития промышленности // *Совершенствование методов и технологий управления финансами в контексте реализации концепции устойчивого развития: монография*. СПб.: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2023. С. 26-35.

УКД 336.645.1

Н. Г. Уразова

ФГБОУ ВО «Иркутский национальный исследовательский технический университет»,
Иркутск, e-mail: urazova_nina@mail.ru

Д. А. Жукова

ФГБОУ ВО «Иркутский национальный исследовательский технический университет»,
Иркутск, e-mail: zhukova008@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Ключевые слова: финансирование, жилищно-коммунальное хозяйство, объекты инфраструктуры, инвестиции, инновационные проекты, сети водоснабжения и водоотведения, ремонт и восстановление.

В статье рассмотрены основные аспекты финансирования проектов в жилищно-коммунальной сфере, особенно актуальные при организации модернизации объектов инфраструктуры: ремонтов и реконструкции сетей водоснабжения и водоотведения. Основное внимание в статье авторы акцентируют на инвестициях в инновационные проекты и возможных эффектах от внедрения инновационных технологий при реализации бестраншейной прокладки трубопроводов. В современных условиях различные способы финансирования инновационных проектов вызывают особый интерес. Государственно-частное партнерство в этой сфере должно быть нацелено на расширение возможности привлечения частных инвестиций для модернизации и расширения инфраструктуры ЖКХ, что в свою очередь способствует улучшению качества жизни населения. Для достижения цели исследования были рассмотрены основные проблемы реализации инновационных проектов на рынке услуг водоснабжения и водоотведения. Дан обзор финансирования жилищно-коммунальной сферы, а также дана краткая информация о федеральном и региональном финансировании с привлечением частных инвесторов. Проведен анализ устройства и принципа действия существующих методов санации трубопроводов. Авторы дают обобщенную характеристику затрат на применение бестраншейных методов реконструкции трубопроводов, а также рассматривают преимущества их использования. В ходе произведенного исследования, авторы приходят к заключению о том, что применение бестраншейных методов прокладки и реконструкции сетей водоснабжения и водоотведения позволит избавиться от значительных проблем в жилищно-коммунальной сфере.

N. G. Urazova

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, e-mail: urazova_nina@mail.ru

D. A. Zhukova

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, e-mail: zhukova008@mail.ru

FEATURES OF FINANCING INNOVATIVE PROJECTS IN THE HOUSING AND COMMUNAL SERVICES SECTOR

Keywords: financing, housing and communal services, infrastructure facilities, investments, innovative projects, water supply and sanitation networks, repair and restoration, polymer sleeve.

The article discusses the main aspects of financing projects in the housing and communal sphere, especially relevant when organizing the modernization of infrastructure facilities: repairs and reconstruction of water supply and sanitation networks. The authors focus on investments in innovative projects and the possible effects of the introduction of innovative technologies in the implementation of trenchless pipeline laying. In modern conditions, various ways of financing innovative projects are of particular interest. Public-private partnership in this area should be aimed at expanding the possibility of attracting private investment for the modernization and expansion of housing and communal services infrastructure, which in turn contributes to improving the quality of life of the population. To achieve the purpose of the study, the main problems of implementing innovative projects in the market of water supply and sanitation services were considered. An overview of housing and communal services financing is given, as well as brief information on federal and regional financing with the involvement of private investors. The analysis of the device and the principle of operation of existing methods of pipeline sanitation is carried out. The authors give a generalized description of the costs of using trenchless methods of pipeline reconstruction, and also consider the advantages of their use. In the course of the study, the authors come to the conclusion that the use of trenchless methods of laying and reconstruction of water supply and sanitation networks will get rid of significant problems in the housing and communal services.

Введение

Водоснабжение и водоотведение является одним из важнейших направлений ЖКХ, его пользователями являются население страны, промышленные предприятия и объекты социальной сферы. Обеспеченность централизованным водоснабжением и водоотведением составляет 80,56% и 62,8% соответственно [1].

Реформирование жилищно-коммунальной сферы является одной из стратегических задач развития российской экономики. Усилия государства нацелены на ликвидацию монопольного положения государства на этом рынке и на развитие конкуренции [2]. Также важной задачей является развитие государственно-частного партнерства в этой сфере, направленного на расширение возможностей привлечения частных инвестиций для модернизации объектов инфраструктуры ЖКХ.

Годовой оборот отрасли составляет более 349 млрд руб. Значительной проблемой развития ЖКХ являются потери при водоснабжении и водоотведении вследствие износа сетей и других причин. Потери на сетях водоснабжения в виде утечек и неучтенного расхода воды в среднем составляют 22,9% в год от общего количества поданной воды, что в денежном эквиваленте составляет примерно 42 млрд руб. [1]. По водоотведению потери в виде неучтенного расхода воды, которое поступает на очистные сооружения, достигает 30% от общего количества стоков, что в денежном эквиваленте составляет 32 млрд руб.

Обновление и преобразование ЖКХ не имеет смысла без технологической модернизации коммунальных трубопроводных сетей. Статические данные подтверждают критическую степень (от 65% до 95%) износа водопроводных и канализационных сетей [3]. Аварийность на сетях водоснабжения и водоотведения составляет 97 635 аварий, а усредненная стоимость устранения одной аварии достигает 120 тыс. руб., что эквивалентно 12 млрд руб. в год.

В России финансирование ЖКХ осуществляется в основном из двух источников – платежей за услуги ЖКХ и бюджетного финансирования. Проводимая реформа определила основные тенденции финансирования: расширение спектра источников финансирования, предполагающее кроме бюджетных средств также привлечение финансовых ресурсов частных инвесторов и кредитных организаций.

В ближайшие два года на программу модернизации жилищно-коммунальной инфраструктуры планируется направить 130 млрд руб. федеральных средств, из которых на 2023 год выделено 30 млрд руб. После 2025 года на реализацию данной программы будет выделяться по 150 млрд руб. в год из Фонда национального благосостояния (ФНБ) [4]. Привлечение средств ФНБ позволит построить и реконструировать необходимые объекты инфраструктуры опережающими темпами. Программой финансирования строительства и реконструкции коммунальной инфраструктуры предусмотрено предоставление долгосрочных займов организациям под 3% годовых на 25 лет на обновление систем теплоснабжения и водоснабжения [5].

В рамках программы планируется организация государственно-частного партнерства, как регионального и внебюджетного соинвестирования. Федеральное финансирование составит 130 млрд руб. – это 60% от объема программы, а еще 40% составляет региональный бюджет и внебюджетные источники, в том числе средства концессионеров, облигаций и т.д. Финансирование из региональных бюджетов и от частных инвесторов составит 86,7 млрд руб.

Проблемы развития приведены в таблице 1.

Для решения указанных проблем создаются и реализуются различные программы развития ЖКХ, в том числе касающиеся усовершенствования технологий ремонтно-восстановительных работ на поврежденных участках трубопроводов с целью повышения надежности их работы. Программы подразумевают выделение средств для реализации мероприятий из бюджетов разного уровня.

Проведенный анализ применяемых инновационных технологий показал, что в передовой зарубежной практике 95% объемов работ по прокладке и восстановлению подземных инженерных коммуникаций производятся бестраншейными методами, что позволяет снизить затраты на проведение ремонта трубопровода на 10-40% в зависимости от диаметра [6]. В большинстве крупных городов ЕС прокладка коммуникаций открытым способом и вовсе запрещена. Необходимо отметить, что за рубежом постоянно растет число объектов, где находят применение различные методы инновационных технологий ремонта, реконструкции и прокладки трубопроводов.

Таблица 1

Проблемы развития сферы водоснабжения и водоотведения

Описание	Иновационные решения
Технические проблемы	
Высокий износ сетей водоснабжения и водоотведения (ВВ), высокий уровень аварийности на сетях, низкое качество и надежность систем	Использование инновационных технологий ремонтно-восстановительных работ на поврежденных участках трубопроводов с целью повышения надежности их работы
Использование трудозатратных и энергоемких технологий, рост эксплуатационных расходов	Снижение расходов на эксплуатацию систем за счет использования бестраншейных методов
Институциональные проблемы	
Несовершенство федерального и регионального законодательства в области водоснабжения и водоотведения	Отсутствие правовой практики возмещения убытков за несанкционированный сброс и потери на сетях ВВ
Финансово-экономические проблемы	
Несовершенство механизмов финансирования инфраструктурных проектов	Развитие государственно-частного партнерства при финансировании инновационных проектов модернизации ЖКХ
Несовершенство тарифного регулирования, что приводит к заниженным тарифам, не способным покрывать основные затраты снабжающих организаций	Совершенствование тарифного регулирования, внедрение инновационных технологий, нацеленных на сокращение эксплуатационных затрат по водоснабжению и водоотведению

В нашей стране по причине отсутствия соответствующего оборудования и материалов, прокладка и ремонт коммуникаций производится преимущественно открытым способом, что приводит к резкому увеличению стоимости работ и сроков строительства объектов, а также к необходимости разрушения дорожных покрытий и перекрытию движения автомобильного и железнодорожного транспорта. Перечисленные обстоятельства создают не только материальные, но и социальные проблемы – автомобильные пробки, неудобство пассажиров, водителей, пешеходов и, кроме того, приводят к ухудшению экологической обстановки в городах.

Получившая широкое распространение в последние десятилетия технология бестраншейного ремонта и реконструкции водоотводящих сетей способствует успешному решению вышеперечисленных проблем. Под санацией трубопроводов понимается полное восстановление трубопровода путем устранения всех видов дефектов по длине труб и в местах их стыковки путем нанесения защитных покрытий (облицовок) при соблюдении исходных гидравлических характеристик течения потока транспортируемой воды. Технология проведения санации должна обеспечивать трубопроводу механическую прочность для выдерживания им постоянных нагрузок. При этом восстановление структуры трубопровода не должно сопровождаться ухудшением

его функционирования, появлением дополнительных проблем эксплуатации.

В настоящее время существует несколько инновационных методов бестраншейного восстановления водопроводных и водоотводящих трубопроводов и одним из них является метод ремонта с использованием гибкого комбинированного рукава (чулка).

Таким образом, цель исследования заключается в изучении эффективности внедрения технологии ремонта и реконструкции трубопровода бестраншейным методом с использованием полимерного чулка.

Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования в данной статье рассматривается применение технологии ремонта и восстановления водопроводных и водоотводящих сетей бестраншейным методом с использованием гибкого полимерного рукава. Исследование производилось методами сравнительного анализа и статической обработки информации.

Результаты исследования и их обсуждение

В современных условиях важнейшей задачей при планировании восстановления водопроводных и водоотводящих сетей является применение обоснованного научного подхода к выбору объектов санации и поиску оптимальных методов ее решения.

Таблица 2

Сравнительные показатели методов бестраншейного восстановления трубопроводов

Технологические, технические и эксплуатационные показатели	Нанесение цементно-песчаных покрытий	Протаскивание нового трубопровода в старый (с разрушением или без)	Использование гибкого комбинированного рукава (чулка)
Диапазон диаметров, мм	80-2200	100-900	100-1500
Максимальная протяженность ремонтного участка, м	180	100	300
Виды повреждений (дефектов)	Мелкие трещины, коррозия, износ	Любые повреждения	Крупные трещины, сколы, малая деформация по сечению
Материал ремонтного покрытия	Цементно-песчаная смесь	Полипропилен, поливинилхлорид, полиэтилен	Композит на основе полиэфирных, эпоксидных смол
Термостойкость, °С	Без ограничений	45	70
Продолжительность технологического цикла при ремонте участка длиной 100 м, рабочих смен	3-5	2-3	1
Срок службы ремонтного покрытия, лет	30	50	30
Потери диаметра трубопровода после ремонта, %	5-10	Нет	3-5
Стоимость из расчета на 1 пог. м	От 2000 руб.	От 4500 руб.	От 3500 руб.

