
**ВЕСТНИК
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

ISSN 1818-4057

№ 6 2023

Часть 2

Научный журнал

Вестник Алтайской академии экономики и права

ISSN 1818-4057

Журнал издается с 1997 года.

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

Официальный сайт журнала – www.vaael.ru.

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

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

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 07.07.2023.

Дата выхода номера 21.07.2023.

Распространение по свободной цене.

Усл. печ. л. 19,25. Тираж 500 экз. Формат 60×90 1/8.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СТРАХОВАНИЯ: АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ <i>Алексеева Е. В.</i>	145
СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ДОХОДОВ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА УРОВЕНЬ РОЖДАЕМОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Артёмова Н. В., Аксёнов Н. А., Маслова О. Л.</i>	152
МАРКЕТИНГ, КАК СФЕРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Заярная И. А., Сейфиева Е. Н.</i>	162
АНАЛИЗ ДОСТУПНОСТИ ПЕРВИЧНОГО ЖИЛЬЯ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ <i>Королёва Н. В., Кузнецова Н. А., Черенова А. В.</i>	168
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ <i>Крупная О. Д., Смольянинова Е. Н.</i>	174
АНАЛИЗ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ <i>Кусочек К. В., Илюшко Е. С., Жминько Н. С.</i>	178
РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА <i>Куцури Г. Н., Костокова К. Р.</i>	184
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ <i>Лебедева О. Е., Кена Ю. Н.</i>	196
УЧАСТИЕ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА <i>Макарычева И. В., Нестерова Т. А.</i>	201
ОРГАНИЧЕСКОЕ СТРОЕНИЕ КАПИТАЛА КАК ПОЛИФОРМА МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ <i>Максимов А. Н., Максимова С. И.</i>	206
КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТЕРЬ НА РЫНКЕ B2B <i>Маркова Н. И., Ужегова А. М., Аббас Мукдад Ахмед Аббас</i>	215
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КВАЛИМЕТРИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ СТАБИЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-СУБЪЕКТОВ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА <i>Марковина Е. В., Мухина И. А., Локтионов Н. А., Пименова Н. Б., Доронина С. А.</i>	220
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛА В CRM-СИСТЕМАХ – ПРОБЛЕМА ВЫБОРА В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ <i>Марцева Т. Г., Вобляя И. Н., Надежкин Н. А.</i>	227

ИССЛЕДОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СИСТЕМНО-ЗНАЧИМЫХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ <i>Миллер Е. В., Завадская В. В.</i>	232
РОССИЙСКИЙ ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС – СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ <i>Платонова Т. Е.</i>	238
ФОРМЫ И СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ (ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ) <i>Стрельник М. М.</i>	243
ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ НА РЫНКЕ КРЕДИТОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРИЧИНЫ <i>Тагаров Б. Ж., Марасанова А. А.</i>	255
СООТНОШЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ПРОТЕКЦИОНИЗМА И СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН <i>Шаркова А. В., Лемм Е. А.</i>	260
ОЦЕНКА ФОРМИРОВАНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИМУЩЕСТВА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ <i>Щедрина И. Н.</i>	265
ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО БЮДЖЕТА ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ <i>Ярин В. Ю.</i>	272
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА <i>Яшин С. Н., Шибанов К. С.</i>	289

УДК 368

Е. В. Алексеева

Оренбургский государственный университет, Бузулукский гуманитарно-технологический институт – филиал, Бузулук, e-mail: lenavik78@mail.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СТРАХОВАНИЯ: АНАЛИЗ, ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: цифровые технологии, страховые технологии, страховщики, страховой рынок, цифровое страхование, электронное страхование, страховой продукт.

В статье рассматриваются вопросы по применению цифровых технологий в страховании и их влияние на страховой рынок. Целью исследования является проанализировать влияние цифровизации на страховой рынок, выявить проблемы и определить направления совершенствования страхования с помощью информационных технологий. В рамках исследования были изучены и проанализированы данные опубликованных материалов российских исследований, электронных ресурсов по вопросам информационных технологий и путей внедрения цифровизации в страховании, статистические данные Банка России. В результате исследования выделены основные компоненты цифровой экономики в страховании. Проведенный анализ показал, что с 2019 г. до 2022 г. доля страховых премий через интернет в общей сумме страховых взносов утроилась, также увеличилось количество проданных электронных полисов e-ОСАГО. Исследование позволило определить, что основными причинами недостаточного проникновения цифровых технологий в страховании являются недостаточная адаптация цифровых технологий под страховые программы и высокие риски, связанные с информационной и финансовой безопасностью. Для дальнейшего совершенствования страхования с помощью информационных технологий необходимо расширять каналы и формы коммуникаций с получателями страховых услуг, внедрять новые страховые продукты для «цифрового» покупателя, использовать технологии блокчейн. Практическая значимость исследования состоит в возможности использовать результаты в учебном процессе, для обоснования путей развития отдельно взятой страховой компании.

E. V. Alekseeva

Buzuluk Institute of Humanities and Technology – branch of Orenburg State University, Buzuluk, e-mail: lenavik78@mail.ru

DIGITALIZATION OF INSURANCE: ANALYSIS, PROBLEMS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

Keywords: digital technologies, insurance technologies, insurers, insurance market, digital insurance, electronic insurance, insurance product.

The article discusses the use of digital technologies in insurance and their impact on the insurance market. The purpose of the study is to investigate the impact of digitalization on the insurance market, identify problems and identify areas for improving insurance with the help of information technology. Within the framework of the study, data from published materials of Russian research, electronic resources on information technologies and ways to introduce digitalization in insurance, statistical data of the Bank of Russia were studied and analyzed. As a result of the study, the main components of the digital economy in insurance are identified. The analysis showed that from 2019 to 2022, the share of insurance premiums via the Internet in the total amount of insurance premiums tripled, and the number of e-insurance policies sold also increased. The study allowed us to determine that the main reasons for the insufficient penetration of digital technologies in insurance are insufficient adaptation of digital technologies to insurance programs and high risks associated with information and financial security. To further improve insurance with the help of information technology, it is necessary to expand channels and forms of communication with recipients of insurance services, introduce new insurance products for the “digital” buyer, use blockchain technologies. The practical significance of the research lies in the possibility of using the results in the educational process to substantiate the ways of development of a single insurance company.

Введение

Вопросы, связанные с цифровой экономикой не теряют своей актуальности. Основной целью цифровизации экономики является переход на новый уровень технико-технологического развития экономических систем и развитие производственных отношений на основе активного применения цифровых средств коммуникаций и технологий для обеспечения нового уровня общественно-экономического развития [7].

Цифровизация охватила все отрасли экономики, в том числе оказала значительное влияние на страховую отрасль. Страхователям сегодня предлагается заключить договор страхования online, страховщики реализуют страховые продукты на основе использования цифровых технологий, применяя в своей деятельности мобильные приложения, веб-сайты, личные кабинеты и т.д. Страховая деятельность страховых компаний с использованием цифровых технологий определяется как цифровизация страхового рынка.

На сегодняшний день теме цифровизации страхования и ее различным аспектам посвящены труды многих ученых, среди которых Д.В. Брызгалов [4,5,13], А.А. Цыганов [4, 5,13], Р.Т. Юлдашев [14], И.Л. Логвинова [14], Ю.В. Грызенкова [4], Ю.А. Сплетухов [11], Н.Д. Кузулева [9], С.А. Калайда [3], Н.Ф. Кузовлева [9] и другие.

Страховой рынок является пристальным объектом для проводимых исследований. Теоретические и практические аспекты развития российского страхового рынка ис-

следовали Е.В. Кравченко и А.А. Суховеева [8], М.А. Лоскутова [10], С.В. Аксюткина [1] и другие.

Быстрые изменения в обществе, связанные с цифровизацией требуют от страховых организаций внедрения новых технических решений как для расширения доли клиентов приобретающих страховые услуги через интернет, так и для снижения затрат на обслуживание клиентов.

Цель исследования: проанализировать влияние цифровизации на страховой рынок, выявить проблемы и определить направления совершенствования страхования с помощью информационных технологий.

Материалы и методы исследования

В рамках исследования были изучены и проанализированы данные опубликованных материалов российских исследований, электронных ресурсов по вопросам информационных технологий и путей внедрения цифровизации в страховании, статистические данные Банка России за 2019-2022 годы. Исследование осуществлялось с применением таких общенаучных методов, как анализ, сравнение, синтез и обобщение.

Результаты исследования и их обсуждение

Страхование одна из динамично развивающихся сфер бизнеса, затрагивает практически все сферы жизни современного российского общества. Ежегодно страховой рынок показывает абсолютный прирост страховых премий (таблица 1).

Таблица 1

Страховые премии по российскому страховому рынку за 2019-2022 гг.

Показатель, млрд руб.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Темпы прироста премий, %	
					2022/2019	2022/2021
Страхование жизни	409,37	430,52	524,40	511,30	24,9	-2,5
ОСАГО	214,95	220,02	225,55	273,10	27,1	21,1
Страхование средств наземного транспорта	170,55	175,42	207,08	222,84	30,7	7,6
ДМС	180,65	176,96	199,93	213,70	18,3	6,9
Страхование от несчастных случаев и болезней	187,37	202,31	261,89	207,18	10,6	-20,9
Страхование гражданской ответственности	32,28	35,84	45,17	43,37	34,4	-4,0
Страхование финансовых рисков	29,74	27,01	39,22	31,64	6,4	-19,3
Страхование грузов	21,61	19,93	24,20	29,58	36,9	22,2
Сельскохозяйственное страхование	5,65	8,08	9,18	11,30	100,0	23,1
Прочие виды	229,01	242,61	271,67	272,74	19,1	0,4
Всего	1481,18	1538,70	1808,29	1816,75	22,6	0,5

Источник: [12]



Рис. 1. Основные компоненты цифровой экономики в страховании
Примечание: составлено автором с использованием [3,4,7]

Объем страховых премий по страховому рынку за четыре года по темпу прироста составил 22,6%, а в 2022 году прирост составил 0,5% увеличившись на 8 млрд руб. В 2022 г. наибольший прирост приходится на ОСАГО (абсолютный прирост 48 млрд руб.), страхование грузов (прирост 5 млрд руб.), отрицательную динамику показало страхование от несчастных случаев и болезней (-20,9%) страхование финансовых рисков (-19,3%), страхование гражданской ответственности (-4%).

Страховой бизнес в современных условиях развивается с применением современных цифровых страховых технологий, это позволяет страховщикам конкурировать с мировыми инновационными технологиями, обеспечивающими информационную безопасность на глобальном пространстве. В цифровой экономике особенность страхования определяется: «специфическими рисками, присущими цифровой экономике и формирующими потребность в страховой защите; специфическими цифровыми технологиями, составляющими основу цифровой экономики, и их применением на страховом рынке» [4].

К основным компонентам цифровой экономики в страховании стоит отнести электронный бизнес, его инфраструктуру и электронную коммерцию (рисунок).

Цифровое страхование, по мнению А.А. Цыганова, является способом «удов-

летворения традиционной или специфической (порожденной цифровизацией) потребности в страховой защите посредством цифровых технологий» [13].

Цифровые страховые технологии постоянно развиваются. Интернет-продажи на рынке страхования осуществляются через собственные сайты, мобильные приложения страховщиков. Анализ страховых премий по добровольным и обязательным видам страхования проводился Д.В. Брызгаловым и А.А. Цыгановым [5], мы дополнили проведенный ими анализ.

По данным таблицы 2 наблюдается ежегодный рост доли страховых премий через интернет в общей сумме страховых взносов с 4,6% в 2019 г. до 14,4% в 2022 г.

Прирост страховых премий через интернет-продажи в 2021 году связан с «ростом добровольных видов страхования, вызванным целым рядом причин: отложенным спросом 2020 г. в начальный этап пандемии COVID-19, приростом комплексного ипотечного страхования, распространением онлайн-покупок в период пандемии 2020-2021 гг.» [5, с.109].

По добровольным видам страхования доля интернет-продаж с 7,8% в 2021 г. поднялась до 14,4% в 2022 г., что говорит о положительной отраслевой динамике как в развитии интернет-продаж, так и в общих показателях страхового рынка.

Таблица 2

Страховые премии по добровольным и обязательным видам страхования (без учета обязательного медицинского страхования) через интернет за 2020-2022 гг.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Всего страховые премии через интернет, млрд руб.	68,07	72,11	141,22	261,63
- доля страховых премий через интернет в общей сумме страховых взносов, %	4,6	4,7	7,8	14,4
- прирост, %	-	+5,9	+95,8	+85,3
Страховые премии по добровольным через интернет, млрд руб.	8,86	11,17	105,51	142,32
- доля страховых премий через интернет в общей сумме страховых взносов, %	0,7	0,9	6,8	9,3
- прирост, %	-	+26,1	в 8,4 раза	+34,9
Страховые премии по обязательным видам страхования через интернет, млрд. руб.	59,21	60,93	31,89	119,31
- доля страховых премий через интернет в общей сумме страховых взносов, %	25,0	25,2	12,9	40,6
- прирост, %	-	+2,9	-47,7	в 2,7 раза

Источник: [12]

Таблица 3

ТОП-5 страховых организаций в рейтинге цифровой зрелости

Результаты рейтинга	Страховая организация	Сумма страховых премий за 2021 г., млрд руб.			Представленность в интернете, место/баллы	Продвижение и коммуникации, место/баллы	Онлайн-продажи, место/баллы
		Всего	Объем онлайн-продаж				
			без посредников	при участии посредников			
1	Ингосстрах	139839	3065	17764	1/95	1/100	2/100
2	ВСК	88640	7444	4617	2/85	5/75	1/110
3	Альфа Страхование	147317	21484	3170	3/85	2/85	3/90
4	Абсолют Страхование	8811	287	106	5/70	3/85	5/85
5	Ресо-гарантия	122584	3579	6488	4/80	6/75	13/65

В 2022 году наблюдался значительный рост по продажам обязательных видов страхования через интернет в 2,7 раза, что в основном связано с он-лайн продажами по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств. Доля е-ОСАГО составляет 57,8% от всех проданных за 2022 г. полисов обязательного страхования автогражданской ответственности, при этом количество проданных электронных полисов ОСАГО ежегодно увеличивается: в 2020 году было продано 17,8 млн полисов е-ОСАГО, в 2021 году – 21,4 млн, а по итогам 2022 года этот показатель уже достиг отметки в 23,3 млн проданных страховок (+9%).

Электронная коммерция страховых компаний при повышении уровня техноло-

гичности сайтов и приложений становится стратегическим фокусом как для крупных компаний, стремящихся усилить позиции, так и для небольших – которым важно увеличивать продажи и выполнять требования по финансовой устойчивости.

В 2022 году Агентством цифрового аудита SDISDI60 было проведено исследование цифровой зрелости страховых компаний [6]. При оценке уровня цифровизации страховых компаний было выбрано 30 крупных страховщиков российского страхового рынка, в результате были выявлены ключевые факторы цифровой зрелости страховой отрасли, обеспечивающие влияние на финансовую безопасность [2]. Исследование показало, что первое место в рейтинге заняла страховая организация «Ингосстрах»,

являющаяся лидером по представленности в интернете и в продвижении и коммуникации (таблица 3).

Второе место у страховой организации «Страховой дом «ВСК» и третье место в рейтинге заняла компания «Альфа Страхование».

В результате исследования цифровой зрелости страховых компаний, установлено, что 90% страховых компаний адаптировали свои сайты под мобильные версии, 24% страховых компаний это сделали качественно. У более половины страховых организаций низкая скорость загрузки страниц, а у половины исследуемых компаний отсутствует собственное мобильное приложение. Около 90% организаций для продажи страховых услуг и продуктов используют сведения платформы. Из всех страховых продуктов наиболее популярным является ОСАГО: на b2c-маркетплейсах его разместили 108 раз, на b2b-площадках 131 раз.

На сегодняшний день страховые компании развивают свои официальные сайты и мобильные приложения гораздо медленнее коммерческих банков и их сайты и приложения не по всем параметрам удовлетворяют стремительно растущим ожиданиям пользователей. В страховании недостаточное проникновение цифровых технологий, причинами этого являются:

- большая стоимость внедрения новых цифровых технологий, которые страховщики могут использовать в своей деятельности;
- недостаточная адаптация цифровых технологий под страховые программы;
- высокие риски, связанные с информационной и финансовой безопасностью;
- отсутствие полного покрытия качественным Интернетом территории Российской Федерации;
- изменение запросов клиентов, которые рассчитывают на оказание услуг в режиме реального времени, а не отсроченных ожиданий;
- общий низкий уровень доверия страховым институтам и страховой культуры.

Большинство причин недостаточного проникновения новых цифровых технологий в страховании во многом следует искать вне страхового рынка [4]. По мере повышения цифровизации отраслей российской экономики будет увеличиваться спрос на оцифрованные страховые программы.

В исследовании Аксютинной С.В. отмечено, что «активизация цифровых технологий

в страховании неизбежно приведет к появлению новых информационных (кибер) рисков и при киберстраховании необходим вывод технологий в облака, в том числе – появление автономных облачных СУБД, работающих без участия человека, и активное применение технологий блокчейн» [1].

Кравченко Е.В. и Суховеева А.А. считают, что развитие «страхового рынка будет зависеть от внедрения и активного использования страховыми компаниями цифровых технологий, формирования эффективного цифрового клиентского сервиса, которые в значительной степени позволят кардинально модернизировать и укрепить страховой рынок» [8].

В отношении дальнейшего применения цифровых технологий в страховой деятельности А.А. Цыганов и Д.В. Брызгалов отмечают что: «повысится эффективность и рентабельность страховой деятельности, произойдет социализация страховых отношений, появятся новые страховые услуги и продукты» [13].

В целях усиления процесса внедрения телекоммуникационных и компьютерных средств в управленческие процессы хозяйственной и финансовой деятельности страховщиков необходимо использовать современные страховые инновационные технологии, которые не только позволяют продвигать страховые продукты, но и защищать информационное пространство от киберрисков и других информационных рисков.

Для оптимизации обмена имеющимися данными между субъектами рынка нужно создать единую информационную платформу, обеспечивающую ускоренный доступ к необходимым сведениям о данных страхователя страховым компаниям, но для ее создания необходимо государственное регулирование.

Страхование позволяет минимизировать информационные риски, обеспечивает защиту интересов страхователей и государства, способствует расширению законных прав получения страховых выплат. Вместе с тем, недостаточное внедрение цифровых технологий в страховую деятельность не позволяет в полной мере реализовать стратегические задачи минимизации информационных рисков.

Ю.А. Сплетунов считает, что необходимо: «подключение государственных баз данных к базам данных субъектов страховой

деятельности в целях получения возможности обмениваться необходимой информацией в режиме реального времени; развитие Insurtech-стартапов, которые активно развиваются на мировом страховом рынке, но для развития данной цифровой технологии требуется инвестиционная составляющая, повышение доверия граждан к страхованию и принятие мер по противодействию злоупотреблениям со стороны недобросовестных клиентов» [11, с.111].

Цифровизация в страховании внесла коррективы в деятельность страховщиков, им необходимо осуществлять поиск партнеров в сфере технологий, защищать интеллектуальную собственность и результаты интеллектуальной деятельности, ориентироваться на запросы клиентов, создавать инновационную культуру.

Для дальнейшего совершенствования страхования с помощью информационных технологий необходимо:

- осуществлять взаимодействие между информационными ресурсами страховщиков и органов государственной власти и управления;
- автоматизировать организационные и бизнес-процессы страховых организаций;
- расширять каналы и формы коммуникаций с получателями страховых услуг, информационно-аналитические системы, системы мониторинга;
- разрабатывать новые продукты, адаптируемые под потребности «цифрового» покупателя;
- совершенствовать процесс взаимодействия субъектов страхового дела с субъектами инфраструктуры страхового рынка;
- широко использовать технологии блокчейн, для проведения проверки данных клиентов, на всех этапах оказания страховой услуги;
- увеличивать продажу страховых продуктов на сайтах и мобильных приложениях страховых организаций;
- повышать финансовую грамотность клиентов за счет облегчения доступа к спе-

циализированной информации и многовариативности интернет-рекламы.

Дальнейшее внедрение цифровизации в страховании будет обеспечивать рост конкурентоспособности страховых компаний. Совершенствование существующих страховых продуктов по защите информационных технологий и внедрение программ киберстрахования позволит снизить риски, связанные с информационной и финансовой безопасностью. В статье не уделено внимания данным аспектам, они могут служить объектами дальнейших исследований. Анализ поведения потребителей по использованию технологий с элементами искусственного интеллекта, больших данных (big data) и их аналитика также представляется актуальными для исследований.

Таким образом, спектр применения цифровых технологий на страховом рынке достаточно широк и представляется перспективным.

Заключение

Полученные результаты показали, что страхование развивается под влиянием цифровых технологий. На рынке страховых компаний за счет использования цифровых каналов произошел скачок объема прямых продаж. Таким образом, внедрение цифровизации в целом оказывает положительное влияние на страховой рынок.

Страховой рынок России все больше развивается под воздействием внедрения новых технологий цифровой экономики, влияющих на технологию страхования, при этом не изменяя экономической сути страхования.

Полученные выводы проведенного исследования могут быть использованы страховыми компаниями для обоснования путей развития с помощью цифровых технологий. Исходя из общей тенденции на страховом рынке, страховым организациям целесообразно активизировать взаимодействие с целевой аудиторией с помощью интернета и с онлайн-посредниками для увеличения объема страховых продаж.

Библиографический список

1. Аксютин С.В. Страховой рынок РФ: оценка и приоритетные направления развития // Проблемы развития территории. 2020. № 3(107). С. 90-102. DOI: 10.15838/ptd.2020.3.107.6.
2. Антипенко П.А. Высокотехнологичность страховой отрасли в контексте финансовой безопасности // Инновационная экономика. 2023. № 1(34). С. 5-20.

3. Бедердинова А.И., Калайда С.А., Прилепкина И.А. Современное онлайн-страхование в России // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11, № 12. С. 2887-2902. DOI 10.18334/err.11.12.113866.
4. Брызгалов Д.В., Грыззенкова Ю.В., Цыганов А.А. Перспективы цифровизации страхового дела в России // Финансовый журнал. 2020. Т. 12, № 3. С. 76-90. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-3-76-90.
5. Брызгалов Д.В., Цыганов А.А. Потребительские ограничения цифровизации страхового рынка и направления их преодоления // Проблемы прогнозирования. 2022. № 5(194). С. 107-117. DOI: 10.47711/0868-6351-194-107-117.
6. Ежегодное исследование Агентства цифрового аудита SDISDI60 цифровой зрелости страховых компаний – 2022 [Электронный ресурс]. URL: https://sdi360.ru/insurance_2022 (дата обращения: 15.05.2023).
7. Коновалова Е.Е., Губанова Н.В., Грищенко Н.В. Концептуальные характеристики цифровой экономики на современном этапе // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 4-2. С. 222-226. DOI: 10.1751/vaael.2788.
8. Кравченко Е.В., Суховеева А.А. Страховой рынок России: современное состояние и направления развития // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12, № 2. С. 807-822. DOI: 10/18334/err.12.2.114168.
9. Кузовлева Н.Ф., Попова А.Д. Цифровые технологии в сфере страхования в концепции экономической безопасности // Экономика и управление: проблемы, решения. 2022. Т. 2, № 12(132). С. 135-143. DOI: 10.36871/ek.ur.p.r.2022.12.02.016.
10. Лоскутова М.А. Развитие страхового рынка в условиях цифровизации и консолидации // Учет. Анализ. Аудит. 2020. Т. 7, № 5. С. 44-55. DOI: 10.26794/2408-9303-2020-7-5-44-55.
11. Сплетугов Ю.А. Направления расширения использования цифровых технологий в страховании // Корпоративная экономика. 2020. № 1(21). С. 31-37.
12. Статистические показатели и информация об отдельных субъектах страхового дела за 2019-2022 гг. [Электронный ресурс]. URL: https://www.cbr.ru/insurance/reporting_stat/ (дата обращения: 12.05.2023).
13. Цыганов А.А., Брызгалов Д.В. Цифровизация страхового рынка: задачи, проблемы и перспективы // Экономика. Налоги. Право. 2018. Т. 11, № 2. С. 111-120. DOI: 10.26794/1999-849X-2018-11-2-111-120.
14. Юлдашев Р.Т., Логвинова Р.Т. Влияние цифровизации на развитие национальных страховых рынков на постсоветском пространстве // Страховое дело. 2021. № 2(335). С. 43-53.

УДК 314.18

Н. В. Артёмова

Орловский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Орел, e-mail: artyomova_n@mail.ru

Н. А. Аксёнов

Орловский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Орел, e-mail: aksenovna@inbox.ru

О. Л. Маслова

Орловский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Орел, e-mail: mechta-orel@yandex.ru

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ДОХОДОВ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА УРОВЕНЬ РОЖДАЕМОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: рождаемость, семьи с детьми, доходы, пособие по уходу за ребенком, материнский капитал, господдержка.

В настоящее время в достаточно остро стоит вопрос улучшения демографической ситуации. Естественная убыль населения оказывает отрицательное влияние на экономику страны. На протяжении длительного времени задачей государства стоит повысить рождаемость в стране. Преодоление демографического кризиса достаточно трудоемкий процесс для государства, требующий всесторонней вовлеченности. Для это разрабатываются и внедряются меры государственной поддержки семей с детьми в различных областях. В первую очередь необходимо повысить доходы семей с детьми, улучшить их благосостояние. Однако, следует не оставлять без внимание сферы здравоохранения, образования, обеспечения жильем, социальную сферу. В статье рассматривается влияние доходов и социально-экономических факторов таких как, материнский капитал, пособия по уходу за ребенком, процентная ставка по ипотечным займам на уровень рождаемости в Российской Федерации. Производится анализ мер государственной поддержки семей с детьми. С помощью линейного коэффициента корреляции отражена взаимосвязь между индексом рождаемости и среднемесячной номинальной начисленной заработной платой. Отражена роль демографической политики в рамках повышения уровня рождаемости. Результаты исследования позволили оценить востребованность и актуальность мер государственной поддержки, как реализуемых, так и разрабатываемых, в контексте поддержки семей с детьми и как следствие повышение рождаемости. Разработка, внедрение и реализация различных мер государственной поддержки семей с детьми должна носить комплексный характер и накопительный эффект, что в свою очередь должно привести к росту рождаемости и сокращению естественной убыли населения.

N. V. Artyomova

Orel Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Orel, e-mail: artyomova_n@mail.ru

N. A. Aksyonov

Orel Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Orel, e-mail: aksenovna@inbox.ru

O. L. Maslova

Orel Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Orel, e-mail: mechta-orel@yandex.ru

STATISTICAL ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INCOME AND SOCIO-ECONOMIC FACTORS ON THE BIRTH RATE IN THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: birth rate, families with children, income, child care allowance, maternity capital, state support.

Currently, the issue of improving the demographic situation is quite acute. The natural decline of the population has a negative impact on the country's economy. For a long time, the task of the state is to increase the birth rate in the country. Overcoming the demographic crisis is a rather laborious process for the state, requiring comprehensive involvement. For this purpose, measures of state support for families with children

in various fields are being developed and implemented. First of all, it is necessary to increase the incomes of families with children and improve their well-being. However, we should not ignore the spheres of healthcare, education, housing, and the social sphere. The article examines the influence of income and socio-economic factors such as maternity capital, child care benefits, the interest rate on mortgage loans on the birth rate in the Russian Federation. The analysis of state support measures for families with children is being carried out. Using a linear correlation coefficient, the relationship between the fertility index and the average monthly nominal accrued wages is reflected. The role of demographic policy in increasing the birth rate is reflected. The results of the study made it possible to assess the relevance and relevance of state support measures, both implemented and developed, in the context of supporting families with children and, as a result, an increase in the birth rate. The development, implementation and implementation of various measures of state support for families with children should be comprehensive and have a cumulative effect, which in turn should lead to an increase in the birth rate and a reduction in the natural decline of the population.

Введение

Демографический кризис последних лет заставляет задуматься о повышении уровня рождаемости. Для повышения уровня рождаемости необходимо обеспечить экономическую стабильность в обществе. В рамках государственных интересов стоит задача повысить суммарный индекс рождаемости, то есть увеличить количество детей у одной семьи. Для решения этой задачи Правительство Российской Федерации разрабатывает и внедряет различные меры поддержки для семей с детьми. В первую очередь – это повышение материального достатка семей. Необходимо изучить уровень доходов населения и существующие меры поддержки семей с детьми. Провести анализ взаимосвязи доходов населения и уровня рождаемости.

Целью исследования является анализ влияния доходов населения и мер государственной поддержки на повышение рождаемости в Российской Федерации. Для достижения поставленной цели исследуется уровень рождаемости в Российской Федерации и выявляется его динамика, анализируется уровень заработной платы и отражается его динамика, проводится анализ существующих мер государственной поддержки.

Материал и методы исследования

В качестве исследовательского метода выступил аналитический метод. Материалами для проведения исследования послужили данные Федеральной службы государственной статистики.

Результаты исследования и их обсуждение

Вопрос рождаемости в последние годы стоит остро. Принимаются новые меры по повышению рождаемости в стране, но на данный момент индекс рождаемости сокращается, как и абсолютная численность

родившихся. Однако так было не всегда, если обратиться к статистическим данным, то можно увидеть, что рождаемость была на достаточно высоком уровне. Для оценки рождаемости, были собраны статистические данные за 70 лет (таблица 1) [18].

Таблица 1

Рождаемость в России с 1950 г. по 2021 г.

Год	Рождаемость, чел.	Индекс рождаемости
1950	2745997	26,9
1960	2782353	23,2
1970	1903713	14,6
1980	2202779	15,9
1990	1988858	13,4
1995	1363806	9,3
2000	1266800	8,7
2001	1311604	9,0
2002	1396967	9,7
2003	1477301	10,2
2004	1502477	10,4
2005	1457376	10,2
2006	1479637	10,3
2007	1610122	11,3
2008	1713947	12,0
2009	1761687	12,3
2010	1788948	12,5
2011	1796629	12,6
2012	1902084	13,3
2013	1895822	13,2
2014*	1942683	13,3
2015	1940579	13,3
2016	1888729	12,9
2017	1690307	11,5
2018	1604344	10,9
2019	1481074	10,1
2020	1435800	9,8
2021	1398253	9,6

* с учетом сведений республики Крым и г. Севастополь.

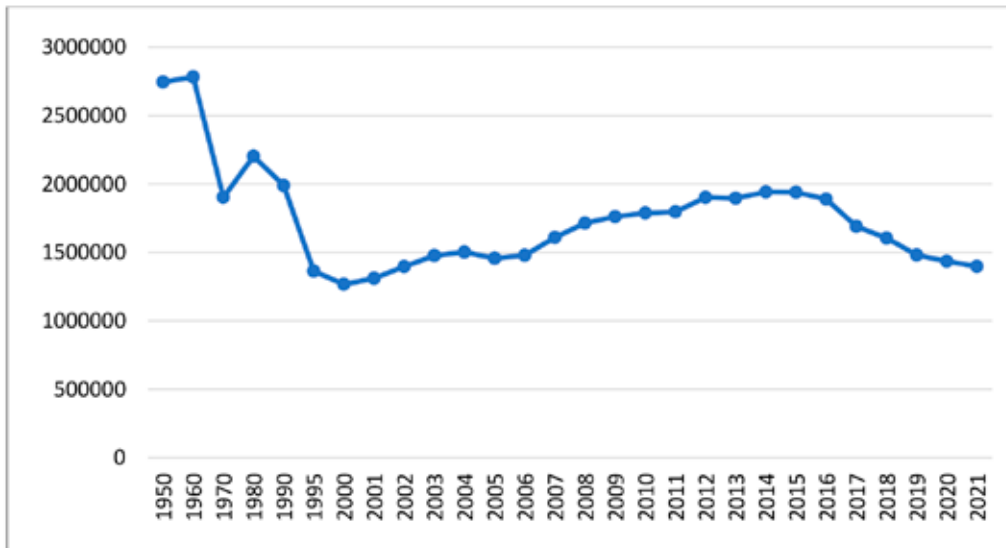


Рис. 1. Рождаемость в России 1950-2021 гг., чел.

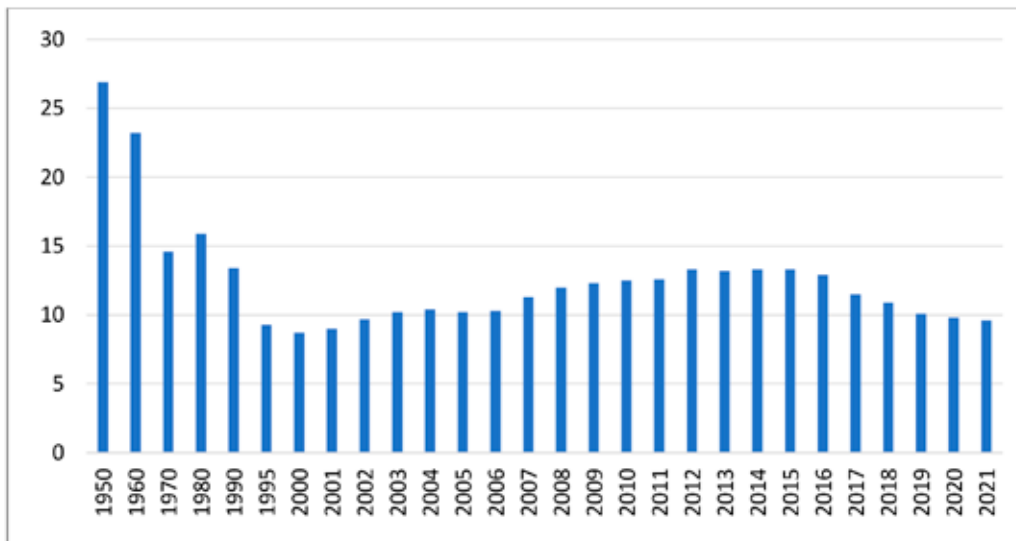


Рис. 2. Индекс рождаемости в России 1950-2021 гг.

Для наглядности исследуемые данные следует рассмотреть графически (рис. 1, 2).

Более подробные данные представлены с 2000 года и здесь наблюдается спад рождаемости, что связано с кризисом тех лет, но с 2007 года начитается стабильный рост, который продолжается до 2015 года. С 2015 года по настоящий момент идет спад рождаемости.

Убыль населения, отсутствие естественного прироста является большой и одной из главных проблем государства. Именно поэтому принимаются меры в рамках демографической политики страны для под-

держания семей с детьми и стимулированию рождаемости. Основной причиной в современных кризисных условиях, препятствующей росту рождаемости является заработная плата. Именно финансовый аспект мешает семьям принимать решения в пользу рождения детей. Проведем анализ уровня заработной платы за последние 20 лет.

Как видно из таблицы 2 наблюдается ежегодный рост среднемесячной заработной платы. Однако совместно с заработной платой следует проследить уровень инфляции за тот же период (табл. 3).

Таблица 2

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в целом по экономике по субъектам РФ за 2000-2021 гг. [18]

Года	Центральный федеральный округ	Северо-Западный федеральный округ	Южный федеральный округ	Северо-Кавказский федеральный округ	Приволжский федеральный округ	Уральский федеральный округ	Сибирский федеральный округ	Дальне-восточный федеральный округ
2000	2173	2532	1587	1213	1783	3487	2270	3114
2001	3266	3655	2331	1721	2563	5169	3191	4298
2002	4433	5068	3184	2442	3412	6589	4310	5979
2003	5873	6144	3947	3108	4235	8086	5325	7555
2004	7276	7518	4968	3108	5150	9693	6508	9115
2005	9622	9487	6204	4785	6473	11680	8110	11508
2006	12117	11851	7736	5950	8118	14307	9878	13711
2007	15877	15256	9875	7735	10347	17838	12345	16713
2008	20666	19396	12514	9862	13210	21826	15381	20778
2009	22405	20893	14066	11432	13987	22269	16606	23158
2010	25377	23532	15560	12569	15614	25035	18658	25814
2011	28449	25776	17237	13898	17544	28055	20890	29320
2012	32186	29058	19823	16725	20020	31598	23789	33584
2013	36213	32549	22497	19359	22481	34735	26398	37579
2014	39945	35468	24311	20930	24601	37270	28347	40876
2015	41961	37931	25471	21720	25632	39083	29616	43164
2016	45943	41076	26964	22963	27265	41464	31569	45786
2017	48593	44450	28712	24400	29189	43977	33718	48952
2018	54689	49824	31998	27064	31990	47807	37807	51667
2019	60771	54119	34460	29135	34592	51092	41310	56437
2020	65319	57162	36620	31799	36975	54603	44226	60358
2021	72619	62828	39463	33814	40538	59461	48493	65503

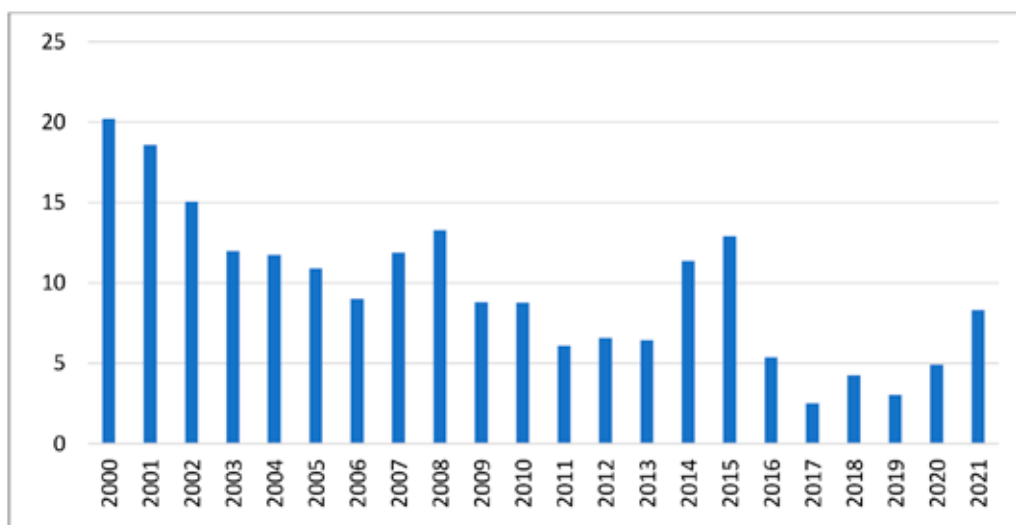


Рис. 3. Уровень инфляции в период с 2000 г. по 2021 г.

Таблица 3

Уровень инфляции
в период с 2000 г. по 2021 г. [18]

Год	Всего
2000	20,20
2001	18,58
2002	15,06
2003	11,99
2004	11,74
2005	10,91
2006	9,00
2007	11,87
2008	13,28
2009	8,80
2010	8,78
2011	6,10
2012	6,58
2013	6,45
2014	11,36
2015	12,91
2016	5,38
2017	2,52
2018	4,27
2019	3,05
2020	4,91
2021	8,31

Изобразим графически уровень инфляции за анализируемый период (рис. 3).

Как видно из представленных данных уровень инфляции за последние пару лет вырос в два раза, это обусловлено пандемией и сложностью в поставке товаров. Также можно выделить кризисные периоды 2007-2008 гг. и 2014-2015 гг., однако в целом за более чем 20 лет инфляция имеет тенденцию к снижению.

В рамках повышения рождаемости государством разрабатываются и принимаются к реализации различные меры поддержки семей, как с одним, так и с несколькими детьми. Разберемся в этом подробнее.

Одной из первых мер поддержки семей и стимулированию к рождению второго ребенка стал так называемый «Материнский капитал». Эта программа поддержки семей появилась в 2007 году. В 2020 году действие программы расширили и на данную поддержку теперь могут рассчитывать семьи, у которых рождается первый ребенок, далее рассмотрим это подробнее. На рисунке 4 представлена динамика роста материнского капитала на второго ребенка, следует отметить, что суммы, указанные с 2020 года, получают семьи, не получавшие «Материнский капитал» на первого ребенка.

Проанализируем как изменилась рождаемость с 2008 года при действии программы «Материнский капитал». Следует рассмотреть данные о рождаемости и естественный прирост населения страны.

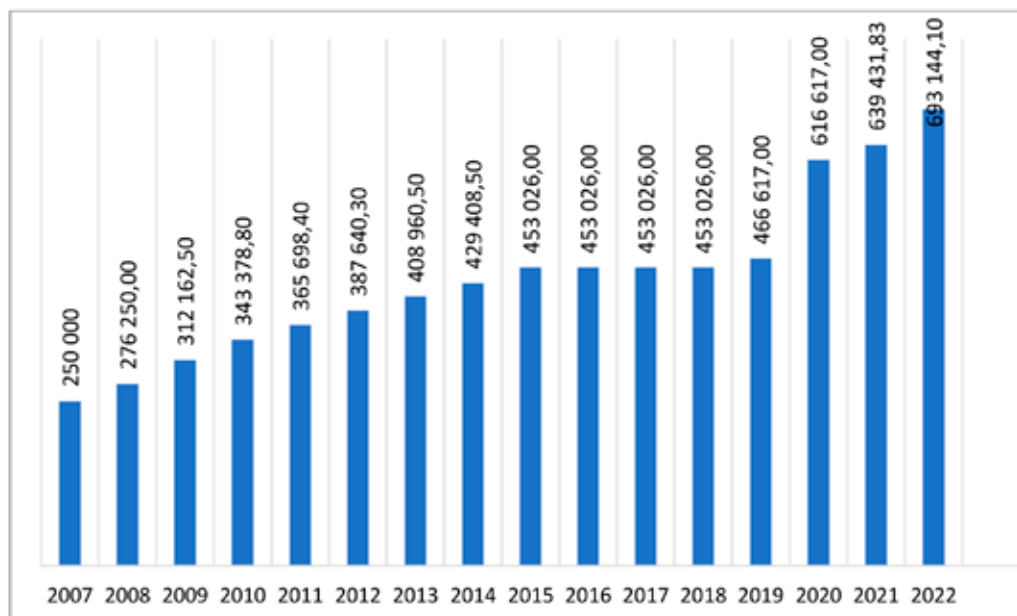


Рис. 4. Динамика размера материнского капитала с 2007 г. по 2022 г.

Таблица 4

Статистика родившихся и естественный прирост в Российской Федерации с 2008 г. по 2021 г. [18]

Годы	Всего, человек		На 1000 человек населения	
	родившихся	Естественный прирост	родившихся	Естественный прирост
2008	1713947	-362007	12	-2,5
2009	1761687	-248856	12,3	-1,8
2010	1788948	-239568	12,5	-1,7
2011	1796629	-129091	12,6	-0,9
2012	1902084	-4251	13,3	0,0
2013	1895822	24013	13,2	0,2
2014	1942683	30336	13,3	0,2
2015	1940579	32038	13,3	0,3
2016	1888729	-2286	12,9	-0,01
2017	1690307	-135818	11,5	-0,9
2018	1604344	-224566	10,9	-1,6
2019	1481074	-317233	10,1	-2,2
2020	1436514	-702072	9,8	-4,8
2021	1398253	-38261	9,6	-7,1

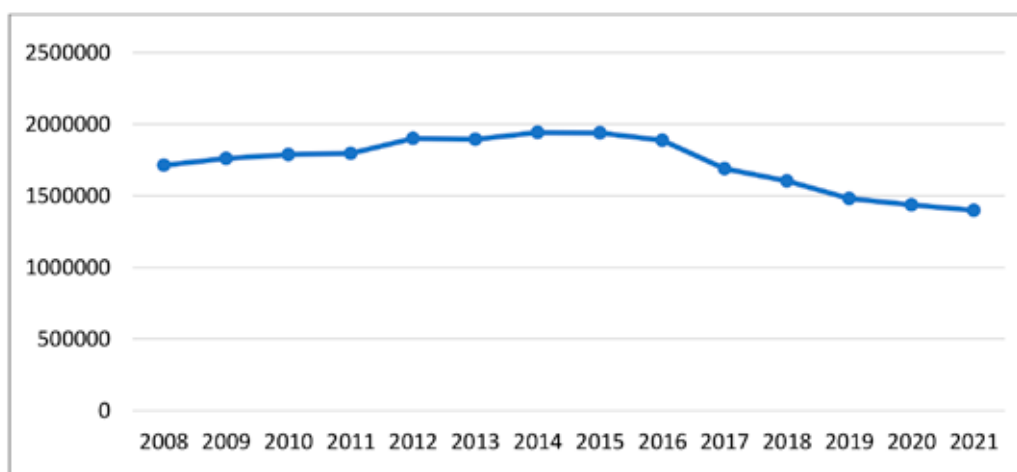


Рис. 5. Число родившихся в Российской Федерации 2008-2021 гг.

Если данные о родившихся отобразить графически (рис. 5), то можно отследить закономерность роста рождаемости с 2009 года, при этом идет на спад естественная убыль населения и к 2013 году превращается в естественный прирост населения страны. Можно сделать вывод, что программа «Материнский капитал» дала свои результаты и в совокупности с ростом заработной платы, стабилизацией инфляции дала свои положительные плоды.

Однако, следует отметить спад рождаемости с 2016 года, в стране вновь появляется естественная убыль населения. Данное положение дел дает почву для размышления. Необходимы новые пути поддержки населения и стимулирования рождаемости. Так как программа «Материнский капитал» была направлена на поддержку семей, у которых родился второй ребенок. При анализе ситуации рождаемости выясняется, что пособия по уходу за ребенком достаточно невелики,

у семей возникает сложность в рождении первого ребенка, не говоря уже о втором. При этом пособия по уходу за ребенком не позволяет обеспечить достойный уровень жизни, так как выплачивается до 1,5 лет и составляют 40% от среднемесячной заработной платы женщины. От 1,5 лет до 3 лет отпуска по уходу за ребенком выплачивалось 50 руб. в месяц. Безусловно подобные выплаты создавали определенные финансовые трудности, у многих семей заработок не превышал прожиточного минимума.

Так в 2018 году появилась новая мера поддержки семей с детьми, получившая название «путинские выплаты». Ее суть кардинально отличалась от ранее существующих. Во-первых, это дополнительная мера поддержки, которая не отменяет другие социальные пособия. Во-вторых, ее выплата осуществляется в том случае, если среднедушевой доход семьи не превышает двукратного размера, сумма выплат зависит от величины прожиточного минимума региона. Пособие ежегодно индексирует-

ся, с 2020 года у семей появилась возможность получать его до 3 лет. Рассмотрим динамику роста пособия на примере Орловской области.

С появлением социальной поддержки семьям с первым ребенком правительство пересмотрело проект «Материнский капитал», о котором упоминалось ранее. Так в 2020 году «Материнский капитал» стал мерой господдержки семей с первым ребенком, при рождении второго ребенка капитал увеличивается. В случае если первый ребенок рожден раньше, чем данный вид господдержки вступил в силу, и родители не получали материнский капитал, при появлении второго ребенка материнский капитал выдается в полном объеме.

Рассмотрим структуру материнского капитала с 2020 года.

Анализируя размер материнского капитала, представленного на рисунке 7 можно отметить, что он имеет положительный темп роста, за представленный период имеет прирост в 12,4%.

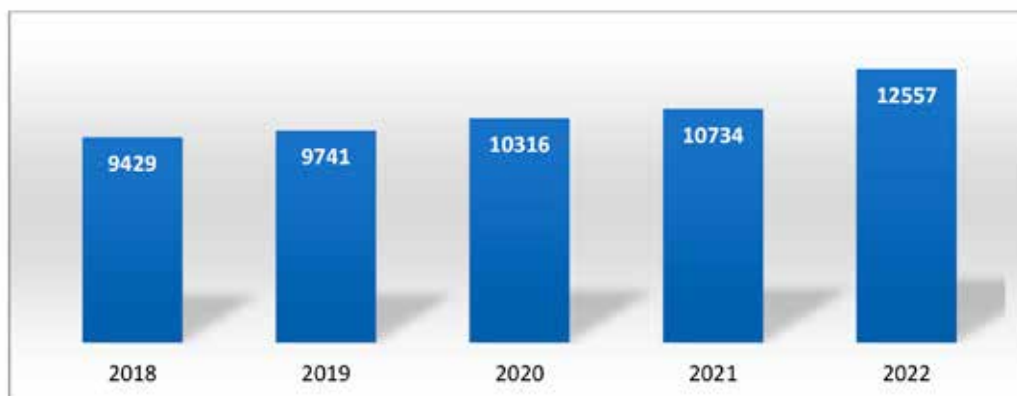


Рис. 6. Динамика роста пособия по уходу за ребенком в период с 2018 г. по 2022 г.



Рис. 7. Размер и структура материнского капитала с 2020 г. по 2022 г.

Расчетная таблица линейного коэффициента корреляции

Годы	Индекс рождаемости (x)	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в ЦФО (y)	x ²	y ²	x*y
2008	12	20666	144	427083556	247992
2009	12,3	22405	151,29	501984025	275581,5
2010	12,5	25377	156,25	643992129	317212,5
2011	12,6	28449	158,76	809345601	358457,4
2012	13,3	32186	176,89	1035938596	428073,8
2013	13,2	36213	174,24	1311381369	478011,6
2014	13,3	39945	176,89	1595603025	531268,5
2015	13,3	41961	176,89	1760725521	558081,3
2016	12,9	45943	166,41	2110759249	592664,7
2017	11,5	48593	132,25	2361279649	558819,5
2018	10,9	54689	118,81	2990886721	596110,1
2019	10,1	60771	102,01	3693114441	613787,1
2020	9,8	65319	96,04	4266571761	640126,2
2021	9,6	72619	92,16	5273519161	697142,4
Сумма	167,3	595136	2022,89	28782184804	6893328,6

В качестве следующего социально-экономического фактора, имеющего большую значимость для семей с детьми или семей планирующих детей – это обеспеченность жилой площадью. В современных условиях достаточно сложно приобрести жилье, не используя при этом ипотечные займы. Именно поэтому данная сфера также не осталась без внимания государства. В качестве меры господдержки предлагается сниженная процентная ставка для молодых семей (до 36 лет) как с одним и двумя детьми, а также многодетным семьям, для которых определяются особые условия ипотечного кредитования. Так, например, ипотечная ставка для молодых семей с одним или двумя детьми на данный момент составляет 6% годовых, а для многодетных семей 3% годовых.

Подводя итог вышесказанному, можно смело утверждать, что поддержка семей

с детьми на государственном и региональном уровне достаточно развита и многогранна. Государство заботится о повышении рождаемости, вкладывая в это достаточно большие средства. Однако, надо учитывать то, что каждая семья попадает под разный набор льгот и пособий, поэтому основным источником дохода так или иначе остается заработная плата. В этой связи следует выявить есть ли связи и насколько она тесная между индексом рождаемости и среднемесячной номинальной начисленной заработной платой. Для осуществления этой задачи рассчитаем линейный коэффициент корреляции, взяв данные (таблица 5) с момента вступления в силу проекта «Материнский капитал».

Построив расчетную таблицу, перейдем к расчету линейного коэффициента корреляции по следующей формуле:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Подставив значения, получаем:

$$r = \frac{6893328,6 - \frac{167,3 \cdot 595136}{14}}{\sqrt{\left(2022,89 - \frac{167,3^2}{14}\right) \left(28782184804 - \frac{595136^2}{14}\right)}} = -0,761.$$

Полученное значение говорит нам о том, что связь между индексом рождаемости и среднемесячной номинальной начисленной заработной платой высокая (попадает в диапазон 0,7-0,9) однако, отрицательное значение свидетельствует о том, что связь обратная. А это значит размер заработной платы не влияет на повышение уровня рождаемости.

Выводы

Исходя из проведенных расчетов можно утверждать, что политика государства в рамках повышения демографии имеет важное значение в настоящее время. Населению, и молодым семьям, в частности, важны

все меры поддержки, которые государство реализовывает.

В рамках повышения уровня рождаемости государство направляет немалые средства на реализацию существующих мер поддержки и разработку новых. Надо отметить, что результат реализуемых мер поддержки будет выявлен в долгосрочной перспективе. Однако численность населения, его финансовая стабильность является одной из главных характеристик стабильности государства. Именно по этой причине политика государства в рамках повышения демографии будет непрерывно реализовываться и разрабатываться меры поддержки семей с детьми.

Библиографический список

1. Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.levada.ru> (дата обращения: 02.03.2023).
2. Арзуманова Т.И., Мачабели М.Ш. Экономика организации. М.: Дашков и К, 2018. 240 с.
3. Государственная автоматизированная информационная система «Управление» [Электронный ресурс]. URL: <http://gasu.gov.ru> (дата обращения: 02.03.2023).
4. Гужова О.А., Токарев Ю.А. Статистика в управлении социально-экономическими процессами: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2020. 172 с. DOI: 10.12737/21034.
5. Иванов Ю.Н. Экономическая статистика: учебник / под ред. Ю.Н. Иванова. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2020. 584 с. DOI: 10.12737/7728.
6. Информационно-аналитические материалы Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/analytics> (дата обращения: 02.03.2023).
7. Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 02.03.2023).
8. Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 16.04.2023).
9. Информационные ресурсы Министерства финансов РФ [Электронный ресурс]. URL: https://www.minfin.ru/ru/om/link/inf_links (дата обращения: 16.04.2023).
10. Информационный ресурс Audit-it.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.audit-it.ru> (дата обращения: 16.04.2023).
11. Маевская Е.Б. Экономика организации: учебник. М.: ИНФРА-М, 2020. 351 с. DOI: 10.12737/19026.
12. Мелкумов Я.С. Социально-экономическая статистика: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2020. 186 с.
13. Открытый журнал [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.open-broker.ru/> (дата обращения: 16.04.2023).

14. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://pravo.gov.ru/ips> (дата обращения: 16.04.2023).
15. Портал открытых данных Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://data.gov.ru/> (дата обращения: 16.04.2023).
16. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник. 15-е изд., испр. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. 587 с. DOI: 10.12737/textbook_5cde566886f147.06974725.
17. Статистика: учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга и др.; под ред. В.Г. Ионина. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2018. DOI: 10.12737/25127.
18. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс].– URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 12.02.2023).
19. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsosman.hse.ru> (дата обращения: 12.02.2023).
20. Экономика организаций (предприятий): учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 608 с.

УДК 339.138

И. А. Заярная, Е. Н. Сейфиева

Новороссийский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Новороссийск, e-mail: aiамsem@mail.ru

МАРКЕТИНГ, КАК СФЕРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ключевые слова: маркетинг, маркетолог, конкуренция, рынок, особенности профессии.

В данной статье представлены понятия «маркетинг» и «маркетолог», обозначена актуальность исследования. Названы основные принципы современного маркетинга. Прокомментированы наиболее востребованные навыки маркетолога, перечислены особенности профессии и названы ключевые направления работы, а также сделаны выводы о роли маркетинга в жизни человека. Авторы статьи отмечают, что маркетинг, как сфера профессиональной деятельности, в нынешних условиях формирования конкурентного и экономического взаимоотношения различных хозяйствующих субъектов зачастую становится основополагающим компонентом менеджмента компаний, который влияет на формирование потенциального роста стоимости компании и укрепление ее конкурентоспособности на рынке товаров и услуг. Если недостаточно проработан инструментарий маркетинга фирма может столкнуться с существенным сокращением эффективности управления финансовыми потоками, вложенными в бизнес. В связи с этим маркетинг, как сфера профессиональной деятельности, которая нацелена на удовлетворение различного рода потребностей в благах, представленных на рынке, определяет ряд направлений в области организации, планирования, мониторинга при решении важнейших задач, связанных с развитием компании. Учитывая важность маркетинга, как профессиональной деятельности, необходимо отметить, что с одной стороны, он нацелен на изучение рынка благ, структуры потребностей и спроса, степени полезности благ. С другой стороны, маркетинг демонстрирует не только активнейшее воздействие компании на рыночное предложение и спрос, но и формирует предпочтения потребителя и его потребности.

I. A. Zayarnaya, E. N. Seifieva

Novorossiysk branch of Financial University affiliated to the Government of the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: aiамsem@mail.ru

MARKETING AS A FIELD OF PROFESSIONAL ACTIVITY

Keywords: marketing, marketer, competition, market, profession features.

This article presents the concepts of “marketing” and “marketer”, indicates the relevance of the study. The main principles of modern marketing are named. The most demanded skills of a marketer are commented, the features of the profession are listed and key areas of work are named, and conclusions are drawn about the role of marketing in a person’s life. The authors of the article note that marketing, as a sphere of professional activity, in the current conditions of the formation of competitive and economic relations between various business entities often becomes a fundamental component of company management, which influences the formation of a potential growth in the value of a company and strengthening its competitiveness in the market of goods and services. If the marketing tools are not sufficiently developed, the company may face a significant reduction in the efficiency of managing financial flows invested in the business. In this regard, marketing, as a field of professional activity, which is aimed at meeting various kinds of needs for goods on the market, determines a number of areas in the field of organization, planning, monitoring in solving the most important tasks related to the development of the company. Given the importance of marketing as a professional activity, it is important to note that, on the one hand, it is aimed at studying the market for goods, the structure of needs and demand, and the degree of utility of goods. On the other hand, marketing demonstrates not only the company’s most active influence on market supply and demand, but also forms consumer preferences and needs.

Введение

В условиях конкуренции роль маркетинга как сферы профессиональной деятельности значительно увеличивается. Поиск и формирования путей наращивания и укрепления конкурентоспособности

является актуальной целью, достижение которой требует тщательного исследования данной области.

Вопросы развития маркетинга как сферы профессиональной деятельности исследована российскими и зарубежными авто-

рами. Среди них: Ф. Райхельд, Р. Марки [7], Ф. Уэбстер [1], С.В. Балабай, А.Д. Ковеза, С.И. Пидгилок [2], З.Р. Исраилова, М.А. Вахаева [4], А.А. Молдован [5], В.Н. Наумов [6], О.У. Юлдашева, Е.В. Писарева [8] и др.

Несмотря на наличие множества работ в названной области недостаточно исследована проблема несоответствия между имеющейся степенью востребованности маркетологов и наличием предложения специалистов названной профессии на рынке труда. Помимо этого, в имеющихся работах недостаточно внимания уделяется требованиям к навыкам, которыми должны, по мнению работодателей, обладать маркетологи.

Обозначенные проблемы подчеркивают актуальность исследования, результаты которого представлены в данной статье.

Целью исследования является представление маркетинга, как сферы профессиональной деятельности.

Материалы и методы исследования

При написании статьи были использованы методы сравнительного анализа, синтеза, хронологический метод.

Результаты исследования и их обсуждение

Многие авторы отмечают, что маркетологи – это специалисты, которые исследуют предпочтения потребителей, занимаются продвижением товаров и услуг на рынке. От степени профессионализма маркетолога во многом зависит успешное развитие любой компании. Рогожина Е.С., Яшкова Е.В., Синева Н.Л. отмечают, что, в большинстве случаев, маркетологи – это сотрудники, которые изучают востребованность услуг и товаров [11].

Авторы статьи согласны с мнением исследователей, подчеркивая, что маркетологи – это специалисты, которые не только анализируют и изучают рыночные процессы и собственно сам рынок, но и занимаются выявлением степени удовлетворенности потребителей услугами и товарами, представленными на этом рынке.

Исследования показали, что наименование названной профессии переводится с английского языка как «изучающий рынок». Это обусловлено тем, что именно маркетолог занимается выявлением потребностей клиентов, чтобы выявить так называемые «болевы точки» и следуя сформированно-

му представлению о предпочтениях клиентов, предложить именно те товары или услуги, которые призваны эти потребности удовлетворить.

Исследователи в области маркетинга отмечают, что родина маркетинга и рекламы, это Запад. Именно на Западе появились и в дальнейшем получили развитие множественные технологии рекламы и маркетинга, а также и приемы PR, которые используются маркетологами и по сей день [12].

Профессия маркетолог появилась в России сравнительно недавно. Ее появление связано с становлением в стране рыночной экономики. Со временем маркетинг интегрируется в сферу экономики любой организации нашей страны и становится частью этой целостной системы.

Учитывая множественность задач, которые выполняет маркетолог, важно, чтобы данный специалист обладал внимательностью, имел аналитическое мышление, был коммуникабельным и устойчивым к стрессам, умел производить необходимые расчеты и строить прогнозы.

По мнению работодателей, деятельность современного маркетолога должна основываться на ряде принципах, в числе которых:

- 1) нацеленность деятельности на эффективный итоговый результат;
- 2) долгосрочная ориентация результатов в условиях непрерывных сопоставлений дохода, затрат, а также текущего уровня цен и платежеспособности населения;
- 3) непрерывный процесс приспособления к нуждам вероятных клиентов;
- 4) механизм эластичного реагирования выпуска и сбыта на потребительском рынке;
- 5) использование маркетинговых программ с целью прогнозирования и разработки дальнейших производственно-сбытовых решений;
- 6) понимание принципов работы рекламных кампаний;
- 7) умение анализировать рынок, знать новаторские технологии рекламы и применение их на практике;
- 8) умение работать с пакетом программ, который включает Photoshop, MS Office;
- 9) быть готовым к ненормированному рабочему графику и работать в режиме мультизадачности;
- 10) знать английский на высоком уровне;
- 11) уметь работать в команде, координировать свои действия с коллегами [3].



Рис. 1. Направления работы маркетолога

Как известно, главной целью любого предприятия является получение и максимизация прибыли. Как было отмечено выше, маркетинг, как сфера профессиональной деятельности, способствует достижению обозначенной цели. Поскольку маркетолог – это специалист, продвигающий товары и услуги компании, целью его профессиональной деятельности становится построение такой системы продаж, которая способна обеспечивать компании максимально возможную прибыль. Маркетолог стремится выстроить долгосрочные коммуникации с клиентами таким образом, чтобы потребители становились лояльными к бренду компании и в перспективе неоднократно покупали товары и услуги компании.

Как правило маркетолог работает в четырех направлениях (рисунок 1).

Поскольку маркетологи смотрят в будущее, их навыки должны соответствовать современным тенденциям. Основой успешного маркетинга всегда будут оставаться такие ключевые понятия, как понимание целевой аудитории и эффективная реклама [2].

Необходимо отметить, что в настоящее время креативность стала основным требованием к маркетинговым стратегиям и дизайну продукции, благодаря своей способности привлекать внимание потребителей и побуждать их к действию. Маркетологи должны уметь предлагать новые идеи, которые выделяют компанию фоне конкурентов и приносят результаты бизнесу. Кроме того, эстетическое чутье имеет первостепенное значение, когда речь идет о разработке уникальных визуальных образов для эффективного продвижения продуктов.

Исраилова З.Р., Вахаева М.А. отмечают, что маркетинг выступает в двойной роли. С одной стороны, маркетинг открывает ряд возможностей для бизнеса. С другой сторо-

ны, он открывает возможности для специалистов, которые обладают знаниями маркетинга. Ниже представлен сокращенный перечень специальностей, где необходимы эти знания:

1) контент-маркетолог (в его задачи входит разработка уникального и творческого контента, который будет способствовать продвижению продуктов);

2) бренд-менеджер (основная задача – управление брендом, повышение статуса компании и продвижение новых продуктов);

3) PR-менеджер (в обязанности входит контакт с аудиторией, а так же поиск материалов для рекламы и акций);

4) маркетолог-аналитик (дает ответ на ключевые вопросы экономики на основе анализа ситуации на рынке);

5) email-маркетолог (в обязанности входит рассылка писем на электронные почты, привлечение будущих покупателей и увеличение степени узнаваемости бренда);

6) digital-стратег (этот человек дает рекомендации относительно маркетинговых компаний. Это новатор, видящий грядущие тенденции);

7) performance-маркетолог (работает над изменениями в каналах рекламы и контролем за учетными записями для достижения максимальной эффективности) и др. [4].

В настоящее время выделилась отдельная категория профессии – интернет-маркетолог. Главной причиной стало развитие интернет-технологий. Спектр обязанностей интернет-маркетолога похожи, на спектр обязанностей профессионалов, которые работают с рекламными кампаниями, запускаемыми через другие средства массовой информации. Отличие в целевой аудитории. Как правило, интернет-маркетолог продает товар через сайт бренда и социальные сети, работая с клиентами, являющимися посетителями веб-ресурсов.

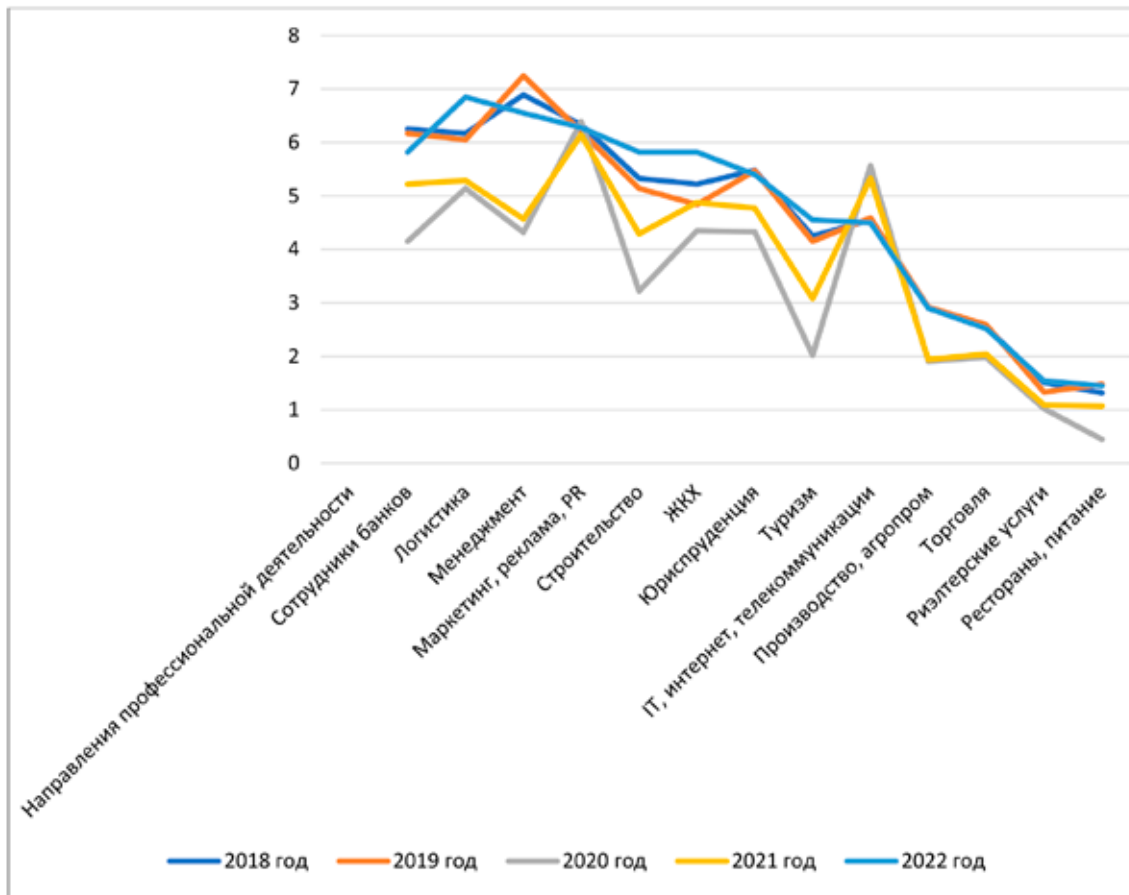


Рис. 2. Степень востребованности специалистов по направлениям профессиональной деятельности

Одним из важных условий развития маркетинга как сферы профессиональной деятельности – это растущая потребность в данных специалистах на рынке труда.

Проведенное авторами статьи исследование степени востребованности специалистов по направлениям деятельности показало, что в период 2018 – 2022 гг динамика востребованности неравномерная (рисунок 2).

На рисунке видно, что самым «проблемным» для ряда профессий. Основной причиной подобного результата, достигнутого в 2020 году стало влияние пандемии COVID-19. Однако, несмотря на пандемию, степень востребованности маркетологов в указанном году практически не изменилась по сравнению с предыдущими годами. Обусловлен подобный результат тем, что многим компаниям необходимо было решать вопросы с продвижением продуктов на рынке товаров и услуг, с целью недопущения падения финансовых результатов.

Следующий факт, который можно отметить, изучая рисунок 2 – это то, что специалисты в области маркетинга не занимают лидирующее положение по степени востребованности, уступая специалистам в области логистики.

Причинами подобного результата становится то, что можно отнести к минусам данного направления профессиональной деятельности, а именно:

- 1) во многих компаниях роль маркетолога недостаточно оценена и в силу этого не являются данный специалист не воспринимается как один из важных
- 2) ряд руководителей не стремятся выделять средства на маркетинговые исследования и мероприятия, что сокращает степень возможностей маркетолога;
- 3) поскольку работа маркетолога построена по пути проб и ошибок, не все специалиста способны перенести недостаточно удачный опыт.

Однако, несмотря на представленные выше проблемы, внимание работодателей к маркетологам растет и, по мнению авторов данной статьи, будет повышаться далее. Об этом свидетельствуют тенденции современного рынка труда.

По результатам проведенного исследования HeadHunter, являющимся одним из самых крупных сайтов по поиску работы и сотрудников в мире, к началу 2022 года на рынке в числе активных присутствовало более 50 тысяч предложений работодателей, желающих нанять в свои фирмы маркетологов. Подобный показатель увеличен более чем в полтора раза по отношению к предыдущему году. Количество поданных резюме возросло лишь на 1% за этот же период [10].

Специалисты крупнейшей платформы онлайн-рекрутинга hh.ru и образовательной платформы Нетология осуществили исследования изменений, произошедших в сфере интернет-маркетинга после введения санкций в отношении России в 2022 году. Как показывают результаты этого исследования, в сравнении с периодом до введения санкций более всего увеличился спрос на продакт-маркетологов. Увеличение данного показателя составило 11%. Спрос на бренд-менеджеров вырос на 8%. Рост спроса на комьюнити-менеджеров и веб-аналитиков составил 4% для каждой из названных позиций [9].

С сокращением вакансий на рынке труда столкнулись и интернет-маркетологи. Наибольший спад в размере 25,7% наблюдается в апреле 2022 года по сравнению с таким же периодом 2021 года. Начиная с октября 2022 года происходит стабилизация ситуации и спрос почти достигает прежнего уровня. В ноябре 2022 года количество ва-

кансий интернет-маркетологов демонстрирует прирост на 22,4%, что можно положительно оценить. Число резюме от соискателей-маркетологов после введения санкций увеличилось более чем в 3 раза [9].

Если отметить требования работодателей к профессиональному уровню, то в числе самых востребованных (+10,2%) стали специалисты, имеющие опыт работы от года до трёх лет. Для начинающих специалистов, не имеющих опыта работы, количество вакансий сократилось на 9,3% [9].

В настоящее время в России наблюдается повышение интереса работодателей к маркетологам и специалистам-PR, что подчеркивает важность маркетинга, как сферы профессиональной деятельности.

Заключение

В заключение стоит отметить, что маркетинг становится первостепенной сферой профессиональной деятельности. Как показывают исследования, в маркетологах нуждаются компании малого, среднего и крупного бизнеса. Современный подход к маркетингу представляет позволяет комплексно ответить на важные вопросы развития бизнеса в условиях растущей конкуренции. Как показывает опыт многих российских компаний, маркетинг необходим для решения множественных оперативных задач, проведения исследований рынка в условиях возникновения затруднений реализации товаров и услуг. Современный этап развития маркетинга в России можно охарактеризовать как этап повышения активности привлечения маркетологов для решения выше обозначенных задач. Усиление данного процесса происходит в условиях роста конкуренции на рынке товаров и услуг.

Библиографический список

1. Узбестер Ф. Основы промышленного маркетинга: пер. с англ. М.: Изд. дом Гребенникова, 2005. 415 с.
2. Балабай С.В., Ковеза А.Д., Пидтилок С.И. Критическое мышление как основа маркетинговой деятельности // Парадигмы управления, экономики и права. 2022. № 2 (6). С. 130-136.
3. Воронин С.М. Маркетинг в 2022 г.: что изменилось, какие возникли проблемы и какими компетенциями должен обладать маркетолог // Интернет-маркетинг. 2022. № 3. С. 188-196.
4. Исраилова З.Р., Вахаева М.А. Природа международного маркетинга и его сфера деятельности // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 12. С. 730-735.
5. Молдован А.А. Международный маркетинг: маркетинг-микс // E-Scio. 2022. № 4 (67). С. 186-197.
6. Наумов В.Н. Стратегический маркетинг: учебник. М: ИНФРА-М., 2020. 238 с.

7. Райхельд Ф., Марки Р. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 352 с.
8. Юлдашева О.У., Писарева Е.В. Маркетинговые модели российских компаний: результаты эмпирического исследования // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: сб. ст.: в 2 ч. (Санкт-Петербург, 7–8 апреля 2016 г.). СПб.: Изд-во СПбГУЭ, 2016. Ч. 2. С. 424–429.
9. Медиа Нетологии [Электронный ресурс]. URL: <https://netology.ru/blog/01-2023-marketing-research> (дата обращения: 20.05.2023).
10. Новости ГЛОБАЛМСК.РУ [Электронный ресурс]. URL: <https://globalmsk.ru/news/id/58341> (дата обращения 20.05.2023).
11. Рогожина Е.С., Яшкова Е.В., Синева Н.Л. Маркетинговые исследования российского рынка труда по профессии «Маркетолог» // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2017/04/23588> (дата обращения: 06.05.2023).
12. Устинович Е. С. Профессия маркетолога в России и за рубежом // Директор по маркетингу и сбыту. 2018. № 5. URL: <https://human.snauka.ru/2017/04/23588> (дата обращения: 17.05.2023).

УДК 332.852

Н. В. Королёва

Новороссийский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Новороссийск, e-mail: nvkoroleva@fa.ru

Н. А. Кузнецова

Новороссийский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Новороссийск, e-mail: managers_novoross@mail.ru

А. В. Черенова

Новороссийский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Новороссийск, e-mail: cherenova_alena@mail.ru

АНАЛИЗ ДОСТУПНОСТИ ПЕРВИЧНОГО ЖИЛЬЯ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Ключевые слова: первичное жильё, Краснодарский край, доступность, ипотечный кредит, рынок недвижимости, стоимость жилья.

В данной статье рассматривается доступность первичного жилья для жителей Краснодарского края с целью изучения тенденций и прогнозирования. Несмотря на ряд мер государства по поддержке населения при приобретении жилья, доступность жилья снижается. В исследовании приведены основные показатели рынка недвижимости первичного жилья за 2021-2023 гг. Рассчитаны индекс доступности и коэффициент доступности. Изучена статистика выдачи ипотечных кредитов для жителей Краснодарского края за последнее время. Проанализированы такие показатели, как средняя стоимость квартир, цены за квадратный метр первичного жилья по России и Краснодарскому краю, динамика ввода жилья в эксплуатацию. На основе проведенного анализа представлены аргументированные рекомендации для повышения доступности жилья, а также сделан прогноз на 2023 год.

N. V. Koroleva

Novorossiysk branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: nvkoroleva@fa.ru

N. A. Kuznetsova

Novorossiysk branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: managers_novoross@mail.ru

A. V. Cherenova

Novorossiysk branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: cherenova_alena@mail.ru

ANALYSIS OF THE AVAILABILITY OF PRIMARY HOUSING IN THE KRASNODAR TERRITORY

Keywords: primary housing, Krasnodar region, affordability, mortgage loan, real estate market, housing cost.

This article discusses the availability of primary housing for residents of the Krasnodar Territory in order to study trends and forecast. Despite a number of government measures to support the population in purchasing housing, housing affordability is declining. The study provides the main indicators of the primary housing real estate market for 2021-2023. The accessibility index and the accessibility factor are calculated. The statistics of issuing mortgage loans for residents of the Krasnodar Territory in recent times has been studied. Analyzed indicators such as the average cost of apartments, prices per square meter of primary housing in Russia and the Krasnodar Territory, the dynamics of housing commissioning. Based on the analysis, reasoned recommendations are presented to increase the affordability of housing, and a forecast for 2023 is also made.

Введение

В современное время развитие такой отрасли как строительство жилой недвижимости считается одним из важнейших экономических показателей страны. Государство ставит перед собой одну из главных задач, а именно повышение доступности жилья для людей, ведь благодаря этому улучшается качество жизни населения, удовлетворяются потребности граждан. Стоит отметить, что поддержка со стороны государства также способствует развитию предпринимательства в строительной сфере.

В стране действует множество льготных программ ипотеки со сниженными ставками, а также субсидии отдельным категориям граждан – молодым семьям, многодетным, сельским врачам и учителям и др. Имеется возможность вернуть часть средств, заплаченных за жильё или получить ипотечные каникулы. Объёмы строительства жилья стабильно растут, так в 2022 году ввод жилья в целом по стране составил 102,7 млн кв.м., рост составил 11% по сравнению с предыдущим годом. Однако доступность жилья снижается. По данным РИА Рейтинга в среднем по России для приобретения типовой квартиры понадобится 5,7 лет, что больше чем в 2021 году. Цены на один квадратный метр резко возросли в среднем по стране на 35% [8]. Сегодня рынок недвижимости переживает трудные времена из-за складывающихся экономических, а также политических ситуаций в стране.

Цель исследования – провести анализ степени доступности жилья на первичном рынке Краснодарского края путем изучения различных факторов. Охарактеризовать перспективы развития рынка жилья в крае.

Материалы и методы исследования

В работе использованы статистические методы исследования, сравнительный, аналитический анализ, метод сравнения и аналогий. В исследовании использовались статистические данные Росстата, Централно-

го Банка, РИА Рейтинга, Сбер Индекса и др., а также результаты исследований ученых по данному направлению.

По темпам жилищного строительства Краснодарский край занимает лидирующие позиции. Не смотря на сложную обстановку в экономике, Краснодарский край многие годы обгонял и Москву, и Санкт-Петербург по объему введенного жилья. Однако не смотря на хорошие показатели региона, жилищную политику очень трудно назвать совершенной.

В настоящее время многие семьи долгое время стоят в очереди на получение жилья. В числе жителей Краснодарского края находится также много переселенцев, беженцев, детей-сирот, которые точно также ожидают получения жилья [1].

В таблице 1 представлены главные показатели развития рынка недвижимости первичного жилья за 2021-2023 гг. в Краснодарском крае.

Из таблицы 1 хорошо видно, что объемы ввода жилья сначала сильно возросли в период с 2021 по 2022 гг., а вот уже за январь-март 2023 г. следует говорить об обратном, потому что в прошедшем году в соответствующем периоде объемы были значительно больше.

Количество построенных квартир также говорит о том, что изначально был значительный прирост чуть более чем в три раза, однако уже в 2023 году по сравнению с январем-мартом прошедших лет показатели явно ниже.

Средний размер квартир становится с каждым годом меньше. Для более подробного исследования стоит рассмотреть среднюю стоимость квартир за данный промежуток времени (рисунок 1 и 2).

Согласно официальным данным Росстата по Краснодарскому краю на первичном рынке средняя цена на жилье сильно возросла. Так, в 2021 году средняя стоимость квартиры составила 3 594 325 рублей, за 2022 г. – 5 030 905 рублей, в 2023 г. – 4 809 046 рублей.

Таблица 1

Главные показатели развития рынка недвижимости первичного жилья за 2021-2023 гг. в Краснодарском крае.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2023 г. (январь-март)
Ввод в действие жилых домов, тыс. м ²	6283, 1	7592	1859,5
Количество построенных квартир, ед.	26800	63500	12600
Средний размер квартир, м ²	46	45,1	43,9

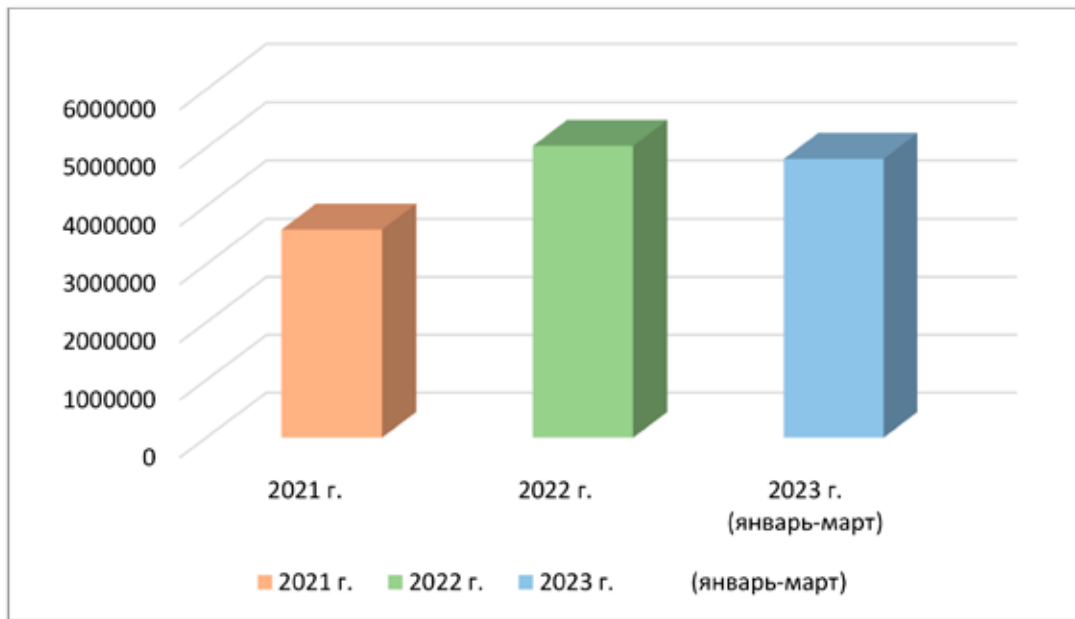


Рис. 1. Средняя стоимость квартир, руб.

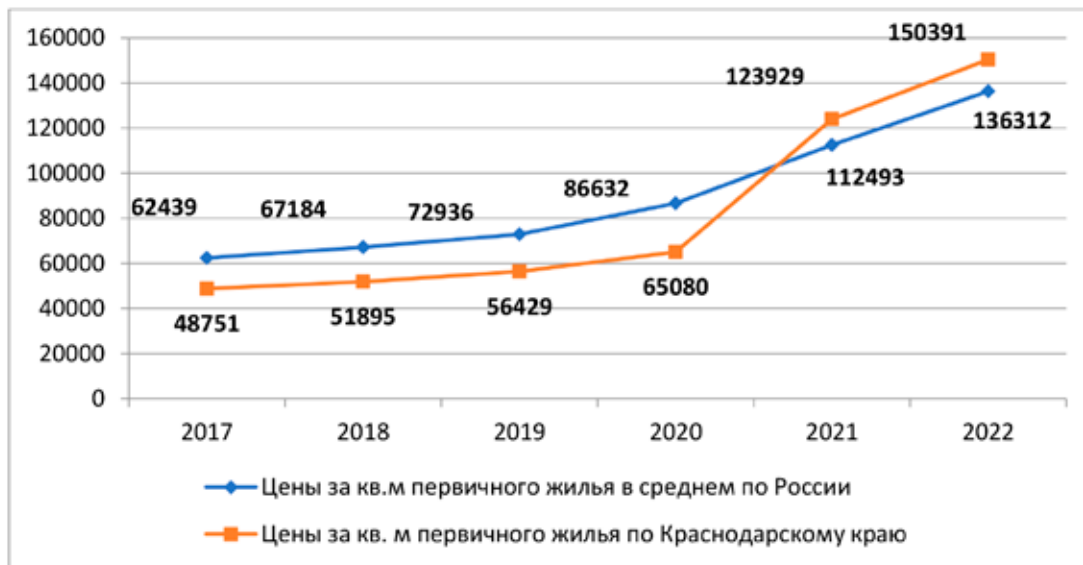


Рис. 2. Цены за кв. м первичного жилья в среднем по России и краснодарскому краю, руб.

Стоит отметить, что усредненные данные были посчитаны за 2021 и 2022 гг. за все 4 квартала, тогда как 2023 г. был посчитан по данным только за первый квартал.

Важным фактором является также и то, что квартира может быть более дорогой или более дешевой из-за месторасположения квартиры, а также ее качества. Так, элитные квартиры всегда стоят несколько дороже квартир среднего качества [7].

Исходя из таблицы 1 и графика 1 ясно, что квартиры становятся меньше и дороже. И объяснение тому кроется не только в сложной ситуации в нашей стране, но еще и в льготной ипотеке, которую запустило правительство по всей стране в апреле 2020 года. Жилье не стало более доступным, напротив, население стало реже приобретать квартиры, особенно на первичном рынке.

Льготная ипотека должна была закончить свое действие уже в 2022 году, однако была продлена еще на несколько лет, то есть до 2024 года и уже со ставкой выше. И даже несмотря на то, что в стране есть еще выгодные ипотечные программы, гражданам страны по-прежнему достаточно тяжело приобрести квартиры [6].

Для большей объективности стоит воспользоваться точными расчетами оценки доступности жилья Краснодарского края, а именно рассчитать индекс доступности и коэффициент доступности жилья.

Индекс доступности жилья (ИДЖ) – это метод расчета доступности жилья для среднестатистической семьи, которая способна самостоятельно накопить на жилье:

$$\text{ИДЖ} = C/D \text{ (в год)},$$

где C – средняя стоимость жилья;

D – средний доход одного человека в год.

Посчитаем ИДЖ за период 2021-2023 гг., где данные для средней стоимости жилья возьмем из выше подсчитанных, а данные среднего дохода одного человека из открытых официальных данных Росстата:

$$\text{ИДЖ (2021 г.)} = 3\,594\,325/522\,122,4 \approx 7,$$

$$\text{ИДЖ (2022 г.)} = 5\,030\,905/580\,800 \approx 9,$$

$$\text{ИДЖ (2023 г.)} = 4\,809\,046/610\,752 \approx 8 \text{ [4]}.$$

Исходя из подсчетов видно, что в действительности ИДЖ стал несколько выше, однако можно спрогнозировать, что в последующие годы этот индекс станет гораздо меньше. В мировой практике данный индекс считается в норме до 3-х лет.

Коэффициент доступности жилья (КДЖ) – это произведение средней стоимости 1 м² жилья и площади квартиры, равной 54 м², деленное на произведение среднего дохода человека на количество членов семьи (обычно за основу берется 3, но мы возьмем 1):

$$\text{КДЖ} = (P*54) / (D*3),$$

где P – средняя стоимость 1 м² жилья,

D – средний доход одного человека в год.

Также используя данные выше и официальные данные Росстата за 2021-2023 гг. посчитаем КДЖ:

$$\begin{aligned} \text{КДЖ (2021 г.)} &= (78\,137, 5*54/522\,122,4*1) = \\ &= 4\,219\,425/522\,122,4 \approx 8, \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{КДЖ (2022 г.)} &= (112\,875*54/580\,800*1) = \\ &= 6\,095\,250/580\,800 \approx 10,5, \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{КДЖ (2023 г.)} &= (111400*54/610\,752*1) = \\ &= 6\,015\,600/610\,752 \approx 10 \text{ [3]}. \end{aligned}$$

Подсчеты КДЖ показывают ситуацию хуже, чем подсчеты ИДЖ, вероятно есть какие-то погрешности. К тому же обычно коэффициент доступности жилья рассчитывается для того, чтобы узнать, за сколько лет семье получится накопить на квартиру, откладывая абсолютно все доходы.

Уже отсюда следует небольшой вывод о том, что один человек или небольшая семья вряд ли смогут откладывать все свои доходы на накопление. Именно поэтому одним из главных факторов доступности жилья является доступность ипотеки. Рассмотрим статистику выдачи ипотечных кредитов жителям Краснодарского края за 2021-2023 гг. (рисунок 3).

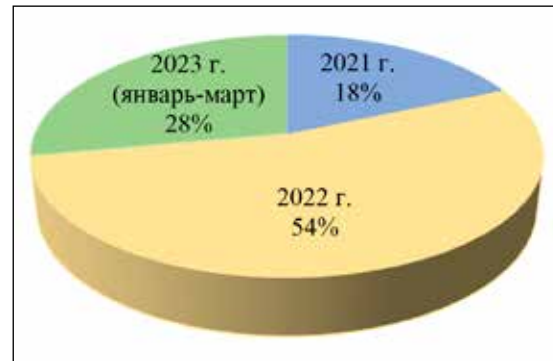


Рис. 3. Статистика выдачи ипотечных кредитов жителям Краснодарского края за период 2021-2023 гг.

Изучая официальные открытые данные по выдаче ипотек для жителей Краснодарского края можно увидеть, что большее количество кредитов было выдано в 2022 г. (54%) и составили 9,6 млрд руб. Однако можно заметить, что за 3 месяца 2023 года было выдано уже 5 млрд руб., что превышает выданную сумму за 2021 год. Отсюда следует, что в 2023 году сумма выданных ипотечных кредитов может сильно превысить прошедший год [2]. Такая интересная динамика может говорить о том, что приобретение квартир могло стать спекулятивным спросом.