Существующие методы санации водопроводных и водоотводящих сетей предусматривают нанесение защитных покрытий, суть которых представлена ниже:

- набрызговое покрытие, применяется в основном для стальных и чугунных напорных участков сетей любого диаметра;
- сплошное покрытие, применяется на напорных и безнапорных трубопроводах различного диаметра;
- спиральное покрытие, применяется на напорных и безнапорных трубопроводах различного диаметра;
- точечное покрытие – это наложение временных и постоянных бандажей на внутреннюю поверхность трубопровода.

В таблице 2 представленные данные о наиболее распространенных методах бестраншейной прокладки водопроводных и водоотводящих трубопроводах с их техническими, технологическими и эксплуатационными показателями [6].

Санация трубопровода методом нанесения цементно-песчаных покрытий применяется для стальных и чугунных труб независимо от давления воды. Его целесообразно применять при коррозионных обрастаниях, при абразивном износе. Применение данного метода неэффективно при повреждениях на стыках труб, смещении труб в стыках

и деформации секции труб. Несмотря на то, что данный метод является самым дешевым, его использование сокращает диаметр трубопровода примерно на 5-10%, что в дальнейшем может пагубно повлиять на гидравлические характеристики трубопровода.

Восстановление трубопровода методом протягивания новых полиэтиленовых труб в старые без их разрушения или с предварительным разрушением используется для трубопроводов с небольшим диаметром до 900 мм. Есть ограничения по применению для поврежденной трубы с максимальной протяженностью до 100 м.

Ремонт и реконструкция трубопровода методом полимерного рукава является одним из новых эффективных способов восстановления внутренней поверхности изношенных трубопроводов. Он позволяет армировать внутреннюю поверхность специальным рукавом, изготовленный из полиэфирных и нейлоновых нитей, пропитанных полиэтиленом. Полимерный чулок для санации трубопроводов представляет собой многослойную эластичную оболочку, которая состоит из трех последовательных слоев: герметизирующего покрытия, которое обеспечивает герметичность изделия в процессе его эксплуатации; пористого полиэфирного полотна, и армирующего слоя, предна-

значенного для эффективного впитывания и надежного удержания вязкопластичного материала на основе полимера. Последний слой обеспечивает необходимую степень прочности и оптимальную эластичность, принимает на себя критические нагрузки в процессе выворачивания рукава, выполняет роль продольно-поперечной арматуры во время использования трубопровода [7].

В бестраншейных технологиях санации применяют различные методы установки мягких полимерных рукавов – протаскивание с последующим надуванием воздухом или заполнением водой, а также различные методы полимеризации – воздействием светового излучения, нагреванием воды или подачей пара [8].

Работа по восстановлению трубопровода методом полимерного рукава начинают с технического обследования самоходным роботом, который оборудован телекамерой с вращающейся головкой и системой освещения и может передвигаться по трубопроводу. Следующим этапом является очистка от отложений ремонтного участка. В основном используют механический, гидравлический и пескоструйный способы. После промывки выполняется повторное телеобследование роботом. Затем пневматической или гидравлической инверсионной машиной предварительно подготовленный чулок протягивают в поврежденный трубопровод. Процесс протягивания представляет собой выворачивание чулка в трубопровод. После прохождения чулка через реконструируемый участок трубопровода начинается процесс его полимеризации одним из способов: воздействием светового излучения или нагреванием воды, пара.

Этот метод имеет ряд преимуществ, а именно:

- сокращение затрат на проектирование и строительство за счет использования действующей трассы трубопровода и отсутствие необходимости ее удаления;

- безопасность для близлежащих коммуникаций и экологичность;

- высокая скорость прокладки, минимальный объем земляных работ, возможность прокладки на участках с изгибами до 90 градусов, минимальный размер строительной площадки, не требует применения громоздкой строительной техники и оборудования;

- высокая коррозионная стойкость, срок службы составляет более 50 лет;

- минимальное уменьшение поперечного сечения действующего трубопровода, увеличение скорости движения транспортируемой среды за счет низкой шероховатости материала внутренней поверхности.

Однако существуют и ограничения использования метода, к которым относятся: достаточная остаточная прочность восстанавливаемого трубопровода, отключение трубопровода на время проведения мероприятий по санации, повышенные требования к состоянию внутренней поверхности ремонтного участка трубопровода, вероятность неплотного прилегания полимерного рукава к восстанавливаемому трубопроводу на некоторых участках. Несмотря на существующие ограничения метод реконструкции и ремонта трубопроводов водоснабжения и водоотведения с использованием полимерного чулка является экономически выгодным решением, поскольку данный метод дает возможность сократить затраты на строительство за счет снижения земляных работ и сроков сдачи проектов по реконструкции.

Анализ возможностей применения различных методов бестраншейного восстановления сетей свидетельствует о том, что не существует универсального подхода к ремонту или замене трубопровода. Каждый из рассмотренных методов ограничен соответствующими рамками применения, которые должны учитываться при разработке проектов по восстановлению коммунальных сетей.

Качественно проведенная санация подземных трубопроводов позволяет не только сократить затраты на ремонтно-восстановительные работы, но и предотвратить коррозию металлических стенок трубопроводов за счет использования полимерных покрытий, обеспечить требуемый уровень надежности сети и снизить аварийность на ее участках, сохранить неизменным гидравлические характеристики, способствовать снижению нагрузки на канализационных насосных станции и очистные сооружения, а также содействовать поддержанию соответствующей экологической обстановки.

Для привлечения инвесторов к реализации подобных работ, можно заключать контракт, который представляет собой особую форму договора, направленную на экономию эксплуатационных расходов за счет внедрения инновационных технологий, обеспечивающих повышенную работоспособ-

ность и надежность коммунальной инфраструктуры. Отличительной особенностью данного контракта является то, что затраты инвестора возмещаются за счет достигну-

той экономии средств, получаемой после внедрения технологий, за счет сокращения потерь, утечек и неучтенных расходов воды на сетях водоснабжения и водоотведения.

Библиографический список

1. Куранова Н.А. Анализ состояния и пути развития водоснабжения и водоотведения в России на современном этапе // Мировая наука. 2017. № 8. С. 105-109.
2. Рынок услуг водоснабжения и водоотведения в России. [Электронный ресурс]. URL: https://mcdpartner.ru/index.php?Itemid=172&catid=29&id=150&option=com_content&view=article (дата обращения: 05.08.2023).
3. Инновационные технологии в системах водоснабжения и водоотведения. [Электронный ресурс]. URL: <https://phsreda.com/e-publications/e-publication-144.pdf> (дата обращения: 10.08.2023).
4. Власти определили объем средств на обновление сетей ЖКХ в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/30/12/2022/63ad3edf9a7947fd0484625f> (дата обращения: 15.08.2023).
5. Правительство ускорит финансирование строительства и реконструкции коммунальной инфраструктуры за счет средств ФНБ. [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/news/46210/> (дата обращения: 18.08.2023).
6. Положение о санации водопроводных и водоотводящих сетей. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200072709> (дата обращения: 22.08.2023).
7. Санация трубопровода чулком. [Электронный ресурс]. URL: <https://rekat.org/services/sanaciya-truboprovoda-chulkom/#:~:text=Санация%20трубопровода%20полимерным%20чулком%20-,и%20других%20объектов%20особого%20назначения> (дата обращения: 28.08.2023).
8. Санация трубопроводов полимерным чулком. [Электронный ресурс]. URL: <http://трубопровод.рф/статьи/все/2014/1/17/санация-трубопроводов-полимерным-чулком/> (дата обращения: 30.08.2023).

УДК 336.02

Т. А. Чилимова

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург,
e-mail: tachil77@mail.ru

Е. Ю. Овсянникова

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург,
e-mail: e.u.ovs@yandex.ru

НАЛОГОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В РОССИИ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: налоговое консультирование, налоговый консультант, налоговые риски, анализ, налоговое решение.

Научная статья посвящена вопросам ролевого места налоговых консультантов в экономике Российской Федерации с точки зрения организационного и экономического аспекта. В современной российской экономике растет потребность в получении консультаций в сфере налогового консультирования. Спрос на формирование и развитие института налогового консультирования определяется рядом причин, среди которых можно выделить: необходимость повышения правовой и налоговой грамотности налогоплательщиков; неоднозначность принимаемых норм налогового права; оптимизация системы налогового администрирования. Целью статьи выступает обоснование необходимости рассмотрения как организационного, так и экономического аспектов деятельности налоговых консультантов. В ходе исследования использованы такие методы как логико-структурный анализ и синтез, метод экспертных оценок. Результатом исследования является научное обоснование о необходимости включения в процесс налогового консультирования вопросов, связанных с анализом и оценкой налоговых рисков, определением их критериальных значений и налогового планирования.

T. A. Chilimova

Ural State Economic University, Ekaterinburg, e-mail: tachil77@mail.ru

E. Yu. Ovsyannikova

Ural State Economic University, Yekaterinburg, e-mail: e.u.ovs@yandex.ru

TAX CONSULTING IN RUSSIA: ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECT

Keywords: tax consulting, tax consultant, tax risks, analysis, tax decision.

The scientific article is devoted to the issues of the role of tax consultants in the economy of the Russian Federation from the point of view of the organizational and economic aspects. In the modern Russian economy, there is a growing need for advice in the field of tax consulting. The demand for the formation and development of the institute of tax consulting is determined by a number of reasons, among which are: the need to improve the legal and tax literacy of taxpayers; ambiguity of adopted tax law norms; optimization of the tax administration system. The purpose of the article is to substantiate the need to consider both the organizational and economic aspects of the activities of tax consultants. During the study, methods such as logical-structural analysis and synthesis, and the method of expert assessments were used. The result of the study is a scientific justification for the need to include in the tax consulting process issues related to the analysis and assessment of tax risks, determination of their criterion values and tax planning.

В настоящее время в рамках взаимодействия налоговых отношений между государством и налогоплательщиком, оптимизации налоговых обязательств, а также предварительного налогового регулирования исследуется в парадигме налогового консультирования [6,7].

В основе развития института налогового консультирования лежит профессиональ-

ный вид деятельности консультанта по налогам и сборам, основной целью которой является «квалифицированное содействие налогоплательщикам и налоговым органам, направленное на полное и своевременное исполнение субъектами экономической деятельности обязательств по исчислению и уплате налогов, сборов и страховых взносов в бюджет Российской Федерации» [9].

Необходимо отметить, что наличие такого института соответствует мировой практике.

В силу того, что институт налогового консультирования находится в стадии становления [5], единого понимания его сути в настоящее время нет ни в законодательстве, ни в научной литературе.

Ряд авторов рассматривают налоговое консультирование как «вид профессиональной деятельности по оказанию консультируемому лицу на платной основе услуг, содействующих должному исполнению налогоплательщиками, плательщиками сборов, налоговыми агентами и иными лицами обязанностей, предусмотренных законодательством о налогах и сборах» [1].

В другом определении налоговое консультирование представляется как «вид предпринимательской деятельности ставит своей целью – оказание услуг (консультируемому лицу) на платной основе услуг по вопросам правильного применения норм действующего законодательства о налогах и сборах» [4].

Все эти определения имеют место быть, так как отражают отдельные стороны налогового консультирования как процесса, характеризуя лишь организационную составляющую рассматриваемого вида деятельности. При этом они не затрагивают или не раскрывают полностью налоговое консультирование с точки зрения его экономического содержания.

Ограниченность существенных характеристик в большинстве определений объясняется тем, что в современной практике российский рынок налогового консультирования чаще всего представлен тремя группами услуг:

- по определению «оптимального баланса между расходами налогоплательщика на выплату налогов и налоговыми рисками, главной целью которого является снижение сумм уплачиваемых налоговых платежей» [1];

- по исчислению и уплаты налогов, процедурно регламентированных Налоговым Кодексом РФ;

- представительство в судах, правоохранительных и налоговых органах.

Данные направления деятельности четко показывают место налоговых консультантов в системе налоговых правоотношений. Выступая посредниками между налогоплательщиками и субъектами государственной исполнительной власти, в чьи функции

входит контроль за исполнением налоговых обязательств, налоговые консультанты способствуют оптимизации налогового администрирования в частности и развитию системы налогообложения в целом.

С точки зрения авторов, такое положение на рынке значительно расширяет функционал налоговых консультантов, нежели это отражено в большинстве дефиниций, представленных в научной литературе.

В связи с этим особый интерес вызывает определение предложенное Барулиным С.В., который отмечает, что «налоговое консультирование представляет собой деятельность юридических и (или) физических лиц по оказанию платных консультационных услуг налогоплательщикам по вопросам налогообложения на основе договора между консультируемым и консультирующим лицами на предмет правильности применения налогового законодательства, исчисления и уплаты налогов, проведения экспертизы в области налогообложения, оценки налоговых рисков, налогового планирования и составления налоговой отчетности, а также представлению интересов налогоплательщиков во взаимоотношениях с налоговыми органами и в суде» [2].

С экономической точки зрения деятельность налогового консультанта включает широкий круг действий, связанных с анализом, оценкой налоговых рисков, расчетом их критериальных значений.

Одна из основных целей работы налогового консультанта связана с работой по минимизации налоговых рисков.

Налоговые риски по своей сути являются разновидностью финансовых рисков, поэтому для них характерны все атрибуты последних:

- экономическая природа происхождения;
- вероятность реализации;
- спекулятивность;
- неопределенность;
- негативный характер проявления.

Исходя из такого понимания, налоговый риск как «вероятность финансовых и/или иных потерь, связанных с процессом налогообложения, вследствие негативных отклонений от предполагаемых субъектом налоговых правоотношений и основанных на действующих нормах права состояниях будущего, из расчета которых им принимаются решения в настоящем» [3], требует идентификации субъектов и объектов налоговых правоотношений.

Таблица 1

Классификация налоговых рисков [3]

Классификационные признаки	Разновидности налоговых рисков
1. Субъекты-носители риска	- налоговые риски государства - налоговые риски налогоплательщиков - налоговые риски налоговых агентов - налоговые риски взаимозависимых лиц
2. Источники происхождения	- внешние налоговые риски - внутренние налоговые риски
3. Возможные потери	- риски, связанные с упущенной выгодой - риски, связанные с потерями - риски, связанные с неплатежеспособностью и др.
4. Уровень возможных потерь	- допустимые потери - критические потери - катастрофические потери

Таблица 2

Условия сравнения исходной информации [3]

Степени достаточности исходной информации	Возможность оценки последствий	Рекомендации для рассмотрения ситуаций
Полная определенность	Полная оценка последствий	Принятие обоснованных налоговых решений
Вероятностные условия	Вероятностная оценка последствий	Управление налоговыми рисками
Полная неопределенность	Невозможность оценки последствий	Поиск информации для сведения варианта к вероятностному или полной определенности

Налоговый кодекс РФ определяет, что субъектами таких отношений выступают налогоплательщики и плательщики сборов [8; ст.19], налоговые агенты [8; ст.24], взаимозависимые лица [8; ст.20] и государство в лице соответствующих исполнительных органов [8; ст.13].

К объектам налоговых рисков относят возможные финансовые и/или иные потери в процессе налогообложения. У каждого субъекта налоговых правоотношений потери проявляются по-разному. Например, для налогоплательщика и взаимозависимых лиц – в виде роста налоговых издержек, для налогового агента – в виде упущенной выгоды. И в том и в другом случае происходит снижение имущественного потенциала данных субъектов. Для государства как носителя налоговых рисков возможные потери могут быть определены уровнем снижения поступления налогов в доходную часть бюджета. Налоговые риски разнообразны по своей сути и могут быть классифицированы по различным признакам (таблица 1).

Процесс работы с налоговыми рисками предполагает обязательный анализ и оценку с помощью тех методов, которые позволяют оценить вероятность наступления и характер ущерба при принятии налоговых реше-

ний. Среди показателей оценки налоговых рисков целесообразно выделить две основные группы:

- оценка риска и доходности;
- оценка на основе стоимостных показателей.

Принятие налоговых решений с учетом рисков требует формирования критериев оценки вариантов налоговых решений. При этом необходимо учитывать, во-первых, что экономическое содержание используемых показателей должно соответствовать целям оценки налогового риска, во-вторых, должно соответствовать требованиям к исходной информации и, в-третьих, корректность построения показателя и рекомендуемых значений формировании критериев оценки вариантов налоговых решений с учетом рисков необходимо учитывать, во-первых, соответствие, во-вторых, соответствие исходной информации требованиям, и, в-третьих, корректность расчетного показателя и его критериальных значений.

Ключевыми факторами, влияющими на эффективность принятия налоговых решений, являются доступность, полнота и корректность исходной информации о вероятности наступления рисков событий (таблица 2).

Показатели налоговой нагрузки [3]

Коэффициенты, формируемые на налоговой базе	Показатели, сформированные методом			Показатели сравнения
	начисления	кассовым	балансовым	
Налогообложение выручки	Налоговая нагрузка на выручку	Коэффициент доли налоговых платежей в выбытии денежных средств	Коэффициент доли чистой налоговой задолженности	Абсолютное изменение
Налогообложение оплаты труда	Налоговая нагрузка на чистый денежный поток			Относительное изменение
Налогообложение расчетной прибыли и др.	Налоговая нагрузка на виды бухгалтерской прибыли		Коэффициент доли налоговых обязательств в капитале	Доля факторного налогового показателя в результирующем

Условия сравнения исходной информации, представленные в таблице 2, определяют выбор стратегии работы с налоговыми рисками. Если агрессивная стратегия предполагает максимизацию налоговой выгоды (экономии) без учета рисков, то консервативная стратегия ориентирована на минимизацию риска без учета налоговой выгоды (экономии). В рамках смешанной стратегии оптимизируется соотношение риска и налоговой выгоды (экономии).

Одним из основных объектов, связанных с пониманием сущности налоговых рисков, является налоговая нагрузка. В экономической литературе существуют разные подходы к понятию «налоговая нагрузка» и методам ее расчета (таблица 3).

Налоговый консультант, моделируя любой из показателей налоговой нагрузки, определяет количественный показатель, отвечающий задачам исследования налоговых рисков и имеющий выраженное экономическое содержание,

В практической деятельности чаще всего используется методика, предложенная

ФНС РФ в Концепции системы планирования выездных налоговых проверок.

В соответствии с Приказом ФНС России от 30.05.2007 № ММ-3-06/333 «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок» (с Приложениями) под налоговой нагрузкой конкретного налогоплательщика понимается «средний уровень налоговой нагрузки по хозяйствующим субъектам в конкретной отрасли (вид экономической деятельности)» [10], который рассчитывается как соотношение суммы уплаченных налогов по данным отчетности налоговых органов и оборота (выручки) организаций по данным Федеральной службы государственной статистики.

Использование данной методики дает возможность налоговому консультанту рекомендовать вариант выбора в пользу применения той или иной системы налогообложения, оценить риски, связанные с назначением налоговых проверок ИФНС, и тем самым, инициировать более внимательное отношение к данным подаваемой налогоплательщиком отчетности.

Библиографический список

1. Хашева З.М., Артеменко Д.А., Белокрылова О.С., Поролло Е.В., Артеменко Г.А. Налоговое администрирование и налоговый контроль: теория и практика: монография. Краснодар: Южный институт менеджмента, 2006.
2. Барулин С.В., Минвалиев А.В. Экономическое содержание и структура института налогового консультирования как формы налоговых отношений и управления // *Налоги и финансы*. 2017. № 2. С. 23-31.
3. Бондорчук Н.В., Бурдина А.А., Грачева М.Е., Карпасова З.М. Финансово-экономический анализ для целей налогового консультирования. М.: Палата налоговых консультантов, 2015.
4. Мазурина Л.А. Стратегия налогового консультирования // *Актуальные вопросы экономических наук*. 2021. № 23. С. 101-108.

5. Селезнёва М.П., Кочеткова А.С. Проблемы и перспективы развития института налогового консультирования в России // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2019. Vol. 11-3 (38). DOI: 10.24411/2500-1000-2019-11827.
6. Чечушкова О.Н. Методология выявления нарушений налогового законодательства в рамках оптимизации налоговых платежей в налоговом консультировании предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 12-2. С. 403-408.
7. Юзвович Л.И., Шадурская М.М., Чечушкова О.Н. Современные проблемы практики налогового консультирования в России // Управление риском. 2018. № 4 (88). С. 18-23.
8. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1. Ст. 13, 19, 20, 24. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 05.10.2023).
9. Приказ Минтруда России от 12.10.2021 N 722н «Об утверждении профессионального стандарта «Консультант по налогам и сборам» (Зарегистрировано в Минюсте России 16.11.2021 N 65840). [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_400519/ (дата обращения: 05.10.2023).
10. Приказ ФНС России от 30.05.2007 № ММ-3-06/333 «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55729/ (дата обращения: 05.10.2023).

УДК 330.322

Д. С. Шалина

ФГОАУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, e-mail: d.shalina2011@yandex.ru

Н. Р. Степанова

ФГОАУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, e-mail: n.r.stepanova@urfu.ru

СИСТЕМА ВІ-АНАЛИТИКИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Ключевые слова: управление проектом, инвестиционно-строительный проект, дашборд, ВІ, мониторинг показателей.

В статье представлены результаты исследования системы мониторинга инвестиционного-строительных проектов с помощью интерактивных дашбордов. С ростом количества проектов возрастает массив анализируемых данных, который необходимо регулярно контролировать – проверять выполнение задач, сравнивать полученные результаты с поставленными целями и принимать корректирующие меры, если необходимо. Используемый в работе инструмент в виде дашборда, собираемого вручную, не позволяет перекрыть потребность в оперативном владении актуальной информацией для принятия управленческих решений. В связи с этим мы предлагаем использовать систему ВІ-аналитики. На основе проведенного теоретического анализа ВІ-системы и этапов ее внедрения в практическую деятельность предприятий и организаций инвестиционно-строительного комплекса сформирована архитектура формирования дашборда с использованием ВІ-аналитики, а также показаны общие эффекты от внедрения данной системы. Проведенный SWOT-анализ до и после внедрения системы ВІ-аналитики показывает, что процесс сбора информации, формирования и мониторинга ключевых показателей эффективности инвестиционно-строительных проектов упрощается, а дашборды преобразуются в вид, пригодный для эффективной работы по анализу результатов и принятия решений для достижения поставленных целей.