И все-таки, в 2023 году на рынке недвижимости первичного жилья как Краснодарского края, так и страны в целом отслеживается позитивная тенденция. В подтверждение этого рассмотрим рисунки 3 и 4, данные для которых взяты с Росстата по Краснодарскому краю.

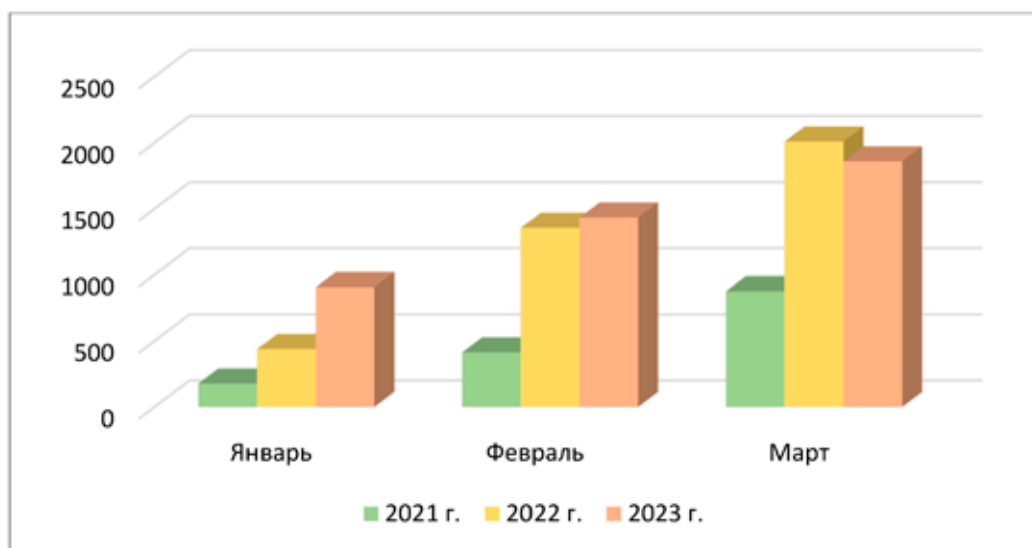


Рис. 4. Динамика ввода жилья накопленным итогом в Краснодарском крае, тыс. м²

Как видим, за прошедшие годы ввод жилья увеличился. За январь-март Краснодарский край стабильно держится на третьем месте среди 85-ти регионов страны не смотря на снижение ввода жилья в марте [5].

Заключение

В заключении отметим, что край стал лидером по России среди жилищного строительства. Однако доступность жилья в Краснодарском крае находится не на самом высоком уровне. Выделим основные проблемы, влияющие на рост цен на жилье. Это, во-первых, повышение цен на стройматериалы, что повышает себестоимость. Во-вторых, высокий уровень миграции из других регионов страны, что повышает спрос на жилье. В-третьих, недвижимость рассматривается населением, как способ ин-

вестирования. Хотя последнее теряет актуальность, так как цены на жильё возросли значительно, а на аренду всего на 10-15%. При этом сократилась разница между ценами на уровне котлована и на готовое жильё. На рост цен на жилье повлияли также минимальные ипотечные ставки, наблюдаемые в 2021-2022 гг. Например, в 2022 году доля ипотеки при покупке жилья составила 80%. Сейчас также действуют всевозможные программы господдержки (семейная, сельская, ипотека для IT и др.), что поддерживает спрос, но не так значительно, так как ипотечные ставки выросли. В 2023 году возможно небольшое снижение цен или, по крайней мере, отсутствие их роста. Хотя бы в связи с тем, что миграционный поток во вторую половину 2022 года в Краснодарский край снизился.

Библиографический список

1. Безуглова М.Н., Воронина А.В. Проблемы обеспечения доступности жилья в Краснодарском крае // Общество: политика, экономика, право. 2017. № 1. С. 54-56.
2. В 2021 году выдача ипотечных кредитов на Кубани увеличилась на 15,6% // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5193316> (дата обращения: 04.05.2023).
3. Едророва В.Н., Шилов М.Е. Методика расчета коэффициента доступности жилья в России в условиях ипотечного жилищного кредитования // Финансы и кредит. 2008. № 31 (319). С. 18-22.
4. Мустафина Л.Р. Определение доступности жилья для населения: методические аспекты // Проблемы современной экономики. 2014. № 1 (49). С. 185-188.

5. Росстат: ввод жилья в Краснодарском крае за январь-март 2023 года уменьшился на 7,3% // ЕРЗ. [Электронный ресурс]. URL: https://erzrf.ru/news/rosstat_vvod_zhilya_v_krasnodarskom_krae_za_yanvar-mart_2023_goda_umenshilsya_na_7_3_protsentov_grafiki (дата обращения: 05.05.2023).

6. ЦБ связал снижение доступности жилья с льготной ипотекой на новостройки // Ведомости. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2023/03/29/968523-tsb-svyazal-snizhenie-dostupnosti-zhilya-s-lgotnoi-ipotekoі> (дата обращения: 02.05.2023).

7. Яроцкая Е.В., Ксанинова Е.К. Анализ рынка жилой недвижимости Краснодарского края // Современные проблемы и перспективы развития земельно-имущественных отношений: сборник статей по материалам IV Всероссийской научно-практической конференции. Краснодар, 2022. С. 435-439.

8. Рейтинг регионов по доступности жилья – 2022 // РИА РЕЙТИНГ. [Электронный ресурс]. URL: <https://riarating.ru/infografika/20220614/630223702.html> (дата обращения: 02.05.2023).

УДК 339.1

О. Д. Крупная

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Владивосток,
e-mail: olga.krupnaya@gmail.com

Е. Н. Смольянинова

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Владивосток,
e-mail: Elena.Smolyaninova@vvsu.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Ключевые слова: потребитель, поведение потребителей, факторы, маркетинговое исследование, логистические услуги.

В статье рассмотрено содержание понятия «поведение потребителей» с позиций экономического, маркетингового и социально-психологического подходов. Рассмотрена модель поведения потребителей, разработанная Ф. Котлером. Проанализированы факторы, влияющие на потребителей, по Л.Б. Каплану, У. О. Беардену и Р. Тафлингеру. Рассмотрены факторы, влияющие на поведение потребителей логистических услуг. Проведено исследование поведения потребителей логистических услуг с целью выявления значимости факторов выбора логистической компании. На основе полученных данных составлен рейтинг важности факторов выбора логистической компании и предложены рекомендации по продвижению логистических услуг.

О. Д. Крупная

Vladivostok State University, Vladivostok, e-mail: olga.krupnaya@gmail.com

Е. Н. Смольянинова

Vladivostok State University, Vladivostok, e-mail: Elena.Smolyaninova@vvsu.ru

RESEARCH OF THE BEHAVIOR OF CONSUMERS OF LOGISTICS SERVICES

Keywords: consumer, consumer behavior, factors, marketing research, logistics services.

The article examines the content of the concept of “consumer behavior” from the standpoint of economic, marketing and socio-psychological approaches. The model of consumer behavior developed by F. Kotler is considered. The boiler. The factors influencing consumers are analyzed according to L. B. Kaplan, W. O. Bearden and R. Taflinger. The factors influencing the behavior of consumers of logistics services are considered. A study of the behavior of consumers of logistics services was conducted in order to identify the significance of the factors of choosing a logistics company. Based on the data obtained, a rating of the importance of the factors of choosing a logistics company was compiled and recommendations for the promotion of logistics services were proposed.

В условиях возрастающей конкуренции и развития информационных технологий, ключом к успеху на рынке является понимание механизма поведения потребителей. В 18 веке в рамках классической экономической теории возникли первые предпосылки теории потребительского поведения. А. Смит в труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» впервые рассмотрел потребителя как объект исследования. Представителям маржинализма принадлежат первые попытки объяснения и описания поведения потребителей. Изучая потребительское поведение, можно выяснить причину при-

обретения потребителем определенных товаров или услугу. Данная информация поможет продавцу эффективнее реализовывать свой продукт и успешно конкурировать на рынке [1].

Интерес к поведению потребителей имеет устойчивый характер. Для начала разберемся, кто такой потребитель. Потребитель – это гражданин Российской Федерации, который имеет намерение заказать, приобрести или заказывающий, приобретающий либо использующий товары только для личных, домашних, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [2].

Как объект исследований поведение потребителей является междисциплинарным, так как объединяет маркетинговые, экономические, психологические и социологические знания. Рассмотрим значение термина «поведение потребителей».

Словарь Т.Ф. Ефремовой определяет поведение как совокупность действий и поступков по отношению к окружающим. Социологический словарь определяет потребление как употребление или использование товаров и услуг в процессе удовлетворения потребностей [3, 4].

Представители теории предельной полезности, У. Джевандс, Л. Вальрас, К. Менгер и др., считали, что поведение потребителей – поиск наибольшей полезности в приобретении материальных благ.

По мнению американских маркетологов, П. Миниарда, Р.Блэкуэлла и Дж. Энджела, потребительское поведение – комплекс действий, которые совершает человек при приобретении, потреблении и освобождении услуг или товаров.

Й. Шумпетер, представитель неоклассической теории, считал, что потребительское поведение состоит из стремления к собственным благам потребителя, выраженного в максимизации полезности [5].

Ф. Котлер описывает поведение потребителей как «процесс выбора, приобретения, использования и ликвидации товаров, услуг, идей или впечатлений отдельными покупателями, группами и организациями для удовлетворения своих нужд и желаний».

Определение наиболее значимых факторов, которые оказывают влияние на пове-

дение потребителей, является одним из условий эффективной деятельности предприятия. Многие маркетологи изучали факторы потребительского поведения. Ф. Котлер разработал модель поведения потребителей (рисунок 1) [6].

Модель показывает, что раздражители или стимулы напрямую не влияют на процесс выбора и принятия решения о покупке. Главную роль в поведении потребителя играет его личность. В представленной классификации не раскрывается механизм, когда стимулы превращаются в реакцию. При принятии решения о покупке на потребителя оказывают влияние многие другие факторы.

По теории Л.Б. Каплана и У.О. Беардена факторы, которые определяют реакцию на информацию о товаре, можно разделить на три группы: личностные переменные (опыт, мнения и индивидуальность); ситуационные переменные (нововведения – улучшения товара); ситуационные взаимодействия (мнения окружающих до и во время покупки). Данная теория включает совокупность факторов, что является наиболее целесообразным.

Р. Тафлингер разделяет факторы на внешние (семья, друзья, правительство, средства информации) и внутренние. Среди внутренних факторов особая роль отводится стереотипам. Реакции после тщательного изучения товара сохраняются мозгом как стереотипы. Они используются при сортировке реакций на стимулы. Значимость стереотипов заключается в том, что с их помощью человек быстро идентифицирует и принимает первоначальные решения [7].



Рис. 1. Модель поведения потребителя по Ф. Котлеру

При выборе логистических услуг на потребителей влияют следующие факторы:

- время присутствия компании на рынке;
- оказываемые услуги;
- стоимость услуг;
- сроки поставки;
- предоставление гарантий (членство в профильных Ассоциациях; наличие ответственного логиста и сертификатов страхования);
- предоставление дополнительных услуг (погрузка, разгрузка, упаковка и т.д.);
- обратная связь менеджеров (скорость ответа, квалифицированный консультант и т.д.);
- информация на сайте компании;
- отзывы о компании;
- нахождение офиса компании в городе потребителя.

Для определения рыночной ниши и разработки стратегии продвижения новых товаров и услуг на рынке, а также для создания методики стимулирования продаж товаров существующих брендов необходимо проводить маркетинговые исследования потребителей.

Для изучения степени важности факторов выбора логистической компании среди потребителей логистических услуг было проведено исследование в виде анкетирования. Электронный вид анкеты разработан при помощи сервиса – Google Формы. Ссылка на анкету распространялась по элек-

тронной почте специалистам логистических отделов в крупных фирмах и менеджерам по продажам на предприятиях малого бизнеса. Респондентам было необходимо оценить степень важности факторов выбора логистических услуг по шкале от 1 до 3, где 1 – совсем не важно, 3 – важно. Размер выборки составил 307 респондентов.

По результатам исследования составлен рейтинг факторов выбора логистической компании (рисунок 2).

Таким образом, при выборе компаний, оказывающих логистические услуги, учитывается большое количество критериев, самыми важными факторами являются: оказываемые услуги, предоставление гарантий и отзывы о компании.

На факторы, имеющие высокую значимость для потребителей, необходимо обращать наибольшее внимание, например:

- при размещении информации о компании на тематических сайтах и порталах следует подробнее рассказывать о предоставляемых услугах;
- при обращении в компанию осведомлять клиентов о предоставляемых гарантиях и наличии сертификатов страхования;
- на официальном сайте размещать отзывы клиентов;
- после оказания услуг направлять клиентам форму обратной связи (для улучшения качества обслуживания);
- запустить интернет-рекламу.



Рис. 2. Рейтинг важности факторов выбора логистической компании, Владивосток, 2023 г., кол-во респондентов (n=307)

Отзывы предоставляют социальное подтверждение потенциальным клиентам. Отзывы помогают заслуживать доверие новых покупателей или потребителей. Отзывы играют важную роль в процессе покупки, поскольку большинство покупателей заявляют, что отзывы влияют на их решения о покупке.

Преимущества использования интернет-рекламы:

- постоянный рост числа пользователей;
- отсутствие географических границ;
- возможность таргетинга (фокусировка рекламы на определенной целевой аудитории, что позволяет увеличить эффективность и окупаемость);
- круглосуточное воздействие;
- интерактивность.

Для 83% опрошенных важно наполнение сайта логистической компании, то есть 83% респондентов пользуются сетью интернет для поиска информации и руководствуются полученными данными при принятии

решения о выборе фирмы, оказывающей логистические услуги.

Официальный сайт является неотъемлемой частью маркетинговой коммуникации компании в сети интернет. Сайт дает возможность потенциальному потребителю:

- узнать о компании, о её сотрудниках, партнерах, сертификатах и наградах;
- ознакомиться с услугами и реализованными проектами компании;
- заказать обратный звонок и расчет стоимости доставки;
- узнать местонахождение судна в режиме реального времени;
- получить техническую поддержку и консультацию.

Поведение потребителей – это сложившийся образ взаимодействия людей с окружающей маркетинговой средой. Исследование поведения потребителей позволяет определять какие каналы коммуникаций будут или являются эффективными для продвижения товаров и услуг.

Библиографический список

1. Тонгоёсов С.А. Почему необходимо изучать потребительское поведение в условиях глобальной конкуренции // Наука и образование сегодня. 2018. № 8 (31). С. 64-65.
2. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. От 05.12.2022) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 8.05.2023).
3. Шалимова О.В. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой. М., 2015. 511 с.
4. Аберкромби Н., Тернер Б.С., Хилл С. Социологический словарь. М., 2004. 613 с.
5. Лысова Е.А. Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность // Вестник Воронежского государственного университета. 2019. № 4. С. 21-27.
6. Долженко И.Б. Взаимодействие с потребителями и формирование позитивного имиджа как условие успеха маркетинговой деятельности // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 68. С. 99-102.
7. Воловская Н.М., Идрисова А.И. Факторы, влияющие на поведение потребителей // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 62. С. 76-79.

УДК 330.47

К. В. Кусочек, Е. С. Илюшко, Н. С. Жминько

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», Краснодар, e-mail: nadezhda8871s@gmail.com

АНАЛИЗ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Ключевые слова: анализ, уровень жизни, Краснодарский край, статистика, население, доходы и расходы.

В статье анализируется уровень жизни населения Краснодарского края. Для этого исследуются следующие показатели: денежные доходы, денежные расходы и сбережения, среднедушевые денежные доходы населения, реальные располагаемые денежные доходы, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, реальная начисленная заработная плата, коэффициент Джини и другие. Таким образом, несмотря на относительно высокий уровень жизни в Краснодарском крае, существуют проблемы, которые требуют решения. Это может быть достигнуто путем развития других секторов экономики, улучшения условий труда и заработной платы, а также поддержки малого и среднего бизнеса. Представленные данные в статье основываются на показателях, представленных Управлением Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея. В широком смысле уровень жизни включает в себя не только материальную сторону, но и другие аспекты, такие как доступность культурных и образовательных ресурсов, качество экологии, уровень медицинского обслуживания и т.д. В случае с Краснодарским краем, анализ показал, что уровень материального благополучия выше, чем в среднем по России, однако есть проблемы с доступностью культурных и образовательных ресурсов в отдаленных районах края, а также с качеством экологии в некоторых населенных пунктах. Таким образом, для достижения более высокого уровня жизни в Краснодарском крае необходимо уделять внимание не только материальной стороне жизни, но и другим аспектам, таким как доступность культурных и образовательных ресурсов и экологическая обстановка.

K. V. Kusochek, E. S. Ilyushko, N. S. Zhminko

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar, e-mail: nadezhda8871s@gmail.com

ANALYSIS OF THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION IN THE KRASNODAR TERRITORY

Keywords: analysis, standard of living, Krasnodar Territory, statistics, population, income and expenses.

The article analyzes the standard of living of the population of the Krasnodar Territory. For this, the following indicators are studied: cash income, cash expenditures and savings, average per capita cash income of the population, real disposable cash income, average monthly nominal accrued wages of employees of organizations, real accrued wages, the Gini coefficient and others. Thus, despite the relatively high standard of living in the Krasnodar Territory, there are problems that need to be addressed. This can be achieved by developing other sectors of the economy, improving working conditions and wages, and supporting small and medium-sized businesses. The data presented in the article are based on indicators provided by the Office of the Federal State Statistics Service for the Krasnodar Territory and the Republic of Adygea. In a broad sense, the standard of living includes not only the material side, but also other aspects, such as the availability of cultural and educational resources, the quality of the environment, the level of medical care, etc. In the case of the Krasnodar region, the analysis showed that the level of material well-being is higher than the average for Russia, but there are problems with the availability of cultural and educational resources in remote areas of the region, as well as with the quality of the environment in some settlements. Thus, in order to achieve a higher standard of living in the Krasnodar Territory, it is necessary to pay attention not only to the material side of life, but also to other aspects, such as the availability of cultural and educational resources and the environmental situation.

Введение

Уровень жизни населения Краснодарского края основывается на степени обеспеченности людей духовными и материальными благами, а также объеме реальных доходов

на душу населения и соответствующем объеме потребления. При анализе уровня жизни общества используется множество показателей, потому что жизнь людей включает в себя большое количество аспектов.

Уровень жизни населения Краснодарского края можно определить при помощи следующих основных показателей:

- денежные доходы;
- денежные расходы и сбережения;
- среднедушевые денежные доходы населения;
- реальные располагаемые денежные доходы;
- среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций;
- реальная начисленная заработная плата;
- коэффициент Джини и другие.

Для характеристики социально-экономического положения в стране существуют некоторые элементы, с помощью которых можно определить уровень и качество жизни населения [3]. Необходимо помнить, что на данные понятия воздействует множество факторов: политические, экономические, экологические и другие. Оценить уровень и качество жизни можно с помощью системы индикаторов, которая включает в себя интегральные, индикаторы дифференциации и натуральные [4].

Материал и методы исследования

Интегральный индикатор качества жизни представляет собой определенного вида

свертку оценок более частных свойств и критериев этого понятия, которые, в свою очередь, могут быть представлены в виде различных комбинаций отчетных статистических показателей и в некоторых случаях соответствующих экспертных оценок.

Рассматривая индикаторы уровня жизни населения, мы можем проанализировать основные социально-экономические показатели в период с 2018 г. по 2021 г. по данным Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея (Краснодарстат).

На основании данных, представленных в таблице 1, можно сделать следующие выводы.

Среднедушевые денежные доходы населения Краснодарского края в период с 2018 г. по 2021 г. увеличились на 8356 руб. или на 24,0%. Реальные располагаемые денежные доходы населения – номинальный доход, который скорректирован с учетом изменения цен на товары или тарифов на услуги. Данный показатель в 2021 г. по сравнению с 2018 г. увеличился на 7,3 процентных единиц.

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций (без выплат социального характера) в 2021 г. по сравнению с 2018 г. возросла на 9664,7 руб. или на 28,6%.

Таблица 1

Основные социально-экономические показатели уровня жизни населения Краснодарского края.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств (в текущих ценах) всего, млн рублей	2317060	2425470	2479915	-
на душу населения, рублей	411861	428388	436627	-
Денежные доходы населения, млн рублей	2353494	2486981	2545797	2948582
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), рублей	34861	36604	37352	43217
Реальные располагаемые денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году	102,2	99,7	99,9	107,7
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций (без выплат социального характера), рублей	33845,5	36132,9	38498,8	43510,2
Реальная начисленная заработная плата, в процентах к предыдущему году	108,8	102,2	103,2	105,2
Средний размер назначенных пенсий (на 1 января года, следующего за отчетным), рублей	13036,5	13835,4	14627,3	15694,3
Реальный размер назначенных пенсий, в процентах к предыдущему году	101,4	104,1	100,2	98,0

Показатели дифференциации доходов население.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения), рублей в месяц все население	10209	10854	11190	11397
в том числе:				
трудоспособное население	11030	11750	12089	12298
пенсионеры	8451	8981	9235	9922
дети	9828	10368	10820	11114
Численность населения с денежными доходами ниже границы бедности	579,6	588,7	591,8	567,8
в процентах от общей численности населения	10,3	10,4	10,4	10,0
в процентах к предыдущему году	95,1	101,6	100,5	95,9
Соотношение с величиной прожиточного минимума, процентов среднедушевых денежных доходов	в 3,4 раза	в 3,4 раза	в 3,3 раза	в 3,8 раза
среднемесячной номинальной начисленной заработной платы	в 3,1 раза	в 3,1 раза	в 3,2 раза.	в 3,8 раза
среднего размера назначенных пенсий	153,4	156,9	156,9	158,2
Дефицит денежного дохода населения в год: миллионов рублей	21181,4	22382,8	22912,2	26537,2
в процентах от общего объема денежных доходов населения	0,9	0,9	0,9	0,9

Реальная начисленная заработная плата – это определенное количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату. Она представляет собой соотношение номинальной заработной платы и индекса потребительских цен на товары и услуги.

Уровень жизни населения Краснодарского края можно определить при помощи размера заработной платы и регулярности ее выплат. Реальная начисленная заработная плата 2018-2021 гг. понизилась на 10,9%.

На основании данных, представленных в таблице 2, мы можем сделать выводы.

Величина прожиточного минимума за исследуемый период заметно увеличилась на 1188 рублей. Если рассматривать такие категории граждан как трудоспособное население, дети и пенсионеры, то в них так же можно увидеть увеличение величины прожиточного минимума. Численность населения с денежными доходами ниже границы бедности уменьшилась на 0,3%.

Соотношение с величиной прожиточного минимума, процентов среднедушевых денежных доходов увеличилось на 0,4 раза. Средний размер назначенных пенсий увеличился на 4,8%.

Дефицит денежного дохода населения в год в % от общего числа доходов населения остался неизменным.

Доходы – это личные доходы граждан, получаемые в виде денежных средств, в натуральной форме или в виде материальной выгоды. К ним относятся: заработная плата, доходы от продажи и сдачи в аренду (наем) имущества, вознаграждения за оказанные услуги, и т. д.

Уровень доходов в расчете на одного потребителя можно рассматривать в качестве основного показателя уровня жизни, поскольку он обеспечивает возможность материального и духовного развития человека.

Рассмотрим следующий показатель, который используется для анализа уровня жизни общества и по данным Краснодарстата (таблица 3). На основании данных, представленных в таблице 3, можно сделать следующие выводы.

Можно заметить, что в структуре денежных доходов наибольший удельный вес занимает оплата труда – 40%, другие доходы – 31%, социальные выплаты – 16%, доходы от предпринимательской деятельности – 10%, доходы от собственности – 2%.

Основная часть денежных средств населения расходуется на покупку товаров и услуг. Процесс расходования денежных средств населением, прежде всего, связан с личным конечным потреблением, то есть использованием товаров и услуг для удовлетворения собственных потребностей населения.

Таблица 3

Состав денежных доходов населения Краснодарского края

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Миллионов рублей				
Денежные доходы – всего	2353494	2486981	2545797	2948582
в том числе:				
доходы от предпринимательской деятельности	232089	235238	225298	285207
оплата труда наемных работников ²⁾	952487	1014974	1029898	1178821
социальные выплаты	373843	397674	471490	502615
доходы от собственности	61074	69462	73661	71652
другие доходы	734001	769633	745450	910287
В процентах к итогу				
Денежные доходы – всего	100	100	100	100
в том числе:				
доходы от предпринимательской деятельности	9,9	9,5	8,8	9,7
оплата труда	40,5	40,8	40,5	40,0
социальные выплаты	15,9	16,0	18,5	17,0
доходы от собственности	2,6	2,8	2,9	2,4
другие доходы	31,1	30,9	29,3	30,9

Таблица 4

Структура использования денежных доходов населения

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Миллионов рублей				
Денежные расходы и сбережения – всего	2353494	2486981	2545797	2948582
в том числе:				
покупка товаров и оплата услуг	2142563	2302446	2252056	2862048
обязательные платежи и разнообразные взносы	217850	262813	252434	294616
приобретение недвижимости	28001	27609	34308	40802
прирост (уменьшение) финансовых активов	-34920	-105887	6999	-248884
В процентах к итогу				
Денежные расходы и сбережения – всего	100	100	100	100
в том числе:				
покупка товаров и оплата услуг	91,0	92,6	88,5	97,1
обязательные платежи и разнообразные взносы	9,3	10,6	9,9	10,0
приобретение недвижимости	1,2	1,1	1,3	1,4
прирост (уменьшение) финансовых активов	-1,5	-4,3	0,3	-8,5

Рассмотрим показатель расходов населения Краснодарского края в период 2018-2021 гг.

В структуре денежных расходов наибольший удельный вес занимает покупка товаров и оплата услуг – 88%-97%. Данный показатель в период 2018-2021гг. увеличился на 33,6%. Обязательные платежи и разнообразные взносы повысились на 35,2%, расходы на приобретение недвижимости увеличились на 45,7%, уменьшение финансовых активов возросло в 7,1 раза.

Существуют различные факторы, влияющие на дифференциацию доходов, такие как:

- рыночная структура;
- территориальные факторы;
- экономические циклы,
- демографические факторы;
- система налогообложения;
- неравномерная адаптация населения к меняющемуся спектру экономических возможностей;
- институциональная организация экономики;

- морально-этические нормы общества;
- накопленный человеческий капитал;
- тип семьи;
- связи;
- случайности;
- социальные, политические и природные потрясения.

Многие современные исследователи уделяют внимание оценке влияния дифференциации доходов населения Краснодарского края на социальные процессы, на различные аспекты человеческой жизни.

Из таблицы 5 можно увидеть долю населения со среднедушевыми денежными доходами в месяц.

До 7000,0 руб. – уменьшилось на 1,5%;
 7000,1-10000,0 руб. – сократилось на 1,8%;
 10000,1-14000,0 руб. – уменьшилось на 2,4%;
 14000,1-19000,0 руб. – снизилось на 2,2%;
 19000,1-27000,0 руб. – сократилось на 1,5%;
 27000,1-45000,0 руб. – увеличилось на 1,3%;
 45000,1-60000,0 руб. – выросло на 2%;
 свыше 60000,0 руб. – повысилось на 6,1%.

Таким образом, удельный вес населения с более высокими доходами возрастает, а с самыми низкими – снижается.

Анализируя данные таблицы 6, можно сделать вывод, что в период 2018 г.-2021 г. доля денежных доходов по 20-процентным группам населения практически не изменилась.

Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов) является наиболее широко распространенной мерой распределения доходов.

Коэффициент Джини находится в интервале от 0 до 1, где 0 обозначает абсолютное равенство (все обладают одинаковым доходом), а 1 – абсолютное неравенство (весь доход сконцентрирован на одном индивидуальном лице/семье).

Коэффициент Джини является относительной оценкой в том смысле, что он рассматривает различия относительно порядковой ранжировки индивидуальных лиц, а не отличие каждого дохода от среднего дохода.

Таблица 5

Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов Краснодарского края

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Все население, %	100	100	100	100
в том числе со среднедушевыми денежными доходами в месяц, рублей:				
до 7000,0	3,9	3,3	2,9	2,4
7000,1-10000,0	6,0	5,5	5,0	4,2
10000,1-14000,0	10,1	9,7	9,1	7,7
14000,1-19000,0	13,2	13,0	12,4	11,0
19000,1-27000,0	18,2	18,2	17,9	16,7
27000,1-45000,0	24,9	25,6	26,0	26,2
45000,1-60000,0	10,1	10,5	11,1	12,1
свыше 60000,0	13,6	14,2	15,6	19,7

Таблица 6

Распределение общего объема денежных доходов населения Краснодарского края

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Денежные доходы – всего, процентов	100	100	100	100
в том числе по 20-процентным группам населения:				
первая (с наименьшими доходами)	5,5	5,5	5,6	5,4
вторая	10,2	10,3	10,3	10,1
третья	15,2	15,2	15,3	15,1
четвертая	22,7	22,7	22,7	22,7
пятая (с наибольшими доходами)	46,4	46,3	46,1	46,7
Коэффициент фондов (коэффициент дифференциации доходов), в разах	14,8	14,6	14,3	15,2
Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов)	0,405	0,403	0,401	0,409

Несомненным преимуществом коэффициента Джини является то, что он дает простой сводный показатель неравенства, который довольно легко интерпретировать как для составителей, так и для профессиональных пользователей статистики доходов. Чем выше коэффициент, тем больше неравенство.

Заключение

Таким образом, на основании различных показателей проведен анализ уровня и качества жизни населения Краснодарского края и выяснилось, что уровень и качество жизни

занимают важное место в жизни общества. С их помощью мы можем проанализировать уровень развития государства, темпы инфляции и так далее.

Понятие «качество жизни» необходимо для решения социально экономических проблем в государстве. Качество жизни позволяет определить положение человека в обществе, результативность, образ жизни людей. Также важным понятием является и уровень жизни. В сравнение с качеством жизни оно относится к числу более установленных терминов и зависит от субъективной оценки граждан.

Библиографический список

1. Протасова О.В., Легостаева Л.В., Валимухаметова Э.Р. Анализ основных показателей уровня жизни населения по регионам Казахстана // Вестник Северо-Казахстанского государственного университета имени Манаша Козыбаева. 2019. № 2(43). С. 140-147.
2. Управление Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея https://23.rosstat.gov.ru/contacts_contacts
3. Анохина Ю.А. Индикаторы измерения уровня и жизни населения // Территория науки. 2017. № 3. С. 177-182.
4. Ляховецкий А.М., Кремянская Е.В., Климова Н.В. Статистика: учебное пособие для бакалавров. Краснодар, 2013.
5. Горпинченко К.Н., Ляховецкий А.М., Павлишин Б.И. Влияние экономических санкций на развитие сельского хозяйства в Российской Федерации // Вектор экономики. 2019. № 4 (34). С. 45.
6. Жминько А.Е., Горелова Г.В., Ляховецкий А.М. Аспекты когнитивного моделирования рынка труда // Cybernetika. 2013. № 9. С. 26.
7. Позоян Д.П., Ляховецкий А.М. Динамика доходов населения в Краснодарском крае // Актуальные вопросы развития социально-экономических систем: сборник статей Межвузовской научно-практической конференции. 2019. С. 133-137.
8. Медведева С.И. Влияние уровня образованности на качество жизни населения России // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2007. № 4 (16). С. 183-188.

УДК 336.5.02

Г. Н. Куцури

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: gkucuri@fa.ru

К. Р. Костокова

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: kostokovak@mail.ru

РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, государственная финансовая поддержка, финансовые инструменты, институты развития, субсидия.

В настоящее время все большую значимость обретает малое и среднее предпринимательство для социально-экономического развития отдельно взятого государства. Поддержка данного сектора экономики со стороны государства рассматривается как одно из направлений экономической реформы, способствующее формированию дополнительных рабочих мест, увеличению налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, развитию инновационных технологий, росту конкуренции, а также наполнению потребительского рынка широким ассортиментом товаров и услуг. Важным показателем, который определяет развитость экономики государства, является формирование механизмов рыночной экономики, в том числе финансового механизма, который должен гарантировать государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, поскольку успешное развитие малого предпринимательства в значительной степени зависит от обеспечения субъектов малого предпринимательства финансовыми ресурсами как краткосрочного, так и долгосрочного характера. Однако сегодня субъекты малого и среднего предпринимательства сталкиваются с большим количеством угроз и рисков, основой которых является поиск дополнительных источников финансирования. Особое внимание авторы уделили вопросам теоретического подхода, так как это является основой для развития всех инструментов финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства. В статье определены проблемы развития малого и среднего предпринимательства, представлена взаимосвязь концептуальных подходов и инструментов государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, используемых для обеспечения гармоничного развития общества, а также предложен новый подход для развития финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства.

G. N. Kutsuri

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: gkucuri@fa.ru

K. R. Kostokova

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

DEVELOPMENT OF INSTRUMENTS OF STATE FINANCIAL SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Keywords: small and medium-sized enterprises, state financial support, financial instruments, development institutions, subsidy.

At present, small and medium-sized businesses are becoming increasingly important for the socio-economic development of a single state. State support for this sector of the economy is seen as one of the areas of economic reform that contributes to the creation of additional jobs, an increase in tax deductions to budgets of all levels, the development of innovative technologies, increased competition, and filling the consumer market with a wide range of goods and services. An important indicator that determines the development of the state economy is the formation of market economy mechanisms, including a financial mechanism that should guarantee state support for small and medium-sized businesses, since the successful development of small businesses largely depends on providing small businesses with financial resources, both short-term, as well as long term. However, today small and medium-sized businesses face a large number of threats and risks, the basis of which is the search for additional sources of financing. The author pays special attention to the issues of the theoretical approach, since this is the basis for the development of all instruments of financial support for small and medium-sized businesses. The article identifies the problems of development of small and medium-sized businesses, presents the relationship between conceptual approaches and tools of state financial support for small and medium-sized businesses used to ensure the harmonious development of society, and also proposes a new approach for the development of financial support for small and medium-sized businesses.

Введение

Государственная финансовая поддержка малого предпринимательства имеет огромное значение для развития экономики и улучшения благосостояния населения. Данная поддержка может проявляться в виде субсидий, льготных кредитов, грантов и других форм помощи. Основная цель такой поддержки заключается в том, чтобы облегчить доступ малым предприятиям к финансовым ресурсам и повысить их конкурентоспособность на рынке, благодаря чему, предприниматели могут расширять свой бизнес, увеличивать производство и создавать новые рабочие места. В современных условиях подавляющая часть субъектов малого и среднего предпринимательства сталкивается с проблемами недофинансирования, когда имеющихся средств оказывается недостаточно для дальнейшего их развития и укрепления финансовой устойчивости. Как следствие, предприятия данного сектора вынуждены прибегать к помощи кредитных организаций и финансовой поддержке со стороны государства.

Целью данной работы является исследование инструментов государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства и обоснование развития теоретических составляющих.

Материалы и методы исследования

Методический аппарат исследования включает в себя методы системно-структурного, функционального, факторного и сравнительного анализа с построением аналитических моделей на основе синтеза современных научных методов познания экономико-социальных явлений. Методологическим инструментарием выступают графический, статистический и экономико-математические методы обработки информации.

Результаты исследования и их обсуждение

Государство, оказывая в растущих объемах финансовую поддержку малому и среднему предпринимательству, решает важнейшую задачу: ускорение социально-экономического развития общества посредством внедрения инноваций, создания новых рабочих мест, снижения уровня безработицы в стране, что, в конечном счете, обеспечивает рост благосостояния населения страны. Эффективность государственной финансо-

вой поддержки малого и среднего предпринимательства во многом зависит от использования для этого инструментов, так как они обеспечивают целенаправленное создание экономических и правовых условий, стимулов для развития производств и услуг в секторе малого и среднего предпринимательства посредством инвестирования государственных финансовых ресурсов.

Стоит отметить, что относительно понятия «государственная финансовая поддержка малого предпринимательства» среди ученых до сих пор существуют споры и разные взгляды. На сегодняшний день данный вопрос освещается рядом отечественных авторов, поэтому уже сложились целостные мнения о представлении государственной финансовой поддержки малого предпринимательства, которые представлены в таблице 1.

Согласно данным, представленным в таблице 1, на данный момент наиболее актуальными концептуальными подходами к определению сущности финансового механизма государственной поддержки малого бизнеса ученые выделяют такие как функциональный и институциональный, которые в свою очередь взаимосвязаны посредством системного подхода.

Поддержка субъектов малого и среднего как деятельность органов государственной власти и местного самоуправления путем развития соответствующей инфраструктуры предусмотрена как федеральными, так и региональными и муниципальными программами в контексте реализации мероприятий, сформулированных в Федеральном законе от 24.07.2007 N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [2].

Опираясь на нормативно-правовой акт, представленный выше, мы можем сгруппировать концептуальные подходы к определению сущности государственной финансовой поддержки малого предпринимательства, которые подразделяются на функциональный и институциональный (рисунок 1).

Исходя из данных, представленных на рисунке 1, можно сделать вывод, что приведенный выше закон действует с точки зрения институтов и функций (государство выступает в качестве института, а исполнительные органы, осуществляя ряд соответствующих функций относительно этого института, способствуют развитию малого и среднего предпринимательства).

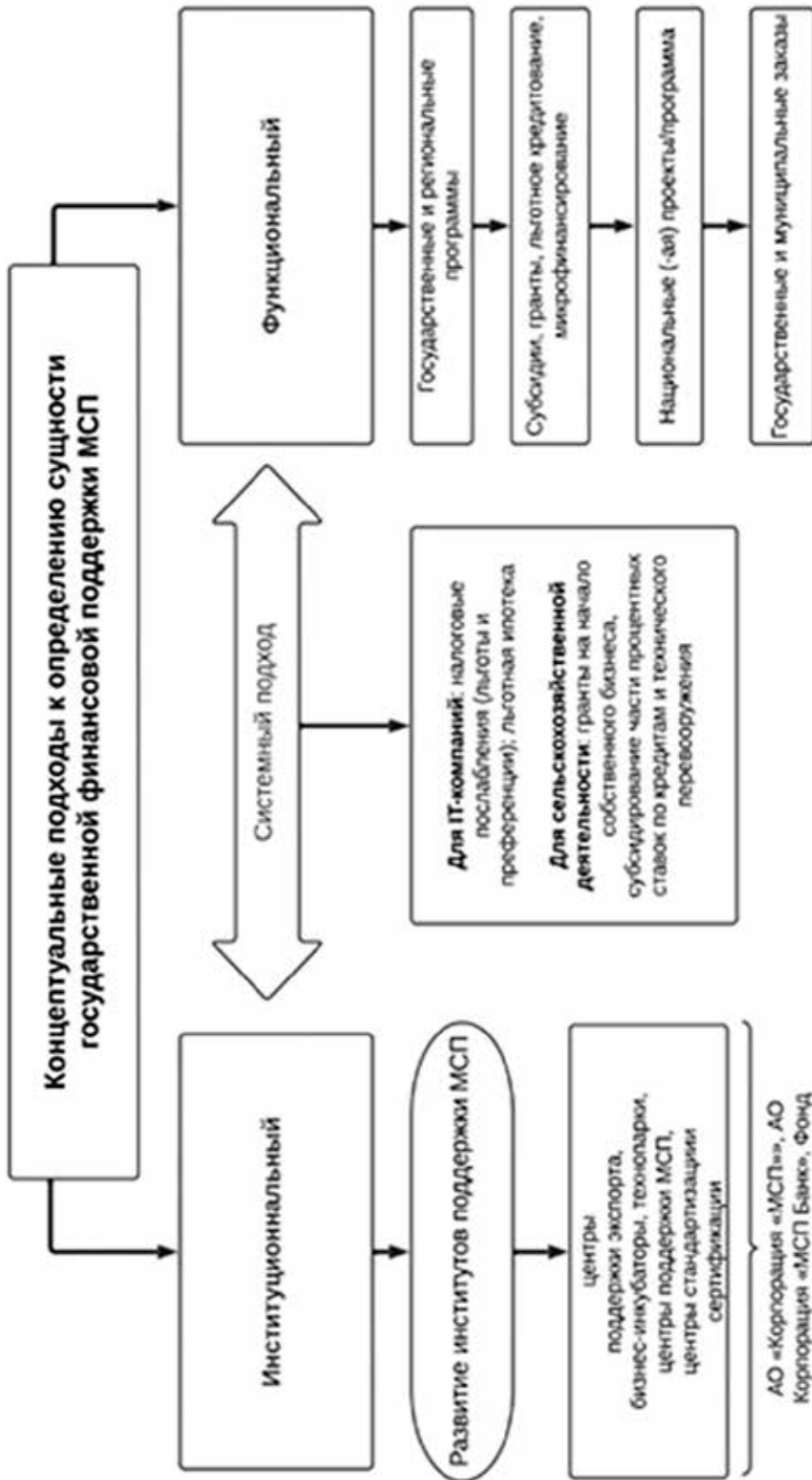


Рис. 1. Концептуальные подходы к определению сущности государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства. Источник: составлено автором по материалам [3, 5, 7, 8]

Авторские мнения о концептуальных подходах к определению необходимости государственной финансовой поддержки малого предпринимательства

Функциональный подход	
М.В. Кузнецова	Государственная финансовая поддержка МСП – анализ государственного координирования, стимулирования и контроля за деятельностью малого бизнеса, осуществляющийся с помощью системы государственных мер, нацеленных на формирование условий функционирования малого предпринимательства
Институциональный подход	
К.Ю. Багратуни	Государственная поддержка МСП – форма стимулирования саморазвития предпринимательства и устранение (смягчение) существующих для этого препятствий с использованием доступных мер и инструментов в достижении социально-экономических задач общества Государственная поддержка МСП – повышение роли государственных институтов в трансформационных процессах и институциональных реформах.
К.А. Левченко	Государственная финансовая поддержка МСП – целенаправленное создание экономических и правовых условий, стимулов для развития производств, а также инвестирование в него материальных и финансовых ресурсов на льготных условиях
Системный подход	
О.И. Дивиченко	Государственная финансовая поддержка МСП – использование финансовых инструментов поддержки малого бизнеса и обеспечение многоцелевой направленности, которая расширяет спектр предпринимательской деятельности

Источник: составлено автором по материалам [7,3,8,5].

Также можно заметить, что концептуальные подходы тесно взаимосвязаны посредством использования системного подхода, который базируется на комплексном исследовании любой системы, ее структуры и взаимосвязей между элементами. Системный подход является главным и связующим звеном, поскольку без системной организации поддержки малого предпринимательства со стороны государства, эффективное и динамичное развитие предпринимательской политики в современной России при различных условиях не является возможным. Применяя один инструмент, а не набор инструментов, можно повлиять только на одну составляющую предприятия, именно поэтому системный подход является необходимым элементом.

К мерам поддержки малого предпринимательства при функциональном подходе можно отнести развитие и усовершенствование государственных программ, разработку национальных проектов, выполнение государственных и муниципальных заказов, гранты бизнеса, субсидии фондам поддержки и так далее.

Мерой поддержки малого бизнеса при применении институционального подхода является развитие институтов поддерж-

ки предпринимательской деятельности, к которым в свою очередь можно отнести фонды поддержки, бизнес-инкубаторы, технопарки и другие институты поддержки. На сегодняшний день основными институтами развития малого предпринимательства в Российской Федерации являются АО «Корпорация «МСП»», АО Корпорация «МСП Банк», Фонд развития инноваций (ФСИ) и другие.

Приводя примеры инструментов финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства по системному подходу, стоит отметить, что их предоставление зависит от применяемой отрасли, уровня развития малого и среднего предпринимательства, общих характеристик субъекта данного сектора.

Также на основе анализа концептуальных подходов к определению необходимости поддержки малого и среднего предпринимательства со стороны государства автором были сгруппированы инструменты государственной финансовой поддержки малого и среднего бизнеса. Данные инструменты были классифицированы по уровню управления, по источникам финансирования и по характеру воздействия (рисунок 2).