D. S. Shalina

Ural federal university named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, e-mail: d.shalina2011@yandex.ru

N. R. Stepanova

Ural federal university named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, e-mail: n.r.stepanova@urfu.ru

BI-ANALYTICS SYSTEM AS A MODERN TOOL FOR MONITORING THE IMPLEMENTATION OF INVESTMENT AND CONSTRUCTION PROJECTS

Keywords: project management, investment and construction project, dashboard, BI, monitoring of indicators.

The article presents the results of a study of the monitoring system of investment and construction projects using interactive dashboards. With the increase in the number of projects, the array of analyzed data increases, which must be regularly monitored – to check the completion of tasks, compare the results obtained with the goals set and take corrective measures, if necessary. The tool used in the work in the form of a dashboard assembled manually does not allow to cover the need for operational possession of up-to-date information for making managerial decisions. In this regard, we suggest using a BI-analytics system. Based on the theoretical analysis of the BI-system and the stages of its implementation in the practical activities of enterprises and organizations of the investment and construction complex, the architecture of the dashboard formation using BI-analytics is formed, and the general effects of the implementation of this system are shown. The SWOT analysis conducted before and after the implementation of the BI-analytics system shows that the process of collecting information, forming and monitoring key performance indicators of investment and construction projects is simplified, and dashboards are transformed into a form suitable for effective work on analyzing results and making decisions to achieve goals.

Введение

Процесс реализации инвестиционно-строительного проекта (ИСП) сопровождается контролем и мониторингом показателей его эффективности в целях предотвращения отклонения от плановых показателей и снижения риска получения убытков по проекту [1]. Согласно данным Единой информационной системы жилищного строительства [2] в среднем в месяц застройщики реализуют 14 проектов (объектов жилой недвижимости) в объеме 342 м². Для анализа большого объема данных требуются инструменты, способные отражать показатели по проектам для принятия управленческих решений. Одним из таких инструментов является дашборд, т. е. визуальное представление сгруппированных по смыслу показателей в рамках одного экрана монитора. Пути составления дашборда охватывают как ручной ввод данных, так и автоматический.

Если автоматизация требует внедрения цифровых систем, то ручной ввод данных можно произвести в текстовом редакторе

или в табличном редакторе. И именно с такого формата начинается формирование статичных дашбордов.

Для ручного формирования дашборда ИСП необходимо произвести сбор актуальных данных, структурировать их, отфильтровать, произвести расчет (при необходимости) и представить данных с помощью графиков, диаграмм или индикаторов. Мы провели SWOT-анализ данного процесса и представили результаты в табл. 1.

Процесс формирования и мониторинга ИСП с помощью статичного отчета характеризуется трудоемкостью, длительностью и ограниченными настройками. За время трудоемкой работы показатели могут утратить свою актуальность. Для решения данных проблем мы предлагаем автоматизировать процесс мониторинга ИСП за счет использования дашбордов с помощью BI-аналитики (Business Intelligence) [3], позволяющего сократить временные ресурсы на подготовку и принятия управленческих решений, нивелировать возможные ошибки и улучшить визуализацию восприятия данных.

Таблица 1

SWOT-анализ ручного процесса создания дашборда и мониторинга ИСП

S (сильные стороны)	W (слабые стороны)
<ul style="list-style-type: none"> – Дашборд отражает основные показатели эффективности ИСП в одном окне; – Отлаженная схема сбора данных для формирования дашборда; – Привычный интерфейс дашборда для команды проекта 	<ul style="list-style-type: none"> – Трудоемкий процесс сбора и проверки данных для дашборда; – Ручное формирование исх. данных и дашбордов; – Показатели эффективности ИСП представлены за прошлый период (отсутствие возможности отражения всех показателей на текущий момент времени); – Из-за статичного отчета отсутствует возможность фильтровать данные или смотреть их динамику за прошлые периоды в более глубоких разрезах данных; – Отсутствие единого дашборда для всех ИСП (всего портфеля проектов для оценки эффективности проектов в совокупности для бизнеса)
O (возможности)	T (угрозы)
<ul style="list-style-type: none"> – Возможность автоматизации процесса мониторинга ИСП за счет дашбордов при помощи BI-аналитики, позволяющего сократить временные ресурсы на подготовку и принятия упр. решений, нивелировать возможные ошибки и улучшить восприятие данных; – Демонстрация актуальных на текущий момент времени показателей эффективности; – Возможность преобразования интерфейса дашборда с привычной для всех визуализацией; – Сбор данных по всем ИСП и создание главной страницы в виде анализа всего портфеля проектов с возможностью перехода к конкретному проекту по одному щелчку 	<ul style="list-style-type: none"> – Несвоевременное принятие управленческих решений; – Высокий риск ошибочных данных из-за ручного формирования исх. данных и дашбордов, в связи с тем проводится тройная проверка; – Отсутствие сотрудников, осуществляющих сбор, анализ и подготовку данных, в т. ч. дашбордов для последующего принятия решений

Актуальность данной работы обусловлена растущей потребностью оперативного владения достоверной информацией с учетом тенденцией цифрового развития компании и ее цифровой трансформации [4].

Для компании важно иметь возможность оперативно владеть информацией по целевым показателям и ходе реализации проектов для последующего принятия управленческих решений (например, оптимизировать процессы, анализировать риски, прогнозировать продажи, грамотно оценивать инвестиции и убытки).

При использовании BI-систем все нужные данные поступают оперативно, в удобном для аналитики виде, с возможностью сравнить план/факт и другие параметры – и факторы риска убытков при принятии решения значительно уменьшаются.

Далее представлен перечень факторов, при которых руководству компаний целесообразно всерьез задуматься о внедрении BI-системы [5]:

- потребность в оперативном доступе к бизнес-данным большому количеству пользователей как среди руководства, так и аналитиков;
- процесс роста компании, изменения ее структуры, найма новых сотрудников, запуска новых проектов;
- необходимость мониторить показатели и тенденции в любое время с любого гаджета;
- структурирование данных и нивелирование разнородных неидентичных данных;
- необходимость для бизнеса по-разному смотреть на свои данные (изменять визуальное представление, добавлять детализацию, менять аналитические разрезы и т. д.).

BI-системы – это эффективный инструмент для разработки правильной стратегии работы. Все полученные данные из отчетов можно применять в любых сферах компании, включая продажи, маркетинг, выполнение и финансы.

Целью исследования является оценка эффективности автоматизации бизнес-процесса сбора и преобразования данных из различных источников в единую форму с использованием OLAP (Online Analytical Processing) и BI-технологий для последующего анализа и принятия управленческих решений. Пользователи могут быстро и гибко просматривать, фильтровать и суммировать данные в различных измерениях и уровнях детализации.

Для достижения поставленной цели мы выделили следующие задачи:

- проанализировать теоретические аспекты внедрения BI-аналитики;
- описать процесс внедрения BI;
- представить пример IT-архитектуры функционирования BI;
- оценить эффективность внедрения BI.

Материалы и методы исследования
В качестве методов исследования используется анализ, синтез, классификация, моделирование и SWOT-анализ.

Теоретические аспекты внедрения системы BI-аналитики

Дашборд – информационная панель, на которой визуально представлены данные сгруппированы по смыслу [6].

BI-системы – это набор высокотехнологичных инструментов для сбора, обработки и анализа данных; BI-системы необходимы для объединения информации из различных каналов в единый анализ [3].

Характеристики отчета, созданного с помощью BI-системы [3, 7]:

- отчет напоминает многофункциональную информационную панель, в которой собраны по разным логическим параметрам данные.
- выделение ключевых (приоритетных) показателей или направлений.
- гибкая настройка формата отчета с помощью фильтров, вариантов сортировки, видов визуализации.
- визуально понятный интерфейс рассчитан на быстрое освоение и беспрепятственное пользование системой обычных сотрудников без глубоких познаний в IT-сфере.

Процесс работы BI-системы включает сбор и консолидацию данных из разных источников, их агрегация, классификация и загрузка в систему, где производится их анализ на основе разнообразных отчетов и визуализаций [7].

Потенциальные источники данных включают [5]:

- облачные (Oracle Cloud, Google BigQuery, Microsoft Azure и другие веб-подключения);
- файловые (Excel, XML, PDF и иные табличные файлы);
- реляционные (SQL Server, MySQL, Oracle);
- информационные системы (1С, SAP, MS AX, MS NAV, Битрикс, Яндекс.Метрика и другие).

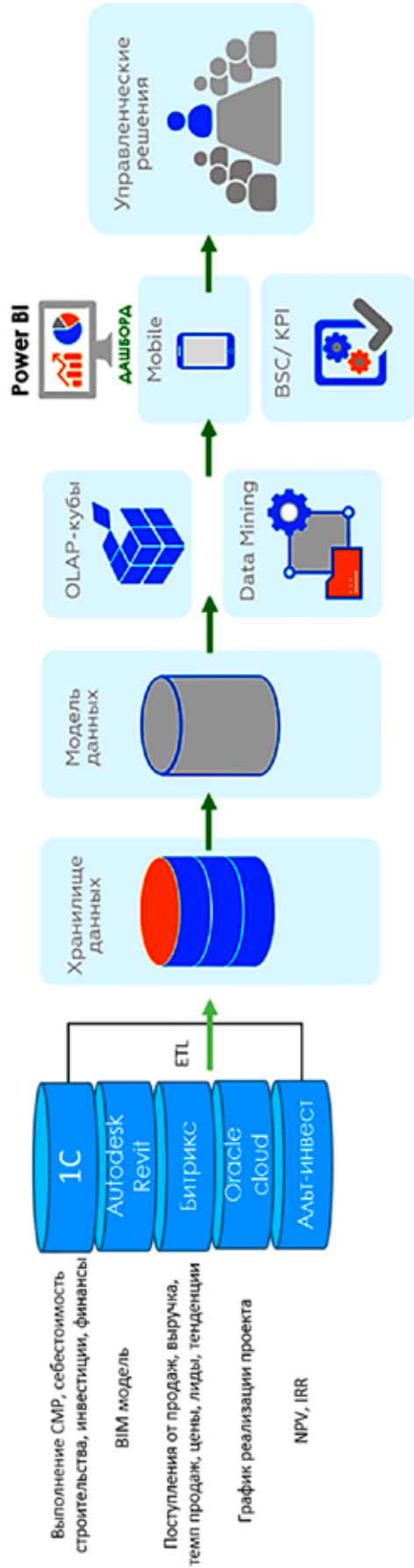


Рис. 1. Дорожная карта внедрения BI-системы

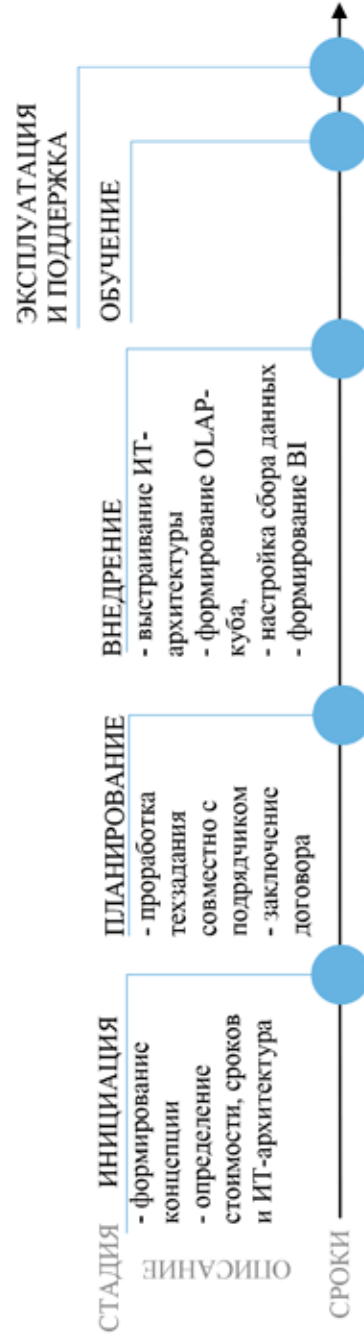


Рис. 2. Архитектура BI-системы

Основные инструменты BI-аналитики [5]:

– SQL (Structured Query Language) – это специальный язык, который формирует запросы к базе данных по определенной структуре. С его помощью аналитик достает данные и затем обрабатывает их с помощью другого, более гибкого языка программирования, например, Python.

– Куб OLAP (Online Analytical Processing) – это структура данных, позволяющая быстро анализировать данные в реляционном виде без ограничений. Кубы могут отображать большое количество данных, а также предоставлять доступ ко всем точкам хранения данных.

– ETL (Extract, Transform, Load) – это инструмент, с помощью которого выгружаются данные из первоисточника, трансформируются, очищаются, обогащаются и готовятся к размещению в системе хранения. Аналитик BI должен обладать навыками, позволяющими ему не только представлять массивы данных, но и влиять на их изменение. Чаще всего для подготовки используются такие языки как SQL или Python.

Внедрение BI включает пять этапов. Дорожная карта составлена на основе источников [7, 8] и представлена на рис. 1.

Основным этапом внедрения BI-системы является формирование архитектуры, т. е. какие данные и из какого источника будет выгружаться, как рассчитываться, группироваться, в каком формате выводиться на дашборд. От данного процесса зависит успех внедрения BI-системы.

В девелопменте BI-система собирает данные о строительстве и реализации объектов: себестоимость строительства, каково отставание от плана, каковы темпы продаж

и суммы поступлений, сколько квадратных метров построено/продано/висит в остатках.

Все данные, которые компания оцифровывает в технологиях информационного моделирования (BIM), системах учета, CRM (Customer Relationship Management), сквозной аналитики, и любых других системах, сводятся и обрабатываются в BI, чтобы у топ-менеджмента перед глазами всегда была актуальная картина по всем показателям.

В качестве примера мы составили общую архитектуру BI-системы для формирования дашбордов ИСП на основе источника [9] (рис. 2).

С помощью ETL данные выгружаются из первоисточника, трансформируются, очищаются и готовятся к размещению в хранилище данных (сервер). Используются SQL-запросы.

Все полученные данные различного формата преобразуются в организованную структуру таблиц и связей между ними.

Из модели данных информация попадает в OLAP-куб, который предназначен для упрощения извлечения необходимых сведений бизнес-аналитики из данных. С помощью Data Mining выявляется взаимосвязи между показателями и их группами, определяется зависимости, закономерности. Используют следующие методы: статистические исследования, составление прогнозов, семантический анализ и другие.

Из OLAP-куба посчитанные данные попадают в Power BI посредством SQL-запросов. Настраивается визуализация и фильтры.

В табл. 2 представлен SWOT анализ процесса мониторинга ИСП при использовании BI-системы.

Таблица 2

SWOT анализ процесса мониторинга ИСП с помощью BI

S (сильные стороны)	W (слабые стороны)
<ul style="list-style-type: none"> – Автоматическое обновление данных, т. е. получение актуальных данных в моменте; – Доступность отчетов в любой момент времени; – Гибкая настройка по уровню доступа (в зависимости от должности или роли в команде проекта); – Сокращение времени на поиск информации и ее анализа; – Оперативный доступ к информации и сбор данных из различных источников в одном месте; – Оперативное принятие управленческих решений с опорой на актуальные данные в интерактивном отчете 	<ul style="list-style-type: none"> – Требуется место для публикации в доступной среде; – Отсутствует достаточно инструментов для обработки и очистки данных; – Ограниченные возможности для изменения визуальных эффектов; – Ограничение на число локальных пользователей; – Недостаточная согласованность локальных и облачных продуктов
O (возможности)	T (угрозы)
<ul style="list-style-type: none"> – Возможность расширения перечня видов проектов и направлений деятельности компании проектов с помощью BI 	<ul style="list-style-type: none"> – Ограничения в поставках зарубежного ПО; – Сопротивление инновациям; – Функциональные проблемы

Проблемы при внедрении BI-системы и их решения

Проблема	Описание	Решение
Ограничения в поставках зарубежного программного обеспечения (ПО)	В связи с санкциями российским компаниям недоступно множество зарубежных ПО	Внедрение отечественного ПО
Сопротивление инновациям	Если сотрудники не принимают инновацию, а руководство не пытается повысить уровень вовлеченности персонала, BI-проект, скорее всего, потерпит крах	Обосновать преимущества и эффективность внедрения BI, что даст новый инструмент команде проекта
Функциональные проблемы	Сложный интерфейс аналитических приложений; жесткая система анализа, отсутствие гибкости в интеграции источников; сложность и длительность разработки новых аналитических приложений; недостаточная производительность для больших массивов данных	Подбор оптимального ПО

Возможности из SWOT-анализа до внедрения BI-системы (ручное формирование статичного дашборда) преобразовались в сильные стороны и решили вопросы слабых сторон. Слабые стороны являются техническими вопросами и решаются в рабочем порядке. Возможности представлены перспективами развития данного направления в компании.

Для успешного внедрения и использования BI-системы необходимо решение проблем, представленных угрозами. В табл. 3 описаны указанные проблемы и предложено их решение.

Предложенные решения помогут преодолеть препятствия внедрения и использования BI-системы. Это показывает, что при внедрении и использовании BI возможно решить большинство вопросов или минимизировать вероятность их возникновения.

Результаты исследования и их обсуждение

Внедрение BI-системы для девелопера – это реалистичный способ преобразования мониторинга показателей эффективности инвестиционно-строительных проектов.

Оценить эффективность системы BI-аналитики возможно только в долгосрочной перспективе. Далее представлены качественные эффекты от внедрения системы BI-аналитики (рис. 3).

Система BI-аналитики для мониторинга реализации инвестиционно-строительных проектов является инструментом, который позволяет собирать, анализировать и визуализировать данные о выполнении таких проектов. Работа системы состоит из нескольких этапов:

1. Сбор данных: Система получает информацию о различных аспектах проекта, таких как бюджет, сроки, исполнители, затраты, прогресс выполнения и т. д. Данные могут быть собраны из разных источников, включая финансовые отчеты, документацию, отчеты исполнителей и т. д.

2. Анализ данных: После сбора данных система производит их анализ с использованием различных методов и алгоритмов. Это позволяет выявить тренды, проблемные области, расходы и другие ключевые показатели проекта. Например, система может определить, что проект превышает бюджет или отклоняется от графика выполнения.

3. Визуализация результатов: Система предоставляет пользователю наглядную информацию о выполнении проекта в виде дашбордов, графиков, диаграмм и других визуальных элементов. Это помогает лучше понять текущую ситуацию, выявить проблемы и принять соответствующие меры.

4. Отчетность: Система позволяет генерировать отчеты о выполнении проекта, которые могут быть использованы для связи с заинтересованными сторонами, такими как инвесторы, руководство и другие участники проекта. Отчеты могут включать в себя общую статистику выполнения, финансовые показатели, риски и другую важную информацию.

5. Мониторинг и управление: Система BI-аналитики позволяет постоянно отслеживать выполнение проекта и реагировать на изменения в режиме реального времени. Если возникают проблемы или отклонения, система может предоставить уведомление и рекомендации для принятия мер по их устранению.



Рис. 3. Эффекты от внедрения системы BI-аналитики

Так система BI-аналитики для мониторинга реализации инвестиционно-строительных проектов помогает эффективно управлять и контролировать проекты, повышать прозрачность и минимизировать риски, что способствует успешной реализации и достижению поставленных целей.

Заключение

Объемы строительства с каждым годом увеличиваются, производить мониторинг показателей инвестиционно-строительных проектов становится сложнее. В связи с этим возможно упустить стратегически-важную информацию для успешной реализации проектов.

Мы предлагаем внедрить систему BI-аналитики для создания интерактивных

дашбордов ИСП, которые отличаются автоматическим обновлением данных, гибкими настройками по уровню доступа, комфортной визуализацией, сбором данных из различных источников в одном месте. Это позволит автоматизировать бизнес-процесс сбора и преобразования данных о продажах, выполнении строительно-монтажных работ, поступивших инвестициях из различных источников в единую форму для последующего анализа и принятия управленческих решений. В последствии BI-системы позволит сократить время получения актуальной информации, трудозатраты на актуализацию данных, расширить структуру анализируемых данных в одном месте, принимать бизнес-решения оперативно на основании актуальных данных, представленных в удобном для анализа виде.

Библиографический список

1. Лю Ю., Зуб А.Т. Эффективность управления строительными проектами // Инновации и инвестиции. 2020. № 10. С. 84-89.
2. Жилищное строительство. Единая информационная система жилищного строительства [Электронный ресурс]. URL: https://наш.дом.рф/аналитика/жилищное_строительство (дата обращения: 21.09.2023).

3. Измайлова Н.А., Агеенко Б.М., Косников С.Н. Сравнительный анализ компьютерных систем поддержки управленческих и организационных решений // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2023. № 189. С. 28-45.
4. Никитская Е.Ф., Валишвили М.А., Афонина В.Е. Цифровизация в глобальном мире: международная практика и российский опыт // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 10-2. С. 150-159.
5. Что такое BI (Business Intelligence) [Электронный ресурс]. URL: <https://1solution.ru/events/articles/что-такое-bi/> (дата обращения: 24.09.2023).
6. Соколова М.А., Зотова А.А. Характеристика современных BI-систем // Финансовые рынки и банки. 2022. № 11. С. 44-48.
7. Новотна И.А., Иванчук О.В. BI-системы: анализ понятия и функциональных возможностей // Теория и практика общественного развития. 2023. № 2 (180). С. 90-94.
8. Внедрение бизнес-аналитики (BI-систем) [Электронный ресурс]. URL: <https://1solution.ru/services/vnedrenie-sistem-biznes-analiza/> (дата обращения: 24.09.2023).
9. Бизнес-аналитика (BI) [Электронный ресурс]. URL: [https://fto.com.ru/biznes-analitika-bi/?_escaped_fragment_ =](https://fto.com.ru/biznes-analitika-bi/?_escaped_fragment_=) (дата обращения: 24.09.2023).

УДК 339.9

Л. В. Шкваря

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

ТЕКСТИЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ССАГПЗ: ДИАЛЕКТИКА РАЗВИТИЯ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЭКСПОРТА

Ключевые слова: Мировая экономика, ССАГПЗ, ОАЭ, диверсификация экономики, текстильная промышленность, экспорт, мировой текстильный рынок.