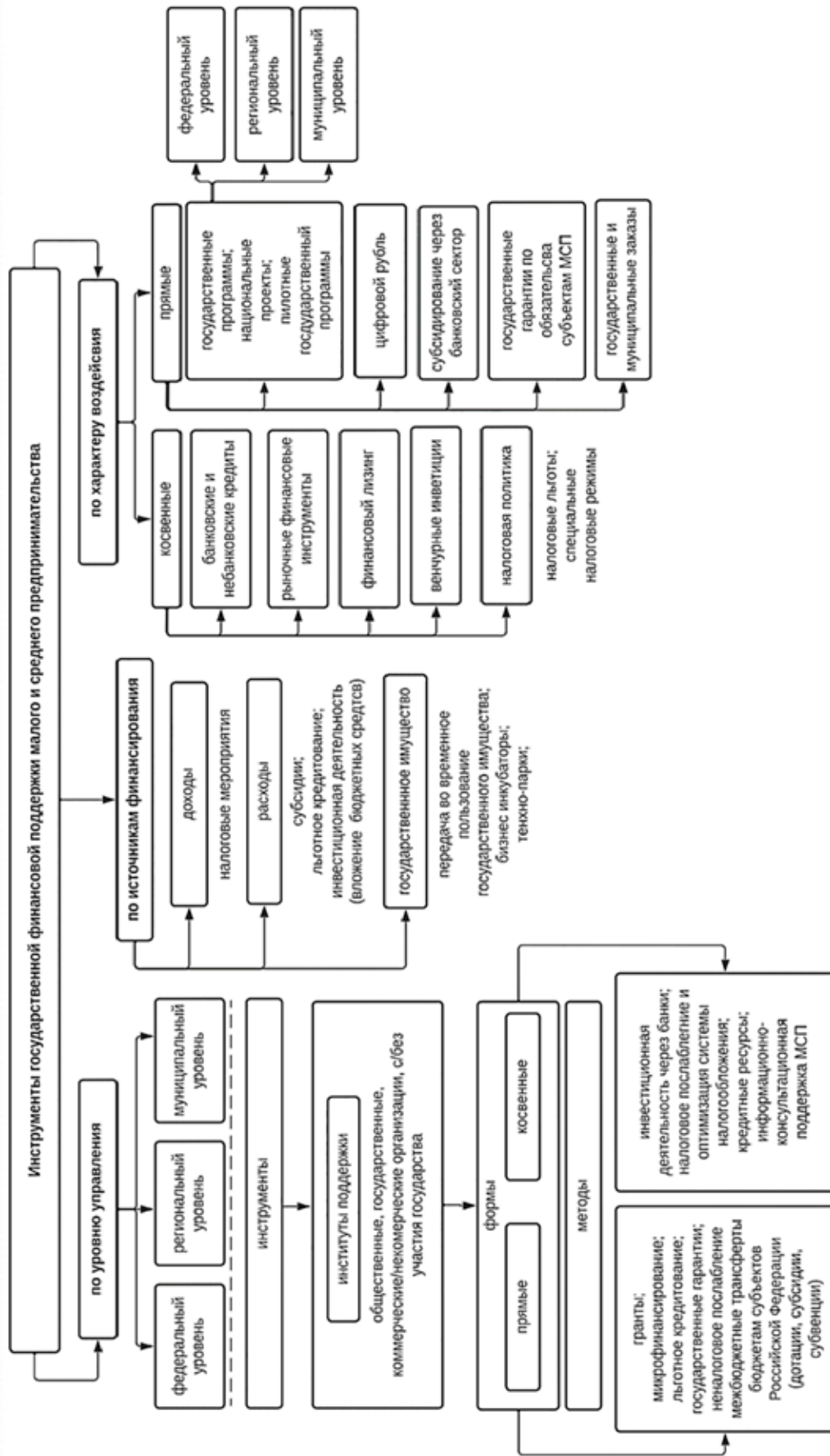


Рис. 2. Инструменты государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства
 Источник: составлено автором по материалам [3, 4, 11, 12]

Особое внимание хотелось бы уделить тому, что, учитывая тот факт, что каждый предоставляемый рубль из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации должен обеспечивать максимальный эффект, то в целях обеспечения контроля за использованием бюджетных средств могут быть использованы современные цифровые инструменты (например, запланированный к реализации с 2022 года в пилотном проекте цифровой рубль). Усиление эффекта от его внедрения может быть реализовано посредством использования технологии смарт-контрактов, предложенной Ником Сабо еще в 1996 году [4].

Опираясь на вышесказанное, можно говорить об относительно эффективной финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства со стороны государства, однако, на данный момент доля малого предпринимательства в валовом внутреннем продукте (далее – ВВП) Российской Федерации составляет примерно 21,9%, что является ниже глобальных показателей варьирующихся от 50% до 70%. За последние годы этот показатель продолжает сокращаться, несмотря на значительное увеличение государственной поддержки. Это в первую очередь связано с сокращением количества субъектов малого предпринимательства, которое происходит посредством возникновения финансовых проблем. Основными

проблемами, стоящими на пути развития малого предпринимательства, являются следующие: недостаточное финансирование, ограниченный доступ малых предприятий к негосударственным источникам финансирования, высокие налоговые ставки, а также нехватка кадрового обеспечения высококвалифицированными специалистами, вовлеченными в процесс формирования финансовой поддержки малых предприятий (рисунок 3).

Согласно данным, представленным в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, была построена диаграмма по количеству субъектов малого бизнеса за 2016–2022 гг., которая представлена на рисунке 3. Из анализа можно заметить, что количество субъектов малых предприятий (без учета индивидуальных предприятий и микропредприятий) с каждым годом уменьшается. За анализируемый период было ликвидировано около 55 287 ед. малых предприятий. Данное изменение можно связать с тем, что из-за своих ограниченных размеров, недостатка финансирования и сильной зависимости от внешней среды, малые предприятия подвергаются серьезным рискам. У них часто отсутствуют значительные финансовые, организационные и кадровые ресурсы для развития, что приводит к высокому уровню ликвидаций и банкротств.



Рис. 3. Динамика количества субъектов малого и среднего предпринимательства за 2016–2022 гг., ед.,
Источник: составлено автором по материалам [20]

Согласно исследованиям Всемирного банка, примерно 50% малых предприятий прекращает свою деятельность в течение года после создания, а через три года остается менее 7–8% от изначального числа зарегистрированных предприятий. Более пяти лет успешно работают всего лишь 3% малых предприятий (рисунок 3).

Согласно данным, представленным в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, автором была построена диаграмма по количеству субъектов малого и среднего бизнеса за 2016–2022 гг., которая представлена на рисунке 3. В силу небольших размеров, недостаточности финансирования и высокой зависимости от изменений внешней среды, малые предприятия подвергаются серьезным рискам – не имеют существенных финансовых, организационных и кадровых ресурсов для своего развития, что ведет к высокому уровню ликвидаций и банкротств. Согласно данным Всемирного банка, через 1 год с момента создания уже ликвидируется около 50% малых предприятий, через 3 года остается не более 7–8% от первоначально зарегистрированных, более 5 лет удается проработать только 3% малых предприятий [18].

Следовательно, можно заметить, что на данный момент результативность и эффективность государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства оценивается критически, поскольку, несмотря на значительные затраты бюджетных средств, общий уровень развития малого предпринимательства с каждым годом снижается, а динамика количества субъектов среднего бизнеса остается нестабильным.

Сложившаяся ситуация диктует необходимость новых подходов и соответствующих инструментов к развитию малого и предпринимательства во взаимосвязи со стратегией развития территории. Одним из таких инструментов является кластер.

Автором предлагается кластерный подход к финансовой поддержке малого и среднего предпринимательства. В контексте государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства кластерный подход представляет собой следующий процесс: государство может предоставлять субсидии, налоговые льготы и другие меры поддержки не только отдельным предприятиям, но и группам предприятий в рамках кластеров. Такой подход позволит стимулировать сотрудничество между пред-

приятиями, улучшить качество и конкурентоспособность их продукции и услуг, а также повысить эффективность использования ресурсов и инфраструктуры.

Таким образом, кластерный подход будет являться одним из инструментов государственной финансовой поддержки малого предпринимательства, который позволит сосредоточить усилия на формировании сильных и конкурентоспособных кластеров, способных привлекать инвестиции.

Кластерный подход к определению необходимости государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства будет формироваться по следующей последовательности этапов:

1. Определение отраслевых кластеров;
2. Исследование проблем, с которыми сталкиваются малые предприятия в каждом отраслевом кластере;
3. Определение приоритетных направлений ГФП для каждого кластера на основе выявленных проблем и потенциала для развития;
4. Разработка механизмов ГФП для каждого приоритетного направления;
5. Оценка эффективности ГФП для каждого кластера на основе установленных показателей.

В ряде исследований существуют некоторые обоснования кластеров малого и среднего предпринимательства, но как правило внимание заостряется именно на региональном уровне, именно поэтому мной предлагается распространить кластерный подход на уровне муниципалитета. На данный момент муниципальные образования являются выгодоприобретателями от развития предпринимательской деятельности, поэтому совершенствование сферы малого и среднего предпринимательства на данном уровне является важным. Исходя из этого, введение кластерного подхода, по моему мнению, является новым и интересным.

В связи с этим, можно выделить следующие преимущества кластерного подхода: повышение эффективности работы участников на базе лучших условий материально-технического снабжения, развитие внутреннего рынка труда, диффузия инноваций, повышение экономической устойчивости малого предпринимательства, обмен информацией, возможность совместного решения масштабных функциональных и производственных задач, а также сокращение транзакционных издержек.

Таблица 2

Примеры муниципальных отраслевых кластеров

Кластеры	Описание
Автомобильный кластер	Включает производителей автомобилей, автозапчастей и компании, связанные с логистикой и транспортировкой
IT – кластер	Включает компании, занимающиеся разработкой и продажей программного обеспечения, IT-услугами и другими информационными технологиями
Медицинский кластер	Включает компании, занимающиеся производством медицинского оборудования, фармацевтическими компаниями и медицинскими учреждениями
Сельскохозяйственный кластер	Включает объединение компаний и организаций, которые занимаются производством и переработкой сельскохозяйственной продукции, а также предоставляют услуги

Источник: составлено автором.

Далее для полного понимания определим отраслевые кластеры, которые представлены в таблице 2.

Таким образом, согласно таблице 2, можно выделить 4 основных отраслевых кластера: автомобильный, информационный, медицинский и сельскохозяйственный. Каждый кластер объединяет компании, занимающиеся схожей деятельностью, что создает условия для повышения эффективности их работы и совместного развития. Для малых

предприятий, работающих внутри каждого кластера, может быть необходима государственная финансовая поддержка в виде субсидий, льготных кредитов или налоговых льгот, чтобы повысить их конкурентоспособность и способность к инновациям. То есть использование кластерного подхода может помочь государству определить направления развития малого предпринимательства и сосредоточить ресурсы на наиболее перспективных отраслях экономики.

Таблица 3

Проблемы, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия в каждом отраслевом кластере и пути их решения

Проблемы	Пути решения
Автомобильный кластер	
Высокая стоимость производства автомобилей и запчастей	Внедрение более эффективных технологий производства.
Сложности с логистикой и транспортировкой	Оптимизация логистических процессов и снижение затрат на транспортировку
IT-кластер	
Высокая конкуренция в отрасли.	Развитие собственных конкурентных преимуществ и уникальных продуктов
Сложности с поиском квалифицированных кадров.	Обучение существующих сотрудников и поиск новых квалифицированных кадров
Медицинский кластер	
Сложности с получением лицензий на производство медицинских изделий	Упрощение процедур получения лицензий и снижение бюрократических барьеров
Высокие издержки на исследование и разработку новых лекарств	Развитие партнерских отношений с научными центрами и университетами. Поиск и внедрение новых эффективных методов исследования и разработки лекарств
Сельскохозяйственный кластер	
Недостаток доступных финансовых ресурсов и кредитования	Развитие микрофинансирования и привлечение инвестиций
Ограниченный доступ к рынкам сбыта	Создание сетей поставок для сбыта продукции

Источник: составлено автором.



Рис. 4. Инструменты государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства при кластерном подходе
 Источник: составлено автором

Кроме того, применения кластерного подхода позволяет выявлять проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются предприятия, и разрабатывать инновационные решения для их решения. В связи с этим, определим проблемы, с которыми сталкиваются малые предприятия в каждом отраслевом кластере и приведет соответствующие им пути решения (таблица 3).

Учитывая эти проблемы, можно предположить, что малые предприятия в каждом отраслевом кластере нуждаются в различных формах государственной поддержки. Например, в автомобильном кластере может потребоваться поддержка для снижения стоимости производства, в энергетическом кластере – поддержка для развития альтернативных источников энергии, а в ИТ кластере – поддержка для привлечения иностранных инвесторов.

Выделим инструменты государственной поддержки, которые будут необходимы каждому из кластеров при применении кластерного подхода (рисунок 4).

На основе данных, представленных на рисунке 4, можно сделать вывод о том, что государство при использовании кластерного подхода может предоставлять специфические инструменты для финансо-

вой поддержки малого предпринимательства в различных кластерах, чтобы стимулировать экономический рост и развитие. Эти инструменты могут включать налоговые льготы, программы финансовой поддержки, предоставление земельных участков и объектов недвижимости для строительства производственных помещений и инфраструктуры, а также финансовую поддержку через гранты и инвестиционные программы. Определенные инструменты могут различаться в зависимости от специфического развития кластера и сферы, на которой оно основывается, например, автомобильный кластер может получать налоговые льготы на приобретение оборудования и инвестиции в исследования и разработки.

Исходя из этого, проведём оценку эффективности государственной финансовой поддержки для каждого муниципального кластера (таблица 4).

Можно сделать вывод о том, что все меры поддержки, приведенные в таблице 4, имеют потенциал для достижения положительных результатов. Мера поддержки «Создание технопарка» для ИТ-кластера оказалась наиболее успешной, имея только положительные результаты.

Оценка эффективности государственной финансовой поддержки для каждого кластера

Муниципальный кластер	Мера поддержки	Успех (положительный результат)
Автомобильный	Создание государственного фонда для финансирования МСП	Увеличение количества производителей компонентов для авто
	Льготные кредиты и налоговые каникулы для МСП авто	Увеличение числа малых автомобильных компаний и рост объемов продукции
ИТ	Центр поддержки инновационных стартапов	Увеличение количества успешных стартапов в сфере информационных технологий
	Гранты на научно-исследовательские проекты	Рост количества научно-технических разработок в области ИТ
Медицинский	Субсидии на производство и закупку медицинского оборудования и расходных материалов	Рост доступности и улучшение качества медицинской помощи
	Программа поддержки малых медицинских учреждений и клиник	Улучшение условий для развития медицинской инфраструктуры в регионах
Сельскохозяйственный	Субсидии на развитие сельского хозяйства	Субсидии на развитие сельского хозяйства могут помочь фермерам улучшить качество продукции, повысить урожайность и эффективность использования ресурсов, что может привести к увеличению доходов и сокращению затрат. Кроме того, субсидии могут стимулировать инновации и технологический прогресс в сельском хозяйстве.
	Налоговые льготы	Налоговые льготы могут стимулировать развитие сельскохозяйственных предприятий, увеличение инвестиций и создание новых рабочих мест. Это может привести к повышению производительности и улучшению экономической ситуации в регионах, где находятся сельскохозяйственные предприятия.

Источник: составлено автором.

В пищевом кластере создание центра логистики и складирования пищевых продуктов доказало свою эффективность, однако предоставление льготных кредитов для развития транспортной и логистической инфраструктуры пока не привело к явным успехам.

В строительном кластере все меры поддержки имеют потенциал для достижения положительных результатов, однако на данный момент они пока не доказали свою эффективность полностью. В целом, для эффективной поддержки кластеров необходимо продолжать работу над мерами, которые пока не дали желаемых результатов, и пересматривать их в соответствии с изменяющимися условиями. Также, можно проводить дополнительное исследование для оценки факторов, которые могут влиять на результативность мер поддержки.

Итак, формирование кластеров малых и средних предприятий позволит значительно повысить результативность под-

держки малого и среднего бизнеса, снизить ограничения и риски данного вида деятельности, регулировать его развитие в соответствии со стратегическим видением и целями территорий.

Следует отметить, что существующий финансовый механизм управления развитием экономики не соответствует требованиям принципов и критериев государственной финансовой поддержки и требует соответствующего совершенствования. Основными негативными характеристиками такого механизма является ориентация преимущественно на прямые методы финансового воздействия путем прямого бюджетного финансирования или предоставления субсидий из бюджета конкретным субъектам хозяйствования. Кроме того, применение названных бюджетных инструментов имеет бессистемный и выборочный характер, причем селективный подход в финансовой поддержке базируется далеко не на научно обоснованных критериях и показателях.

Таким образом, применение кластерного подхода к определению сущности и необходимости государственной финансовой поддержки малого предпринимательства может помочь сосредоточиться на развитии наиболее важных отраслей экономики страны, где малые предприятия будут иметь потенциал для роста и конкурентоспособности.

Также важно подчеркнуть, что при реализации данного подхода к определению сущности и необходимости государственной финансовой поддержки малого предпринимательства на муниципальном уровне может принести ряд преимуществ. Использование кластерного подхода на уровне муниципалитетов позволит сосредоточить государственные средства на поддержке предприятий в определенных сферах, где они могут быть наиболее эффективны, что в свою очередь приведет к более благоприятному воздействию на экономику, чем если бы эти средства были распределены между отдельными предприятиями без какой-либо стратегической направленности.

Заключение

В заключение хотелось бы сказать, что при использовании кластерного подхода государственная финансовая поддержка может направляться на развитие определенных кластеров, где малые предприятия смогут взаимодействовать как между собой, так и с большими компаниями для обеспечения более эффективной производственной цепочки. Это будет способствовать росту производительности, улучшению качества продукции и снижению затрат. Кроме того, основной целью кластерный подход будет являться создание благоприятных условий для малых предприятий, таких как доступ к инфраструктуре, совместному использованию ресурсов и обмену знаниями и опытом. Однако, эффективность внедрения кластерного подхода к определению необходимости государственной финансовой поддержки малого предпринимательства может быть оценена только на практике, с учетом конкретных условий и особенностей каждой отрасли и региона.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 19.04.2023).
2. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 04.11.2022) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.12.2022) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/ (дата обращения: 15.04.2023).
3. Багратуни К.Ю., Данилина М.В. Теория и практика государственной поддержки малого бизнеса: монография. М.: РУСАЙНС, 2015. 162 с.
4. Балынин И.В. Финансовая поддержка отечественных производителей в контексте достижения национальных целей развития Российской Федерации: ключевые проблемы и предложения о их решению // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12, № 1. С. 317-340.
5. Дивиченко О.И., Шарова Т.Л. Системный подход к организации государственной поддержки малого предпринимательства // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 8. С. 104-116.
6. Захарова Н.В. Малое и среднее предпринимательство в развитых странах: основные особенности развития // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2021. № 4. С. 88-102.
7. Ивлева А.Ю., Кузнецова Е.А. Репрезентация личности переводчика: коммуникативно-функциональный подход // Огарёв-Online. 2022. №16 (185). URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/reprezentaciya-lichnosti-perevodchika-kommunikativno-funkcionalnyj-podhod> (дата обращения: 23.04.2023).
8. Левченко К.А., Епанчинцев В.Ю. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2018. №1 (12), URL: <http://e-journal.omgau.ru/images/issues/2018/1/00524.pdf> (дата обращения: 23.04.2023).
9. Макеева А.Д. Стратегия устойчивого развития: понятие, виды, условия // Вестник науки. 2021. № 12 (45). С. 104-110.
10. Саакян А.П., Куцури Г.Н. Оценка состояния малого и среднего предпринимательства как основа государственной финансовой поддержки // Инновации и инвестиции. 2019. № 3. С. 167-172.
11. Саакян А.П. Основы построения механизма государственной финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства // Инновации и инвестиции. 2019. № 8. С. 108-112.

12. Фрумина С.В. Системные проблемы финансирования малого бизнеса в условиях кризисного развития экономики // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2017. № 4. С. 63-68.
13. Шевченко Е.В., Колодяжная О.В. Анализ состояния и перспектив развития малого предпринимательства в России // Век качества. 2021. № 3. С. 108-121.
14. Архипова О.В., Зелезинский А.Л., Маурер Т. Меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса, проводимые в Российской Федерации во время экономического кризиса // Экономический вектор. 2020. № 4(23). С. 5-14.
15. Olakunle Jayeola, Shafie Sidek. Government financial support and financial performance of SMEs: A dual sequential mediator approach. 2022. Vol. 8, Is. 11. P. e11351.
16. Polina Kolisnichenko. Government support for small and medium-sized business and innovative activities // Baltic Journal of Economic Studies. 2017. № 3 (4). P. 115-119.
17. Juliya Tsertsei. The role of state support for small and medium-sized businesses in the context of innovative economic development // E3S Web of Conferences. 2020. № 220. P. 01031.
18. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/ho22me> (дата обращения: 31.03.2023).
19. Официальный сайт Международного валютного фонда (МВФ) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.imf.org/ru/Home> (дата обращения: 31.03.2023).
20. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn77/> (28.04.2023).
21. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (22.04.2023).

УДК 658.5

О. Е. Лебедева

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва,
e-mail: oelebedeva@fa.ru

Ю. Н. Кена

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва,
e-mail: yurchik05@yandex.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОПЕРАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Ключевые слова: операционная система, туризм, предприятие, ресурсы, сервис, механизм, эффективность, потребности, функция, планирование.

В статье рассмотрены подходы к совершенствованию операционных систем управления туристским предприятием. Установлено, что на современном этапе развития туризма возникают новые требования к методическим разработкам по формированию системы менеджмента на туристском предприятии. В этом случае операционная система рассматривается нами как система управленческой деятельности туристского предприятия, которая включает человеческие, материально-технические, технологические, интеллектуальные, информационные составляющие, выполняющие функции по разработке организационных систем, обеспечивающих максимально эффективное использование различных ресурсов. Доказано, что основная роль в повышении эффективности управления туристским предприятием должна принадлежать стимулирующей функции организационно-экономического механизма. В этих условиях туристский платежеспособный спрос имеет разную «широту охвата» потребителей – от общества в целом до каждого отдельного потребителя туристских услуг. Поэтому и цели сервисных систем дифференцированы в зависимости от значимости удовлетворяемых потребностей с точки зрения этой «широты охвата». Определено, что все цели туристского предприятия являются динамическими, взаимосвязанными по времени и средствам достижения. Они должны быть сбалансированы по ресурсам сервисной системы. В то же время экономический механизм можно рассматривать как составляющую хозяйственного механизма, состоящую из планирования и экономического стимулирования.

О. Е. Lebedeva

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: oelebedeva@fa.ru

Yu. N. Kena

Russian State University of Tourism and Service, Moscow,
e-mail: yurchik05@yandex.ru

IMPROVEMENT OF OPERATIONAL MANAGEMENT SYSTEMS OF A TOURIST ENTERPRISE

Keywords: operating system, tourism, enterprise, resources, service, mechanism, efficiency, needs, function, planning.

The article discusses approaches to improving the operational management systems of a tourist enterprise. It is established that at the present stage of tourism development, new requirements arise for methodological developments on the formation of a management system at a tourist enterprise. In this case, the operating system is considered by us as a system of management activities of a tourist enterprise, which includes human, logistical, technological, intellectual, informational components that perform the functions of developing organizational systems that ensure the most efficient use of various resources. It is proved that the main role in improving the efficiency of management of a tourist enterprise should belong to the stimulating function of the organizational and economic mechanism. In these conditions, the tourist effective demand has a different “breadth of coverage” of consumers – from society as a whole to each individual consumer of tourist services. Therefore, the goals of service systems are differentiated depending on the significance of the needs being met in terms of this “breadth of coverage”. It is determined that all the goals of a tourist enterprise are dynamic, interrelated in time and means of achievement. They should be balanced by the resources of the service system. At the same time, the economic mechanism can be considered as a component of the economic mechanism, consisting of planning and economic incentives.

Интернационализация туристского бизнеса при всех его преимуществах превратилась в глобальную проблему. Туристские предприятия все в большей степени приобретают международный характер, и в науке и образовании все чаще провозглашается требование интернационализировать взгляды менеджеров, что означает необходимость более широкого учета различий национальных культур. При таких условиях нужны новые методологические решения, которые бы включали накопленный зарубежный и отечественный опыт хозяйствования в туристской сфере.

Наиболее подходящим для этого является систематизация туристской экономики как методологический инструментальный познания, ориентированный на изучение системных свойств экономических процессов и явлений. С этих позиций возникает необходимость анализировать определенный круг проблем. Различным проблемам развития туристских предприятий посвящены труды С.М. Агафонова [1], М.Е. Воловик [2], Т.В. Гревцовой [3], Т.А. Грузенберг [4], Н.А. Кравченко [6], О.Ю. Мартыновой [10], М.С. Отнюковой [11], Л.В. Пятилетовой [12], В.И. Шарикова [13] и др. В то же время анализ научных трудов позволяет сделать вывод о том, что совершенствованию систем управления туристским предприятием уделено недостаточно внимания.

Практика показала, что для реструктуризации туристских предприятий в рамках стратегического планирования с целью сохранения ведущего бизнеса можно использовать реинжиниринг – фундаментальное переосмысление деловых процессов туристского предприятия для достижения резких, скачкообразных улучшений по основным параметрам деятельности: стоимость, качество, сервис и темпы развития.

Следует заметить, что реинжиниринг не является ни реорганизацией, ни выравниванием организационной структуры. Многие туристские предприятия видят причину своих бед в бюрократии и стремятся бороться с ней, что является ошибкой, так как при традиционной иерархической структуре, работа разделена на фрагменты. Избежать бюрократии возможно лишь с помощью реинжиниринга, который не позволяет разбить процессы на фрагменты.

Опыт ведущих туристских компаний показывает, что использование процедуры ре-

инжиниринга помогает достичь следующих характеристик: горизонтальное и вертикальное сжатие работ; процессы и их части выполняются в обычном порядке, то есть, высвобожденные от линейного упорядочения работ; уменьшение проверок и управленческих действий, минимизация согласований; оценка эффективности работы и оплаты труда меняются от оценки деятельности к оценке результатов.

Также предметной сферой данного исследования являются: требования системы обмена при непосредственном потреблении туристских услуг; проектирование перемещения ресурсов на этапе заключения контрактов; институциональные ограничения ресурсного обмена; технология признания права собственности на ресурсы и прочее. При этом новые подходы следует рассматривать не только как систему показателей, но и как всеобъемлющую систему управления туристским предприятием. В настоящее время необходимы дальнейшие исследования для разработки самих средств оценки.

Кроме того, современные научно-методологические подходы и концепции к управлению туристским предприятием вмещают интегрированные представления о самом туристском предприятии, его экономике [5, 8, 15]. Именно с этих позиций должна формироваться современная наука об управлении туристским предприятием, которая бы помогала использовать скоординированные действия по переосознанию концепции туристского предприятия.

Рыночные преобразования в индустрии туризма требуют новых подходов к управлению туристским предприятием. В связи с этим особое внимание уделяется изучению и применению операционного менеджмента для достижения эффективного управления сервисными системами туристских объектов. Заслуживает внимания дальнейшее развитие научных разработок по адаптации механизмов функционирования операционного менеджмента относительно новых условий хозяйствования туристских предприятий.

При этом рыночный механизм функционирования экономики ставит новые требования к внутреннему механизму управления туристским предприятием, который должен разрабатываться как для отдельных элементов, так и всего туристского предприятия вообще, и нацеливаться на акти-

визацию человеческого фактора, гибкость и приспособленность к внешнему окружению, которые обеспечивают туристскому предприятию надлежащую эффективность и конкурентоспособность.

Такой механизм может функционировать только при проведении соответствующего комплекса организационных работ. Должны произойти изменения организации сервисной деятельности, труда и управления, а также приспособления организационно-экономического механизма к рыночным условиям хозяйствования. Среди организационно-экономических направлений адаптации туристских предприятий к этим условиям можно выделить: планирование, финансирование, бухгалтерский учет, материально-техническое обеспечение, сбыт и реализация туристских услуг.

Основная роль в повышении эффективности управления туристским предприятием должна принадлежать стимулирующей функции организационно-экономического механизма [7, 9, 14, 16]. В этих условиях туристский платежеспособный спрос имеет разную «широту охвата» потребителей – от общества в целом до каждого отдельного потребителя туристских услуг. Поэтому и цели сервисных систем дифференцированы в зависимости от значимости удовлетворяемых потребностей с точки зрения этой «широты охвата».

При этом все цели являются динамическими, взаимосвязанными по времени и средствам достижения. Они должны быть сбалансированы по ресурсам сервисной системы. В то же время экономический механизм можно рассматривать как составляющую хозяйственного механизма, состоящую из планирования и экономического стимулирования. В свою очередь, планирование можно разделить на оперативное и технико-экономическое; экономическое стимулирование обеспечивается через финансы и цены на туристские услуги.

Практика показала, что такие категории как механизм, хозяйственный механизм, организационно-экономический механизм, механизм управления являются достаточно применяемыми и существенными при рассмотрении принципов действия отдельных явлений. На наш взгляд, организационно-экономический механизм можно обозначить как последовательный ряд причинно-следственных связей осуществления

любого процесса системы, базирующегося на соответствующих ей средствах, методах и принципах функционирования. То есть любая туристская система функционирует по принципу организации ее трансформации из одного состояния в другое и безусловно должна соответствовать принципу экономии (лучшие результаты при меньших затратах), что и соответствует сущности категории организационно-экономического механизма.

Однако сервисная система представляет собой единство и взаимодействие подсистем «ресурсы» и «туристские услуги» блока потребителей, субъектов предпринимательства и рыночной инфраструктуры, обслуживающей рыночные отношения туристского предприятия; единство и взаимодействие информационных, стоимостных и материальных связей по всему кругу рыночной диаграммы и внутри нее в процессе предпринимательской деятельности туристского субъекта.

При этом в сервисной системе осуществляются процессы, которые и являются объектом управления производственного менеджмента. Функционирование сервисных систем является циклическим, и предполагает протекание процессов, которые по методике реализации являются почти идентичными. Считаем, что целесообразно рассматривать сервисную систему как циклическую категорию. То есть, сервисная система – это совокупность циклических процессов, направленных на взаимное функционирование предметов труда, средств труда, возможностей и способностей работников, информационных и интеллектуальных ресурсов, которые в процессе взаимодействия трансформируют вход системы в выход.

В то же время мы предлагаем определять понятие «операционный цикл» как четко скоординированную регулируемую и управляемую систему последовательных операций, которая включает анализ, обеспечение, организацию, планирование, диспетчеризацию, контроль и управление качеством в сервисном цикле. При таком подходе определение организационно-экономического механизма функционирования сервисных систем как составляющих операционной системы предлагаем считать следующим: организационно-экономический механизм функционирования сервисных систем в туризме – это четко органи-

зованная структура причинно-следственных связей, являющихся составляющими функциональных процессов туристской системы, которая с помощью присущих ей средств, методов и принципов трансформирует вход в выход, обеспечивая результат труда, удовлетворяющий требования потребителя.

Практика показала, что основной целью туристского бизнеса является создание конкурентоспособных туристских товаров и услуг. В условиях развитой рыночной экономики одними из основных факторов, определяющих конкурентоспособность туристских товаров и услуг, являются так называемые конкурирующие приоритеты, к числу основных из которых можно отнести своевременность оказания туристских услуг, скорость выполнения заказа, затраты, связанные с ее реализацией, качество туристских услуг, гибкость.

Улучшение конкурирующих приоритетов и повышение на этой основе конкурентоспособности является основной целью такой функции бизнеса и менеджмента как управление операциями. Необходимо понимать, что термин «операции» является достаточно распространенным в туристской сфере и касается предоставления услуг туристским предприятием любого организационно-правового типа. Также операция представляет собой универсальный термин, означающий вид деятельности, предпринимательское соглашение, совокупность взаи-

мосвязанных действий по решению единой экономической задачи или проблемы.

В отличие от экономической программы и проекта операция предполагает менее масштабную и длительную последовательность действий. При этом хозяйственные операции – это отдельные хозяйственные действия, вызывающие изменения в объеме, составе, размещении и использовании средств, а также в составе и назначении источников этих средств в туристской сфере. Операции также представляют собой любую сервисную деятельность, как в частности оказание туристских услуг, так и любую другую, связанную с процессом созидания. Операция – это система, в которой различные исходные материалы (входы) преобразуются с целью достижения требуемого результата (выходы).

Подводя итоги можно отметить, что на современном этапе развития туризма возникают новые требования к методическим разработкам по формированию системы менеджмента на туристском предприятии. В этом случае операционная система рассматривается нами как система управленческой деятельности туристского предприятия, которая включает человеческие, материально-технические, технологические, интеллектуальные, информационные составляющие, выполняющие функции по разработке организационных систем, обеспечивающих максимально эффективное использование различных ресурсов.

Библиографический список

1. Агафонов С.М. Алгоритм внедрения системы риск-менеджмента на рынке туристских услуг // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2015. № 3 (65). С. 301-308.
2. Воловик М.Е., Прокопец Т.Н. Трансформация потребительских ценностей в условиях ограничений и их влияние на операционный менеджмент индустрии гостеприимства и сферы туризма // Экономика и управление: проблемы, решения. 2022. Т. 1, № 7 (127). С. 51-58.
3. Гревцова Т.В., Конычева Н.А. Специфика риск-менеджмента на предприятиях туристической отрасли экономики // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2023. № 5-3. С. 100-102.
4. Грузенберг Т.А., Адельсеитова Э.Б. Управление инновационным процессом в туризме // Матрица научного познания. 2023. № 1-1. С. 108-114.
5. Кожина В.О., Лебедева О.Е. Формирование информационно-аналитического обеспечения малого предпринимательства // Экономика и предпринимательство. 2017. № 10-2 (87). С. 444-447.
6. Кравченко Н.А. Особенности управления кластеризацией туристской сферы // Парадигмы управления, экономики и права. 2020. № 2. С. 103-110.
7. Лебедев К.А. Повышение эффективности производства сливочного масла в Крыму // Экономика и управление. 2002. № 1. С. 18-19.

8. Лебедев К.А. Эффективность и конкурентоспособность предпринимательских структур АПК Крыма на зарубежных рынках: теоретико-методологические и практические аспекты. Симферополь: Фактор, 2008. 116 с.
9. Лебедева О.Е. Совершенствование государственного регулирования рынка молока // Культура народов Причерноморья. 2010. № 193. С. 168-171.
10. Мартынова О.Ю., В.О. Петренко Инструменты менеджмента в сфере туризма, как развивающейся отрасли // Обществознание и социальная психология. 2023. № 4-3 (48). С. 68-70.
11. Отнюкова М.С. Влияние «зеленой экономики» на развитие устойчивого туризма // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2023. № 4. С. 259-262.
12. Пятилетова Л.В. Формирование навыков менеджмента потребностей и производства турпродукта у специалистов в области туризма: современные вызовы и ответы // Alma Mater (Вестник высшей школы). 2023. № 1. С. 85-90.
13. Шариков В.И., Корнеева Е.И., Лебедева О.Е. Активизация предпринимательской деятельности в туристско-рекреационной сфере региона // Экономика и предпринимательство. 2018. № 12 (101). С. 592-595.
14. Karaulova N.M., Silcheva L.V., Antonenko V.V., Konovalova E.E., Lebedev K.A. Methodical approaches to forecasting tourist streams // Espacios. 2017. Vol. 38. № 48. P. 22.
15. Nikazachenko A.L., Yudashkina E.E., Vlasov G.V., Novikova V.V., Lebedev K.A. Modern approaches to assess tourism industry-related environment // Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. 9. № 2 (26). P. 298-303.
16. Zavalko N.A., Kozhina V.O., Kovaleva O.P., Kolupaev R.V., Lebedeva O.Ye. System approach to diagnostics and early prevention of a financial crisis at an enterprise // Journal of Applied Economic Sciences. 2018. Vol. 13. № 1 (55). P. 84-88.

УДК 338

И. В. Макарычева

Нижегородский государственный исследовательский университет им. Лобачевского,
Нижний Новгород, e-mail: mcdoc@rambler.ru

Т. А. Нестерова

Нижегородский государственный исследовательский университет им. Лобачевского,
Нижний Новгород, e-mail: nesterova-tatyan@mail.ru

УЧАСТИЕ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Ключевые слова: человеческий капитал, образование, цифровизация, международные индексы, онлайн-образование.

Труд всегда был одним из важнейших факторов производства, при этом в современном мире главным составляющим элементом этого фактора производства является человеческий капитал. Производство экономических благ в условиях двадцать первого века подразумевает под собой целый спектр умений и навыков, овладеть которыми можно только получив образование. Таким образом, образование становится важной и необходимой частью развития человеческой личности. В рейтинге развития человеческого потенциала, который ежегодно публикуется Всемирным банком, образование составляет практически половину из интегрального показателя. В современном мире образование трансформируется и становится во многом цифровым. В Российской Федерации существует государственная программа «Цифровая образовательная среда», которая позволяет молодым россиянам получать необходимые навыки у повышать уровень человеческого капитала.

I. V. Makarycheva

National Research Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod,
e-mail: mcdoc@rambler.ru

T. A. Nesterova

National Research Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod,
e-mail: nesterova-tatyan@mail.ru

PARTICIPATION OF DIGITAL EDUCATION IN THE FORMATION OF HUMAN CAPITAL

Keywords: human capital, education, digitalization, international indices, online education.

Labor has always been one of the most important factors of production, while in the modern world the main component of this factor of production is human capital. The production of economic goods in the conditions of the twenty-first century implies a whole range of skills and abilities, which can only be mastered through education. Thus, education becomes an important and necessary part of the development of the human personality. In the Human Development Ranking, which is published annually by the World Bank, education makes up almost half of the integral indicator. In the modern world, education is transforming and becoming largely digital. In the Russian Federation, there is a state program «Digital Educational Environment», which allows young Russians to acquire the necessary skills and improve the level of human capital.

Введение

Человеческий капитал – это многогранное понятие, которое включает в себя целый набор позиций, который позволяет человеку быть ценным членом общества и приносить ему пользу.

Общеизвестно, что человеческий капитал на сегодняшний день является главным из видов капитала, плотно сливаясь с фактором производства «труд». Более того, в современную эпоху крайне сложно провести

границу между факторами производства «капитал» и «труд». Легко идентифицировать капитал в вещественной форме – в виде зданий, станков и сооружений, но носителем капитала в невещественной форме – умений, технологий, знаний и навыков – является человек. А для того, чтобы овладеть этими знаниями и умениями, необходимо образование. Под образованием в разные эпохи понимали разное, на сегодняшний момент образование – это не просто умение читать и писать,

это то, что позволяет продуктивно использовать современные технологии и преобразовывать информацию в экономические блага.

Целью исследования является определение доли образования в человеческом капитале в целом, а также роста доли цифровизации в современном обучении.

Материал и методы исследования

Авторами использованы, преимущественно, статистические и аналитические методы исследования, опирающиеся на данные, находящиеся в открытом доступе.

Результаты исследования и их обсуждение

Понятие «человеческий капитал» впервые использовал Нобелевский (впоследствии) лауреат Теодор Шульц, который трактовал его следующим образом: «Все человеческие ресурсы и способности являются или врожденными, или приобретенными. Каждый человек рождается с индивидуальным комплексом генов, определяющим его врожденный человеческий потенциал. Приобретенные человеком ценные качества, которые могут быть усилены соответ-

ствующими вложениями, мы называем человеческим капиталом» [1]. Впоследствии в понятие человеческого капитала стали, упрощенно, включать здоровье, образование и среднюю продолжительность жизни. Всемирный банк уже на протяжении многих лет осуществляет «Проект развития человеческого капитала», в рамках которого проходит ежегодный мониторинг так называемого «Индекса человеческого капитала», который отслеживает динамику изменения данного показателя у населения стран-участников проекта [2].

В рамках нашего исследования, нас интересует больше всего показатель «образование». Ему в таблице 1 посвящены столбцы 3-5. В столбце 3 отражается средняя продолжительность пребывания в учебных заведениях среднестатистического человека, в столбце 4 – его набор знаний за этот период, а в столбце 5 – интегральный показатель, рассчитывающий за какой период времени можно получить тот объем знаний, который отражается в столбце 4. Таким образом делается поправка на качество образования, поскольку можно учиться очень долго, но при этом не слишком успешно.

Таблица 1

Индекс Человеческого капитала

Название страны	Возможность дожить до 5 лет (детская смертность)	Ожидаемая продолжительность обучения в школе	Суммарный результат	Годы обучения с поправкой на обучение	Доля детей до 5 лет без задержки роста	Средняя продолжительность жизни	ИЧК
Афганистан	0,93	8,6	355	4,9	0,59	0,78	0,39
Австрия	1,00	13,9	525	11,7	..	0,94	0,79
Азербайджан	0,98	11,6	472	8,7	0,82	0,87	0,60
Канада	0,99	13,7	537	11,7	..	0,94	0,80
Дания	1,00	13,4	531	11,4	..	0,93	0,77
Германия	1,00	13,9	528	11,7	..	0,93	0,79
Гонконг, Китай	0,99	13,4	562	12,1	..	0,95	0,82
Венгрия	1,00	13,0	516	10,7	..	0,87	0,70
Казахстан	0,99	13,3	537	11,5	0,92	0,80	0,75
Румыния	0,99	12,2	452	8,8	..	0,87	0,60
Российская Федерация	0,99	13,8	538	11,9	..	0,78	0,73
Швейцария	1,00	13,3	524	11,1	..	0,95	0,77
Украина	0,99	13,0	490	10,2	..	0,81	0,65
ОАЭ	0,99	13,1	451	9,5	..	0,93	0,66
Великобритания	1,00	13,9	517	11,5	..	0,94	0,78
США	0,99	13,3	523	11,1	0,98	0,90	0,76

Примечание: составлено авторами по данным [3].

Рейтинг эффективности национального образования

№	Страна	Индекс	Когнитивные навыки	Образованность
1	Южная Корея	1.30	1.35	1.19
2	Япония	1.03	1.20	0.70
3	Сингапур	0.99	1.65	-0.33
4	Гонконг	0.96	1.34	0.20
5	Финляндия	0.92	0.99	0.79
6	Великобритания	0.67	0.52	0.96
7	Канада	0.60	0.77	0.25
8	Нидерланды	0.58	0.57	0.58
9	Ирландия	0.51	0.49	0.55
10	Польша	0.50	0.33	0.85
11	Дания	0.46	0.32	0.75
12	Германия	0.41	0.48	0.28
13	Россия	0.40	0.50	0.19
14	Соединенные Штаты Америки	0.39	0.49	0.19

Примечание: составлено авторами по данным [5].

Подборка государств, участвующих в рейтинге, не случайна. На наш взгляд, выборка представляет собой интерес с точки зрения международных сопоставлений, прежде всего, некоего конъюнктурного характера. Политика выходит за рамки данного исследования, но авторы сочли возможным и интересным оставить именно данный набор – участников рейтинга. Самый высокий уровень индекса человеческого капитала в данной подборке у Гонконга – 0,82, а самый низкий – у Афганистана – 0,39. Российская Федерация находится в зоне «крепких середнячков» с индексом 0,73, приблизительно между Венгрией и США. Очень интересны, на наш взгляд, сравнительные показатели отдельных позиций в рейтинге. Если показатели детской смертности практически во всех странах, кроме Афганистана, практически равны и очень высоки, то, начиная с образования, разница становится очень значительна. Наша страна, к сожалению, крайне серьезно отстает от остальных в показателе «средняя продолжительность жизни», находясь на одном уровне с Афганистаном, но при этом по показателю суммарного результата обучения уступает только Гонконгу.

С точки зрения продуктивности обучения, существует рейтинг стран по эффективности систем образования. Он подсчитывается британской компанией Pearson Education, начиная с 2012 года и включает

интегральную оценку нескольких составляющих. Во-первых, это когнитивные навыки, которые состоят из рейтинга стран по чтению и пониманию текста, рейтинга по качеству математического и естественнонаучного образования, а также образовательных достижений учащегося. Во-вторых, это уровень образованности населения, который, в свою очередь, также состоит из двух элементов: индекса грамотности населения от ЮНЕСКО и индекса совокупной доли учащихся, получающих среднее и высшее образование, который подсчитывается ОЭСР [4]. К сожалению, последний рейтинг, в котором участвовала наша страна был опубликован в 2016 году, но в этом рейтинге наша страна выглядит не так уж плохо.

Конечно, все эти рейтинги – во многом лукавство, и не передают общей картины, более того, всегда можно среди множества рейтингов найти тот, который подтвердит нужную точку зрения, но тем не менее, интересны аналогии между различными рейтингами.

Интересно, что данные рисунка 1 коррелируют с данными таблицы 2. Получается очень интересная тенденция – зависимость уровня образования в стране и уровня цифровизации экономики. С одной стороны, закономерно, что образованная страна владеет современными технологиями, но, с другой стороны, на наш взгляд, существует обратная связь.



Рис. 1. Место России в международных рейтингах цифрового развития [6]



Рис. 2. Цифровая платформа образования в рамках реализации государственной программы «Цифровая образовательная среда» [8]

Речь идет о том, что современное образование однозначно и неуклонно движется в сторону цифровизации. Доступность онлайн-образования делает его однозначно более конкурентоспособным по сравнению с традиционными формами. Традиционное образование сегодня держится только за счет государственных стандартов и государственной поддержки. Если у тебя нет

диплома установленного образца – значит, у тебя нет и образования как такового с точки зрения официальных властей и официальной статистики. Но, в реальной жизни, это далеко не так. Не случайно разнообразные обучающие программы в Интернет пользуются столь большим спросом – зачастую людям важнее знания, нежели официальный диплом.

Более того, наличие ЕГЭ (в нашей стране) или его аналогов, дает возможность продемонстрировать уровень своих знаний каждому желающему, и, если тест пройден – то соискатель получает официальный диплом, и может считаться квалифицированным специалистом, не важно каким путем получившим знания. Это очень удобно в современном мире, когда существуют дистанционные работы и ты можешь жить где угодно, при этом твой ребенок получает полноценное образование не покидая дома. Пандемия усилила эту тенденцию, а нарастание вооружённых конфликтов по всему миру, и соответственно, беженцев, ее поддержало. Дистанционное образование дешево и удобно, поэтому постепенно будет вытеснять традиционное.

В России в рамках национального проекта «Образование» существует национальный проект «Цифровая образовательная среда» [7]. Он существует уже с 2019 года и достаточно успешно реализуется, прекрасно коррелируя с национальным проектом «Цифровизация экономики». Так, например, уже к концу 2023 года все школы нашей страны будут оснащены Wi-Fi, а 20% студентов к концу 2024 года будут осваивать навыки и дисциплины онлайн.

На рисунке 2 представлены составляющие будущей цифровой образовательной

платформы. Она многогранна, и само ее существование говорит о том, что государство отдает отчет о важности цифровизации образования. Нет ничего проще, чем загнать образование в традиционные рамки, но при этом мы однозначно будем терять будущее и обречем себя на догоняющий тип развития. В современной геополитической обстановке мы просто не можем позволить себе подобную роскошь.

Заключение

Человеческий капитал, как уже говорилось, – это самый важный вид капитала. По сути, он состоит из образования и здоровья. Тема данного исследования – образование. Образование в современных условиях эволюционирует в сторону его цифровизации, это абсолютно объективный процесс, противиться ему невозможно, как невозможно сопротивляться прогрессу в целом. Естественно, что государства, стремящиеся к росту человеческого капитала, будут всячески поощрять цифровизацию образования и вкладывать туда средства. Российские национальные проекты «Цифровая образовательная среда» и «Цифровая экономика» – прекрасные своевременные проекты, которые позволят нашей стране выйти на качественно новый уровень развития человеческого капитала.

Библиографический список

1. Лавров Л.А. Экономический рост и человеческий капитал: монография. Омск: Издательство ОмГУ, 2009. 196 с.
2. Индекс человеческого капитала. URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/human-capital#data> (дата обращения: 19.05.2023).
3. Публикация данных ИЧР. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/human-capital#Index> (дата обращения: 19.05.2023).
4. Рейтинг эффективности национальных систем образования: составляющие элементы. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-index-of-cognitive-skills-and-educational-attainment#:~:text=%D0%98%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D1%8D%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85%20%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F,%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D0%B8%20%D0%B1%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%20Pearson%20Education> (дата обращения: 15.05.2023).
5. Рейтинг эффективности национальных систем образования. URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/efficiency-education> (дата обращения: 19.05.2023).
6. Индикаторы цифровой экономики: статистический сборник. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/484533334.pdf> (дата обращения: 17.05.2023).
7. Национальный проект «Образование». URL: <https://edu.gov.ru/national-project/plan/> (дата обращения: 19.05.2023).
8. Перспективы развития цифрового образования в Российской Федерации. URL: https://minobrnauki.gov.ru/files/Perspektivy_razvitiya.pdf (дата обращения: 19.05.2023).

УДК 378:331:334.7

А. Н. Максимов

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Красноярск,
e-mail: anmaksimov56@mail.ru;
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный медицинский университет
имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого», Красноярск

С. И. Максимова

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный медицинский университет
имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого», Красноярск,
e-mail: maksimovasi@mail.ru

ОРГАНИЧЕСКОЕ СТРОЕНИЕ КАПИТАЛА КАК ПОЛИФОРМА МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Ключевые слова: органическое строение капитала, интеллектуализация труда, интеллектуализация производства, неопределенность, карты рисков управления органическим строением капитала, цифровизация диагностики компетентностной реализации человеческого капитала.

Органическое строение капитала его содержательное изучение актуализировалось в связи с возросшим влиянием факторов интенсификации, ставших стратегическими в условиях поиска перспективных направлений импортозамещения и определенных относительно новых направлений высокотехнологических отраслей. Рассматриваемые аспекты органического строения капитала, представленные в логике «Капитала» К. Маркса как единство двух сторон воспроизводства капитальных и некапитальных активов, реализованные в логике сущности, содержания и формах предопределили его изучение социально-экономической полиформе. Органическое строение капитала как полиформа, собирая в единство векторы внутри корпоративной интенсификации от технического, стоимостного строения капитала могут позволить создать механизмы позитивной динамики, опосредуемые менеджментом интеллектуализации труда, производства, наукоемкости. Отраслевая специфика уровня, динамики данного процесса, рассматриваемая в работах Румянцева А.А., Романенко И.В., Голованова А.А. и др. дали по этому показателю и его росту замеры по ряду отраслей и предприятий. Внешне организационные составляющие этого показателя исследованы в работах Абрамовских Л.Н. и др, что позволило структурировать корпоративный уровень не только во внутриотраслевом, но и региональном масштабе. Изучение органического строения капитала как полиформы определяет механизмы внутри и внешнекорпоративного менеджмента при процессах синхронности воспроизводства человеческого капитала при снижении неопределенности и рисков. В этом аспекте данный показатель получает внутриотраслевую специфику перехода к технологически перспективным видам капитала, с учетом специфики рыночного и смешанного регулирования. Органическое строение капитала как полиформа позволяет создать механизм конкурентоспособности предоставления образовательных услуг для формирования человеческого фактора и изъятия эффектов при учете факторов многоуровневости, оценок вклада в добавленную стоимость, а также рыночных индикаторов оценки факторов, входящих во внутрикорпоративные циклы предприятий.

A. N. Maximov

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: anmaksimov56@mail.ru;
Krasnoyarsk State Medical University named after Professor V.F. Voyno-Yasenetsky,
Krasnoyarsk, e-mail: anmaksimov56@mail.ru

S. I. Maximova

Krasnoyarsk State Medical University named after Professor V.F. Voyno-Yasenetsky,
Krasnoyarsk, e-mail: maksimovasi@mail.ru

THE ORGANIC STRUCTURE OF CAPITAL AS A POLYFORM OF MANAGEMENT OF MODERN COMMERCIAL ORGANIZATIONS

Keywords: organic structure of capital, intellectualization of labor, intellectualization of production, uncertainty, risk maps of management of the organic structure of capital, digitalization of diagnostics of competence realization of human capital.

The organic structure of capital and its substantial study have been actualized due to the increased influence of intensification factors that have become strategic in the search for promising areas of import substitution and certain relatively new areas of high-tech industries. The considered aspects of the organic structure of capital, presented in the logic of K. Marx's "Capital" as the unity of the two sides of the reproduction of capital and non-capital assets, realized in the logic of the essence, content and forms predetermined its study of socio-economic polyform. The organic structure of capital as a polyform, gathering into unity the vectors within the corporate intensification from the technical, cost structures of capital can allow creating mechanisms of positive dynamics mediated by the management of the intellectualization of labor, production, and knowledge intensity. The industry specifics of the level and dynamics of this process, considered in the works of Rumyantsev A.A., Romanenko I.V., Golovanov A.A. and others, gave measurements for this indicator and its growth in a number of industries and enterprises. Externally, the organizational components of this indicator are investigated in the works of L.N. Abramovskikh. and others, which made it possible to structure the corporate level not only on an intra-industry, but also on a regional scale. The study of the organic structure of capital as a polyform determines the mechanisms of internal and external corporate management in the processes of synchronicity of reproduction of human capital while reducing uncertainty and risks. In this aspect, this indicator receives the intra-industry specifics of the transition to technologically promising types of capital, taking into account the specifics of market and mixed regulation. The organic structure of capital as a polyform makes it possible to create a mechanism for the competitiveness of the provision of educational services for the formation of the human factor and the withdrawal of effects, taking into account multilevel factors, assessments of the contribution to value added, as well as market indicators for assessing factors included in the internal corporate cycles of enterprises.

Введение

Вопросы актуализации содержания категории «Органическое строение капитала» и его управленческих механизмов реализации приобрело значение в связи с существенными изменениями внутри и внешне производственных связей как чисто коммерческих, так и смешанных по механизмам функционирования организаций. Проверки теоретических моделей и матриц «Органического строения капитала» в отраслевых и межотраслевых форматах, эконометрика, используемая в замерах трендов этого феномена, нашли практическое применение для механизмов интенсификации и импортозамещения. В то же время, сформированность категории в логике «Капитала» К. Маркса, представленная как элемент механизма ценнообразования при машинной стадии капитализма, не исключает ее дальнейшее изучение в механизмах ее внутренней и внешне организационной противоречивости.

Цель исследования – определение ряда внутри и внешне организационных факторов, трансформирующих категорию «Органическое строение капитала». В результате теоретического изучения предложены уточнения в теоретико-методологическом направлении. Это рассмотрение «Органического строения капитала» как социально-экономической полиформы. Исследование в этом аспекте может позволить выявлять как уровень и динамику данной категории, так и специфику ее управления в трендах кратко и долгосрочных периодов организаций в условиях внутри внешне корпора-

тивной неопределенности. Современные тренды интеллектуализации, наукоемкости, мотивации персонала, привносят специфические особенности в «Органическое строение капитала» от «Человеческого фактора».

Материалы и методы исследования

Органическое строение капитала как один из показателей устойчивости, динамики, инновационности и конкурентоспособности предприятий различных организационно-правовых и управленческих форм имел и приобретает в современных условиях особую актуальность в силу возможных несовпадений и разных направлений динамики его стоимостных и натурально-вещественных оценок.

Так, органическое строение капитала, определяемое К. Марксом «...я называю стоимостное строение капитала, – поскольку оно определяется его техническим строением и отражает в себе изменения технического строения, – органическим строением капитала» [1], что определенным образом опосредуется стоимостными и натурально-вещественными сторонами как постоянно, так переменного капитала.

Причем, соотношения и соответствующие пропорции между постоянным и переменным капиталом, как факторами создания стоимости, опосредуют процессы и возможные к реализации проекты, коррелируются с тенденциями (закономерностями) воспроизводства персонала и различных форм носительного перенаселения.

Эконометрические закономерности уровня и динамики органического строения капитала, рассмотренные как в «Капитале», так соответствующей методологии, реализуемой в различных отраслях промышленности современной России, представлены в работах Румянцева А.А., Романенко И.В., Абрамовских Л.Н., Лунина И.А., Голованова А.А. и др. [2-4].

В тоже время, рассматриваемые в сравнительной динамике темпы роста основных производственных фондов, темпы роста оплаты труда, темпы роста себестоимости и т.п. при изучении динамик процессов и проектов интеллектуализации, оказываются встроенными в процессы: интенсификации проектов, наукоемкости, проектов узкого и широкого воспроизводства «Человеческого капитала» и т.п. исследуется не вполне достаточно. Указания К. Маркса о формах строения капитала, где в частности, отмечается, что «...переменный капитал, или стоимость рабочей силы, т.е. общую сумму заработной платы» [1] включает не только эконометрический аспект внутри корпоративного воспроизводства в форматах профессиональных компетенций. Снятие формы технического разделения труда в ходе технического прогресса и появление различных форм разделения работ с различно представленными трендами виртуализации деятельности персонала, актуализируют креативные составляющие и управление ими в формах интеллектуализации и наукоемкости труда и производств.

Формирование процессов, опосредуемых категорией «органическое строение капитала», представленное в содержании и логике «Капитала» К. Маркса, было предопределено процессами производства, взятыми изначально как всеобщая форма, не опосредуемая спецификой трансформации однотипной, но разнородной частной собственностью, логистическими составляющими в условиях фактической организации перехода от формальных к реальным технологиям воспроизводства интенсивного типа машинного производства.

На данном уровне исследования ряд аспектов, определяемых методом восхождения от абстрактного к конкретному, позволял К. Марксу практически отождествлять два понятия – органическое и стоимостное строение капитала.

Указание К. Маркса о том, «...где говорится просто о строении капитала, всегда следует подразумевать его органическое строение» [5].

Ряд элементов познания привносится для возможного расширения корпоративного уровня и уровня социально-экономического воспроизводства персонала, что представлено следующим «...мы рассматриваем то влияние, которое возрастание капитала оказывает на положение рабочего класса. Важнейшие факторы этого исследования – строение капитала и те изменения, которые претерпевает он в ходе процесса накопления» [6].

Рассматриваемое К. Марксом строение капитала с двух точек зрения, со стороны стоимости и со стороны материала (натурально-вещественной формы) представляется как стоимостное и техническое, содержит в себе противоречивость, полиструктурность относительно самостоятельной динамики натурально-вещественной и стоимостной форм «промышленного капитала».

Его разрешение при фактическом учете и «встроенности» элементов технического прогресса определяет уровень и динамику органического строения как фактически функционирующего, так и изменяющегося капитала при его индивидуальном воспроизводстве и т.п.

В этом направлении позитивного (фактически существующего в реалиях) исследования присутствует отличные уровни и технические формы органического строения капитала как в одной отрасли, так и разных предприятий отличных отраслей.

Ориентированность в изучении на замеры уровней воспроизводства органического строения капитала, как уровни индивидуальных капиталов различных отраслей и регионально-территориальных формирований и т.п. представлены в работах Румянцева А.А., Романенко И.А. и др. [7].

В этой классификации представлена и отраслевая составляющая замеров органического строения капитала, уровни капитализации отраслей, структурирование отраслей по инновационности предприятий, продукции, формам относительного перенаселения и т.п.

Логическим завершением методологии изучения органического строения капитала явился сформулированный К. Марксом «абсолютный, всеобщий закон капиталистического накопления» [8].

В нем представлена логика гносеологического подхода исследования процессов накопления капитала, с категориальной точностью и терминологической соподчиненностью в причинно-следственном понимании экономических и социальных составляющих органического строения капитала как полиформы, интегрирующей рынки, операционные циклы, схемы организации, планирования, управления производственно-технологическими процессами. А также тем, что входит в процессы воспроизводства человеческого капитала как при реализации структурно-функционального, так и воспроизводственного подходов.

Так, отмеченные отличающиеся темпы роста натурально-вещественных и стоимостных составляющих как индивидуальных капиталов, так и всего общественного капитала, формировали и могут формировать процессы рассинхронизаций, выражающиеся в отличных уровнях капитализации отраслей, отличиях отраслевых уровней динамик оплаты труда и многих факторов вне корпоративного воспроизводства «Человеческого капитала».

В частности, К. Марксом отмечалось «... разность между постоянным и переменным капиталом возрастает много медленнее, чем разность между той массой средств производства, в которую превращается постоянный капитал, и той массой рабочей силы, в которую превращается переменный капитал. Первая разность увеличивается вместе с последней, но в меньшей степени, чем последняя» [9].

Возможная рассинхронизация в уровне и динамике органического строения капитала определяются законами капитализации постоянного и переменного капитала, которые в свою очередь опосредуются цикличностью воспроизводства, спецификой этапов, форм, направлений технического прогресса. Логической завершенностью каждого цикла должно становиться снижение ОНЗТ (Общественно необходимых затрат труда), прогресс в составных элементах общественного капитала, его структуре, в тенденции усиливающей значение управленческих технологий высвобождаемых работников из технического внутрифирменного разделения труда. В соответствии с периодизацией К. Маркса «... жизненный путь современной промышленности, имеющий форму десятилетнего цикла...» [10], в иных

классификационных циклах (Н.Д. Кондратьева, Китчена, Жуглара) – период отличен.

Логика органического строения капитала вписывается в макроэкономическое изучение, определяемое категориями: «Общественное богатство», «Функционирующий капитал», «Размеры и энергия его возрастания», «Абсолютная величина пролетариата», «Производительная сила его труда», «Промышленная резервная армия», что не исключает, а предполагает как формально-логические направления развития, так и содержательные наполнения в связи с социо-экономическими, макро и регионально-отраслевыми изменениями.

Результаты исследования и их обсуждение

Не менее значимыми являются социальные следствия из механизма накопления капитала в его всеобщем и отраслевом аспектах в условиях перехода воспроизводства капитала на собственную материально-техническую основу, закрепившую процессы реального подчинения труда капиталу.

Это предопределило относительно самостоятельные направления изучения воспроизводство «Человеческого капитала», опосредуемого как экономической, социальной динамиками воспроизводства уровней корпоративного, отраслевого, регионального и т.п. капитала и форм его производственных взаимодействий в рамках ГЧП (Государственно-частного партнерства) [11].

Последнее определялось как причинами расширенного воспроизводства корпоративного капитала, так и социальными закономерностями воспроизводства населения, представленное экономико-социальными формами как корпоративных, так и вне корпоративных организационно-социальных структур. В том числе, блоками закономерностей ускоренного входа новой рабочей силы в персонал корпоративных структур, особенностями приобретения профессиональных и иных компетенций, специфики институциональных составляющих домашних хозяйств и т.п.

Корпоративный уровень исследования динамики органического строения капитала в большей степени опосредуется экономическими законами и закономерностями воспроизводства, определяемыми коммерчески измеряемыми индикаторами: «Прибыль», «Средняя норма прибыли», «Из-

держки», «Капитал основной», «Капитал постоянный», «Капитал оборотный», «Капитал переменный», что представлено как в моделях, матрицах, а так же при изучении российских отраслей экономики работами Андреева А.А., Румянцева А.А., Романенко И.В., Абрамовских Л.Н., Лунина И.А., Голованова А.А. и др. [2-4,7].

Причем логика накопления индивидуальных капиталов, увеличивая размеры масштабов вовлекаемых ресурсов, усложняя внутривыпускную логистику в системах операционных циклов и логистику реализации конечной продукции, приводит к усилению неопределенности всего воспроизводственного процесса.

В нем формируются уровни неопределенности, происходящие из собственной специфики индивидуальных капиталов, капиталов уровня воспроизводства отраслей и уровня воспроизводства всего общественного капитала, что требует исследований в логике комплексного, системно воспроизводственного подхода органического строения капитала как социально-экономической полиформы.

Категориальные ряды неопределенности и полиформы органического строения капитала логически входят с отраслевыми параметрами, масштабами производства, горизонтальной и вертикальной интеграцией, что в условиях определяющей прогресс наукоемкости и интеллектуализации предполагает изучение комплекса его стоимостных, технологического-экономических и социально-организационных форм управленческой реализации.

В частности, процессы концентрации, централизации индивидуальных капиталов, капитализация, рост всего капитала общества в противоречивости одновременного существования как устаревших, так и перспективных форм, формируют лишь тенденцию определенного усовершенствования технологий действующих и внедрению новых на вводимые предприятия, что можно рассматривать как первоначальные организационные предпосылки для прогресса его технической формы.

Органическое строение капитала как полиформа в этом аспекте приобретает управленческие составляющие от противоречивости самого этого феномена, встраиваемого в различные внешне организационные среды, с отличиями в механизмах рыночного и смешанного типов формирования и управления, в том числе при реализации ГЧП Фе-

дерального, Регионального и Муниципальных уровней управления.

Социальные закономерности, следующие из процессов, опосредуемых категорией «Органическое строение капитала» как полиформа могут измеряться по показателям ИЧР, качеству и доступности получения социальных благ, индексам концентрации этих благ с привязками к социумам, дифференциациям данных благ по территориям. Вместе с этим, методология органического строения капитала как полиформы предопределяет единство вещественных и личностных факторов, при учете их взаимодополняемости, системности, комплексности и воспроизводственной значимости.

И в частности, доступности благ, входящих в категориальные формы: «Общественное богатство», его содержание, структура, в форматах как количественные и качественные параметры конечного потребления, так и форматах по видам деятельности, в том числе трудовой, досуговой и т.п.

В этом аспекте категория «Человеческий капитал» как снятая форма рассматриваемого К. Марксом переменного капитала в форматах: «Промышленный капитал», «Машинная стадия капитализма» и т.п. приобрела расширительное воспроизводственное значение.

В его содержание все более включаются элементы, расширяющие функциональные возможности персонала по причинам изменений экономико-технологической основы предприятий, изменений содержания труда при росте значения в нем интеллектуальных элементов и виртуализации, привносимой информационными технологиями, искусственным интеллектом и т.п.

Персонал, его состав, структура наряду с замеряемыми коммерческо-стоимостными параметрами, относимыми к категориям стоимостного воспроизводства и приоритетно краткосрочного периода его воспроизводства, значительно выходят за рамки этого. В частности, объективизм многих процессов и методов управления преимущественно промышленных этапов экономики и экономического роста, приобрел высокий тренд самостоятельности от человеческого фактора.

Значение эффективных для формируемой и управляемой динамики органического строения капитала мотивационных профилей персонала приобрело особое значение, что отмечается в статьях Дудкиной Г.Ф., Мелиной Н.В., Адольфа В.А., Яновой М.Г., Филимонок И.В., Разновой Н.В. и др. [12-14].

Возросло значение мотивационных профилей сотрудников, их самооценкам организации заработной платы и иных видов материального и нематериального стимулирования, что приносит достаточно неопределенности. В частности, неопределенности в управление мотивационной готовностью по работе в разных типах операционных и финансовых циклов, с разными уровнями персональной и коллегиальной ответственности.

Не менее важными в исследовании органического строения капитала как полиформы становятся управленческие возможности рентных и трансфертных составляющих заработной платы и ее управленческого влияния на персонал, на приоритеты выстраиваемых и реализуемых целей как предприятия в целом, так и его структурных подразделений.

Ряд аспектов образовательной составляющей формирования и воспроизводства человеческого капитала, как в отраслевой, так и методолого-теоретической составляющих рассматриваются в работах Максимова А.Н., Максимовой С.И., Адольфа В.А., Яновой М.Г., Бухаровой Е.Б., Дудкиной Г.Ф., Кондратюк Т.А. и др. [11,14,16].

Конкурентоспособность образовательных услуг с учетом рисков их неполучения по полным общественным затратам при многофакторности и многоуровневости их изъятий, а так же, как элемент обмена в воспроизводственном процессе «Человеческого фактора», особенностей спроса на рынках труда, может быть представлено:

$$\begin{aligned} \text{РНОУсУП.О.З.} = & [\text{Фед. Комп.}(\sum(Z_i \times K_f) \times \\ & \times (\sum(T_i \times V_f) + (T_i \times D_f) + (T_i \times X_f)) / \\ & / \sum X_i \times P_i(X_i)] + [\text{Регион. Комп.}(\sum(Z_i \times K_p) \times \\ & \times (\sum(T_i \times V_p) + \sum(T_i \times D_p) + \sum(T_i \times X_p)) / \\ & / (\sum X_i \times P_i(X_i))] + [\text{Вуз. Комп.}(\sum(Z_i \times K_v) \times \\ & \times (\sum(T_i \times V_v) + (T_i \times D_v) + \sum(T_i \times X_v)) / \\ & / (\sum X_i \times P_i(X_i))], \quad [11], \end{aligned}$$

где РНОУсУП.О.З. – риск неполучения образовательных услуг по полным общественным затратам;

Z_i – затраты (расходы) на образовательные услуги;

K_f – количество образовательных услуг по Федеральному компоненту;

K_p – количество образовательных услуг по Региональному компоненту;

K_v – количество образовательных услуг по Внутривузовскому компоненту;

T_i – экспертные оценки важности образовательной услуги по: Федеральному; Региональному; Вузовскому компонентам с учетом риска неполучения отдачи по П.О.З.;

$V_f; p; v.$ – важность атрибута образовательной услуги по: Федеральному; Региональному; Вузовскому компонентам;

$D_f; p; v.$ – дифференциация атрибута образовательной услуги по: Федеральному; Региональному; Вузовскому компонентам;

$X_f; p; v.$ – характерность атрибута образовательной услуги по: Федеральному; Региональному; Вузовскому компонентам;

$M = \sum X_i \times P_i(X_i)$ – математическое ожидание (среднее ожидаемое значение спроса по: Федеральному; региональному; Вузовскому компонентам на рынках труда);

X_i – результат (применимость профессиональных, мотивационно-стимулирующих компонентов образовательной услуги по Федеральному компоненту);

$P_i(X_i)$ – вероятность получения результата X_i (вероятность трудоустройства и самозанятости) при обращении выпускника вуза и сотрудника прошедшего переподготовку и т.п. на различных сегментах рынка труда [15].

В концепции органического строения капитала как полиформы это может быть представлено как приоритетность, опережающее развитие содержательно наполненной динамики переменного капитала. Приоритетность, опережение – это то, что может описываться в понятиях: потенциал, запас, долгосрочность инвестиций то есть то, что конкретизируется в понятиях: интеллектуализация труда, которая в данном аспекте представляет лишь асимптоту интеллектуализации рабочей силы. Интеллектуальный труд – это разные виды фактической деятельности по содержанию выполняемых работ, видам мотивов, организации стимулирования и фактически реализуемой ответственности. Иначе, это разный уровень и возможная динамика управления «Человеческим фактором» во внутри и внешне организационных структурах.

Присутствующие риски и их возможное определение должны учитываться в перспективной динамике органического строения капитала, представленного в его полиформе, где объективное может опережаться субъективным фактором, получающего возрастающие внутри логистические направления креативной реализации потенциала (табл. 1).

Таблица 1

Риски неполучения эффективной отдачи от человеческого капитала в соответствии с полными общественными затратами

Факторы управления рисками строения капитала как полиформы	Риски от несовпадения человеческого капитала в орган. строении	Риски корпоративного уровня снижения эффективности интеллектуального потенциала при вхождении в фактические структуры производств	Риски не использования опережающего развития вновь входящего человеческого капитала в формы технического строения
1. Формируемые образовательные компетенции (направления, профили, отраслевые особенности)	Риски некомплексности, не системности, оценки разных трендов орг. стр. капитала.	Риски снижения эф-ти корпоративного мониторинга уровня динамики орг. стр. кап. как полиформы.	Риски отсутствия и реализации интел-го потенциала персонала как фактора социально-технологической динамики в реализации действующего капитала.
2. Формируемые мотивационные и стимулирующие профили системами образования и бизнеса.	Риски непрофильных мотиваций и стимулов для управления перспективной динамикой орг. стр. капитала как полиформы.	Риски не реализации внутрикорпоративных структур управления мотивациями.	Риски не реализации интеллектуального потенциала по предпочтительным направлениям реализации человеческого фактора.
3. Факторы организации планирования прямых, обратных связей по реализации государственно-частного партнерства по реализации технических форм орг. стр. капитала.	Риски отсутствия планов, проектов формирования чел-го фактора при интеграции систем образования и бизнеса.		
4. Факторы организации планирования межотраслевых связей реализации перспективных социальных форм орг. стр. капитала.	Риски отсутствия территориальной организации связей реализации социальных форм орг. стр. капитала.		

Но при приоритетности внедрения новых форм и составляющих технического прогресса, в которых от персонала все более востребованным становятся интеллектуальные составляющие трудовой и управленческой деятельности при минимизациях несовпадений корпоративной, отраслевой и т.п. интеллектуализации рабочей силы и интеллектуализации труда.

Это расширительное понимание управления органическим строением капитала, где экономическое дополняется социальным, формирующим не только профессионально-квалификационные профили будущего и переподготавливаемого сотрудника, но и закладываются перспективные социальные, психологические предпочтения и компетенции [11, 16].

Эконометрические показатели органического строения капитала, представленные в модели Романенко И.А., Румянцев

ва А.А. рассматриваемые в структурно-функциональном аспекте, выявляют величины вклада факторов в добавленную стоимость.

При применении воспроизводственного исследования появляется динамика как от финансовых, операционных циклов корпоративного, отраслевого и т.п. уровней органического строения капитала, что не исключает, а предполагает интеграцию динамики органического строения капитала в системы социальных национальных, региональных институтов.

Представленная модель Романенко-Румянцева и собственно формула А.А. Румянцева органического строения капитала позволяет на основе статистической отчетности получать измеряемый уровень и динамику органического строения капитала и выявлять фактические тренды по этому показателю в отраслях.

Карта факторов неопределенности управления органическим строением капитала как полиформой

Уровни становления, развития, «снятия» неопределенности	Циклы внутри и внешне организационной неопределенности менеджмента органического строения капитала как полиформы				
	1	2	3	4	5
А. Уровень формирования различий в становлении орг. стр. капитала.	Уровни неопределенности в орг. стр. капитала от механизированных, автоматизированных производств (от производственных циклов).	Уровни неопределенности в орг. стр. капитала от процессов организации, планирования.	Уровни неопределенности в орг. стр. капитала от структурных пропорций в периодах обращения производственных запасов.	Уровни неопределенности в орг. стр. капитала как технологически перспективной формы от внешне организационной логистики.	
Б. Уровень различий в процессах объективной динамики орг. стр. капитала и рациональном менеджменте.	Уровни неопределенности в саморегулировании динамики орг. стр. капитала и его рациональном менеджменте.	Уровни неопределенности в организации планирования от рынков и от внутри производственных контуров.	Уровни неопределенности в прохождении управленческих решений по организационным структурам.	Уровни неопределенности в формировании технологических перспективных форм от внешне организационной логистики.	
В. Уровень оптимальности регулирования процессов самонастроенности и рационального менеджмента в развитии органического строения капитала.	Уровни и динамика неопределенности в стоимостной и технической формах орг. строения капитала.	Уровни неопределенности в однонаправленности движения стоимостных и технических форм орг. строения капитала.	Уровни неопределенности в динамике стоимостных и технических составляющих в производственных циклах.	Уровни неопределенности в формировании технологических перспективных форм от внешне организационной логистики	

Формула «Органического строения производства (капитала)», предложенная Румянцевым А.А. [7]:

$$O_k = ((F_a + M + N_m) / (S + C_t)) \times 100,$$

где O_k – органическое строение капитала в %;

F_a – стоимость основных средств;

M – стоимость материалов;

N_m – стоимость нематериальных активов (патенты, лицензии);

S – затраты на оплату труда работников;

C_t – затраты на повышение квалификации.

В тоже время, органическое строение капитала как полиформа не исключает собственно процессов становления, развития и т.п. Это же в свою очередь во многом является процессом стохастическим, зависящим как от многих внешне и внутри организационных факторов, так и от организации менеджмента предприятий (табл. 2).

Заключение

Таким образом рассматривая органическое строение капитала как полиформу в концептуальном подходе его возникновения и трансформации воспроизводственных

составляющих накопления капитала можно отметить:

1. Данная категория при ряде периодов ее не востребованности вновь приобретает актуальность.

2. Экономико-метрические показатели уровня и динамики данной категории, нашедшие теоретическую и практико-ориентированную доказательность, предоставили возможность ее дальнейшего изучения.

3. Корпоративный уровень изучения данной категории в современных экономических реалиях потребовал системного внутри и внешне организационного ее исследования.

4. Предложенная конструкция органического строения капитала как полиформы, позволяет пристальнее выявлять как синхронность, так и асинхронность воспроизводства вещественного и личностного факторов капитала, трансформируемых в условиях цифровизации экономики.

5. Полиформа в оценке динамики органического строения капитала позволяет учитывать многофакторность, системность и комплексность экономических и социальных процессов, реализуемых в системах, со-

бираемых в модули межотраслевых структур, реализуемых в горизонтальных и вертикальных технологиях менеджмента ГЧП.

6. Оценивая органическое строение капитала как процесс и проект технологического

управленческих решений, позволяет систематизировать риски и неопределенности, цифровизация которых способна полнее реализовать самоупраиваемость и рациональность менеджмента этого процесса.

Библиографический список

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. М., 1967. 626 с.
2. Лунин И.А. Изменения в органическом строении производственного капитала в условиях неиндустриального развития российской экономики // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2020. № 1-2. С. 60-64.
3. Голованов А.А. Органическое строение капитала: теория, анализ, практика // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 9-2. С. 132-141.
4. Бабенко А.В., Абрамовских Л.Н. Социально-экономические проблемы России и обеспечение экономического роста на основе инновационного развития // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2019. №1 (11). С. 69-78.
5. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. М.: 1967. 626 с.
6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. М.: 1967. 626 с.
7. Румянцев А.А. Органическое строение капитала: влияние технологического развития // Журнал экономической теории. 2020. Т.17. №1. С.91-110.
8. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. М.: 1967. 626 с.
9. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. М.: 1967. 626 с.
10. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала. М.: 1967. 626 с.
11. Максимов А.Н., Максимова С.И., Юрьева Е.А. Конкурентоспособность образовательных услуг как многофункционального блага в воспроизводственном аспекте // Научное обозрение. Фундаментальные и прикладные исследования. 2018. № 1. URL: <https://scientificreview.ru/ru/article/view?id=14> (дата обращения: 06.06.2023).
12. Дудкина Г.Ф., Мелина Н.В. Информационно-коммуникативный аспект развития профессиональной компетенции современных менеджеров в условиях вуза // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8(4). С. 743-747.
13. Филимоненко И.В., Разнова Н.В., Яричина Г.Ф. Методология точек риска на рынке труда региона на основе компетентностного подхода // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. 2015. № 3. С. 143-147.
14. Адольф В.А., Янова М.Г., Кондратюк Т.А., Строгова Н.Е., Зайцева М.С. Оценка конкурентоспособности выпускника педагогического университета с позиции работодателя // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. 2017. № 2(40). С. 32-38.
15. Максимов А.Н., Максимова С.И. Методика оценки конкурентоспособности образовательных услуг современного этапа развития рынка образования РФ // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1(1). URL: <http://www.science-education.ru/121-17490> (дата обращения: 06.06.2023).
16. Максимов А.Н., Максимова С.И. Формирование человеческого капитала при использовании компетентностного подхода и показателей динамики органического строения производства // Вестник Алтайской академии экономики и права 2020. № 2. С. 54-60. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=999> (дата обращения: 24.05.2023).

УДК 338.462

Н. И. Маркова

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, e-mail: markova_n_i@mail.ru

А. М. Узегова

ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения», Екатеринбург, e-mail: annasochi61@mail.ru

Аббас Мукдад Ахмед Аббас

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, e-mail: mohammerjassim1996@gmail.com

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОТЕРЬ НА РЫНКЕ B2B

Ключевые слова: бережливое производство, виды потерь, обслуживание потребителей, оптимизация процесса обслуживания потребителей, оптимизация процессов.

Статья посвящена внедрению инструментов бережливого производства в деятельность компаний, работающих на рынке B2B. Применение инструментов бережливого производства предполагает определенный способ мышления и позволяет рассматривать любую деятельность с точки зрения ценности для потребителя и сокращения всех видов потерь. Если не анализировать потери, возникающие в процессе деятельности компании, то это может привести к сильному росту издержек и, в возможно к нестабильности в работе компании. Авторы анализируют и предлагают адаптируемый перечень видов потерь для деятельности, связанной с обслуживанием потребителей на B2B-рынке, а также оценивают влияние этих потерь на изменение издержек. Выявлены этапы, не представляющие ценности для потребителя и не являющиеся необходимыми. Ключевые итоги: произведено исследование процесса обслуживания потребителей на B2B-рынке и показаны пути оптимизации, дающие возможность оптимизации коммуникации с потребителями.

N. I. Markova

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, e-mail: markova_n_i@mail.ru

A. M. Uzhegova

Ural State University of Railway Transport, Yekaterinburg, e-mail: annasochi61@mail.ru

Abbas Muqdad Ahmed Abbas

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Republic of Iraq, e-mail: mohammerjassim1996@gmail.com

CLASSIFICATION OF LOSSES IN THE B2B MARKET

Keywords: lean production, types of losses, customer service, customer service process optimization, process optimization.

The article is devoted to the introduction of lean production tools into the activities of companies operating in the B2B market. The use of lean manufacturing tools involves a certain way of thinking and allows you to consider any activity in terms of value for the consumer and the reduction of all types of waste. If you do not analyze the losses that occur in the course of the company's activities, this can lead to a strong increase in costs and, possibly, to instability in the company's work. The authors analyze and offer an adaptable list of types of losses for activities related to customer service in the B2B market, and also evaluate the impact of these losses on changes in costs. The stages that are not of value to the consumer and are not necessary are identified. Key results: a study was made of the process of servicing consumers in the B2B market and ways of optimization were shown that make it possible to optimize communication with consumers.

Введение

Умение не просто видеть потери любого рода, но и постоянное вовлечение персонала в устранение этих потерь, сохранение

и высвобождение ресурсов позволяют добиваться улучшения во многих сферах жизнедеятельности предприятия. Применение бережливого производства предполагает

определенный способ мышления и позволяет рассматривать любую деятельность с точки зрения ценности для потребителя и сокращения всех видов потерь. Согласно главному правилу Тайити Оно, «максимальный эффект достигается только при непрерывном совершенствовании» [1].

В условиях ожесточающейся конкурентной борьбы фактически на всех целевых рынках, которая еще и усложняется по формам, способам и методам и сопровождается повышением и изменением требований со стороны потребителей, компании вынуждены не только повышать качественные характеристики своей продукции, оптимизировать затраты, но и постоянно «увеличивать» собственную клиентоориентированность.

Цель исследования – выявить этапы процесса обслуживания потребителей на B2B-рынке не представляющие ценности для потребителя и предложить пути оптимизации с точки зрения ценности для потребителя и сокращения всех видов потерь.

Материал и методы исследования

Бережливое производство – это не просто устранение потерь, это также ориентир на создание дополнительной значимости клиентов, сотрудников или самой компании. В России внедрение бережливого производства поддерживается на государственном уровне. Национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости» утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам протоколом от 24 сентября 2018 г. [2].

Главной его целью является распространение знаний и разработка эффективных мер повышения производительности труда на крупных и средних предприятиях благодаря внедрению методик бережливого производства или Lean Production.

Любая организация, работающая на рынке, вне зависимости от характера своей деятельности, уже по факту своей работы вынуждена организовывать свою текущую деятельность путем выстраивания бизнес-процессов, без которых невозможно ее стабильное функционирование. Одной из основных характеристик любого процесса является неизбежное наличие в нем различных потерь.

«Процессы компании состоят из ценности (Гемба) – пользы продукта для потребителя – и потерь (Муда) – любого процесса, который расходует ресурсы и не создает ценности» [3]. В Toyota научились устранять потери, а оставшиеся ресурсы направлять на создание ценностей. Например, они не делали больших запасов, чтобы не платить за аренду и обслуживание складов.

Тайити Оно, основоположник концепции бережливого производства, выделил семь видов потерь [1]:

1) Перепроизводство – производство объема благ больше необходимого с целью повышения загрузки оборудования или персонала.

2) Ожидание – интервал времени между отдельными этапами процесса, в ходе которого не происходит повышения ценности продукта.

3) Ненужная транспортировка – перемещение материала или промежуточное складирование, осуществляемые не в рамках создания добавочной ценности.

4) Излишняя обработка – лишние этапы обработки или излишние действия сотрудников.

5) Запасы – любые имеющиеся запасы, кроме минимально необходимых для обеспечения непрерывности процесса создания ценности.

6) Излишние перемещения – потери, которые возникают в процессе из-за неэффективной организации рабочего места, ненужные перемещения персонала в рамках создания продукта.

7) Дефекты – производство некачественной продукции.

Позже американский исследователь производственной деятельности Toyota Джеффри Лайкер выделил еще один вид потерь: потери, возникающие из-за нереализованного потенциала сотрудников, когда человеку не дают использовать личные качества в своей работе для повышения ее эффективности и дают на корню любую инициативу [3].

Целью концепции бережливого производства является устранение данных потерь при помощи соответствующих инструментов.

Для применения инструментов бережливого производства при оптимизации процесса обслуживания потребителей на B2B-рынке перечень потерь необходимо скоррек-

тировать, в первую очередь выделив универсальные потери из классического перечня, которые не подлежат изменению и могут быть обнаружены в абсолютно любых процессах. Потери, которые не возникают при обслуживании потребителей совсем, не будут удалены из перечня для дальнейшей работы. Потери, которые не возникают в процессе обслуживания в классическом виде, но чьи признаки присутствуют, – данные виды потерь необходимо скорректировать для их соответствия характеру процесса, подлежащего оптимизации.

К универсальным потерям можно отнести нереализованный человеческий потенциал, ожидание, дефекты и запасы. Причиной универсальности потерь, связанных с дефектами и ожиданием, по нашему предположению, является то, что они являются следствием человеческой природы – работник, вне зависимости от характера осуществляемой деятельности, может выполнять работу некорректно, что приводит к дефектам; ожидание связано с тем, что человек не может все рабочее время посвящать осуществлению полезной деятельности, ему свойственно отвлекаться на посторонние стимулы. Что касается человеческого потенциала, то он не ограничен ничем, кроме пределов, обусловленных человеческой биологией, поэтому данный вид потерь не только является универсальным, но в большей или меньшей степени будет присутствовать в любом процессе в зависимости от уровня его организации. Потери в виде запасов в различных формах (незавершенного производства, неликвидного товара, незадействованного оборудования и т. д.) также являются универсальными при любом процессе [4].

Адаптируя перечень видов потерь для деятельности, связанной с обслуживанием потребителей на B2B-рынке, можно заметить, что следующие потери: перепроизводство, ненужная транспортировка и излишняя обработка, не присутствуют в ней в полном объеме, но присутствуют частично, а именно:

- от перепроизводства – загрузка персонала ненужными для процесса этапами (зачастую с целью оправдать наличие в штате той или иной штатной единицы);
- от излишней обработки – действия сотрудников в рамках процесса, не являющиеся необходимыми для его продолжения или завершения;

– излишняя транспортировка – процессы, связанные с излишним перемещением продукта / услуги в рамках процесса.

Объединив эти понятия, можно вывести потери, возникающие в ходе обслуживания потребителей и содержащие в себе части всех вышеперечисленных потерь. Данные потери можно обозначить как излишнее усложнение процесса, что подразумевает наличие в нем этапов, не добавляющих потребительской ценности и устранение которых не повлияет на его ход.

Наконец, единственным видом потерь, которые необходимо скорректировать для использования инструментов бережливого производства для оптимизации процесса обслуживания на B2B-рынке, являются излишние перемещения. Причина этого заключается в том, что они привязаны к рабочему месту производственного рабочего. Обслуживание потребителя может осуществляться без привязки к рабочему месту сотрудника, но, несмотря на это, могут возникать потери, связанные с отсутствием у него «под рукой» необходимого в данный момент оборудования или материалов, поэтому данный вид потерь мы обозначим как «некорректная организация труда».

Результаты исследования и их обсуждение

На основе анализа процессов обслуживания потребителей на предприятиях B2B-рынка составлен перечень потерь, возникающих в ходе обслуживания потребителей (табл. 1).

Для оптимизации процесса обслуживания потребителей применили инструмент картирования потока создания ценности – подробное описание процесса с указанием всех этапов, необходимого времени на их осуществление и ценность для потребителя. Процесс обслуживания потребителей представлен в табл. 2.

Общая продолжительность процесса, полученная в результате анализа процесса: 242 рабочих дня или 339 календарных дней.

В ходе описания этапов процесса и их характеристики с точки зрения ценности для потребителя были выявлены этапы, не представляющие ценности для потребителя и не являющиеся необходимыми. Данные этапы являются потерями.

Таблица 1

Перечень потерь, возникающих в ходе обслуживания потребителей на B2B-рынке

Вид потери	Описание
Излишнее усложнение процесса	Наличие в процессе этапов, не добавляющих потребительской ценности и устранение которых не повлияет на его ход
Ожидание	Интервал времени между отдельными этапами процесса, в ходе которого не происходит повышения ценности продукта.
Запасы	Любые имеющиеся запасы, кроме минимально необходимых для обеспечения непрерывности процесса создания ценности.
Дефекты	Производство некачественной продукции.
Неиспользованный потенциал сотрудников	Ограничение инициативы сотрудников в стремление к совершенствованию своей деятельности.
Некорректная организация труда	Излишние действия, которые необходимо осуществлять сотруднику вследствие некорректной организации его труда.