Актуальность статьи предопределяется необходимостью для ресурсоизбыточных стран диверсифицировать структуру экономики, при этом опорой может служить другая традиционная деятельность. В статье проведен анализ особенностей и перспектив развития текстильной промышленности стран Совета сотрудничества арабских государств (ССАГПЗ) в условиях глобальной нестабильности и высокой волатильности мирового энергетического рынка. Целью данной статьи является анализ текстильной отрасли промышленности стран ССАГПЗ в XXI в., ее роли и особенностей развития как одного из направлений диверсификации национальной хозяйственной системы. Автором обосновано, что одним из направлений диверсификации национальной экономики стран ССАГПЗ может стать легкая промышленность, уже получившая развитие в регионе, в частности, производство текстильной продукции. Текстильная промышленность занимает важное место в экономике ОАЭ в целом из-за ее вклада в промышленное производство, создание рабочих мест и поступления иностранной валюты. В статье определены факторы, содействующие развитию отрасли в странах ССАГПЗ. Автор обосновывает точку зрения, что этот сегмент национальной экономики стран региона имеет значительный потенциал и приобретает все большее значение не только с точки зрения удовлетворения растущего спроса в регионе, но и за его пределами. Соответственно, растет роль отрасли в качестве источников экспортных поступлений, хотя эта роль значительно дифференцирована по странам. В то же время сохраняется ряд проблем в текстильной отрасли стран ССАГПЗ, среди которых выделяется рост конкуренции на мировом текстильном рынке. Для анализа нами использованы сравнительный, дедуктивный, статистический методы и метод визуализации.

L. V. Shkvarya

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

GCC TEXTILE INDUSTRY: DIALECTICS OF DEVELOPMENT AND NEW EXPORT OPPORTUNITIES

Keywords: World economy, GCC, UAE, economic diversification, textile industry, export, global textile market.

The relevance of the article is determined by the need for resource-surplus countries to diversify the structure of the economy, while other traditional activities can serve as a support. The article analyzes the features and prospects of the development of the textile industry of the countries of the Cooperation Council of Arab States (GCC) in the conditions of global instability and high volatility of the world energy market. The purpose of this article is to analyze the textile industry of the GCC countries in the XXI century, its role and features of development as one of the directions of diversification of the national economic system. The author proves that one of the directions of diversification of the national economy of the GCC countries can be light industry, which has already been developed in the region, in particular, the production of textile products. The textile industry occupies an important place in the UAE economy as a whole because of its contribution to industrial production, job creation and foreign exchange earnings. The article identifies the factors contributing to the development of the industry in the GCC countries. The author substantiates the point of view that this segment of the national economy of the countries of the region has significant potential and is becoming increasingly important not only in terms of meeting the growing demand in the region, but also beyond. Accordingly, the role of the industry as a source of export earnings is growing, although this role is significantly differentiated by country. At the same time, a number of problems remain in the textile industry of the GCC countries, among which the growth of competition in the global textile market stands out. For the analysis, we used comparative, deductive, statistical and visualization methods.

Введение

Традиционно бытует точка зрения, что страны Персидского залива – Бахрейн,

Катар, Кувейт, Оман, Саудовская Аравия и ОАЭ – обеспечивают свое устойчивое и достаточно высокое социально-экономическое

развитие главным образом за счет своей добывающей промышленности, опирающейся на колоссальные запасы природного нефтегазового сырья, высококачественного и извлекаемого с относительно низкими издержками. Действительно, углеводородный сегмент в странах ССАГПЗ сохраняет свою первостепенную важность – и на государственном, и на мировом уровнях.

Однако гораздо менее известным остается то обстоятельство, что экономическая диверсификация в странах ССАГПЗ, отмечаемая некоторыми исследователями [1, 6], – это свершившийся факт, или, как минимум, свершающийся. Это подтверждают, в частности, данные международной статистики ЮНКТАД, согласно которым в странах ССАГПЗ за последние полвека произошел резкий рост обрабатывающей промышленности – как количественный (рис. 1), так и качественный (в отраслевом разрезе).

Как видно из рис. 1, объем обрабатывающей индустрии в странах ССАГПЗ, будучи дифференцированным по странам, вырос в совокупности с 641,8 млн долларов в 1970 г. до 155754,5 млн долларов в 2020 г., т. е. в 242,7 раза. Особенно активизировался этот рост с начала XXI в., и на него оказывали влияния разнонаправленные глобальные и внутренние факторы, в том числе – глобальная «зеленая» повестка и цифровизация, наряду с ростом глобальной нестабильности

в экономическом и страновом аспектах [10], исчерпание собственного сырья в Бахрейне, а также ряд реформ на региональном и страновом уровнях, включая активное развитие особых экономических зон, которые получили широкое распространение в последние 15-20 лет [3], а также развитие человеческого капитала [2].

Большое значение для развития отраслей обрабатывающей промышленности в странах ССАГПЗ имеет государственное регулирование. В частности, некоторые исследователи отмечают его исключительно важную роль в автопроме [7], химической и алюминиевой промышленности [11], и даже в аэрокосмической сфере [5].

Также отмечается высокая роль внешних связей в становлении и развитии нефтегазовых отраслей в странах ССАГПЗ [8], и с этим, бесспорно, следует согласиться.

Таким образом, на наш взгляд, актуализируется необходимость исследования особенностей развития обрабатывающей промышленности стран ССАГПЗ в XXI в., в частности, такой важной составляющей этой сферы, как текстильная промышленность.

Целью данной статьи является анализ текстильной отрасли промышленности стран ССАГПЗ в XXI в. Для анализа нами использованы сравнительный, дедуктивный, статистический методы и метод визуализации.

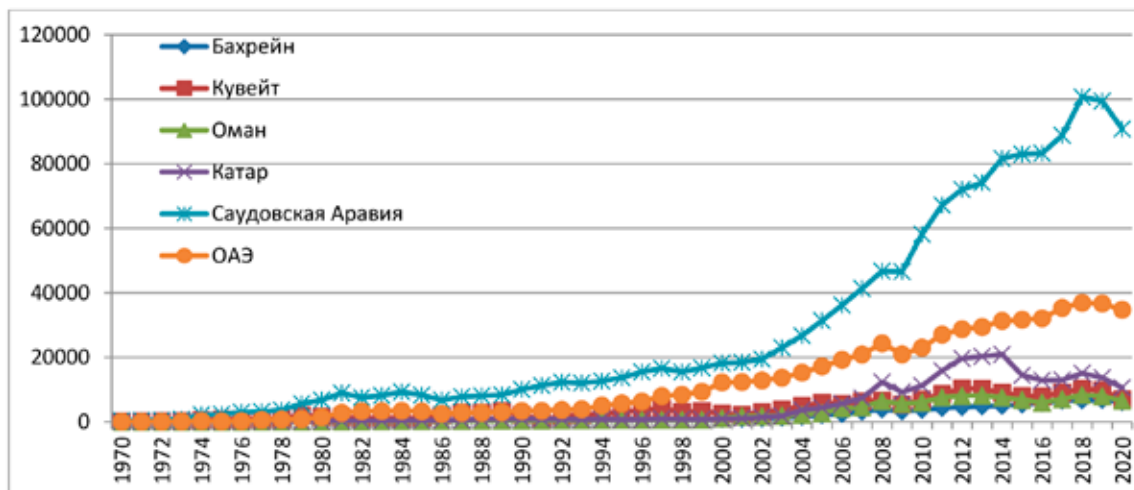


Рис. 1. Динамика роста стоимостных объемов производства отраслей обрабатывающей промышленности в странах ССАГПЗ в 1970-2021 гг., млн долларов США в текущих ценах по текущему курсу
Источник: составлено по данным UNCTAD

*Текстильная промышленность ССАГПЗ:
факторы роста*

Текстильная промышленность занимает особое место в национальной экономике различных стран, и особенно ближневосточных, будучи исторически одним из старейших и традиционных видов деятельности и играющих важную роль в процессе удовлетворения основополагающих потребностей населения. К тому же она сохраняет большое значение как одна из базовых отраслей в цепочках создания стоимости, используя сырье одних сегментов экономики, и обеспечивая сырьем и/или готовой продукцией другие. Технический прогресс и 4-я промышленная революция оказала стимулирующее влияние на отрасль и содействовала ее развитию как в мире, так и в ССАГПЗ.

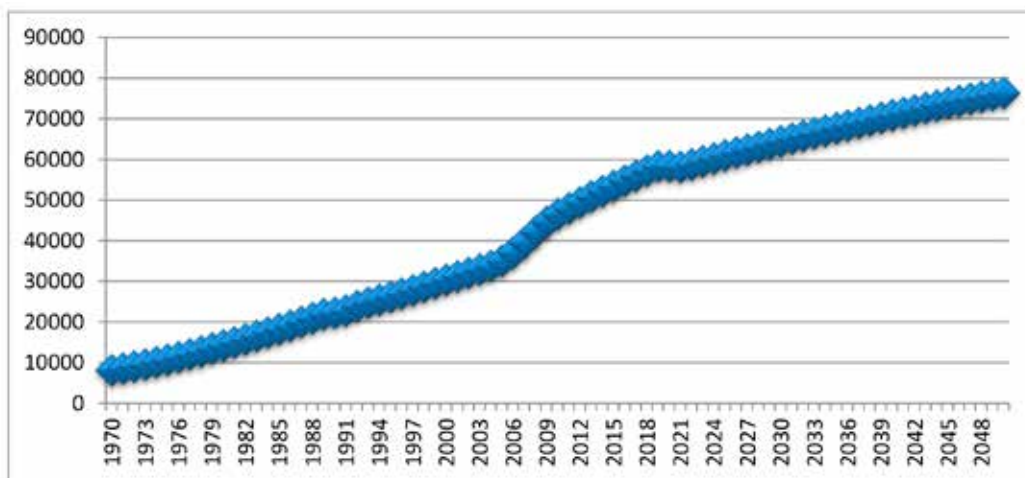
Среди факторов развития текстильной отрасли в ССАГПЗ можно прежде всего отнести демографический. На начало 2022 г. в странах ССАГПЗ проживало свыше 58 млн человек, что представляет собой значительный потребительский рынок. В регионе сохраняется высокий демографический рост (рис. 2), и, по прогнозам ЮНКТАД, к 2050 г. население региона превысит 76 млн человек, хотя некоторая тенденция к уменьшению темпов демографического роста и наблюдается.

Кроме того, с учетом высокого (выше среднемирового показателя) темпа роста населения в Заливе, значительную долю составляет молодежь в возрасте 35–39 лет

(рис. 3), и можно предположить, что это – наиболее активная часть потребительского рынка, стимулирующего его рост, в том числе – в сфере одежды и другой продукции текстильной промышленности. При этом почти 100% населения стран ССАГПЗ проживает в городах и сохраняет достаточно высокие стандарты потребления. Благодаря росту численности населения, его городской локализации, увеличению располагаемого дохода и изменению предпочтений молодого поколения наряду с его высоким образовательным уровнем растет спрос на продукцию текстильной промышленности и, соответственно, ее производство.

Также развитию отрасли содействует и рост уровня жизни в странах региона и высокая покупательная способность. В частности, ВВП на душу населения в ССАГПЗ остается на протяжении полувека выше среднемирового показателя (рис. 4), а Катар – одна из богатейших стран мира. И, как видно из рисунка 4, этот отрыв подушевых доходов в Заливе только растет, хотя динамика показателя чрезвычайно волатильна.