Таблица 2

Описание этапов процесса до оптимизации

№	Процесс	Время процесса	Ценность для потребителя
1	Поиск потенциального потребителя	½ дня	Не имеет ценности, но необходимо
2	Получение контактных данных потенциального потребителя	1 день	Не имеет ценности, но необходимо
3	Заведение информации о потенциальном клиенте в систему CRM	½ дня	Не имеет ценности, но необходимо
4	Подготовка и отправка потенциальному потребителю информационного письма	1 день	Не имеет ценности
5	Ожидание ознакомления потребителя с информационным письмом	3 дня	Не имеет ценности
6	Осуществление «холодного» звонка потенциальному потребителю	1 день	Имеет ценность
7	Поиск и подготовка маркетинговых материалов	1 день	Не имеет ценности
8	Отправка маркетинговых материалов потенциальному потребителю	½ дня	Не имеет ценности
9	Организация презентации продукта потенциальному потребителю	7 дней	Не имеет ценности, но необходимо
10	Проведение презентации потенциальному потребителю	½ дня	Имеет ценность
11	Отправка потенциальному потребителю опросного листа. Ожидание заполнения потенциальным потребителем опросного листа	7 дней	Не имеет ценности
12	Ожидание подготовки коммерческого предложения специалистом соответствующего продуктового направления	3 дня	Не имеет ценности, но необходимо
13	Отправка коммерческого предложения потенциальному потребителю, получение обратной связи по коммерческому предложению, получение принципиального согласия на приобретение	7 дней	Имеет ценность
14	Подтверждение потребителем бюджета на осуществление закупки	90 дней	Не имеет ценности, но необходимо
15	Подготовка проекта договора, ожидание согласования проекта договора ответственными специалистами во внутренней системе.	7 дней	Не имеет ценности, но необходимо
16	Согласование проекта договора потребителем	7 дней	Имеет ценность
17	Согласование замечаний потребителя по договору во внутренней системе	7 дней	Не имеет ценности, но необходимо
18	Исполнение заказа	60 дней	Имеет ценность
19	Получение оплаты товар / услугу	10 дней	Не имеет ценности, но необходимо
20	Обмен оригиналами бухгалтерских документов	14 дней	Не имеет ценности, но необходимо
21	Получение обратной связи по проекту	7 дней	Имеет ценность
22	Получение референтного письма от потребителя	7 дней	Не имеет ценности, но необходимо

Потери, возникающие в ходе процесса:

а) ожидание:

- ожидание ознакомления потребителя с информационным письмом – 3 дня;
- отправка потенциальному потребителю опросного листа. Ожидание заполнения потенциальным потребителем опросного листа (для подбора оборудования, выставления коммерческого предложения) – 7 дней;

б) излишнее усложнение процесса:

- подготовка и отправка потенциальному потребителю информационного письма – 1 день;
- поиск и подготовка маркетинговых материалов – 1 день;
- отправка маркетинговых материалов потенциальному потребителю – 0,5 дня.

В результате рассмотрения всех этапов процесса с точки зрения ценности для потребителя и картирования процесса были выявлены этапы, являющиеся потерями (4, 5, 7, 8, 11). Путем их удаления мы можем

представить желаемый вид потока создания ценности.

В результате оптимизации общая продолжительность процесса – 242 дня снизилась до 229,5 дня (на 5,2%), продолжительность «активной фазы» процесса, которая завершается получением принципиального согласия потребителя на приобретение, снизилась на 37,9%.

Выводы

Полученная схема оптимизированного процесса обслуживания потребителей на рынке B2B может служить стандартом для часто повторяющихся процессов в любой компании, так называемой дорожной картой процесса. Польза применения картирования процессов в бережливом производстве огромна и окупается многократной прибылью. Однако нужно понимать, что мероприятия по оптимизации процессов не ограничиваются одним картированием.

Библиографический список

1. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / пер. с англ. М.: Ин-т комплексных стратег. исслед. 2006. 195с.
2. Национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости» // Официальный сайт Национальные проекты России. [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80aараремсчfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/proizvoditelnost-truda> (дата обращения: 10.01.2023).
3. Lean production или концепция бережливого производства [Электронный ресурс]. URL: <https://businessarchitecture.ru/lean> (дата обращения: 10.01.2023).
4. Бережливое производство в жизни: как перестать терять время и ресурсы. Официальный сайт РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5ea9ae9b9a79475f3a65908c> (дата обращения: 06.02.2023).

УДК 338.12

Е. В. Марковина

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный аграрный университет», Ижевск,
e-mail: ekdekanat@mail.ru

И. А. Мухина

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный аграрный университет», Ижевск,
e-mail: innasunna@mail.ru

Н. А. Локтионов

АНО ВО «Российский новый университет», Москва,
e-mail: loktionov-nikolaj@yandex.ru

Н. Б. Пименова

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный аграрный университет», Ижевск,
e-mail: n9043110077@yandex.ru

С. А. Доронина

ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный аграрный университет», Ижевск,
e-mail: dorx@yandex.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КВАЛИМЕТРИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ СТАБИЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-СУБЪЕКТОВ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Ключевые слова: экономическая эффективность, экономическое развитие, риск, квалиметрическая оценка, чистая продукция.

В статье рассматривается методика расчета интегрального уровня стабильности деятельности бизнес-субъектов. В основу положены принципы квалиметрии по применению количественного измерения качества. На примере организаций муниципальных образований Удмуртской Республики проведены расчеты по направлениям оценки результативности (уровней качества) с позиций элементов ресурсной базы. Особое внимание уделено чистой продукции, как основной характеристике результативности предпринимательства. С помощью полученных результатов произведена корректировка размера чистой продукции по экономике региона. Дополнительно произведен расчет прогнозных значений чистой продукции и рентабельности с учетом среднего значения коэффициента P_s с соблюдением условий отсутствия различных рисков форс-мажорных обстоятельств. Субъекты предпринимательства смогут выявлять основные проблемные зоны бизнеса согласно выявленным результатам оценок второго уровня (при расчете групповых коэффициентов) и выделять роль конкретных видов ресурсов в формировании конечного результата. Органы регионального управления смогут ранжировать муниципальные районы по реальным результатам экономического развития, формировать государственную поддержку по целевым направлениям. Расчет чистой продукции экономики на основе квалиметрической оценки стабильности деятельности бизнес-субъектов нам пригодится для определения реальной эффективности экономики региона.

E. V. Markovina

Udmurt State Agrarian University, Izhevsk, e-mail: ekdekanat@mail.ru

I. A. Mukhina

Udmurt State Agrarian University, Izhevsk, e-mail: innasunna@mail.ru

N. A. Loktionov

Russian New University, Moscow, e-mail: loktionov-nikolaj@yandex.ru

N. B. Pimenova

Udmurt State Agrarian University, Izhevsk, e-mail: 9043110077@yandex.ru

S. A. Doronina

Udmurt State Agrarian University, Izhevsk, e-mail: dorx@yandex.ru

USING A QUALIMETRIC ASSESSMENT OF THE STABILITY OF BUSINESS ENTITIES TO DETERMINE THE EFFECTIVENESS OF THE REGION'S ECONOMY

Keywords: economic efficiency, economic development, risk, qualimetric assessment, net production.

The article discusses the method of calculating the integral level of stability of business entities. It is based on the principles of qualimetry for the application of quantitative quality measurement. Using the example of organizations of municipalities of the Udmurt Republic, calculations were carried out in the areas of performance assessment (quality levels) from the standpoint of elements of the resource base. Special attention is paid to clean products as the main characteristic of the effectiveness of entrepreneurship. With the help of the results obtained, an adjustment was made to the size of net output for the economy of the region. Additionally, the forecast values of net production and profitability were calculated taking into account the average value of the coefficient of Rs in compliance with the conditions of the absence of various risks of force majeure. Business entities will be able to identify the main problem areas of business according to the identified results of second-level assessments (when calculating group coefficients) and highlight the role of specific. The calculation of the net output of the economy based on a qualimetric assessment of the stability of the activities of business entities will be useful to us to determine the real efficiency of the economy of the region.

Введение

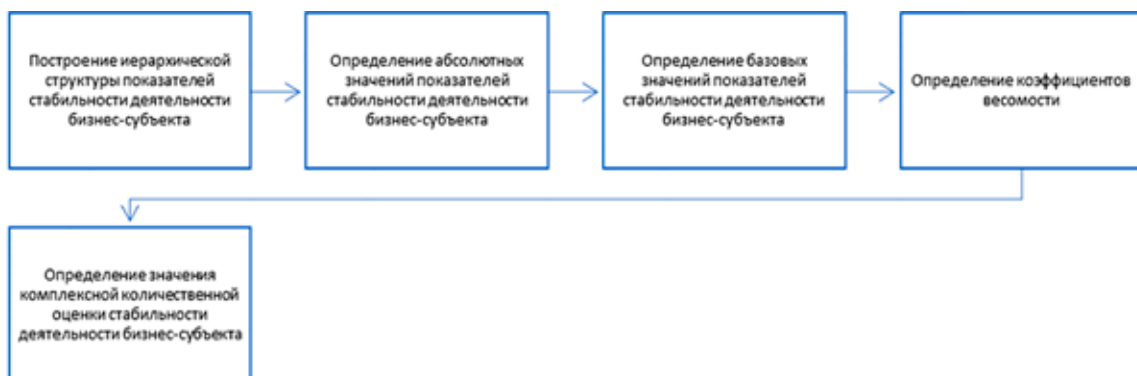
Столкнувшись с растущей ролью наращивания производственного потенциала бизнес-субъектов возрастает важность комплексного анализа стабильности их развития. Разработка системы взаимосвязанных показателей и методов комплексной оценки деятельности хозяйствующего субъекта, позволит определить его уровень деятельности и дальнейшее развитие в целом [1].

Разнообразие исследований в этом направлении показывает, что поиск наиболее точных критериев оценки стабильности развития организаций продолжается [2,3].

Первой особенностью исследования является использование принципов квалиметрии, позволяющих представить количественное выражение качества деятельности организации измерять качество любого объекта с помощью количественных показателей. На нижнем уровне находятся простые свойства (качественные характеристики) изучаемого объекта, на верхнем уровне определяется интегральное качество – стабильность эффективности деятельности. Основой положений квалиметрии считается уста-

новление абсолютных значений показателей качества (нижнего уровня) с помощью методов определения эффективности, разработанных в экономических науках [4,5]. На основе анализа различных подходов к оценке экономической стабильности деятельности организаций необходимо определить основные моменты построения соответствующей аксиомы, для этого необходимо определить иерархическую структуру показателей стабильности развития бизнес-субъекта, последовательность расчета данных уровней, периодичность оценки (рисунок).

Представим опции, входящие в оценку стабильности деятельности бизнес-субъекта. Предлагается квалиметрическую оценку стабильности бизнес-субъекта не усложнять количеством различных коэффициентов, а главными выбрать показатели ресурсного потенциала, величину чистой продукции, а также расчет производительности труда по чистой продукции. Это позволит не утяжелять общий коэффициент стабильности организации финансовыми показателями, которые зачастую зависимы факторов внешнего окружения.



Квалиметрическая оценка стабильности деятельности развития бизнес-субъекта

Второй особенностью исследования является применение показателя чистой продукции для оценки эффективности бизнеса. «Чистые» отрасли согласно ОКВЭД2 позволяют оценить финансовую обеспеченность производителей и воспроизводства ресурса определенного вида, а для бюджета и населения – оценить доход от производства ресурса определенного вида. Именно здесь создается продукция реального сектора, включающая предприятия и организации сектора нефинансовых корпораций, где воспроизводятся все товары и услуги (кроме услуг финансового посредничества), реализуемые на свободном рынке. Основу реального сектора экономики составляет производство промышленной и сельскохозяйственной продукции, а торговая деятельность является его неотъемлемой частью. Создаваемые материальные блага служат основой дальнейшего воспроизводственного процесса и удовлетворения потребностей всех агентов рынка [6,7]. «Чистая продукция, в отличие от валовой продукции, лучше отражает объем производства отрасли за счет того, что в нем не учитывается двойной расход сырья, материалов, топлива, энергии, потребляемой в процессе производства, износа основных средств и прочих материальных затрат» [8]. Традиционно термин «чистая продукция» используется для определения результативности материального производства. Нами предлагается применять данный показатель как результативность экономики в целом, так как включает отражение трудового вклада работников по созданию стоимости (через сумму заработной платы работников) и отражение эффективности управления (через сумму прибыли). От показателя чистой продукции зависит объем налогов, уплачиваемых организациями, что отражается на доходах бюджетов различных уровней [9,10].

Цель исследования – проведение качественной оценки стабильности деятельности бизнес-субъекта для оценки эффективности экономики региона согласно скорректированной величины чистой продукции.

Материалы и методы исследования

Основными характеристиками стабильности хозяйствующего субъекта, нами понимаются элементы ресурсного потенциала и устойчивости эффективности его использования: состояние основных средств, обо-

рачиваемость оборотного капитала, трудовой вклад, инвестиции в производство, чистая прибыль.

Первый этап. Определение абсолютных показателей для расчета коэффициента стабильности. В результате этого измерения определяются абсолютные значения показателей стабильности деятельности бизнес-субъекта, в которую входят:

Первая группа показателей – результативность использования чистой продукции.

Вторая группа показателей включает результативность использования основных средств (ОС).

Третья группа показателей включает результативность использования оборотных средств (ОбС).

Четвертая группа показателей включает результативность использования трудовых ресурсов (РС).

Пятая группа показателей – результативность использования вложенных средств (И).

В расчет стабильности в переменные ОС; ОбС; И; РС включены по три показателя характеризующих эффективность их использования. В качестве объекта исследования выбраны организации муниципальных образований Удмуртской Республики (кроме малого предпринимательства) [11]. Информация приводится по результатам более 32 тыс. организаций.

Третий этап. Определение показателей результативности использования ресурсов как частных относительных показателей стабильности – первого (нижнего) уровня качества (табл. 1).

Оплата труда увеличилась за последние пять лет по Удмуртской республике на 46%, ежегодные темпы прироста оплаты труда составили 8%. Размер чистой продукция за последние 5 лет увеличилась на 1,4%. При одновременном снижении численности занятых на 10%, производительность труда по расчету чистой продукции увеличилась на 12,4%.

Фондоотдача снижается за счет отрицательного изменения структуры основных средств. Использование основных средств зависит от обеспеченности предметами труда. Размер оборотных средств увеличилась на 33%, а основные средства на 58%. Такое соотношение в темпах роста основных и оборотных средств усилило диспропорцию между ними, оказало отрицательное влияние на фондоотдачу [12,13].

Таблица 1

Показатели результативности деятельности организаций Удмуртской Республики

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1 группа – результативность использования чистой продукции					
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) деятельности организаций, млрдруб.	103,05	90,002	85,159	52,322	90,010
Оплата труда, млрдруб.	142,23	156,734	162,96	170,01	181,06
Рентабельность по чистой продукции, %	41,98	36,48	34,32	23,53	33,20
2 группа – результативность использования основных средств					
Рентабельность основных средств, %	0,109	0,09	0,086	0,048	0,07
Фондоотдача	0,704	0,806	0,835	0,613	0,71
Фондовооруженность 1 работника, млн руб.	2,514	2,655	2,682	2,996	3,588
3 группа – результативность использования оборотных средств					
Рентабельность оборотных средств, %	0,239	0,2	0,181	0,116	0,168
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств организаций	1,543	1,796	1,756	1,485	1,699
Период оборота, дн.	233	200	205	242	212
4 группа – результативность использования рабочей силы					
Производительность труда 1 работника (по чистой продукции), млн руб.	1,77	2,14	2,24	1,84	2,55
Выручка на 1 руб. оплаты труда работников, руб.	1,76	1,95	1,87	1,43	1,79
Темп прироста производительности труда по отношению к темпам прироста оплаты труда, УР	1,15	1,09	1,09	1,07	1,11
5 группа – результативность использования инвестиций					
Рентабельность инвестиций, %	184,188	175,838	144,817	83,178	135,501
Объем инвестиций на 1 работника, млн руб.	0,136	0,156	0,171	0,183	0,197
Рентабельность перманентного капитала, %	16,466	13,125	12,724	6,524	10,161

Примечание: составлено авторами на основе данных [11].

Динамика эффективности ресурсов характеризуется тем, что за счет слабой обеспеченности предметами труда, а не средствами производства происходит снижение чистой продукции, что повлияло на снижение рентабельности основных средств, оборотных средств и инвестиций.

Четвертый этап – определение показателей стабильности на уровне групп (второй уровень качества). Для определения частного индекса стабильности деятельности (S_n) по i -му аргументу используем формулу средней геометрической простой:

$$S_j = \sqrt[n]{k_1 \times k_2 \times k_3 \times \dots \times k_n}, \quad (1)$$

где k_1, k_2, k_3, k_n – уровни оценок результативности использования выбранных параметров, определяемые как отношение значений отчетного периода с уровнем предыдущего периода.

S_j – частная кодификация аргумента стабильности деятельности по j -му направлению (по каждой из пяти групп);

n – количество переменных.

Пятый этап – определение комплексной оценки стабильности деятельности в каждом году P_s .

Стабильности бизнес-субъекта как функциональная зависимость может быть представлена в виде выражения:

$$\text{Стабильность бизнес-субъекта} = f(\text{ЧП; ОС; ОбС; И; РС}),$$

где ЧП; ОС; ОбС; И; РС – это переменные в математической функции стабильности хозяйствующего субъекта.

Рассмотрев по отдельности все факторы, определяющие уровень стабильности производства, математическую зависимость можно выразить в виде обобщенной квалитметрической формулы, где условным показателем является интегральный показатель стабильности деятельности:

$$P_s = S_1 \cdot S_2 \cdot S_3 \cdot S_4 \cdot S_5, \quad (2)$$

где P_s – уровень стабильности деятельности бизнес-субъектов;

S1 – 1 группа – результативность чистая продукция;

S2 – 2 группа – результативность использования основных средств;

S3 – 3 группа – результативность использования оборотных средств;

S4 – 4 группа – результативность использования рабочей силы;

S5 – 5 группа – результативность использования инвестиций.

Результаты расчетов представлены в таблице 2.

Интегральный результат – уровень стабильности деятельности бизнес-субъектов показывает совокупную отдачу ресурсного потенциала предприятий муниципальных образований, и отражает эффективность деятельности менеджеров по организации бизнес-процессов внутри организаций.

В период 2017 – 2020 гг. стабильность снижалась. Наихудшая ситуация прослеживается в 2020 году, когда в Удмуртии проявились последствия эпидемии коронавируса, и снижения экономической активности бизнеса в целом.

Наиболее проблемным является низкий уровень по группе №2 – результативность оборотных средств, и группе №5 – результативность инвестиций.

Считаем возможным использование Ps для отражения реального скорректирован-

ного размера чистой продукции, полученной в экономике региона.

Скорректированная величина чистой продукции есть произведение чистой продукции фактической и уровня стабильности деятельности бизнес-субъекта Ps.

Из математической зависимости следует, что объем чистой продукции является функцией величины производительных сил, степени управляющих воздействий и зависит от вмешательства в производственную систему, которое не подчиняется системе управления данным производством.

Проведем корректировку и отразим в таблице 3.

Дополнительно произведен расчет прогнозных значений чистой продукции и рентабельности с учетом среднего значения коэффициента Ps с соблюдением условий отсутствия различных рисков форс-мажорных обстоятельств.

Можно наблюдать, что реальная результативность экономики значительно ниже уровня фактической (таблица 1), что отражает более достоверное состояние экономики муниципальных образований, что может занимать одно из центральных мест в системе управления хозяйствующим субъектом, экономикой муниципального образования и регионом в целом.

Таблица 2

Расчет интегрального уровня стабильности деятельности бизнес-субъектов Удмуртской Республики (Ps)

Факторы	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1 группа – чистая продукция (S ₁)	0,94	0,97	0,76	1,37
2 группа – результативность использования основных средств (S ₂)	1,00	1,00	0,77	0,98
3 группа – результативность использования оборотных средств (S ₃)	0,94	0,97	0,86	0,87
4 группа – результативность использования рабочей силы (S ₄)	1,02	0,97	0,95	1,17
5 группа – результативность использования инвестиций (S ₅)	0,97	0,92	0,73	0,81
Уровень стабильности деятельности бизнес-субъектов УР (Ps)	0,97	0,96	0,77	1,03

Таблица 3

Показатели эффективности чистой продукции с учетом уровень стабильности деятельности бизнес-субъектов Удмуртии

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Расчетная (скорректированная) чистая продукция, млрд руб.	242,86	240,14	240,02	181,23	282,42*	294,23*
Рентабельность чистой продукции с учетом уровня стабильности деятельности, %	37,06	35,46	21,80	49,67	26,66*	30,0*

*Прогноз.

Заключение

Использование методики квалиметрической оценки стабильности деятельности бизнес-субъектов имеет значимость для следующих пользователей:

- субъекты предпринимательства смогут выявлять основные проблемные зоны бизнеса согласно выявленным результатам оценок второго уровня (при расчете групповых коэффициентов) и выделять роль конкретных видов ресурсов в формировании конечного результата;

- оценку можно проводить в рамках муниципальных образований для выявления направлений принятия управленческих решений;

- органы регионального управления смогут ранжировать муниципальные районы по реальным результатам экономического развития, формировать государственную поддержку по целевым направлениям;

- планирование выхода чистой продукции характеризует уровень развития бизнес-субъекта и экономическую эффективность использования как частного капитала, так и трудовых ресурсов как для экономики региона в целом, так и частно для управления хозяйствующим субъектом.

Расчет чистой продукции экономики на основе квалиметрической оценки стабильности деятельности бизнес-субъектов нам пригодится для определения реальной эффективности экономики региона.

Библиографический список

1. Погодаева В.С. Основы методики комплексной оценки эффективности хозяйственной деятельности организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 10-2. С. 99-101.
2. Klyuchova G., Zakirova A., Khusainova A., Markovina E., Zaharova E. Methodological basis of internal control in the costs management system of enterprises // E3s Web Of Conferences. 14th international scientific and practical conference on state and prospects for the development of agribusiness, Interagromash 2021. Rostov-on-Don, 2021. С. 10040.
3. Мухина И.А., Хосиев Б.Н., Остаев Г.Я., Эриашвили Н.Д. Экономика и информационное обеспечение бизнеса хозяйствующего субъекта. Тбилиси, 2022.
4. Перовищиков Ю.С. Экономическая метрология. Квалиметрия труда. М.: Всероссийский центр уровня жизни, 2015. 504 с.
5. Гоголев И.М., Мухина И.А., Марковина Е.В. Квалиметрическая оценка определения производственной безопасности муниципальных образований // Russian Journal of Management. 2022. Т. 10, № 4. С. 112-130.
6. Балаганский С.П. Реальный сектор экономики как объект экономического анализа // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2012.
7. Абашева О.Ю. и др. Оценка экономической эффективности производственных инноваций // Тенденции экономического развития в XXI веке: материалы IV Международной научно-практической конференции / Ред. А.А. Королёва (гл. ред.) и др. Минск, 2022. С. 12-16.
8. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. 3-е изд. стереотип. М.: Институт новой экономики, 1998. 864 с.
9. Мухина И.А., Клековкина О.О., Мухин А.А. Методика определения экономической безопасности субъекта производственного бизнеса на основе открытых данных // Экономика и предпринимательство. 2022. № 6 (143). С. 1434-1438.
10. Бессогонова Н.В., Александров Д.В., Решетова А.А. Организация управления инвестиционным потенциалом сельских территорий // Наука Удмуртии. 2022. № 2 (97). С. 63-70.
11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistic> (дата обращения: 29.03.2023).
12. Арзуманян М.С., Басалаев Ю.М., Басалаева О.Г. и др. Генезис новой парадигмы социально-экономического развития России: экономические, социальные, тенденции и закономерности / Под ред. Круглова В.Н., Подкопаева О.А. Самара: ООО НИЦ «ПНК», 2022. 232 с.
13. Арошидзе А.А., Бобошко Д.Ю., Бондаренко В.С. и др. Императивы и детерминанты социально-экономического развития России в условиях новой реальности / Под ред. Арошидзе А.А., Подкопаева О.А. Самара: ООО НИЦ «ПНК», 2022. 238 с.

14. Приказ Минфина России от 03.12.2010 N 552 (ред. от 18.07.2013) «О Порядке осуществления мониторинга и оценки качества управления региональными финансами» // Справочно-правовая система «Консультант+».

15. Постановление правительства Удмуртской Республики от 17 июня 2013 года N 252 «Об утверждении государственной программы Удмуртской Республики «Управление государственными финансами» (с изменениями на 31 марта 2022 года).

16. Рейтинг качества жизни регионов России / Гуманитарный портал: Исследования // Центр гуманитарных технологий, 2006–2022 (последняя редакция: 18.11.2022). URL: <https://gtmarket.ru/ratings/quality-of-life-russian-regions-ranking> (дата обращения: 29.03.2023).

17. Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р. О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий («дорожной карте») по ее реализации. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71318202/> (дата обращения: 29.03.2023).

УДК 004.04:658.8

Т. Г. Марцева

Новороссийский филиал Финансового университета при Правительстве РФ,
Новороссийск, e-mail: kalipso-dream@mail.ru

И. Н. Вобляя

Новороссийский филиал Финансового университета при Правительстве РФ,
Новороссийск, e-mail: savinvaav@mail.ru

Н. А. Надежкин

Новороссийский филиал Финансового университета при Правительстве РФ,
Новороссийск, e-mail: nikitnadezhkin8@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНАЛА В CRM-СИСТЕМАХ – ПРОБЛЕМА ВЫБОРА В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Ключевые слова: CRM-система, CRM, языки программирования, Битрикс.

CRM-система – это система, которая позволяет управлять бизнесом, а также автоматизировать различные бизнес-процессы. С её помощью можно выполнять множество различных функций, таких как, например, контролировать задачи работников, распределять обязанности, контролировать доходы и т.д. В статье отмечено, что на российском рынке сейчас существует огромное количество различных CRM-систем. Авторами отмечено, что у потребителей возникает проблема с выбором подходящего продукта, исходя из вида бизнеса. В данной статье раскрыты вопросы значимости CRM-систем, функционала и проанализирована разница между коробочной и облачной версиями. Исследование показало, что разные авторы дают схожую характеристику назначения CRM-системы, но не уделяют должного внимания дополнительному функционалу, который должен учитываться при подсчете пользы той или иной версии для конкретной отрасли, бизнеса. Поэтому актуальность исследования, в том числе заключается в создании условной версии базового продукта, подходящего для многих, и следовательно, дополнительные возможности, предлагаемые разными производителями. Особое внимание было уделено сравнительному анализу возможностей CRM-систем, в результате чего составлена сравнительная таблица, где показаны преимущества и недостатки популярных программ, а также составлен чек-лист для потенциальных покупателей, что тем самым, позволит сэкономить время и избежать некорректного выбора системы.

T. G. Martseva

Novorossiyskiy branch of the Financial University under the Government
of the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: kalipso-dream@mail.ru

I. N. Voblaya

Novorossiysk Branch of the Financial University under the Government
of the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: savinvaav@mail.ru

N. A. Nadezhkin

¹Novorossiysk branch of the Financial University under the Government of
the Russian Federation, Novorossiysk, e-mail: nikitnadezhkin8@gmail.com

FUNCTIONALITY FEATURES OF CRM SYSTEMS AS A PROBLEM OF SUCCESSFUL MANAGEMENT CHOICE

Keywords: CRM system, CRM, programming languages, Bitrix.

A CRM system is a system that allows users to manage a business, as well as automate various business processes. With its help, consumers can perform many different functions, such as, for example, to control the tasks of employees, assign responsibilities, control income, etc. The article is noted that there are now a huge number of different CRM systems on the Russian market. The authors noted that consumers have a problem with choosing a suitable product based on the type of business. This article reveals the issues of the importance of CRM systems, functionality and analyzes the difference between the boxed and cloud versions. The research showed that different authors give a similar description of the purpose of the CRM system, but do not pay attention to the additional functionality that should be taken into account when calculating the benefits of a particular version for a particular industry, business. Therefore, the relevance of the research, including the creation of a conditional version of the basic product suitable for many, and consequently additional features offered by different manufacturers. Particular attention was paid to the comparative analysis of the capabilities of CRM systems, as a result of which a comparative table was compiled showing the advantages and disadvantages of popular programs, as well as a checklist for potential buyers was compiled, thereby saving time and avoiding incorrect system selection.

Введение

Актуальность данной темы может быть отражена в необходимости использования современных технологий в управлении предприятием в условиях динамично меняющейся рыночной среды и острой конкуренции за клиента. В связи с этим требуется выявить те программные продукты, которые максимально соответствуют задачам бизнеса, отрасли, а также не требуют больших затрат, денег, сил и времени. Выбор CRM-систем зависит от ее функционала, который предопределяется используемым языком программирования, а также кругом отраслевых задач, требующих решения.

Цель исследования – изучение российского рынка CRM-систем, раскрытие достоинств, недостатков каждой из систем, а также выявление среди них наиболее универсальной, подходящей для любого бизнеса CRM-системы.

Материалы и методы исследования

Основополагающим для предпринимаемого исследования является описательный метод, включающий приемы анализа, классификации, а также сравнение и методы логического мышления.

В работе использовались: справочная литература, данные СМИ, официальные сайты разработчиков CRM-систем.

Необходимо начать с того, что такое CRM-система (рис. 1).

Однако, более точным можно считать первое определение. CRM-система дает возможность управлять своим бизнесом, распределять обязанности между сотрудниками, регулировать доходы, автоматизировать различные процессы и многое другое. С помощью CRM можно выполнять такие задачи, как: определение различных многофункциональных решений, контроль работ с лидами и сделками, управление активности менеджеров по продажам и многое другое.

В приказе Росстата от 30.07.2021 N 463 (ред. от 29.07.2022) «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью в сфере образования, науки, инноваций и информационных технологий», приказе Росстата от 29.07.2022 N 538 (ред. от 21.11.2022) «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью в сфере образова-

ния, науки, инноваций и информационных технологий» и приказе Росстата от 04.05.2022 N 300 (ред. от 01.06.2022) «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью малых предприятий в сфере науки и использования цифровых технологий» дано единообразное определение: CRM-система – система управления отношениями с клиентами [1, 2].

С помощью данной системы организация собирает и накапливает информацию о различных сторонах деятельности своих клиентов (например, наличие/потребность продукции (услуг), циклы продажи, цены на продукцию).

На основе научного исследования можно проводить более углубленный анализ CRM-систем. Данная работа может использоваться предпринимателями для выбора подходящего программного продукта. Для этого автором проведен подробный сравнительный анализ существующих на рынке CRM-систем и составлен чек-лист выбора наиболее подходящей системы под требования бизнеса.

В работе были рассмотрены такие CRM-системы, как: Битрикс-24, AmoCRM, Retail, S2, Простой Бизнес, A2B, ELMA, Мегаплан. Автор выявил следующие распространенные продукты:

1. Битрикс-24 – это распространенная система, которая также является набором инструментов автоматизации бизнеса. Есть как облачная, так и коробочная версия продукта. Поддерживает все современные браузеры. Данная система была написана на языке программирования PHP.

2. AmoCRM – универсальная система, подходящая для любого бизнеса. В качестве преимущества можно отметить наличие множества полезных дополнений, а также возможность настройки данной системы под свои потребности. В отличие от Битрикса, у AmoCRM существует только облачная версия. Система также написана на PHP.

3. RetailCRM – система, которая ориентирована прежде всего на сферу торговли. Обеспечивает обработку заказов, интеграцию с соцсетями и мессенджерами [3]. Также в качестве преимущества можно отметить наличие возможности автоматизации бизнес-процессов. В работе используют такой набор языков программирования: PHP, Symfony, Go, PostgreSQL, VueJS, GraphQL, Swift, Kotlin

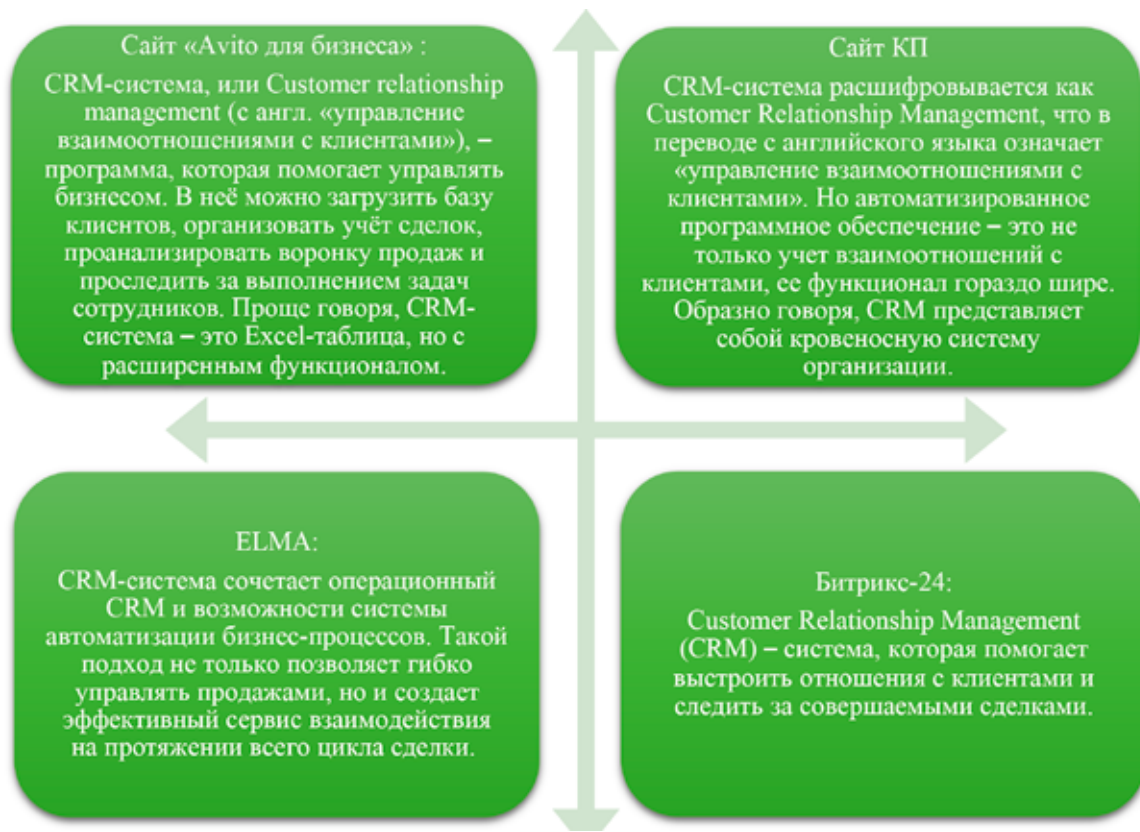


Рис. 1. Определения CRM-систем

4. S2 – это набор облачных бизнес-приложений, который подходит под определенные виды бизнеса, например, для риелторов, клиник, продаж. Есть как бесплатная версия данного продукта (доступны основные функции), так и платная, имеющая большее количество функций, например, помощь в распределении задач между сотрудниками. API CRM-системы S2 (SalesapCRM) реализован данный продукт на основе JSON (формат, основанный на JavaScript.)

5. МойСклад – это облачное приложение, которое может автоматизировать большинство процессов как для малого, так и для среднего бизнеса. В качестве преимущества можно отметить наличие возможности автоматизации процессов, а также возможность рассылки информации клиентам. Работает с языком Java.

6. ПростойБизнес – это CRM-система, в которой интегрированы различные модули для управления собственным бизнесом, компанией. В данной CRM-системе есть отдельные шаблоны под разные сферы бизнеса (например, колл-центр, интернет-магазин, агентство недвижимости). Короткая версия написана на Delphi, серверная – на PHP.

7. A2B – это полноценная система управления бизнесом, имеющая множество полезных функций для бизнеса, например, внедрение документооборота [4], а также автоматизация распределения задач для сотрудников. Имеет как облачную версию, так и коробочную. Система написана на ASP.NET # на backend.

8. Мегаплан – CRM-система, предназначенная для крупного бизнеса и имеющая множество различных полезных функций, таких, как, например, сервисы документооборота. Данная система имеет только облачную версию продукта. Для разработки данной системы использовался язык программирования TypeScript, а также библиотеки React и MobX.

9. ELMA – это CRM-система, в интерфейсе которой уже есть различные готовые модули для решения любой задачи в бизнесе. Веб-часть написана на языках программирования Angular и TS, а для серверов используют в большей степени язык программирования GO.

**Результаты исследования
и их обсуждение**

1. CRM-системы преимущественно используют язык программирования PHP, некоторые системы используют другие языки, такие как, например, Java или c#

2. Преимущества языка программирования PHP заключаются в ее «гибкости», а также в том, что сервисы на PHP хорошо документируются и масштабируются [5].

Преимущества языка программирования Java заключаются в надежности, мультифункциональности и хорошей организации кода.

3. CRM-система – это программа для организаций, которая помогает управлять бизнесом. Например, благодаря CRM-системе компания может работать с потенциальными клиентами и автоматизировать различные процессы [6].

4. Существует две технологии: облачная и коробочная системы (табл. 1).

1. Разные CRM имеют разный функционал, а также разные условия доступа (бесплатный и платный доступы). Многие CRM-системы предлагают клиентам платные версии продуктов, которые, как правило, содержат больше полезных опций для бизнеса, чем бесплатные.

2. Для крупных предприятий подходят такие CRM-системы, как МегаПлан, Битрикс-24, AmoCRM

3. Для малого бизнеса могут подойти CRM-системы Битрикс-24, AmoCRM, Retail

Эффективность и значимость: работа несет прикладной характер, всеобъемлюще описывает доступные на российском рынке CRM продукты с учетом их особенностей. Использование чек-листа, а также сравнительной таблицы – значительно сократит время на поиски подходящего продукта под бизнес, и также, позволит сократить риски неудачного выбора.

Таблица 1

Различие облачных и коробочных систем

Облачная система	Коробочная
- предоставляют гибкое управление всей структурой проекта - доступ к проекту из любой точки мира, где есть интернет.	- Имеют больше функций, возможностей, чем облачные сервисы - гибкость информация хранится на собственных серверах.

Таблица 2

Достоинства и недостатки CRM-систем

Достоинства/ недостатки	Битрикс-24	Amo CRM	Retail CRM	S2 CRM	Мой Склад	Простой бизнес	A2B	Мега-план	ELMA
Простой интерфейс системы	+				+				+
Большой выбор тарифов	+	+		+	+			+	
Активная техподдержка			+			+	+		
Интеграция с различными сервисами	+	+	+						+
Наличие приложения/ программы	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Скорость работы				+					
Автоматизация процессов	+	+		+	+	+			+
Интеграция с Linux	+		+	+					
Возможность доработки/ гибкость системы		+		+		+	+	+	
Не подходит для малого бизнеса					+		+	+	
Требуется платное обучение						+			

Чек-лист по выбору CRM-системы

Для малого бизнеса подходят:

- Битрикс-24**
- АмоCRM**
- RetailCRM**

Для среднего бизнеса подходят:

- Битрикс-24,**
- АмоCRM,**
- RetailCRM, S2**

Для крупного бизнеса подходят:

- МегаПлан**
- Битрикс-24**
- АмоCRM**

Рис. 2. Чек-лист

Проведенное исследование позволило составить сравнительную таблицу, которая более подробно раскрывает содержание перечисленных CRM-систем (табл. 2).

Заключение

Результаты научного исследования будут интересны участникам профессиональных форумов, порталов, блогов, посвященных

изучению и обсуждению существующих на рынке CRM-систем, а также официальным представителям распространенных в Российской Федерации CRM-систем, в целях рекламы своего продукта на базе выявленных автором преимуществ и недостатков аналогичных продуктов.

Основная проблема, выявленная автором, заключается в необходимости либо привлечения эксперта соответствующего профиля, который внедрит и наладит работу программного продукта, поскольку на рынке достаточно большое разнообразие предлагаемых продуктов. Тем самым, возрастают расходы предпринимателя, что может привести к удорожанию его продукции и снижению конкурентоспособности. Также разные CRM-системы имеют особенности функционала, следовательно, должны подбираться исходя из запроса клиента и вида бизнеса. Тем самым, возникает сложность в подсчете реальной эффективности внедрения такого продукта.

В ходе исследования были рассмотрены популярные CRM-системы на российском рынке, а также было проведено сравнение между ними и исследование их достоинств и недостатков.

Также был создан чек-лист, который сэкономит время и поможет не допустить ошибок при выборе системы (рис. 2).

Используя сравнительную характеристику, предложенную автором, и чек-лист, потенциальные потребители могут снизить риск выбора неподходящей CRM-системы.

Библиографический список

1. Приказ Росстата от 30.07.2021 N 463 (ред. от 29.07.2022) «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью в сфере образования, науки, инноваций и информационных технологий» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=420775#KCjAagTOjFTVub4y> (дата обращения: 28.03.2023).
2. Приказ Росстата от 04.05.2022 N 300 (ред. от 01.06.2022) «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения за деятельностью малых предприятий в сфере науки и использования цифровых технологий» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=418499#fbOBaGTgNg3rOII11> (дата обращения: 28.03.2023).
3. 15 бесплатных CRM-систем для малого и среднего бизнеса на русском (+7 платных) // Okdesk [Электронный ресурс]. URL: <https://okdesk.ru/blog/free-crm-systems> (дата обращения: 26.03.2023).
4. Лучшие CRM-системы 2023 года: рейтинг топ-15 по версии КП // КП [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/money/biznes/luchshie-crm-sistemy/> (дата обращения: 26.03.2023).
5. 7 причин, по которым PHP хорош для разработки бизнес-проектов // [Электронный ресурс]. URL: <https://stfalcon.com/ru/blog/post/PHP-advantages-for-business> (дата обращения: 26.03.2023).
6. Глаз Ю.А., Бережная О.В., Марцева Т.Г. Исследование влияния организации и технологии экспресс-доставки товаров на развитие современной интернет-торговли // Экономические системы. 2021. Т.14, № 2. С. 75-83.

УДК 336.71

Е. В. Миллер

Омский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Омск, e-mail: millerev55@yandex.ru

В. В. Завадская

Омский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Омск, e-mail: vvzavadskaya@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СИСТЕМНО-ЗНАЧИМЫХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ключевые слова: финансовая устойчивость, системно-значимые кредитные организации, показатели эффективности, индикаторы устойчивости, обязательные нормативы.

В данной статье рассматривается проблематика определения финансовой устойчивости кредитных организаций в современных условиях и анализа показателей характеризующих стабильность деятельности банков. Авторами предложен подход к системе индикаторов устойчивости банков, отличающийся выделением таких ключевых показателей, уровень которых зависит от деятельности непосредственно самих кредитных организаций, а также от возможности сбора статистической информации в данном направлении. В статье проанализировано современное состояние показателей деятельности пяти системно-значимых банков, составляющих основу отечественной банковской системы, проведено исследование уровня выполнения каждого предложенного индикатора. Статья включает изучение различных теоретических подходов к определению показателей финансовой устойчивости кредитных организаций. Для проведения исследования использованы научные методы анализа материалов, метод сравнений, синтеза и обобщения собранных данных. Материал рассматривается на основе аналитических и статистических данных Банка России. С помощью предложенного авторами подхода к анализу финансовой устойчивости системно-значимых банков на макроуровне можно выявить ключевые негативные тенденции в работе кредитных организаций и предложить мегарегулятору сконцентрировать регуляторные меры, направленные на достижение банками пороговых значений исследуемых индикаторов.

E. V. Miller

Omsk branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Omsk, e-mail: millerev55@yandex.ru

V. V. Zavadskaya

Omsk branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation Omsk, e-mail: vvzavadskaya@mail.ru

RESEARCH OF FINANCIAL STABILITY OF SYSTEMICALLY IMPORTANT BANKS IN MODERN CONDITIONS

Keywords: financial stability, systemically significant credit organizations, performance indicators, sustainability indicators, mandatory standards.