Последнее обстоятельство связано именно с высокой зависимостью экономики региона от экспорта углеводородного сырья и служит стимулом для развития нефтяных отраслей, в частности, текстильной промышленности. Все это делает производство текстильной продукции в странах ССАГПЗ все более актуальным, а продукцию – все более востребованной.



*Рис. 2. Демографический рост в странах ССАГПХ в 1970–2021 гг. и прогноз до 2050 г., тыс. человек
Источник: составлено автором по данным [20]*

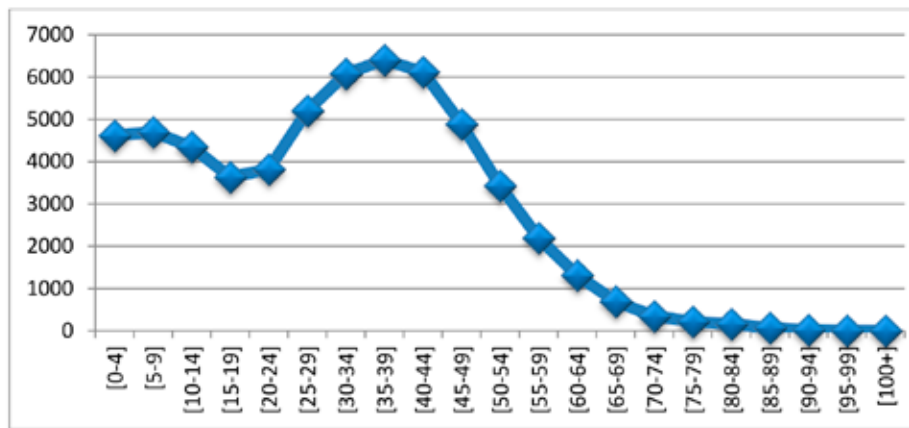


Рис. 3. Структура населения ССАГПЗ по возрасту в 2021 г., тыс. человек
Источник: составлено автором по данным [20]

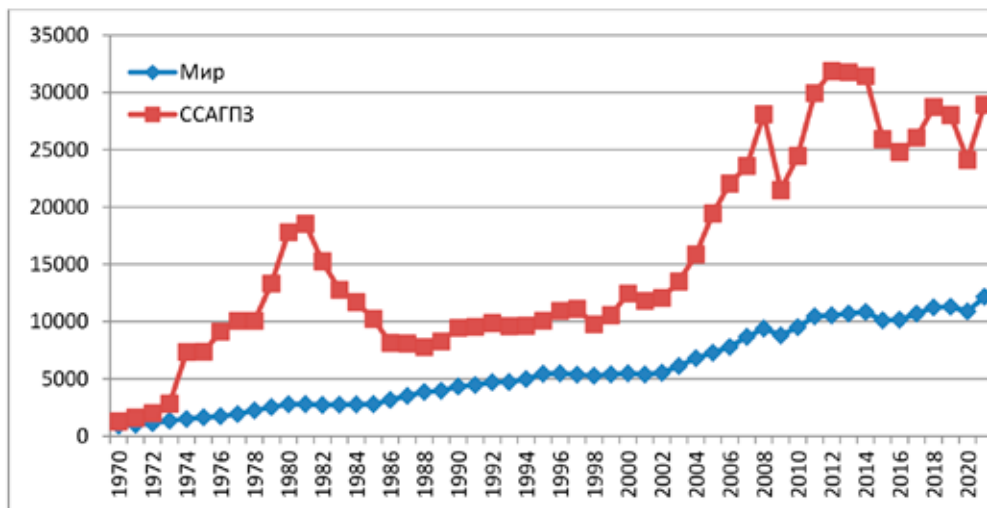


Рис. 4. Динамика подушевого дохода в мире и в ССАГПЗ в 1970–2021 гг., долларов
Источник: составлено автором по данным [20].

Значимость отрасли в регионе растет с ростом мирового текстильного производства. В 2021 г. объем мирового рынка текстильной продукции достиг уровня в 961 млрд долларов, сохранял стабильность (рис. 5), и в 2024 г. составит, по оценкам, 1230 млрд долларов, а 2028 г. совокупный годовой темп его роста может сохраниться на уровне 4,4% [17], в то время, как в 2016–2021 гг. он в среднем достигал 5%.

Ожидается, что растущий спрос на одежду со стороны индустрии моды в сочетании с ростом платформ электронной коммерции будет стимулировать текстильную промышленность и в перспективе. Таким образом, важной особенностью текстильной отрасли остается ее высокий рост.

Стоит отметить цифровизацию как фактор, содействующий развитию текстильной промышленности вообще, и в странах ССАГПЗ, в частности. «Ожидается, что стремительное развитие цифровой печати в сочетании с ее растущим проникновением в текстильную промышленность будет способствовать росту рынка. Изменения в покупательских привычках потребителей, связанные с использованием тканей с принтом, также, вероятно, окажут положительное влияние на спрос в отрасли...». Согласно отчету, опубликованному *Allied Market Research*, мировой рынок цифровой текстильной печати достиг 2,2 млрд долларов в 2019 г. и к 2027 г., как ожидается, вырастет до 8,8 млрд долларов [17].



Рис. 5. Динамика объема мировой текстильной промышленности, млн долларов, и ежегодный рост, %
Источник: [15]

Кроме того, цифровизация, с одной стороны, изменяет и ускоряет технологические производственные, а также маркетинговые и транспортно-логистические процессы, постоянно развивая продуктовые инновации, а с другой – изменяет поведение потребителей, все чаще обращающихся к цифровым инструментам для выбора и оплаты покупки. В результате рынок текстильной продукции в настоящее время находится в процессе трансформации и дальнейшего развития – как в мире, так и в ССАГПЗ.

Также стоит учесть специфику региона ССАГПЗ, включая развитый туристический сектор в ряде стран ССАГПЗ, прежде всего ОАЭ, что привлекает туристов со всего мира; льготный налоговый режим в регионе, что привлекает инвесторов в различные отрасли, в том числе в текстильную; наличие режима таможенного союза, что обеспечивает свободу перемещения товаров, капиталов и рабочей силы между странами; а также то обстоятельство, что регион постепенно превращается в один из крупнейших торговых и логистических центров, в том числе – благодаря выгодному географическому положению.

В целом рынок текстильной продукции региона ССАГПЗ остается важным и быстрорастущим сегментом мирового рынка и включает в себя основные ткани, сырье, готовую одежду и технический текстиль.

Эволюция и состояние текстильной отрасли

Текстильная промышленность на арабском полуострове – один из традицион-

ных видов деятельности, получивших свое развитие еще до открытия нефти во всех шести странах ССАГПЗ, хотя ее развитие и дифференцировано по странам. Крупнейшим региональным центром в текстильной отрасли остаются ОАЭ. Сегодня текстильная отрасль в ОАЭ стала настолько крупной, что по доходам и занятости она уступает только нефти, занимая 2-е место. В 2010–2020 гг. отрасль зарабатывала, по оценкам, 17,5 млрд долларов в год и росла двузначными темпами [12], а в 2021 г. оценивалась в 13 млрд долларов. В текстильную индустрию ОАЭ инвестированы значительные финансовые ресурсы, в том числе иностранные инвестиции, что очень важно как для отрасли, так и для страны, нацеленной на активную диверсификацию отечественной экономики, согласно *UAE Vision 2021*. Таким образом, отрасль в ССАГПЗ демонстрирует устойчивый рост.

В ОАЭ в текстильной отрасли работает более 3000 предприятий, на которых сегодня трудоустроено свыше 80000 человек, – малых, средних и крупных, как местных, так и базирующихся здесь. Эти предприятия производят и перерабатывают натуральное и искусственное сырье, производят различные ткани и одежду, а также ковровые изделия. Продукция реализуется через оптовые и розничные торговые сети в стране, в регионе и в мире. Большинство предприятий текстильной отрасли ОАЭ работает как минимум несколько десятков лет. Следовательно, сегодня в отрасли сохраняется большая конкуренция.

Основные производственные мощности локализованы в *Dubai Textile City* и в эмирате Фуджейра, где расположена крупнейшая на Ближнем Востоке текстильная фабрика, представляющая собой один из крупнейших текстильных центров в мире. Здесь производится 10 000 тонн хлопчатобумажной пряжи в год. Фабрика расположена в свободной зоне Фуджейра, где создана безналоговая среда для компаний, работающих в эмирате. Кроме того, близлежащий порт Фуджейра обеспечивает легкий доступ к Оманскому заливу и Индийскому океану, что позволяет быстро экспортировать различные текстильные товары, произведенные в свободной зоне. Также можно отметить Аджман.

Текстильная промышленность ОАЭ имеет диверсифицированный ассортимент продукции, но наиболее продаваемым текстильным продуктом ОАЭ остается трикотаж, на который приходится почти половина производства (49,7%), за которым следуют тканые ткани [16]. Кроме того, страна занимает 1-е место в регионе БВСА по производству технического текстиля (автомобильные кресла, тенты и др.).

Среди ключевых производителей текстиля в ОАЭ можно отметить такие компании, как *Regal Group, Embee Group, Unirab Polvara, Misr, Amreya, Avgol* и *Kabale*. Производители в ОАЭ и других странах региона внедряют новые технологии и используют новые инновационные методы, такие как 3D ткачество и вязание, производят высокотехнологичные нетканые материалы, такие как нейлон и синтетические волокна, чтобы расширить ассортимент, повысить конкурентоспособность, привлечь потребителей. Материалы, используемые в «умном» текстиле, включают оптические волокна, металлы и проводящие полимеры. Они широко используются в моде, развлечениях, медицине, транспорте, спорте, фитнесе и в армии. Производители также используют переработанные и экологически чистые материалы и современные технологии изготовления продукции с широким спектром программных решений для автоматизации, экономически эффективные и позволяющие потреблять меньше природных ресурсов. Еще до пандемии «текстильные и швейные компании ОАЭ улучшили и модернизировали свои склады, упаковочные и транспортные средства для крупномасштабных операций» [19].

Ведущие производители одежды в ОАЭ – *Ghizlan Fashion House, Oushi Fashion De-*

signing, CMT Fashion Studio, Elegant World Tailoring and Embroidery, Vertical Space LLC, Hazar Fashion Design. Некоорые из них специализируются на пошиве униформы, как, например, *Aswani Uniforms LLC*, другие – на изготовлении самой уникальной и индивидуальной свадебной и вечерней одежды, изготовленную на 100% вручную, как *Hazar Fashion Design*. Таким образом, каждый потребитель находит своего производителя, как люксовые бренды, так и повседневную и форменную одежду.

О значимости отрасли говорит тот факт, что в ОАЭ существует Министерство текстильной промышленности, которое разрабатывает программы развития отрасли, стимулирования инвестиций в ее предприятия и внедрения инновационных идей, что повышает конкурентоспособность отрасли. Для этого созданы промышленные парки, налоговые льготы и осуществляются инвестиции в инфраструктуру.

Кроме того, государство осуществляет деятельность, направленную на создание позитивного имиджа текстильной промышленности ОАЭ. В частности, в стране на ежегодной регулярной основе проводятся крупные международные фестивали и выставки, а также модные показы. Так, 17–19 февраля в 2022 г. в ОАЭ прошла 1-я выставка российской моды «Россия: ее стиль и душа», которая вызвала интерес не только в стране и регионе, но и за его пределами.