This article discusses the problems of determining the financial stability of credit institutions in modern conditions and the analysis of indicators characterizing the stability of banks. The authors propose an approach to the system of indicators of the stability of banks, characterized by the allocation of such key indicators, the level of which depends on the activities of the credit institutions themselves, as well as on the possibility of collecting statistical information in this direction. The article analyzes the current state of the performance indicators of five systemically significant banks that form the basis of the domestic banking system, conducted a study of the level of implementation of each proposed indicator. The article includes the study of various theoretical approaches to determining the indicators of financial stability of credit institutions. Scientific methods of materials analysis, method of comparisons, synthesis and generalization of the collected data were used to conduct the research. The material is considered on the basis of analytical and statistical data of the Bank of Russia. With the help of the approach proposed by the authors to the analysis of the financial stability of systemically important banks at the macro level, it is possible to identify key negative trends in the work of credit institutions and suggest to the mega-regulator to concentrate regulatory measures aimed at achieving the threshold values of the studied indicators by banks.

Введение

В современной экономике основу финансовой устойчивости государства и его экономической безопасности составляет банковская система, от стабильности и степени развития которой будет зависеть благосостояние страны. Кредитные организации, представляющие национальную банковскую систему, являются основным её ядром, обеспечивающим эффективное функционирование системы и поддерживающим её устойчивости к внешним угрозам. Последние годы банки функционируют в условиях крайней неопределенности макросреды, политических и санкционных угроз, ускоренного распространения цифровых технологий, что прямым образом отражается на результатах деятельности российского банковского сектора. Ключевым звеном отечественной банковской системы с 2021 года являются системно-значимые кредитные организации (далее – СЗКО). Это крупнейшие универсальные финансовые институты, на долю которых приходится 77% банковских активов. На сегодняшний день данный статус имеют 13 российских универсальных банков, которые обязаны соответствовать строгим критериям, определяемым Банком России, придерживаться международных стандартов и нести особую роль фундамента российской банковской системы. В числе СЗКО следует отметить топ-5 кредитных организаций, занимающих наибольший удельный вес в банковских активах, имеющих значительную концентрацию собственного капитала, а также резервов, создаваемых под риски. К ним относятся, ПАО «Сбербанк России», АО «Газпромбанк», АО «Россельхозбанк», ПАО «Банк ВТБ», АО «Альфа-Банк». Можно отметить, что в большей степени от эффективности деятельности этих банков будут зависеть и финансовая стабильность всей банковской системы, поэтому актуальным является тема исследования финансовой устойчивости представленных кредитных организаций. Важность темы также подтверждается тем, что за последние годы в условиях отрицательных внешних факторов и угроз, кредитным организациям становится на много сложнее наращивать эффективность, укреплять устойчивость деятельности, соответствовать жестким требованиям регулятора и международным стандартам. Результаты работы банковской системы за 2019-2022 гг. подтверждают данный факт [1, 2].

Так, итоги 2022 года отражают отрицательные последствия влияния на банковскую систему экономических и политических факторов. Финансовый результат кредитных организаций существенно снизился более чем в 10 раз по сравнению с 2021 г. и составил 165 млрд руб. В 2022 г. изменение совокупного финансового результата банков было неоднородным, так, отдельные банки понесли серьезные убытки. Доля неэффективных кредитных организаций за последние три года сохраняется на достаточно высоком уровне 21%. Основной причиной, снизившей прибыль банков в 2022 г. стала отрицательная валютная переоценка, потери по валютным производным финансовым инструментам из-за их досрочного расторжения иностранными контрагентами и отсутствия других инструментов регулирования валютной позиции. Однако наибольшее влияние на снижение прибыли банков оказало доформирование резервов на возможные потери по кредитным операциям, ценным бумагам и заблокированным активам, более чем в 5 раз по сравнению с 2021 г. Отрицательную динамику демонстрировали и чистые доходы от операций с ценными бумагами, показав убытки в размере 144 млрд руб. Несмотря на это, чистая процентная маржа и чистый комиссионный доход банковского сектора поддержали результаты кредитных организаций, показав при этом рост. Так, чистый процентный доход относительно 2021 г. показал прирост на 3,23%, а чистый комиссионный доход – 5,64% соответственно [2]. Удержанию данных положительных результатов способствовал ряд мер, принятых Банком России, направленных на нейтрализацию влияния существенной рыночной волатильности. К таким мерам можно отнести регуляторные послабления для кредитных организаций, поэтапное изменение ключевой ставки, меры поддержки финансового рынка, реализация льготных программ кредитования и реструктуризации и т.п. [3].

Учитывая развитие банковской системы в современных нестабильных условиях становится актуальным разработать методические основы, определяющие возможность оценки финансовой устойчивости банков, в частности СЗКО. Поэтому целью исследования является выделение ключевых показателей финансовой устойчивости коммерческого банка и анализ деятельности топ-5 системно-значимых кредитных организаций по выявленным критериям.

Материалы и методы исследования

Материалами и методами исследования в настоящей статье являются: метод сравнения (сравнение находящихся в свободном информационном доступе на сайте Банка России статистических показателей по деятельности СЗКО); метод синтеза и обобщения собранных данных; метод анализа материалов – анализ аналитических материалов, нормативных документов и статистических данных по тематике научной статьи. Исходные аналитические материалы для исследования представлены статистическими данными Центрального банка Российской Федерации (<http://cbr.ru>); обязательной отчетности кредитных организаций, находящихся в доступе на сайте Банка России.

Методологической и теоретической основой для написания данного исследования послужили работы различных авторов в направлении изучения финансовой устойчивости кредитных организаций. Например, С.М. Бухонова и Э.А. Меденцева отмечают, что финансовая устойчивость банка – это состояние, при котором обязательства обеспечены притоком финансов от осуществления деятельности банка [4, с. 95]. Шершнева Е.Г. считает, что финансовая устойчивость банка – это состояние финансов, обеспечивающее все аспекты деятельности и сохраняющее прибыльность, платежеспособность и ликвидность [5, с. 7]. Также термин финансовая устойчивость определяется учеными как способность банка противостоять воздействию различных внешних и внутренних шоков. Многие авторы предлагают для оценки финансовой устойчивости кредитных организаций выделять широкий спектр финансовых и нефинансовых показателей. Например, Н.В. Крашенинников предлагает использовать стресс-тестирование с помощью группы показателей банков для определения их уязвимости к внешним и внутренним угрозам [6, с. 25]. Шульгина М.В. в своих трудах указывает, что при оценке финансовой устойчивости банка необходимо использовать комплексную оценку, которая объединяет количественную и качественную характеристику экономического положения кредитной организации, критические точки финансового состояния и прогноз деятельности с учетом шоков [7, с. 115].

Многие исследователи оценивают финансовую устойчивость банка через индикаторы и их пороговые значения или оптимум,

которые важны для объективного анализа. Значения таких индикаторов, как правило, определяются с помощью экспертной оценки, которая в ходе исследования дается как отечественными, так и зарубежными учеными в соответствии с некоторыми среднемировыми показателями и тенденциями в международной банковской практике. К таким индикаторам, по которым можно оценить деятельность конкретного банка, относятся: норматив достаточности собственных средств (капитала) (Н1.0), норматив финансового рычага (Н1.4), норматив мгновенной ликвидности (Н2), норматив текущей ликвидности (Н3), норматив долгосрочной ликвидности банка (Н4), и показатели эффективности (рентабельность собственного капитала, рентабельность совокупных активов, коэффициент чистой процентной маржи) [8, с. 74].

Интересным представляется и подход Банка России в вопросах финансовой устойчивости. Так, в его информационном докладе «Международный опыт разработки планов восстановления финансовой устойчивости» указано, что для снижения системных рисков и ограничения потенциальной несостоятельности кредитных организаций, необходимо развивать направление «План восстановления финансовой устойчивости», рекомендуя банкам разрабатывать данный план, опираясь при этом на обязательный минимальный перечень индикаторов и их предельные значения [9, с. 11]. В итоге стабильность деятельности банка и его финансовая устойчивость будет достигаться в случае, если все индикаторы соответствуют их пороговому уровню.

Результаты исследования и их обсуждение

Опираясь на различные теоретические подходы к вопросам финансовой устойчивости и рекомендуемый Банком России перечень индикаторов, авторами данной статьи были выделены ключевые показатели финансовой устойчивости (индикаторы) банков с целью проведения анализа деятельности СЗКО и определения их финансовой стабильности, экономического потенциала и нахождения зон риска в сложных макроусловиях. Основные индикаторы финансовой устойчивости СЗКО, по которым в дальнейшем будет проведен анализ деятельности исследуемых банков, будут сгруппированы в следующем образом:

1. Достаточность капитала: норматив достаточности базового капитала банка (Н1.1, минимальное значение – 4,5%), норматив достаточности основного капитала банка (Н1.2, минимальное значение – 6%), норматив достаточности собственных средств (капитала) банка (Н1.0, минимальное значение – 8%). Данные нормативы установлены Банком России, выполнение которых происходит в банках на ежедневной основе, что дает объективную оценку устойчивости деятельности кредитной организации. Анализ СЗКО по данным индикаторам позволит оценить степень надёжности их собственного капитала, сохранность его параметров, устойчивость капитала в условиях повышенных рисков, что необходимо для оценки эффективности СЗКО, а также способность следовать требованиям регулятора;

2. Ликвидность кредитной организации: норматив мгновенной ликвидности банка (Н2, минимальное значение – 15%), норматив текущей ликвидности банка (Н3, мин – 50%), Норматив долгосрочной ликвидности банка (Н4, макс – 120%), также установленные нормативными документами Банка России и обязательны к выполнению на ежедневной основе. Анализ СЗКО по степени выполнения данных нормативов, даст возможность определить способность банка обеспечить выполнение своих обязательств в стрессовых условиях, а также возможность эффективно управлять риском потери ликвидности и соблюдать установленные требования Банка России.

3. Индикаторы эффективности деятельности: рентабельность активов (ROA), оптимум в российской банковской практике считается уровень 1-2%; рентабельность капитала (ROE), оптимум – 15%. Данные показатели позволяют оценить способность банка в сложных внешних условиях управлять своей деятельностью таким образом, чтобы, несмотря на растущие риски, получать высокую отдачу по прибыли, эффективно управляя при этом своей процентной, кредитной, инвестиционной и депозитной политикой.

4. Показатели качества активов: уровень кредитной политики (отражает долю кредитного портфеля в активах банка, в сложившейся банковской практике оптимальным считается достаточный уровень, не приводящий к нарастанию высоких ри-

сков – 65%-70%); концентрация работающих активов (доля активов, приносящих доход, оптимальным уровнем считается – 65%-75%). По уровню кредитной политики можно оценить выбранную стратегию банка в направлении кредитования и на сколько она консервативна, либо высокорискованная. Концентрация работающих активов позволит судить о направленности банка на развитие реального сектора экономики, инвестиций в ценные бумаги. Данная группа показателей в целом указывает на способность банка эффективно использовать активы.

Таким образом, соблюдая стабильный уровень выделенных индикаторов, их оптимальные значения, банк получит эффективный контроль за своей финансовой устойчивостью, а также возможность определять «слабые зоны» в деятельности.

Опираясь на выделенные группы показателей и их оптимальные значения, авторами данной статьи было проведено исследование группы кредитных организаций, входящих в топ-5 по размеру активов СЗКО (АО «Альфа-Банк», ПАО «Сбербанк России», АО «Россельхозбанк», ПАО «Банк ВТБ», АО «Газпромбанк») с целью определения их финансовой устойчивости за периоды с 01.01.20 по 01.01.22, а также сравнение их результатов деятельности с общепринятыми статистическими показателями [10]. Так, рассматривая группу индикаторов «Достаточность капитал» на основании отчетности банков по форме 0409135 «Информация об обязательных нормативах и о других показателях деятельности кредитной организации», следует отметить, что на протяжении исследуемых периодов у данных банков показатели находятся в пределах установленных норм, а некоторые из них выполняются с запасом. В среднем у пяти исследуемых банков по состоянию на 01.01.22 значение Н1.1 находится в пределах 9,2%, Н1.2 – 10,9%, а Н1.0 – 13,2%. К 01.01.22 г. в основном топ-5 СЗКО показали небольшое снижение достаточности капитала, что отражает влияние на устойчивость банков внешних негативных факторов. Поэтому несмотря на то, что нормативы достаточности собственных средств находится на стабильном уровне, фактическое значение желательно наращивать для укрепления защиты банков от рисков и внешних угроз, а также обеспечения надёжности капитала.

Для объективной оценки финансовой устойчивости исследуемых банков, авторами был проведен анализ группы индикаторов, оценивающих уровень ликвидности. В итоге было отмечено, что нормативы ликвидности пяти СЗКО подтверждают способность банков за последние годы справляться с оттоком привлеченных средств, мобилизуя при этом запасы высоколиквидных активов. В среднем по состоянию на 01.01.22 норматив мгновенной ликвидности Н2 выдержан на уровне 131%, норматив текущей ликвидности Н3 – 176%, Н4 – 61%.

Индикаторы эффективности деятельности по выбранной исследуемой группе возможно рассматривать только на 01.01.20 и 01.01.21 в виду запрета Банком России отражения в открытом доступе финансовой отчетности коммерческих банков [11]. Поэтому показатели рентабельности были аккумулированы по данным рейтинговых агентств на имеющиеся периоды. Тем не менее, указанные года также отличались достаточным количеством финансовых угроз. Рассматривая показатель рентабельности капитала, представленный в таблице 1, можно отметить достаточно высокий уровень у четырех банков, выше оптимума, но при этом наблюдается снижение значений ROE к 01.01.21.

В целом по банковской системе показатель ROE на 01.01.21 соответствовал значению в 15,7%. Как видно, выше данного уровня рентабельность капитала способны продемонстрировать только Сбербанк и Альфа-Банк. Риски снижения финансовой устойчивости заметны у Россельхозбанка, как по рентабельности капитала, так и рентабельности активов, в связи с высоким уровнем рискованных активов [11].

Анализируя рентабельность активов топ-5 СЗКО, стоит отметить тех же лидеров по эффективности Сбербанк и Альфа-Банк. У большинства наблюдается тенденция снижения значений, следовательно, существует риск дальнейшего падения значения, в связи с ростом просроченной задолженности и вынужденным наращиванием резервов под риски, что может поставить под угрозу финансовую устойчивость данных банков, а соответственно и российской банковской системы. Конечно, наибольшая концентрация активов у исследуемых банков дает высокую нагрузку по рискам как на капитал, так и на ликвидность, а создаваемые резервы под риски существенно занижают прибыль банков, что прямым образом отражается на рентабельности и снижении эффективности деятельности.

Таблица 1

Рентабельность топ-5 СЗКО, %

Название банка	Рентабельность активов (ROA), оптимум 1-2%		Рентабельность капитала (ROE), оптимум 15%	
	01.01.20	01.01.21	01.01.20	01.01.21
Сбербанк	2,49%	3,50%	25,93%	25,76%
Банк ВТБ	0,37%	1,43%	16,35%	14,86%
Газпромбанк	0,44%	1,68%	16,75%	16,24%
Альфа-Банк	4,20%	2,71%	20,40%	20,82%
Россельхозбанк	0,09%	0,10%	0,60%	0,83%

Таблица 2

Качество активов топ-5 СЗКО на 01.01.22

Название банка	Уровень кредитной политики, % (65%-70%)	Уровень инвестиционной политики, %	Коэффициент работоспособности активов, % (65%-75%)
Сбербанк	68%	21%	89%
Банк ВТБ	60%	20%	80%
Газпромбанк	66%	13%	78%
Альфа-Банк	65%	10%	75%
Россельхозбанк	69%	14%	83%

Показатели качества активов были рассмотрены авторами по банковской отчетности также за те периоды, которые находились в открытом доступе. Качество активов банков представленные в таблице 2, показали умеренную кредитную политику рассматриваемых кредитных организаций, что говорит об эффективном управлении кредитными рисками, но при этом смещение внимания в сторону высокорискованных инвестиций на фондовом рынке. Так, коэффициент работоспособности активов выше рекомендуемого оптимума наблюдается у Сбербанка, Газпромбанка, Банка ВТБ, Россельхозбанка.

По предложенным индикаторам «Качество активов» выполнение оптимальных значений наблюдается только у Альфа-Банка, поэтому его инвестиционную политику можно отнести к умеренно-консервативной. Учитывая негативные события 2022 г., показавшие отрицательные результаты работы с фондовыми инструментами, остальным СЗКО необходимо тщательно пересмотреть инвестиционную политику, сделав упор на менее рискованные активы, что вполне оправдано в условиях негативных событий фондового рынка.

Заключение

В результате проведенного анализа по предложенным авторами индикаторам,

можно сделать вывод, что негативные события последних лет способны отрицательно повлиять на деятельность крупнейших отечественных финансовых организаций. По результатам исследования наблюдалась концентрация внимания топ-5 СЗКО на выполнении регуляторных требований, что обеспечило удержание стабильности банковского капитала в условиях резкого нарастания рисков и увеличения резервов, снижающих прибыльность. В 2022 г. банки вынуждены были приспособиваться к новым негативным экономическим условиям в виде санкций, колебания ключевой ставки Банка России, курса национальной валюты и т.п.

Предложенный авторами подход с минимальным перечнем показателей финансовой устойчивости позволит в дальнейшем оперативно исследовать деятельность кредитных организаций. При этом с целью учета индивидуальных особенностей банков, перечень индикаторов периодически должен обновляться, исходя из доступности информации. Такой подход позволит Банку России контролировать финансовую устойчивость банковской системы, в частности кредитных организаций, имеющих особый статус, своевременно принимать регуляторные решения, что позволит банкам повысить потенциал выхода на высокий уровень устойчивости.

Библиографический список

1. Обзор Российского финансового сектора и финансовых инструментов. Аналитический материал (Интернет-версия) / Официальный сайт Банка России. М., 2023. URL: http://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/43892/overview_2022.pdf (дата обращения: 23.05.2023).
2. Статистические показатели банковского сектора Российской Федерации. (Интернет-версия). URL: https://cbr.ru/banking_sector/statistics/ (дата обращения: 18.05.2023).
3. Меры Банка России по стабилизации ситуации на финансовом рынке в условиях реализации санкционных рисков / Официальный сайт Банка России. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/134865/plan_limit.pdf (дата обращения: 18.05.2023).
4. Бухонова С.М., Меденцева Э.А. Оценка финансовой устойчивости коммерческого банка // Белгородский экономический вестник. 2019. № 4. С. 95–100.
5. Shershneva E.G. Diagnostics of the financial condition of a commercial bank: a teaching aid. Yekaterinburg: Ural University Press, 2017. 112 p.
6. Крашенинников Н.В. Стресс-тестирование финансовой устойчивости банковской системы Российской Федерации: дис. канд. экон. наук: 08.00.10. Москва, 2019. 178 с.
7. Шульгина М.В. Модели оценки финансовой устойчивости российских коммерческих банков в меняющихся макроэкономических условиях: дис. канд. экон. наук: 08.00.10. Москва, 2021. 159 с.
8. Карпов В.В., Миллер Е.В. Совершенствование оценки устойчивости банковской системы РФ как компонента обеспечения экономической безопасности // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2022. № 3. С. 72–80.
9. Международный опыт разработки планов восстановления финансовой устойчивости / Информационный доклад Банка России. М, 2021. 25 с.
10. Ежемесячный выпуск рейтингов банков: 01.02.2022 / Официальный сайт Эксперт РА. URL: <https://raexpert.ru/rankingtable/bank/monthly/feb2022/tab01/> (дата обращения: 18.05.2023).
11. Рейтинги российских банков. URL: https://www.banki.ru/banks/ratings/?source=submenu_banksratings (дата обращения: 18.05.2023).

УДК 338.48

Т. Е. Платонова

Одинцовский филиал МГИМО МИД России, Одинцово,
e-mail: t.platonova @ odin. mgimo.ru

РОССИЙСКИЙ ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС – СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ключевые слова: гостиничный бизнес, оценка динамики количественных и качественных показателей деятельности гостиниц, региональные особенности развития туризма в РФ, перспективные направления повышения качества гостиничных услуг.

В статье анализируется состояние и динамика деятельности гостиничного сектора с 2010 по 2022 год в целом по РФ и в региональном разрезе. Рассматриваются основные проблемы, возникшие в развитии этого бизнеса в период пандемии и санкционных ограничений. Целью исследования является выделение тенденций развития гостиничной отрасли и внутреннего туризма и путей решения современных проблем этого бизнеса, как в России, так и зарубежных странах. Автором проведен достаточно подробный анализ статистических данных динамики числа гостиниц, числа мест, численности размещенных лиц с 2020 по 2022 год в целом по России. Отмечены причины снижения этих показателей и тенденции роста гостиничного бизнеса в 2022-2023 году. Более подробно изучены показатели роста объема гостиничных услуг в разрезе федеральных округов и отдельных регионов, сделаны выводы о наиболее динамично развивающихся туристических кластерах, таких как Байкал, Камчатка, Республика Татарстан, Калининградская область и др. Более подробно рассмотрены последние результаты работы гостиниц в городах Москва и Санкт-Петербург. Рассмотрены перспективные направления развития гостиничного бизнеса, как в России, так и за рубежом: «зеленый» маркетинг, создание общего информационно-коммуникативного пространства, персонализация услуг, внедрение передовых технологий и т.д.

T. E. Platonova

Odintsovo branch of the Moscow State Institute of International Relations (University),
Odintsovo, e-mail: t.platonova @ odin. mgimo.ru

THE RUSSIAN HOTEL BUSINESS – THE STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN THE MODERN PERIOD OF THE ECONOMY

Keywords: hotel business, assessment of the dynamics of quantitative and qualitative indicators of hotel activity, regional features of tourism development in the Russian Federation, promising areas for improving the quality of hotel services.

The article analyzes the state and dynamics of the hotel sector since 2010 in the whole of the Russian Federation and in the regional context. The main problems that have arisen in the development of this business during the pandemic and sanctions restrictions are considered. The purpose of the study is to identify trends in the development of the hotel industry and domestic tourism and ways to solve modern problems of this business, both in Russia and abroad. The author has carried out a fairly detailed analysis of statistical data on the dynamics of the number of hotels, the number of places, the number of people accommodated from 2020 to 2022 in Russia as a whole. The reasons for the decline in these indicators and the growth trends of the hotel business in 2022-2023 are noted. The indicators of the growth of the volume of hotel services in the context of federal districts and individual regions are studied in more detail, conclusions are drawn about the most dynamically developing tourist clusters, such as Baikal, Kamchatka, the Republic of Tatarstan, the Kaliningrad region, etc. The latest results of the work of hotels in the cities of Moscow and St. Petersburg are also considered in more detail. Promising directions of hotel business development both in Russia and abroad are given: “green” marketing, creation of a common information and communication space, personalization of services, introduction of advanced technologies, etc.

Введение

Сфера туризма одна из важнейших составляющих «экономики впечатлений», которая должна предоставлять потребите-

лям сильные эмоциональные переживания [5]. При этом туристическая услуга должна обеспечить по возможности комфортные современные условия проживания,

питания, обслуживания и организации знакомства с достопримечательностями места пребывания.

Гостиничный бизнес России в этих условиях развивается достаточно быстрыми темпами, несмотря на достаточно сильное влияние последствий пандемийных ограничений, сложную политическую обстановку и кризисные явления в экономике. Государство оказывает постоянную поддержку и стимулирование спроса на туристические услуги. Программой «Туристический кэшбек» в 2022 году было охвачено 2,4 млн туристов с общим объемом продажи услуг на 44 млрд рублей. [1].

Туристический бизнес имеет большое значение и для всего мирового хозяйства. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (World Travel & Tourism Council) в 2018 г. на сектор туристических услуг приходилось 10,4% мирового ВВП [6].

В начале 00-х годов в Россию пришли известные гостиничные сети. В 2020 году в России были представлены 20 международных гостиничных операторов, которые управляли 210 гостиницами (43 845 номеров) в 41 городе. Самая большая доля рынка (82%) была распределены между пятью компаниями: Accor Hotels, Hilton Worldwide, Marriott International, Radisson Hotel Group, InterContinental Hotels Group. В связи с политической обстановкой некоторые международные сети заявили о своем уходе с российского рынка отелей в 2022 году. Президент Общенационального союза индустрии гостеприимства (ОСИГ) Алексей Волков не считает уход брендов из России катастрофой: «Уходят только бренды. Как правило,

99% объектов гостиничной сферы находятся в собственности российских компаний или бенефициаров. Все команды, которые работают на действующих объектах, продолжают это делать»[10].

Целью исследования является выделение тенденций развития гостиничной отрасли и внутреннего туризма и путей решения современных проблем этого бизнеса, как в России, так и зарубежных странах.

Материалы и методы исследования

Исследование базируется на статистических материалах Федеральной службы государственной статистики, Управления Федеральной службы государственной статистики по г.Санкт-Петербургу и Ленинградской области, Управления Федеральной службы государственной статистики по г.Москве и Московской области, эмпирических и статистических методах

Результаты исследования и их обсуждение

На основании этих данных проанализируем основные показатели деятельности коллективных средств размещения, такие как число номеров, число мест число ночевок и расчетные показатели: коэффициент использования номерного фонда и среднее число мест на одну гостиницу.

По результатам анализа показателей таблицы 1 можно сделать вывод, что общее число гостиниц выросла с 2010 по 2022 год в 2, 8 раза, число мест увеличилось практически в 3 раза, численность размещенных лиц в 2,4 раза, а число ночевок в этих средствах размещения в 3,25 раза.

Таблица 1

Основные показатели деятельности коллективных средств размещения (по полному кругу хозяйствующих субъектов)

Показатели	2010	2020	2022	2022 г в % к 2010 г
Число гостиниц и аналогичных средств размещения	7866	20410	21981	279,4
Число номеров, тыс.	260	583	650	250,0
Число мест, тыс.	530	1362	1593	300,5
Численность размещенных лиц, тыс. чел.	24026	38310	57467	239,8
Число ночевок, тыс.	60425	121971	196855	325,8
Коэффициент использования номерного фонда, %	33,8	24,5	31,2	0,92
Среднее число мест на одну гостиницу	67	67	72	107,6

Источник: составлено автором по данным Росстата [2].

Таблица 2

Данные о динамике объема услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению жилья за декабрь 2022 и март 2023 гг. по регионам России

Регионы России	Фактически, млн руб. за декабрь 2022 г.	Индекс физического объема в % к соответствующему месяцу прошлого года	Фактически, млн руб. за март 2023 г.	Индекс физического объема в % к соответствующему месяцу прошлого года
В целом по России	24 887,5	102,1	24 948,0	102,5
Центральный ФО	7 827,7	96,7	7 726,8	126,2
В т.ч. Москва	5 020,9	101,1	4 951,3	148,4
Северо-Западный ФО	2 741,9	113,1	2 453,1	104,3
В т.ч. Санкт-Петербург	1 049,3	121,1	1 166,9	99,1
Южный ФО	7 187,1	100,5	7 262,0	115,9
Северо-Кавказский ФО	713,1	108,0	571,2	112,2
Приволжский ФО	2 187,3	102,2	2 551,1	115,8
В т.ч. Республика Татарстан	716,6	113,5	953,0	134,3
Уральский ФО	1 083,1	101,0	1 085,2	110,5
Сибирский ФО	1 740,5	109,5	1 906,4	124,7
В т.ч. Иркутская область	248,7	120,1	348,0	111,9
Дальневосточный ФО	1 351,7	103,9	1 392,2	109,8
В т.ч. Камчатский край	79,2	140,7	71,7	107,9

Источник: составлено автором по данным Росстата [2].

Улучшились и качественные показатели деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения: коэффициент использования номерного фонда вырос с 31,2% до 33,9%, а среднее число мест в одной гостинице увеличилось с 67 до 72.

Проблемы с заграничными поездками, возникшие в период действия ограничений COVID-19 вызвали переориентацию туристической отрасли и гостиничной индустрии на внутренний туризм, открывая новые возможности для различных регионов, кластеров и создавая новые точки роста для бизнеса.

В целях ускорения развития этого вида отдыха на территории нашей страны в 2021 году была принята Государственная программа «Туризм и индустрия гостеприимства». В рамках реализации этого Нацпроекта запланированы инвестиции суммарно 1,009 трлн рублей, в т.ч.: • из федерального бюджета – 222,2 млрд руб.; • из региональных бюджетов – 90 млрд руб.; • внебюджетные инвестиции – 698 млрд рублей [1].

Для проведения исследования территориального развития гостиничного бизнеса по федеральным округам РФ после принятия этой программы была составлена таблица 2.

Данные таблицы 2 свидетельствуют об общем росте объема услуг гостиниц,

в целом, по России в декабре 2022 года на 2,1%, а в марте 2023 года на 2,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Следует отметить, что в декабре 2022 года прирост индекса физического объема к соответствующему периоду прошлого года имел наибольшее значение по Северо-Западному федеральному округу (113,1%); Северо-Кавказскому федеральному округу (108,0%); Сибирскому федеральному округу (109,5%). Центральный федеральный округ имел отрицательный прирост (96,7%).

Результаты марта 2023 года показали сохранение общей тенденции роста объема гостиничных услуг по России (102,5%). Однако лидеры частично поменялись. На первом месте по индексу прироста физического объема к соответствующим месяцу прошлого года вышел Центральный ФО (126,2%); Приволжский федеральный округ (115,8%). Сибирский федеральный округ остался в лидерах (124,7%).

Расширение географии путешествий по России и реализация положений Государственной программы «Развитие туризма» вызвало создание дополнительных точек роста для появления новых гостиничных и туристических проектов.

Основные показатели развития гостиничного хозяйства
в г. Москве и г. Санкт-Петербурге за 2019-2021 гг.

Показатели	2019	2020	2021	2021 в % к 2020
Москва				
Число гостиниц и аналогичных средств размещения	1427	1142	1216	106,5
Число мест, тыс.	226	237	275	116,0
Численность размещенных лиц, тыс. чел.	14820	7252	9163	126,4
Средне число мест на одну гостиницу	158,4	207,5	226,2	109,0
Санкт-Петербург				
Число гостиниц и аналогичных средств размещения	1002	823	833	102,2
Число мест, тыс.	94	87	95	109,5
Численность размещенных лиц, тыс. чел.	5887	2908	4336	149,1
Среднее число мест на одну гостиницу	93,7	105,6	114,3	108,2

Источники: составлено автором по данным сборников «Санкт-Петербург в 2021 году». URL: https://78.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/11000122_122021.pdf и «Московский статистический ежегодник 2022»/ URL: <https://77.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/2022%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf>

Исходя из данных таблицы 2, в Приволжском федеральном округе опережающими темпами развивался гостиничный бизнес в Республике Татарстан (134,3% – в марте 2023 года); в Сибирском федеральном округе – в Иркутской области (111,9% – в марте 2023 года); в Дальневосточном федеральном округе – в Камчатском крае (107,9% – в марте 2023 года).

Москва и Санкт-Петербург, по прежнему, являются наиболее посещаемыми городами. Рассмотрим показатели гостиничного бизнеса за последние годы [3,4].

Результаты деятельности гостиниц в 2021 году показали значительный рост: количество гостиниц выросло в Москве на 6,5%, число мест в них – на 16%, численность размещенных лиц – на 26,4%. В Санкт-Петербурге эти показатели составили соответственно – 1,2%, 9,5% и 49,1%. Таким образом по показателю загрузки преобладали гостиницы г. Санкт-Петербурга.

В 1 половине 2022 года Москва стала одним из главных направлений для отдыха у россиян, хотя прежде столицу посещали, в основном, с деловыми целями. В первом полугодии 2022 года столицу посетили 9 миллионов человек, что на 7% выше результата первой половины 2021 года. Возросла загрузка в гостиницах более бюджетных сегментов, что сдержало восстановление средней цены до уровня 2019 года ввиду меньшей платежеспособности [3].

В Санкт-Петербурге также успешно развивался туристический бизнес. В первой

половине 2022 года город посетили около 3,8 млн путешественников. Количество иностранных туристов составило порядка 130 тыс. человек, что на 62% выше по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. По данным комитета по туризму наибольшее число путешественников приезжали в Санкт-Петербург из Москвы и Московской области, а также Северо-Западного, Приволжского, Центрального и Южного федеральных округов [4].

Заключение

Рассмотрев и сравнив показатели динамики гостиничного бизнеса России на основании данных статистических органов, можно отметить основные тенденции его развития. За период с 2010 до 2022 года, достигнуты значительные успехи в развитии гостиничного бизнеса: число гостиниц выросло в 2,8 раза, число мест в них увеличилось в 3 раза, число ночевков – в 3,2 раза, серьезно изменилось в лучшую сторону качество предоставляемого гостиничного сервиса. В то же время произошли и негативные события, мировой и российский рынок туризма и гостиничных услуг оказался в значительной степени подвержен негативным последствиям от COVID-19, санкционные ограничения усложнили ведение гостиничного бизнеса в большинстве российских регионов, особенно, центральных. Произошел отток иностранных туристов, особенно в люксовом сегменте, ушли с рынка гостиничных услуг РФ ряд зарубежных гостиничных брендов.

В этих условиях возникли новые тенденции на рынке туризма РФ: многие граждане, предпочитающие отдых преимущественно за рубежом, стали проводить его в России. В целях ускорения развития этого вида отдыха в 2021 году была принята Государственная программа «Развитие туризма» [6]. В данной программе были выделены территории, которые получили условия для опережающего развития рынка туристических услуг: Большое Золотое кольцо, Байкал, Камчатка, Алтай, Карелия, Республика Татарстан, Калининградская и Курганская область и др.

На сегодняшний день сложности с трансграничными поездками также сохраняются, в связи с чем для туристической отрасли и индустрии гостеприимства России сохраняется потенциал дальнейшего развития.

Следует отметить следующие новые тенденции в сфере гостиничного бизнеса, которые будут способствовать повышению качества обслуживания клиентов и росту объемов гостиничных услуг.

Одной из передовых технологий работы зарубежных гостиниц является «зеленый» или экологический маркетинг, который

предусматривает инновационные технологии, позволяющие экономить электроэнергию, тепло, воду и другие ресурсы, избегать загрязнения окружающей среды, использовать природные источники (солнце, свет, ветер и т.п.) [7].

Большое значение приобретают и такие направления развития гостиничного и туристического бизнеса, как: открытие малых отелей, бутик-отелей и модернизированных отелей – санаториев; улучшенная персонализация гостей в соответствии с их личными запросами; увеличение оздоровительных, паломнических поездок и поездок по экологическим направлениям туризма; создание чат-ботов отелей и «умных» номеров; укрепление кибер-безопасности и сохранности данных гостей и др. [9].

Гостиничный бизнес, как вся туристическая сфера услуг, имеет большой экономический потенциал и является одним из важнейших драйверов роста экономики, повышения благосостояния и качества отдыха российских граждан, формирования благоприятной среды жизни и международного имиджа нашей страны.

Библиографический список

1. Министерство экономического развития Российской Федерации Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/nacionalnyy_proekt_turizm_i_industriya_gostepriimstva/ (дата обращения: 13.04.2023).
2. Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистика. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 13.04.2023).
3. Московский статистический ежегодник 2022. Управление Федеральной налоговой службы государственной статистики по г. Москва и Московской области. Москва, 2022. URL: <https://77.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/2022%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf> (дата обращения: 13.04.2023).
4. Санкт-Петербург в 2021 году. Управление Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Санкт-Петербург, 2022. URL: https://78.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/11000122_122021.pdf (дата обращения: 13.04.2023).
5. Pine J., Gilmore H. The experience economy. Harvard Business Press, 2011. 359 с.
6. Barkas P., Honeck D., Rubio E. International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis // WTO Staff Working Paper. 2020. No. 11.
7. Kasliwal N., Agarwal S. Green marketing initiatives and sustainability issues in hotel industry. Green Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Application // IGI Global. 2019. P. 512-529. DOI: 10-4018/978-1-5225-7.
8. Макарова Д.Д. Российская туристическая индустрия: адаптация к новым реалиям и возможности для развития туристической сферы // Стратегия и современные тренды развития предприятий туристического и гостиничного бизнеса: материалы V Всероссийской научно-практической конференции (Ярославль, 22 апреля 2022 года). М.: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2022. С. 176-181.
9. Карнаух А.Л., Романова М.М. Развитие индустрии гостеприимства в современных экономических условиях // Проблемы и перспективы развития фундаментальных исследований в сферах физической культуры, спорта, туризма и гостеприимства: сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции (Москва, 17 ноября 2022 года). М., 2022. С. 115-121.
10. Бронштейн С. Меняются только названия: как уход международных отелей влияет на индустрию туризма. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/473407-menautsa-tol-ko-nazvania-kak-uhod-mezdunarodnyh-otelej-vliet-na-industriu-turizma> (дата обращения: 13.04.2023).

УДК 334.012

М. М. Стрельник

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: creative.06@mail.ru

ФОРМЫ И СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ (ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ)

Ключевые слова: формы взаимодействия, способы (методы) взаимодействия, кооперация, координация, коллаборация, хозяйствующий субъект, хозяйственная деятельность, экономический агент, экономическая деятельность.

В данной статье рассматриваются формы и способы (методы) взаимодействия хозяйствующих субъектов. Автор анализирует взаимосвязь парных понятий, применяемых в российской научной и специализированной литературе: «хозяйствующий субъект», «хозяйствующая деятельность» и «экономический агент», «экономическая деятельность». Выделяют следующие формы взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов): кооперация, координация и коллаборация. В статье даются определения: «форма взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов)», «способ (метод) взаимодействия». Хозяйствующие субъекты могут выбирать различные способы (методы) организации взаимодействия друг с другом, например: совместное предприятие, государственно-частное партнерство, кластер и т.д. При этом хозяйствующие субъекты могут комбинировать способы (методы) организации взаимодействия, например: вначале создать совместное предприятие, которое затем будет участником кластера. В данной статье рассматриваются следующие ключевые свойства способов (методов) взаимодействия хозяйствующих субъектов: взаимодействие на основе «контракта» или «объединения капитала»; необходимость создания нового юридического лица; потребность в реструктуризации хозяйствующего субъекта (будущего участника взаимодействия). Знание отличительных особенностей способов организации взаимодействия хозяйствующих субъектов позволяет обосновано принимать решения при планировании и реализации мероприятий по организации взаимодействия хозяйствующих субъектов.

M. M. Strelnik

St. Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg,
e-mail: creative.06@mail.ru

FORMS AND METHODS OF BUSINESS ENTITIES INTERACTION (ECONOMIC AGENTS)

Keywords: forms of interaction, ways (methods) of interaction, cooperation, coordination, collaboration, business entity, business activity, economic agent, economic activity.

The forms and methods of business entities interaction are considered in the article. The author analyzes the relationship of paired definitions using in russian scientific and specialized literature: “business entity”, “business activity” and “economic agent”, “economic activity”. The following forms of interaction between business entities (economic agents) are distinguished: cooperation, coordination and collaboration. The following definitions are proposed in the article: “the form of interaction between business entities (economic agents)”, “the way (method) of interaction”. Business entities can choose different ways (methods) of interaction organizing with each other, for example: joint venture, public-private partnership, cluster, etc. At the same time, business entities can combine ways (methods) of interaction organizing, for example: in the beginning to set up a joint venture and then the joint venture becomes to be a participant of cluster. The following key features of business entity interaction are discussed in the article: interaction on the basis of a “contract” or “pooling of capital”; the need to create a new legal entity; the need of business entity restructuring (future interaction participant). The knowledge of distinctive features of the ways of business entities interaction organizing makes it possible to conclude decisions reasonably under planning and implementing measures to organize the interaction of business entities takes place.

Введение

Для национальных экономик в XXI веке в связи с напряжением в экономико-политическом сотрудничестве многих стран характерны: макроэкономические кризисы,

усиление конкуренции для российских компаний на международном и внутристрановом уровнях, снижение платежеспособного спроса внутри стран, росте инфляции, сокращением доступности материальных,

технологических, финансовых и иных ресурсов. Таким образом актуализируется потребность во взаимодействии внутринациональных хозяйствующих субъектов (экономических агентов) друг с другом, с целью объединения доступных ресурсов и усилий для противостояния и адаптации к появившимся вызовам ведения экономической (предпринимательской) деятельности.

В мировой практике отмечается высокая роль малых и средних предприятий (МСП) в обеспечении устойчивости национальных экономик. Страны с высокой долей малых и средних предприятий в экономике характеризуются более низкими и стабильными ценами, они меньше подвержены инфляционным процессам, их продукция более конкурентоспособна на мировом рынке. Для деятельности малых и средних предприятий характерны следующие слабые места: малая величина первоначального капитала и невозможность реализовать эффект масштаба [33].

Для экономики России характерна небольшая доля МСП (малых и средних предприятий), так доля МСП в ВВП России за 2021 год составляет 20,1% [40]. Небольшая доля МСП в России возможно объяснить историческими предпосылками. Россия является преемником РСФСР и до 1991 года экономика РСФСР была плановой на основе государственной собственности, а после проведения приватизации сохранилась значительная доля больших предприятий с государственным участием, как правила представители естественных монополий (например, ПАО «РЖД», ПАО «Газпром» и т.д.). Сохранилась значительная роль государства не только как регулятора, но и прямого участника экономических процессов по средствам ГУП, МУП и коммерческих предприятий со значительным государственным участием в капитале. Для России характерно выстраивание взаимодействия между большими предприятиями и большими предприятиями с представителями МСП.

С целью обеспечения устойчивого роста предприятий в условиях нестабильности экономической среды существует потребность во взаимодействии между экономическими субъектами, включая крупные и малые предприятия. Руководителям хозяйствующих субъектов необходимо понимание особенностей форм и способов (методов)

организации взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов) для принятия обоснованных решений при планировании и реализации мероприятий по организации взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Использование цифровых технологий целесообразно не только на уровне внутренних бизнес – процессов, но и при взаимодействии хозяйствующих субъектов. Появление новых и развитие уже существующих цифровых технологий также способствует интенсификации взаимодействия за счет упрощения, удешевления и автоматизации бизнес-процессов, способствует преодолению барьеров и повышению эффективности взаимодействия субъектов с разными масштабами экономической деятельности [32].

Цель исследования – рассмотреть формы взаимодействия хозяйствующих субъектов и определить ключевые свойства способов (методов) организации взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Материалы и методы исследования

В данной статье автором применялись следующие методы исследования: теоретический обзор, анализ, синтез и обобщение. Проводился анализ научных публикаций зарубежных и российских ученых, посвященных проблеме взаимодействия хозяйствующих субъектов. Автор применил сравнительный метод при сопоставлении способов (методов) взаимодействия хозяйствующих субъектов с целью выделения их общих и различных свойств.

Результаты исследования и их обсуждение

В экономической литературе применяются дефиниции, которые воспринимаются в качестве синонимов: «хозяйствующий субъект», «экономический агент». Необходимо провести анализ данного терминологического ряда, в связи с тем, что данные определения применяются для определения участника взаимодействия.

В законодательстве Российской Федерации даются определения понятию «хозяйствующий субъект». Впервые термин «хозяйствующий субъект» упоминается в законодательстве 22 марта 1991 в законе РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» [29] дается следующее опре-

деление: «хозяйствующие субъекты – российские и иностранные коммерческие организации и их объединения (союзы или ассоциации), некоммерческие организации, за исключением не занимающихся предпринимательской деятельностью, в том числе сельскохозяйственных потребительских кооперативов, а также индивидуальные предприниматели» [5].

В федеральном законе «О защите конкуренции» наблюдалась эволюция термина «хозяйствующий субъект». Так в статье 4 ФЗ «О защите конкуренции» редакции от 26.07.2006 N 135-ФЗ к хозяйствующим субъектам относили только «индивидуальных предпринимателей, коммерческие и некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, приносящую им доход» [3]. В редакции этого же закона после поправок от 06.12.2011 дается следующее определение: «хозяйствующий субъект – это коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации (например простое товарищество)» [2].

В Общероссийском классификаторе организационно-правовых форм (ОКОПФ) редакции 1999 года к «хозяйствующим субъектам» относятся любые юридические лица, а также организации, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица, и индивидуальные предприниматели [4]. Далее в обновленных редакциях ОКОПФ данное определение не указывалось.

Рассмотрим определения «хозяйствующий субъект», которые даются в научной литературе. Машкин Н.А. к хозяйствующим субъектам относит коммерческие организации, индивидуальных предпринимателей, а также некоммерческие организации, которые осуществляют деятельность, приносящую доход [10]. Умнов В.А. и Макарова Е.Б. под хозяйствующим субъектом понимают любые субъекты, занимающиеся хозяйственной деятельностью, а именно: лица

свободных профессий, саморегулируемые организации, торговые ассоциации, различные спортивные федерации, а также публичные образования. Авторы также выделяют, что основным видом хозяйствующих субъектов являются промышленные предприятия [34].