Производители текстиля из ОАЭ ведут бизнес в других странах ССАГПЗ и Магриба, а также взаимодействуют с Индией, Китаем, странами Юго-восточной Азии.

По прогнозам, в текстильной промышленности стран Персидского залива среднегодовой прирост составит более 4% в течение 2022–2027 гг. Пандемия COVID-19 оказала значительное негативное влияние на текстильную промышленность в странах Персидского залива. Отрасль столкнулась с различными проблемами с точки зрения производства, цен на сырье, транспортных проблем, отсутствия квалифицированных рабочих, оборотного капитала и денежных потоков, а также сокращения экспортных / импортных заказов из-за карантинных и закрытия границ [14].

Несмотря на это, в последние годы текстильная промышленность ОАЭ сталкивается с рядом проблем. Во-первых, введение НДС в 2018 г. нанесло ущерб отрасли, так как предприятия были вынуждены повы-

свить цены на свою продукцию. В результате в 2014–2020 гг. зафиксирован ежегодный прирост цен в отрасли (рис. 6), особенно заметный после 2018 г.

Растущие производственные издержки все больше затрудняют конкуренцию с другими центрами с более низкими затратами в таких странах, как Китай, Индия, Бангладеш, Кения и Эфиопия [12].

Во-вторых, благодаря развитию электронной торговли, традиционные торговцы сталкиваются с ростом конкуренции со стороны он-лайн магазинов и тенденциями «быстрой моды». Также отрасль испытывает растущую конкуренцию с региональными и внерегиональными производителями. В-третьих, существует проблема влияния отрасли на экологическую ситуацию в стране и регионе. Речь идет о возможности загрязнения воды, выбросах парниковых газов, а также возникновению большого количества неорганических отходов на этапе обработки. В частности, около 20% сточных вод во всем мире поступает в результате окрашивания и очистки тканей. Все это противоречит целям «зеленой» экономики и создает напряжение в отрасли. При этом стоит отметить, что, согласно отчету PwC за 2021 г., «около 75% потребителей на Ближнем Востоке заявляют, что покупают у компаний, заботящихся об окружающей среде, по сравнению с 54% во всем мире. Кроме того, почти 72% по сравнению с 55% во всем мире говорят, что они выбирают продукты с отслеживаемым и прозрачным происхождением» [15]. Поэтому ОАЭ, в частности, инициировали создание онлайн-агрегаторов для сбора предметов роскоши, бывших в употреблении. Однако в отрасли пока не удалось создать экономику замкнутого цикла и ресурсоэффективности. В то же время «Переход на более

замкнутые бизнес-модели, включая аренду модной одежды, перепродажу, ремонт и реконструкцию, может помочь отрасли сократить выбросы парниковых газов примерно на 143 млн тонн к 2030 г.» [9].

Наконец, мировая рецессия, прежде всего связанная с пандемией, сдерживает рост отрасли и мировой торговли в целом. Так, согласно отчету ВТО, мировая торговля в 2020 г. сократилась более чем на 3% относительно предыдущего года.

В то же время можно говорить о том, что текстильная промышленность в ССАГПЗ и, в частности, в ОАЭ, имеет высокий потенциал для развития и роста, особенно в рамках международного сотрудничества. Это сотрудничество, особенно с Индией и Китаем, в последние годы неуклонно растет, несмотря на пандемию, т.е. за счет импорта и реэкспорта текстильной продукции. В 2022 г. ОАЭ и Индия подписали Соглашения о всеобъемлющем экономическом партнерстве (СЕРА) между Индией и Объединенными Арабскими Эмиратами (ОАЭ) предполагающее создание зоны свободной торговли текстилем, что «даст толчок развитию отрасли, включая увеличение занятости и экспорта. Экспорт индийской одежды в ОАЭ также удовлетворяет потребности Саудовской Аравии, Кувейта, Бахрейна, Омана и Великобритании. 90% экспорта товаров получают беспоплатный доступ в ОАЭ, которые являются крупнейшим торговым партнером после США и Китая, и будут направлены на Ближний Восток и страны Африки. Целью соглашения является доведение двусторонней торговли до отметки в 100 миллиардов долларов США за 5 лет и создание около 10 тыс. рабочих мест в таких секторах, как производство одежды, пластика, кожи и фармацевтики» [13].

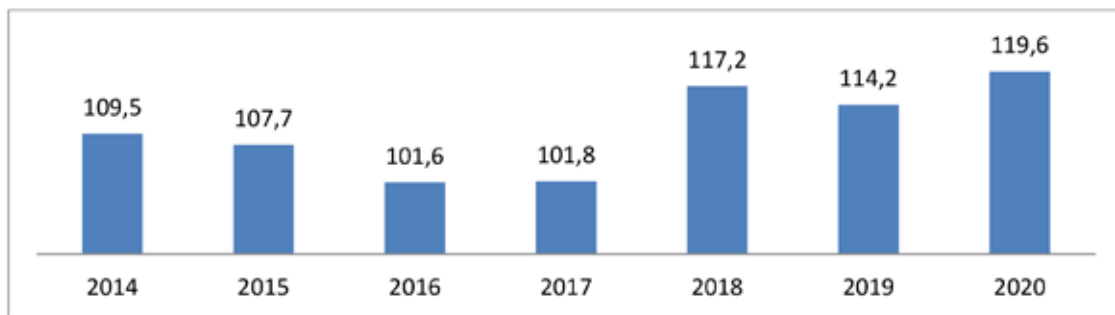


Рис. 6. Индекс потребительских цен на текстиль, одежду и обувь в ОАЭ в 2014–2020 гг.
Источник: [14]

Боле того, мы согласны с точкой зрения о том, что восстановление экономики после пандемии COVID-19 дает редкую возможность резко изменить траекторию развития многих отраслей, включая текстильную, что сегодня очень важно для стран региона. Текстильная промышленность ОАЭ, вероятно, станет основной движущей силой дальнейшего развития национальной и региональной экономики.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

Текстильная промышленность остается высокоразвитой отраслью в экономиках стран Персидского залива (ССАГПЗ), и прежде всего в ОАЭ. Она традиционно присутствует в регионе, но в последние несколько десятилетий выступает одним из столпов диверсификации национальных экономик стран региона, укрепляет свои позиции на мировых рынках, хотя и не в той мере пока, которые давали бы возможность ССАГПЗ ощутить большую стабильность в условиях глобальной волатильности.

Среди факторов роста отрасли можно выделить следующие: демографический,

так как рост населения способствует и росту спроса; социально-экономический, такой как достаточно высокий уровень жизни населения. Это обстоятельство, наряду с высоким уровнем урбанизации позволяет населению предъявлять высокий спрос на продукцию отрасли. Поддержка государства, а также процессы региональной экономической интеграции обеспечивают низкий уровень налогов и возможность производителям с минимальными затратами времени и финансов осуществлять реализацию продукции на объединенном рынке ССАГПЗ, проводить выставки, как региональные, так и международные, привлекая внерегиональных потребителей.

Также среди факторов роста отрасли можно отметить современные тренды, такие как цифровизация, обеспечивающая рост производительности и качества продукции за счет внедрения новых технологий.

В то же время сохраняются некоторые проблемы, среди них рост конкуренции в мире на текстильном рынке, в том числе со стороны развивающихся стран Азии и Африки, что стимулирует государства ССАГПЗ к поиску новых энерго- и ресурсосберегающих технологий.

Библиографический список

1. Айдрус И.А.З. Страны залива: вызовы энергетического перехода // Вестник МИРБИС. 2022. № 2 (30). С. 36–44.
2. Асмятуллин Р.Р. Страны арабского мира на мировом рынке услуг высшего образования: сотрудничество с Россией // Международная торговля и торговая политика. 2016. № 3 (7). С. 100–114.
3. Бирюков Е.С., Бирюкова О.В. Особые экономические зоны стран ССАГПЗ // Азия и Африка сегодня. 2017. № 1 (714). С. 41–46.
4. Реммер Н. Выставка «Россия: ее стиль и душа», Дубай, ОАЭ. URL: <https://russianemirates.com/news/events/vystavka-rossiya-yeye-stil-i-dusha-dubay-uae/> (дата обращения: 15.04.2023).
5. Родин С.И. Аэрокосмические технологии в XXI веке: роль, возможности для решения социально-экономических проблем диверсификации национального хозяйства в странах ССАГПЗ // Мировая экономика в XXI веке: Value and Values: сборник материалов Международной научно-практической конференции / отв. ред. И.А. Айдрус. 2019. С. 238–245.
6. Русакович В.И. Оман: структурные преобразования и экономический рост // Азия и Африка сегодня. 2018. № 3 (728). С. 48–55.
7. Русакович В.И. Автомобильный сегмент в странах Персидского залива: возможности развития и необходимость государственного регулирования // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3–2 (68). С. 489–493.
8. Соловьёва Ю.В. Инновационные системы стран Персидского залива: формирование и перспективы развития // Азия и Африка сегодня. 2019. № 11. С. 36–42. DOI: 10.31857/S032150750007022-6.
9. Текстильная промышленность: старое все чаще становится новым. URL: <https://www.unep.org/ru/novosti-i-istorii/istoriya/tekstilnaya-promyshlennost-staroe-vse-chasche-stanovitsya-novym> (дата обращения: 05.06.2023).

10. Хасбулатов Р.И., Бяшарова А.Р. XXI век: некоторые особенности мирового экономического развития // Международная экономика. 2019. № 11. С. 6–21.
11. Al Saati A., Aidrous I.A.Z. Interview with the His Excellency Dr. Ahmed Al Saati, the Ambassador of the Kingdom of Bahrain to the Russian Federation // Россия и Азия. 2017. № 1. С. 6–10.
12. Halligan N. How the UAE is sewing together a top industry. 2014. URL: <https://www.arabianbusiness.com/industries/retail/how-uae-is-sewing-together-top-industry-564500> (дата обращения: 15.04.2023).
13. India-UAE trade pact to boost apparel exports, employment, say exporters, 2022. URL: https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/foreign-trade/india-uae-trade-pact-to-boost-apparel-exports-employment-say-exporters/articleshow/89684334.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst (дата обращения: 17.05.2023).
14. GCC Textile Industry – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2022-2027). URL: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/gcc-textile-industry---growth-trends-and-forecast-2019---2024> (дата обращения: 20.06.2023).
15. Market Size of the Global Textile and Apparel Industry: 2016 to 2021/2022. URL: <https://shenglufashion.com/2018/12/18/market-size-of-the-global-textile-and-apparel-industry-2016-to-2021-2022/> (дата обращения: 15.04.2023).
16. Marwan Naaman. From Silk Road to Textile Hub. 2022. URL: <https://fashiontrustarabia.com/from-silk-road-to-textile-hub/> (дата обращения: 15.06.2023).
17. McKeegan D. How does the future look for the textile industry – 2022. Key market trends and opportunities that you should be aware of. URL: <https://www.texintel.com/blog/2021/12/8/how-does-the-future-look-for-the-textile-industry-2022-key-market-trends-and-opportunities> (дата обращения: 05.07.2023).
18. PwC, 2021. More digital and sustainable: post-pandemic priorities for Middle East consumers. Global Consumer Insights Survey 2021. Middle East findings.
19. UAE textile industry is the largest trading sector after oil: expert. URL: <http://wam.ae/en/details/1395268582526> (дата обращения: 15.04.2023).
20. UNCTAD. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx> (дата обращения: 15.02.2023).