Фролова А.Н. выделяет следующие критерии хозяйствующего субъекта:

- наделенность в установленном законом порядке статусом субъекта права;
- профессиональное ведение в качестве основного вида однородной производственной деятельности, носящей предпринимательский характер, на основе обособленного имущества;
- использование собственной способности к труду (индивидуальные предприниматели) и (или) привлеченных трудовых ресурсов;
- осуществление руководство своей деятельностью (самостоятельно или с участием других хозяйствующих субъектов);
- приобретение от своего имени прав и обязанностей;
- наличие имущественной ответственности [43].

Необходимо отметить, что схожие критерии хозяйствующего субъекта, которые выделяет Фролова А. Н. являются ключевыми для термина «юридическое лицо», который приводится в статье 48 ГК РФ:

- юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде;
- юридическое лицо должно быть зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц в одной из организационно-правовых форм [1].

Некоторые авторы научных публикаций, среди которых Яндиев М.И., отождествляют хозяйствующего субъекта с понятием «субъект предпринимательской деятельности» [36]. Данной точки зрения придерживается и Кузнецов К.И., относя предпринимательские объединения, индивидуальных предпринимателей, юридические лица, ведущие предпринимательскую деятельность, к хозяйствующему субъекту [19]. Асаул А.Н. определяет предпринимательство, как особый вид хозяйственной деятельности, суть

которой заключается в стимулировании и удовлетворении спроса общества на конкретные потребности его членов посредством рыночного обмена и направленной на завоевание конкурентных преимуществ через нарушение рыночного равновесия [6]. Отождествление дефиниций «хозяйствующего субъекта» и «субъект предпринимательской деятельности» не верно, в связи с тем, что не для всех организационно правовых форм «хозяйствующих субъектов» получение прибыли является основной целью их деятельности, а именно для некоммерческих юридических лиц. Например: ассоциаций (союзов), фондов и т.д.

В литературе для определения участников экономических отношений применяется термин «экономический агент». Экономический агент не только активно воздействует на социально-экономические процессы, но и сам является непосредственным участником этих процессов. Экономический агент – субъект, выполняющий одну или несколько социально-экономических функций в рамках межсубъектных отношений в экономике [21]. Линский Д.В. определяет «экономического агента», как любого субъекта общественно-хозяйственных отношений (домохозяйство, предприятие, государство и правительственные институты), участвующего в жизни хозяйственной деятельности общества — в производстве, потреблении, распределении и обмене продукта совокупного производства [22]. Домохозяйство – это экономический агент, состоящий из одного или более лиц, являющихся собственниками факторов производства (ресурсов) и основными потребителями товаров (услуг), которые удовлетворяют материальные потребности всего общества [11].

Понятия «хозяйствующий субъект» и «экономический агент» в российской научной литературе используются для определения акторов хозяйственной и экономической деятельности соответственно.

И. В. Ершова указывает, что экономическая деятельность является обобщающим понятием и включает следующие виды деятельности, которые характеризуются различными признаками, позволяющими проводить разграничение и проследить соотношение рассматриваемых категорий, что находит проявление в законодательстве, судебной практике и является предметом научных исследований:

- хозяйственная деятельность;
- предпринимательская деятельность;
- профессиональная деятельность, приносящая доход;
- коммерческая деятельность;
- торговая деятельность [16].

Хозяйственная деятельность как разновидность экономической деятельности заключается в осуществлении организации, обеспечении, руководстве и непосредственной реализации производства. Причем ее осуществление может быть направлено как на получение прибыли, так и на обеспечение собственных нужд субъекта [35].

Некоторые авторы приравнивают хозяйственную и экономическую деятельность. А.Я. Курбатов, отождествляя хозяйственную и экономическую деятельность, подчеркивал, что произошел осознанный отказ от использования понятия «хозяйственная деятельность» в законодательстве и юридической литературе Российской Федерации [8]. Это было связано с переходом к рыночной экономике и появлению в практике новых дефиниций.

В ряде работ применяются термины «экономическая (хозяйственная) деятельность» [28] или «хозяйственно-экономическая деятельность» [15]. Применение данных терминов подчеркивает неразрывность экономической и хозяйственной деятельности.

Белых В.С. выделил два подхода к определению термина «хозяйственная деятельность»:

- в широком смысле – хозяйственная деятельность совпадает с экономической деятельностью;

- в узком смысле – деятельность субъектов, направленная на изготовление и реализацию продукции, выполнение работ и оказание услуг стоимостного характера и ценовой определенности. Здесь понятия «экономическая деятельность» и «хозяйственная деятельность» соотносятся как род и вид [12]. Таким образом, в узком смысле хозяйственная деятельность является частью экономической деятельности.

Возможно сделать следующие выводы по практическому применению терминов «хозяйствующий субъект» и «экономический агент» в научной литературе:

- в России применение термина «хозяйствующий субъект» началось в период преобразования законодательства России

(«перестройки») для определения субъекта «хозяйственной деятельности», в то время как термин «экономический агент» применялся в иностранной научной литературе для определения субъекта «экономической деятельности». Таким образом в российской научной публикации часто используют понятие «хозяйствующий субъект» в качестве дефиниции относительно к участникам экономической деятельности;

- признаки «хозяйствующего субъекта» во многом соответствуют определению «юридическое лицо», исключение составляя организации, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица (например, простое товарищество, представительства, филиалы, которые не являются юридическими лицами);

- экономическая деятельность предполагает действия по планированию, принятию и реализации управленческого решения, которые могут осуществляться независимым актором (физическое, юридическое лицо или их объединения), что подразумевает субъектность участников экономической деятельности.

Автор данной статьи разделяет позицию, что понятие хозяйственная деятельность является неотъемлемой составной частью экономической деятельности, так как без хозяйственной деятельности акторов (субъектов) невозможно будет реализовать экономические процессы.

«Взаимодействие» в философии — это категория, отражающая процессы воздействия различных объектов друг на друга, их взаимную обусловленность, изменение состояния, взаимопереход, а также порождение одним объектом другого [30]. В экономической научной литературе под категорией «взаимодействие» понимается процесс согласования действий экономических субъектов, разделенных в пространстве и во времени по силе и содержанию, отражающий их воздействие друг на друга и их взаимную обусловленность [14]. При осуществлении своей деятельности хозяйственные субъекты взаимодействуют с субъектами внешней среды (потребители, поставщики, конкуренты, органы государственной власти и т.д.).

Взаимодействие между участниками экономической деятельности устанавливается посредством различных связей. Спектр связей между участниками варьируется от полной хозяйственно-финансовой и юридической самостоятельности участни-

ков при формировании и реализации связей до полной потери самостоятельности в результате использования «жесткой» формы интеграции. Также связи взаимодействия могут отличаться по степени их устойчивости: от высокой степени их устойчивости к различным колебаниям внешней среды до их полного распада в результате воздействия на них [23].

Исследование взаимодействия между заинтересованными сторонами начинается с теории кооперации. Теория кооперации появилась в XIX веке (основатели Шарль Фурье и Роберт Оуэн), изначально под кооперативом понималось «социалистическое устройство человеческого общества» в основе деятельности которых лежали коллективизм, сотрудничество, взаимопомощь. Кооператив изначально противопоставлялся принципу конкуренции в капиталистическом обществе классической политэкономии [9, 26]. С течением времени понятие кооператив и область его применения изменялись. Кузнецова Е. П. рассматривая кооперационные связи между малым и крупным бизнесом под кооперацией понимает долговременные договорные отношения между малым и крупным предприятием в сфере производства и сбыта продукции, материально-технического обеспечения производственного процесса, научно-исследовательских разработок, осуществляемых с целью повышения общей эффективности хозяйственной деятельности [20]. Международный кооперативный альянс (ICA) утвердил следующее определение: кооператив – «это автономное объединение людей, объединившихся добровольно для удовлетворения своих общих экономических, социальных и культурных потребностей и устремлений посредством совместного владения и демократически контролируемого предприятия» [41]. По мнению Костенко О.В. кооперация участников цепочек ценности является новой формой конкурентной борьбы в современном мире [18].

Помимо кооперации выделяют также следующие формы взаимодействия: координацию и коллаборацию субъектов предпринимательства. Существует проблема определения различия между терминами кооперация, координация, коллаборация.

Кооперация, координация, коллаборация являются основой межорганизационных взаимодействий (interorganizational relationships) [37].

Отличия между понятиями заключаются в следующем:

- координация — это согласование совместной работы, объединение различных частей или групп в единое целое, для совместного достижения общих (IOR) целей, в то время как кооперация – процесс совместной работы независимых субъектов предпринимательства для достижения общей (согласованной) цели в долгосрочной перспективе.

- коллаборация означает добровольную помощь другим в достижении общей цели IOR или частной цели участника. Коллаборация носит обычно стратегический характер [39, 42].

Следует отметить, что появление новых цифровых технологий и внедрение их в бизнес-процессы экономических агентов способствует установлению связей между ними. В частности, развитие технологий взаимодействия на основе использования облачных технологий и low code платформ широкого доступа, обеспечиваемого относительной простотой пользования и мобильностью доступа. Такие платформы способны обеспечивать возможность простого мобильного доступа к цифровым сервисам и программным продуктам широкому кругу пользователей взаимодействующих организаций. В частности, они могут обеспечивать доступ к базам данных и программным средствам их обработки, в том числе с применением методов машинного обучения. Таким образом повышается эффективность экономической деятельности хозяйствующих субъектов при использовании в их взаимодействии современных цифровых технологий [38].

На основе анализа литературы взаимодействия экономических субъектов возможно дать следующее определение понятия «форма взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов)» – это характер деятельности участников взаимодействия, отражающий признание участниками взаимодействия степени индивидуальной вовлеченности и объединения совместных усилий при реализации совместных мероприятий участников. Формами взаимодействия являются: кооперация, координация, коллаборация. В основе формы взаимодействия хозяйствующих субъектов лежит способ (метод) взаимодействия хозяйствующих субъектов. *Способ (метод) взаимодействия* – это совокупность практи-

ческих действий, предпринимаемых хозяйствующими субъектами для установления взаимодействия друг с другом.

В статье далее будут рассматриваться следующие способы (методы) взаимодействия:

- субконтрактинг;
- аутсорсинг;
- кластер;
- консорциум;
- ассоциация (союз);
- совместное предприятие;
- холдинг;
- государственно-частное партнерство;
- лизинг;
- франчайзинг;
- краудфандинг.

Хозяйствующие субъекты могут выбирать различные способы (методы) организации взаимодействия друг с другом, например: совместное предприятие, государственно-частное партнерство, кластер и т.д. При этом хозяйствующие субъекты могут комбинировать способы (методы) организации взаимодействия, например: вначале создать совместное предприятие, которое затем будет участником кластера.

Способы (методы) взаимодействия, нарушающие антимонопольное законодательство не будут рассматриваться в данной статье, например, картель и т.д. Также за рамками рассмотрения данной статьи остается взаимодействие на основе договора купли-продажи, уступки требований и т.д.

Цели и свойства способов (методов) организации взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов) представлены в таблице.

Безусловно мотивом стать участником взаимодействия с другим хозяйствующим субъектом (экономическим агентом) для хозяйствующего субъекта (экономического агента) является желание повысить эффективность своей деятельности, например рентабельность. Автор данной статьи приводит в таблице примеры основных целей участников взаимодействия.

В данной статье рассматриваются следующие ключевые свойства способов (методов) взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов):

- взаимодействие на основе «контракта» или «объединения капитала»;
- необходимость создания нового юридического лица;
- потребность в реструктуризации будущего участника взаимодействия.

Ключевые свойства способов (методов) организации взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов)*

№	Способы (методы) организации взаимодействия	Цель участников взаимодействия	Свойства способа (метода) организации взаимодействия		
			Основа создания взаимодействия**	Появление нового юридического лица***	Потребность в реструктуризации участников****
1	Субконтрактинг	Выполнение контракта заказчиком на поставку своей продукции при нехватке собственной производственной мощности на основе размещения заказа на другом предприятии по изготовлению продукции в соответствии со своими требованиями и стандартами.	КТ	НЕТ	НЕТ
2	Аутсорсинг	<ul style="list-style-type: none"> • Неосновные виды деятельности и бизнес-процессы передаются на аутсорсинг; повышение внимание заказчика на основном для себя виде деятельности. • Выполнение работ, оказание услуг или производство продукции на долгосрочной основе специализированными организациями. [25] 	КТ	НЕТ	ДА
3	Кластер	<ul style="list-style-type: none"> • Облегчение вхождения в глобальные цепочки и сети создания новых продуктов и технологий. • Выход на новые рынки сбыта, обеспечивающий рост бизнеса каждого участника кластера. • Рост репутации участника кластера, популярности торговой марки, усиление бренда. [7], [13] 	КТ	НЕТ/ДА	НЕТ
4	Консорциум	Координация деятельности для выполнения крупных экономических или социальных проектов на основе добровольного взаимодействия.	КТ	НЕТ	НЕТ
5	Совместное предприятие	Объединение капитала и иных ресурсов для совместного управления, распределения прибыли и рисков между участниками.	КЛ	ДА	ДА
6	Ассоциация (союз)	Представление и защита общих, в том числе профессиональных, интересов, для достижения общественно полезных целей, а также иных не противоречащих закону и имеющим некоммерческий характер целей (ст. 123.8 ГК РФ) [1].	КТ	ДА	НЕТ

Окончание табл.

№	Способы (методы) организации взаимодействия	Цель участников взаимодействия	Свойства способа (метода) организации взаимодействия		
			Основа создания взаимодействия**	Появление нового юридического лица***	Потребность в реструктуризации участников****
7	Холдинг	<ul style="list-style-type: none"> • Диверсификация бизнеса материнской компании. • Получение доступа материнской компании к новым рынкам и технологиям по средствам включения новых участников в холдинг. • Сохранение контроля материнской компании над участниками холдинга, что позволяет принимать решения по изменению состава холдинга, бизнес-процессов между участниками холдинга. • Получение дочерней компании доступа к ресурсам, компетенциям материнской компании и/или других дочерних компаний в рамках холдинга. 	КЛ	НЕТ/ДА	ДА
8	Государственно-частное партнерство	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение ресурсного обеспечения государственных инфраструктурных проектов за счет привлечения частного капитала. • Повышение эффективности реализации инфраструктурных проектов и их дальнейшего обслуживания. • Сокращение государственных расходов и повышение эффективности принятия управленческих решений. 	КТ	НЕТ	НЕТ
9	Франчайзинг	Для франчайзера – увеличение дохода за счет передачи за вознаграждение право вести бизнес, используя свои имя (бренд). Для франчайзи – получение возможности использования известного бренда, товарного знака и доступа к бизнес-моделям известных компаний.	КТ	НЕТ	НЕТ
10	Лизинг	Получить возможность использовать имущество без права владения им. При этом участвует несколько субъектов – лизингодатель, лизингополучатель и продавец предмета лизинга, также могут привлекаться финансовые институты (банки, страховые компании и т.д.).	КТ	НЕТ	НЕТ
12	Краудфандинг	Финансирование деятельности хозяйствующего субъекта (экономического агента).	КТ	ДА	НЕТ

*Источник: автор, на основе [1, 7, 13, 17, 24, 25, 27, 31, 32].

** «КТ» – контракт; «КЛ» – объединение капитала.

*** Новое юридическое лицо появляется – «ДА»; новое юридическое лицо не появляется – «НЕТ».

**** Предприятие при взаимодействии с экономическими субъектами необходимо будет провести свою реструктуризацию – «ДА»; нет необходимости в проведении реструктуризации предприятия при взаимодействии с экономическими субъектами – «НЕТ».

Под основой создания взаимодействия понимается принцип установления взаимодействия участников. Если участники взаимодействия заинтересованы в концентрации капитала с целью координации совместных действий, то такое взаимодействие рассматривается как взаимодействие на основе капитала. Если участники взаимодействия договариваются о последовательности своих совместных действий в рамках взаимодействия, то взаимодействие основано на договоре (контракте). Бывают случаи, когда предметом взаимодействия хозяйствующих субъектов является капитал (включая денежные средства), но тем не менее участники взаимодействия не намериваются концентрировать данный капитал с целью координации совместных действий. Например: лизинг; краудфандинг.

Участникам взаимодействия на основе контракта проще выйти из него, чем участникам взаимодействия на основе капитала. Это связано с тем, что сформированный в начале взаимодействия участников капитал с течением времени изменяет свою величину (увеличивается или уменьшается), таким образом появляется трудность в определении «справедливой» доли капитала участника взаимодействия при его выходе из взаимодействия хозяйствующих субъектов.

К способам взаимодействия на основе контракта относятся: субконтрактинг; аутсорсинг; кластер; консорциум; ассоциация (союз); государственно-частное партнерство; франчайзинг; лизинг; краудфандинг. Несмотря на то, что для лизинга, краудфандинга, предметом взаимодействия является капитал, но его реципиенты не теряют самостоятельности при его получении. Основа создания перечисленных способов (методов) взаимодействия является контракт. При данных способах организации взаимодействия следует отметить, что одни участники передают капитал другим участникам взаимодействия, но с целью получения своей прибыли на вложенный капитал, а не для организации совместной деятельности или контроля деятельности участников, получивших данный капитал. Холдинг, совместное предприятие, товарищество являются способами взаимодействия на основе капитала.

В результате организации взаимодействия хозяйствующих субъектов могут появляться (учреждаться) новые юридические лица. Новые юридические лица, которые от-

существовали ранее (до установления взаимодействия), исполняют функции по согласованию, координации, организации деятельности участников взаимодействия, принимают участие в таком взаимодействии. Новые юридические лица появляются при следующих способах (методах) взаимодействия:

- кластер;
- ассоциация (союз);
- совместное предприятие;
- лизинг;
- краудфандинг.

При создании холдинга может как учреждаться новое юридическое лицо (головная организация холдинга), так и один из участников взаимодействия может стать головной организацией холдинга. В литературе используются синонимы «головная организация холдинга» и «материнская организация холдинга». При создании кластера также кто-то из участников может выполнять задачи специализированной организации кластера, в таком случае новое юридическое лицо не учреждается.

При следующих способах организации взаимодействия хозяйствующих субъектов новые юридические лица не учреждаются: субконтрактинг, аутсорсинг, консорциум, государственно-частное партнерство, франчайзинг.

Следующие способы (методы) установления взаимодействия требуют проведения реструктуризации участников: аутсорсинг, совместное предприятие, холдинг. Реструктуризация участников не требуется при следующих способах (методов) установления взаимодействия: субконтрактинг, кластер, консорциум, ассоциация (союз), государственно-частное партнерство, лизинг, краудфандинг. Следует отметить, что решение по проведению реструктуризации может быть принято при любом способе (методе) установления взаимодействия, если это повышает эффективность участника взаимодействия.

Заключение

В научной, практической литературе и законодательстве России применение термина хозяйствующий субъект началось в период преобразования законодательства России («перестройки») для определения субъекта «хозяйственной деятельности», в то время как термин «экономический агент» применялся в иностранной научной литературе для определения субъекта

«экономической деятельности». Признаки «хозяйствующего субъекта» соответствуют определению «юридическое лицо», исключение составляя организации, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица (например, простое товарищество, представительства, филиалы, которые не являются юридическими лицами). Экономическая деятельность предполагает действия по планированию, принятию и реализации управленческого решения, которые может осуществлять только независимый актор (физическое, юридическое лицо или их объединения), что подразумевает субъектность участников экономической деятельности.

Автор данной статьи разделяет позицию, что понятие хозяйственная деятельность является неотъемлемой составной частью экономической деятельности, так как без хозяйственной деятельности акторов (субъектов) невозможно будет реализовать экономические процессы.

Выделяют следующие формы взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов): кооперация, координация и коллаборация. Автор статьи дает определения следующим понятиям: «форма взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов)», «способ (метод) взаимодействия». «*Форма взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов)*» – это характер деятельности участников взаимодействия, отражающий признание участниками взаимодействия степени индивидуальной вовлеченности и объединения совместных усилий при реализации совместных мероприятий участников. *Способ (метод) взаимодействия* – это совокупность практических действий, предпринимаемых хозяйствующими субъектами для установления взаимодействия друг с другом. Хозяйствующие субъекты могут выбирать различные способы (методы) организации взаимодействия друг с другом, например: совместное предприятие, госу-

дарственно-частное партнерство, кластер и т.д. При этом хозяйствующие субъекты могут комбинировать способы (методы) организации взаимодействия, например, создать совместное предприятие, которое будет в дальнейшем участником кластера. К тому же кластер или его участники могут взаимодействовать на основе иных способах с организациями (предприятиями), не входящих в кластер, например на основе субконтрактинга, краудфандинга и т.д.

В данной статье рассматриваются следующие ключевые свойства способов (методов) взаимодействия хозяйствующих субъектов (экономических агентов):

- взаимодействие на основе «контракта» или «объединения капитала»;
- необходимость создания нового юридического лица;
- потребность в реструктуризации хозяйствующего субъекта (будущего участника взаимодействия).

Участникам взаимодействия на основе контракта проще выйти из него, чем участникам взаимодействия на основе капитала. Некоторые способы установления взаимодействия могут требовать появления (учреждения) новых юридических лиц. Следует отметить, что решение по проведению реструктуризации может быть принято при любом способе (методе) установления взаимодействия, если это повышает эффективность участника взаимодействия.

Существует множество причин взаимодействия хозяйствующих субъектов, среди которых выделяют: недостаточность ресурсов, желание получить результат, который не может достичь каждый участник взаимодействия, обеспечение устойчивого развития участников взаимодействия. Знание отличительных особенностей способов организации взаимодействия хозяйствующих субъектов позволяет обосновано принимать решения при планировании и реализации мероприятий по организации взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // ЭПС Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/10164072/> (дата обращения: 10.01.2023).
1. ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ // СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/ (дата обращения: 30.01.2023).

2. ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ // ФГБУ «Редакция «Российской газеты» [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/documents/2006/07/27/zaschita-konkurencii.html> (дата обращения: 30.01.2023).
3. Общероссийский классификатор организационно-правовых форм (ОКОПФ) в увязке с кодами КОПФ (утв. постановлением Госстандарта РФ от 30 марта 1999 г. N 97) // ЭПС Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <https://base.garant.ru/181537/> (дата обращения: 15.01.2023).
4. Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» 22 марта 1991 года N 948-1 // Совет по предпринимательству при Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garweb.ru/project/spprinfo/documents/5108/5108-01.htm> (дата обращения: 01.02.2023).
5. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник. СПб.: Институт проблем экономического возрождения, 2009. 209 с.
6. Дежина И.Г. Технологические платформы и инновационные кластеры: вместе или порознь? М.: Издательство Института Гайдара, 2013. 124 с.
7. Курбатов А.Я. Сочетание частных и публичных интересов при правовом регулировании предпринимательской деятельности. М.: Центр ЮрИнфоР, 2001. 212 с.
8. Макаренко А.П. Теория и история кооперативного движения: учебное пособие. М.: Новус-Л, 2000. 326 с.
9. Машкин Н.А. Хозяйственное право в механизме управления рыночной экономики: монография. М.: Изд-во МИЭП, 2016. 116 с.
10. Носова С.С. Микроэкономика в вопросах и ответах: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2012. 224 с.
11. Белых В.С. Отношения в сфере предпринимательства как предмет предпринимательского права // Актуальные проблемы науки и практики коммерческого права: сборник научных статей. Том 5. М.: Волтерс Клувер, 2005. С. 31-48.
12. Боев А.Г., Воронин С.И. Методические основы оценки целесообразности интеграции предприятий в промышленные кластеры // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2010. № 3. С. 15-19.
13. Грекова Г.И., Федотова Е.И. Взаимодействие хозяйствующих субъектов: экономическая сущность и содержание // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2015. № 2(18). С. 12-18.
14. Дилигенский Н.В., Матвеева Е.А. Организация планирования и управления хозяйственно-экономической деятельностью предприятия с использованием концепции сбалансированной системы показателей // Инфокоммуникационные технологии. 2012. Т. 10, № 4. С. 74-79.
15. Ершова И.В. Экономическая деятельность: понятие и соотношение со смежными категориями // Lex Russica (Русский закон). 2016. № 9(118). С. 46-61.
16. Костенко О.В. Цели как основа стратегии участия предприятия в кластере // Инновационная наука. 2015. №12-1. С. 144-148.
17. Костенко О.В. Эволюция теорий конкуренции: модели и инструменты конкурентной борьбы // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 11-1. С. 111-116.
18. Кузнецов К.И. Понятие «хозяйствующий субъект» в предпринимательском праве // Право и экономика. 2018. № 12(370). С. 18–25.
19. Кузнецова Е.П. Основные подходы к понятию кооперационных связей малого и крупного бизнеса // Вопросы территориального развития. 2017. № 4 (39). С. 2.-12.
20. Куусый М.Ю., Королев О.Л. Введение в концепцию взаимного влияния актуальной институциональной системы и межсубъектных отношений в экономике в рамках парадигмы трехуровневой системной иерархии (макро/ мезо/ микро) // Друкеровский вестник. 2020. № 1 (33). С. 44-59.
21. Линский Д.В. Конкретизация категории «экономический агент» // Вестник Академии знаний. 2019. № 34 (5). С. 136-146.
22. Лобова С.В. Теоретико-методологические аспекты организационных взаимодействий участников рынка // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2015. № 1(39). С. 52-57.
23. Малашкина О.Ф. Консорциум как модель управления развитием высокотехнологичных компаний // Экономика и социум: современные модели развития. 2020. Т. 10, № 1(27). С. 69-82.
24. Мещерякова С.А., Давлетшина Л.М. Сущность и механизм аутсорсинговой модели бизнеса // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 2(51). С. 175-179.
25. Палладина М.И., Воронина Н.П. Истоки возникновения кооперативной теории, кооперативов и развития кооперативного движения // Государство и право. 2014. №4. С. 83–95.

26. Сазонов В.Е. Преимущества, недостатки и риски государственно-частного партнерства // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. 2012. № 3. С. 99-108.
27. Салиева Р.Н. Особенности экономической (хозяйственной) деятельности в энергетическом секторе экономики // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2015. № 6(55). С. 1117-1121.
28. Семеусов В.А., Кулиш А.В. О хозяйствующих субъектах и субъектах предпринимательской деятельности // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2008. № 3. С. 116-119.
29. Старцев М.В. Категория «взаимодействие» в философской, социологической, психологической и педагогической литературе // Гаудеамус. 2007. Т. 1. № 11. С. 49-61.
30. Стрельник М.М. Альтернативные формы финансирования деятельности предприятий (b2b лендинг, краудинвестинг, инвестиционное товарищество) // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы VIII Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 23 мая 2019 года). СПб.: ООО «НПО ПБ АС», 2019. С. 550-555.
31. Стрельник М.М. Источники финансирования кластера и его участников // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 9-1. С. 155-165
32. Тимофеев В.И. Роль малых и средних предприятий в российской экономике // ВУЗ. XXI век. 2015. № 1 (47). С. 99-112.
33. Умнов В.А., Макарова Е.Б. Понятие хозяйствующего субъекта и его роль в развитии российской промышленности // Государственное управление. Электронный вестник. 2021. № 86. С. 74-88.
34. Шувалов И.И. Правовая категория «предпринимательская деятельность»: законодательная дефиниция и реальность // Журнал российского права. 2020. № 5. С. 59-65.
35. Яндиев М.И. Теория финансов: необходима корректировка восприятия // Финансы. 2013. № 5. С. 60-64.
36. Castañer X., Oliveira N. Collaboration, Coordination, and Cooperation Among Organizations: Establishing the Distinctive Meanings of These Terms Through a Systematic Literature Review // Journal of Management. 2020. Vol. 46, Is. 6. P. 965-1001.
37. Kunin V.A., Strelnik M.M. Possibility of digital technology use to improve the efficiency of economic entities interaction // Challenges and Solutions in the Digital Economy and Finance: Proceedings of the 5th International Scientific Conference on Digital Economy and Finances (Saint-Petersburg, 17–18 марта 2022 года). Cham, Switzerland: Springer Nature Switzerland AG, 2022. P. 9-18.
38. Wankmüller C., Reiner G. Coordination, cooperation and collaboration in relief supply chain management // Journal of Business Economics. 2020. № 90. P. 239–276.
39. Доля малого и среднего предпринимательства в валовом внутреннем продукте // ЕМИСС Государственная Статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/59206> (дата обращения: 31.01.2021).
40. ICA. The International Co-operative Alliance Statement on Co-operative Identity. Review of International Co-operation. 1995. Vol. 88. No. 4. 131 p. URL: <https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/volume-4-17629010-394871837.pdf> (дата обращения: 05.01.2023).
41. Weaver B. Coordination, Cooperation and Collaboration: Defining the C3 Framework Senior Capstone Project for Breanna Weaver, available at. 2012. URL: https://digitalcommons.bryant.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=honors_management (дата обращения: 10.01.2023).
42. Фролова Н.В. Правовая организация отраслевых промышленных комплексов: теоретические основы исследования и практика правового регулирования: на примере нефтедобывающего комплекса: дис. ... докт. юрид. наук: 12.00.03. Москва, 2009. 517 с.

УДК 336.74

Б. Ж. ТагаровФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», Иркутск,
e-mail: TagarovBG@bgu.ru**А. А. Марасанова**ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет», Иркутск,
e-mail: MarasanovaAA@bgu.ru

ЦЕНОВАЯ ДИСКРИМИНАЦИЯ НА РЫНКЕ КРЕДИТОВАНИЯ: ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРИЧИНЫ

Ключевые слова: рынок кредитования, ценовая дискриминация, цифровая экономика, экосистема, асимметрия информации, ставка процента.

В данной статье автор исследует проблему ценовой дискриминации на рынке кредитования с точки зрения ее информационных причин. Автор анализирует модели ценовой дискриминации в целом, определяя ее связь с неполнотой информацией у субъектов рынка, и рассматривает их применительно к кредитному рынку. В частности, автор выделяет следующие причины: наличие монопольной власти, основанной на преимуществе в информированности об условиях кредитования; неполнота информации у кредитора и об уровне платежеспособности заемщика; неполнота информации у заемщика о стоимости кредита у других кредиторов. Автор считает, что цифровизация финансового сектора и повышение его информационной прозрачности может усилить уровень дискриминации за счет того, что инвестиции в «финтех» и вовлечение потенциальных клиентов в финансовые экосистемы усиливают монопольную власть банка над заемщиками, имеющую информационный характер.

B. Zh. Tagarov

Baikal State University, Irkutsk, e-mail: TagarovBG@bgu.ru

A. A. Marasanova

Baikal State University, Irkutsk, e-mail: MarasanovaAA@bgu.ru

PRICE DISCRIMINATION IN THE LENDING MARKET: INFORMATIONAL REASONS

Keywords: credit market, price discrimination, digital economy, ecosystem, information asymmetry, interest rate.

In this article, the author explores the problem of price discrimination in the lending market from the point of view of its informational causes. The author analyzes the models of price discrimination in general, determining its connection with the incompleteness of information among market participants, and examines them in relation to the credit market. In particular, the author identifies the following reasons: the presence of monopoly power based on the advantage of awareness about the terms of lending; the lack of information from the lender and the level of solvency of the borrower; incomplete information from the borrower about the cost of the loan from other lenders. The author believes that digitalization of the financial sector and increasing its information transparency can increase the level of discrimination due to the fact that investments in fintech and the involvement of potential customers in financial ecosystems strengthen the bank's monopoly power over borrowers, which has an informational nature.

Введение

Конкуренция на рынке кредитования постоянно усиливается, в том числе благодаря развитию информационных систем, приведшему к появлению такого явления, как новые финансовые технологии или «финтех». Поэтому, выбор оптимальной ценовой политики оказывает критическое влияние на устойчивость работы кредит-

ных институтов. Как правило, в отношении крупных заемщиков, особенно из корпоративного сегмента, банки используют тактику установления индивидуальных цен, учитывая оценку их финансового состояния и условий предоставления банковского продукта или услуги. При работе с небольшими розничными клиентами банки, в целом, предпочитают предлагать единые

условия, поскольку затраты на индивидуальный подход к каждому заемщику могут существенно превышать ожидаемый доход от совершаемой операции [1].

Тем не менее, определенный уровень ценовой дискриминации, целью которой является максимизация прибыли, со стороны банков имеет место и на розничном рынке. Кроме того, в условиях цифровизации банковской деятельности, автоматизации процессов выдачи кредитов и обработки информации о заемщиках издержки определения индивидуальных условий резко снижаются, что увеличивает возможности для дискриминации.

Парадоксальной является ситуация, когда в условиях всеобщей информатизации и повышения информационной прозрачности, дискриминация на кредитном рынке, связанная с информационными факторами, может усилиться. Это делает ее изучение все более актуальной.

Целью настоящей статьи является рассмотрение информационных причин ценовой дискриминации заемщиков со стороны кредитных институтов, а также влияние процесса цифровизации на ее уровень.

Материал и методы исследования

Проблеме асимметрии информации и ее непрозрачности на рынке кредитования, ценовой дискриминации, связанной с этим явлением, и влиянию новых технологий на возможность дискриминации заемщиков посвящены исследования как уже признанных классиков, так и новых исследователей. В частности, среди них можно выделить П. Милгрота [2], Х. Вэриана [3], Дж. Акерлофа [4], Дж. Стиглица [5], М. Спенса [6], Д. Стиглера [7], П. Даймонда [8], М. Леонова [1], Е. Гушину [9], В. Бубнова [10], Е. Федорову [11], О. Лунякова [12], М. Жигас [13], Ю. Березкина [14]. Тем не менее, много аспектов данной проблемы требует более подробного анализа.

Автор, на основе анализа теоретических подходов, связанных с данной проблемой, использованных вышеуказанными учеными, определяет информационные причины ценовой дискриминации применительно к рынку кредитования. В работе были использованы такие научные методы, как анализ литературы, синтез, системный подход и др.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ исследований моделей ценовой дискриминации на рынке позволяет выделить три ее главных причины, связанных с информацией: монопольная власть продавца или покупателя, основанная на преимуществе во владении информацией перед контрагентами или конкурентами; асимметрия информации, заставляющая субъекта рынка ориентироваться на групповые признаки; неполнота информации о схожих предложениях на рынке у субъекта, к которому применяется политика дискриминации. Рассмотрим данные причины применительно к рынку кредитования.

1. Монопольная власть, вызванная преимуществом в информированности.

Является проявлением ценовой дискриминации применительно к ставкам по кредитам для заемщиков. Банк, обладая монопольной властью и имея информацию об эластичности спроса на заемные средства, может устанавливать различный уровень процента по кредиту для разных клиентов с одинаковым уровнем платежеспособности, руководствуясь их «ценами спроса».

В результате складывается ситуация, когда одинаковые по «качеству» заемщики уплачивают разный процент по одному и тому же кредитному продукту. В данном случае уровень ценовой дискриминации со стороны кредитного института определяется возможностью получения информации о потребности в кредите, а также уровнем его монопольной власти. Монопольная власть банка здесь многом также имеет информационный характер, так частично основана на относительно низком уровне информированности клиента о других предложениях на рынке кредитования.

Кроме того, разный уровень полной стоимости одной и той же суммы кредита для разных клиентов может быть обусловлен разной степенью их информированности о совокупных платежах по кредиту из-за непрозрачной и запутанной схемы их расчета. Получается, что кредитор имеет возможность максимизировать доход, предлагая худшие условия кредитования менее информированным заемщикам по сравнению с более информированными.

2. Статистическая дискриминация, связанная с асимметрией информацией в пользу покупателя банковских услуг.

Статистическая дискриминация на рынке кредитования возникает из-за отсутствия прозрачной информации о платежеспособности заемщиков. Когда кредитору не хватает конкретной информации о «качестве» отдельного клиента и получение такой информации обходится дорого, он принимает решения о выдаче кредита и определяет стоимость кредита на основе средних показателей, связанных с социальной группой заемщика.

При отсутствии точных статистических данных кредиторы часто полагаются на социальные стереотипы для определения этих «усредненных характеристик». Существует множество критериев, используемых для группировки заемщиков, включая уровень образования, пол, возраст, расу, религиозные убеждения, место жительства, семейное положение и многое другое. Однако, по мере того, как кредитные учреждения собирают все большие объемы информации о заемщиках и используют технологии больших данных, зависимость от стереотипов при принятии решений постепенно уменьшается. Отметим, что, при проведении ценовой дискриминации, кредиторы отдают предпочтение измеряемым характеристикам социальных групп, которые не влекут за собой значительных затрат при отнесении заемщиков к этим группам.

Дж. Акерлоф, пионер информационной теории дискриминации, подчеркнул в своей классической статье, что работодатели, как правило, отдают предпочтение социальным группам с меньшей информационной асимметрией при отборе сотрудников. Эта логика также может быть применена к рынку кредитования. Если кредитор пытается отличить потенциально «плохих» заемщиков от потенциально «хороших» в рамках определенной социальной группы, он может опасаться неблагоприятных последствий негативного отбора и предпочесть не выдавать кредиты лицам, входящим в эту группу, или устанавливать более высокие процентные ставки. Это решение обусловлено сочетанием более низкого риска при кредитовании проверенных заемщиков и наличием качественных сигналов, таких как хорошая деловая репутация, что снижает затраты, связанные с оценкой их кредитоспособности, по сравнению с теми, кто такие сигналы подать не может.

Эта форма дискриминации отличается от вышеупомянутой статистической дискри-

минации. Его основной причиной являются не различия в уровне риска, связанного с неплатой долга или несвоевременного платежа среди различных групп потенциальных заемщиков, а скорее нежелание нести затраты, связанных с получением информации. Тем не менее, этот тип дискриминации можно рассматривать как подмножество статистической дискриминации, поскольку кредиторы основывают свои решения об условиях предоставления кредита на усредненных групповых характеристиках.

3. Рыночная дискриминация, связанная с неполнотой информации у заемщика.

Неосведомленный о ситуации на рынке заемщик сталкивается с более высокими затратами при поиске наиболее выгодного кредитного предложения по сравнению с информированным заемщиком. Следовательно, несмотря на осведомленность о наличии различных процентных ставок на кредитном рынке, малоинформированный заемщик с большей вероятностью согласится на более высокий процент, чем потенциальный клиент, располагающий более полной информацией. Принимая решение о том, следует ли запрашивать дополнительную информацию об условиях кредитования, рациональный заемщик взвешивает предельные издержки и предельные выгоды от получения такой информации. Учитывая, что неосведомленный заемщик несет более высокие предельные издержки, его усилия по поиску, в определенный момент, будут слишком высоки для него.

П. Даймонд, лауреат Нобелевской премии, получивший признания за свои исследования рыночных моделей поиска, разработал модель, которая применима к поиску товара покупателем, не имеющим информации о ценах у отдельных продавцов. Эта модель также может быть применена для анализа рынка кредитования. В этом сценарии заемщик получает информацию об условиях кредита от одного кредитора и должен решить, продолжать ли выдачу кредита по предложенной процентной ставке или продолжить поиск более подходящего варианта, что влечет за собой дополнительные расходы.

Модель Даймонда демонстрирует, что в такой ситуации процентная ставка, предлагаемая кредиторами, может стать монополярно высокой. Как только заемщик завершает поиск, полагая, что он нашел процентную

ставку, близкую к минимально возможной, кредитор может установить условия кредитования, которые являются менее благоприятными, чем рыночные, приближаясь к «цене спроса» заемщика. Не зная о других вариантах, заемщик принимает предложенную ставку в качестве равновесной. Следовательно, информационная асимметрия на рынке кредитования, благоприятствующая кредиторам, может превратить их в монополистов для каждого отдельного клиента. Из анализа вышеуказанных моделей применительно к рынку кредитования можно сделать вывод о том, что заемщики, по какой-либо причине имеющие разный уровень информированности об условиях кредитования, предлагаемых на рынке, в конечном итоге получают кредит с разной процентной ставкой. Данную ситуацию также можно назвать дискриминацией, поскольку заемщики будут платить разную полную стоимость кредита за один и тот же объем кредита на одном рынке.

Рассмотрев причины ценовой дискриминации на кредитном рынке, имеющие информационный характер, определим влияние внедрения новых финансовых технологий на ее уровень.

1. Инвестиции в «финтех», в особенности в технологии Big Data, усиливают «информационную власть» банка над заемщиками.

Применение технологий больших данных и искусственного интеллекта, позволяющих быстро и с низкими издержками обрабатывать огромные объемы разнородной информации, дают банкам возможность более точно определить индивидуальные функции спроса на кредитные продукты, а также оценить кредитоспособность каждого отдельного клиента с минимальными издержками. Создание собственных экосистем, а также объединение данных, собираемых разными финансовыми институтами, во многом, имеет причиной получение еще большего объема информации о потенциальных заемщиках.

2. Потенциальные заемщики делают инвестиции в улучшение кредитной истории ради повышения доступности займов в будущем.

Поскольку асимметрия информации между банком и заемщиком, касаемо его потенциальной платежеспособности, снижается, то заемщик получает все больше стимулов делать инвестиции в улучшение своего кредитного «профиля» или, если

речь идет о взаимодействии в цифровом пространстве, своего «аватара». Например, ради создания кредитной истории, можно оформить кредитную карту, даже если особой потребности в ней пока нет, и расплачиваться ею, улучшая свои характеристики ради хороших условий при получении займов в будущем. По сути, потенциальный клиент, зная о факторах, влияющих на уровень индивидуальной процентной ставки, может «накрутить» свой условный рейтинг платежеспособности, что может сделать его менее информативным.

3. Усиление монопольной власти финансовых институтов за счет вовлечения потенциальных клиентов в экосистемы, находящиеся под их контролем.

Повышение информированности заемщиков в условиях цифровой экономики приводит к тому, что монопольная власть банков, основанная на незнании клиентами полной ситуации на рынке, ослабевает и уровень процентной ставки начинает приближаться к конкурентному.

Кроме того, крупные банки теряют такое преимущество, как географическая близость к клиенту за счет наличие разветвленной сети операционных отделений. Поэтому банки вынуждены искать новые способы увеличения доходности и одним из них является вовлечение потенциальных клиентов в свои экосистемы. Помимо получения информации об их кредитоспособности, о чем уже было сказано выше, экосистема дает возможность применять монопольно высокие ставки по кредитам, и, следовательно, проводить политику ценовой дискриминации, за счет наличия у ее пользователей издержек переключения на другую экосистему.

Выводы

1. Применительно к рынку кредитования было выделено три причины проведения политики ценовой дискриминации, имеющие информационный характер:

- наличие монопольной власти, связанной с преимуществом в информированности у кредитора перед заемщиком об условиях кредитования;
- асимметрия информации между кредитором и заемщиков об уровне платежеспособности последнего в пользу покупателя банковских услуг;
- неполнота информации у заемщика относительно альтернативных предложений на рынке кредитования.

2. Рассмотрены последствия цифровизации банковского сектора с точки зрения ее влияния на возможности для ценовой дискриминации:

- инвестиции в «финтех» усиливают «информационную власть» банка над заемщиками;

- потенциальные заемщики получают стимул инвестировать в улучшение своей кредитной истории;

- усиление монопольной власти финансовых институтов за счет вовлечения потенциальных клиентов в их экосистемы.

Библиографический список

1. Леонов М.В. Особенности ценовой дискриминации онлайн-вкладов коммерческими банками в России // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2014. № 2 (70). С. 109-118.
2. Milgrom P. An Essay on Price Discrimination // Economics Working Papers. University of California at Berkeley. 1987. No. 8732.
3. Varian H.R. Price discrimination // Handbook of industrial organization. 1989. Vol. 1. P. 597-654.
4. Akerlof G. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quarterly Journal of Economics. 1970. No. 3. P. 488-500.
5. Стиглиц Дж. Информация и изменение парадигмы экономической теории // Эковест. 2003. № 3. С. 336-421.
6. Spence M. Job market signaling // Quarterly Journal of Economics. 1973. No. 3. P. 355-374.
7. Stigler G.J. Information in the labor market // Journal of Political Economy. 1962. No. 5. P. 94-105.
8. Diamond P.A. A Model of Price Adjustment // Journal of Economic Theory. 1971. № 2. P. 156-168.
9. Гущина Е.Ю. Блокчейн как инструмент снижения асимметричности информации на финансовом рынке // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т. 11. № 9-1. С. 432-437.
10. Бубнов В.А. Абгалдаев В.Ю. Финансовая нестабильность: теоретические аспекты и причины возникновения // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 3. DOI: 10.17150/2411-6262.2022.13(3).3.
11. Федорова Е.А., Тетерина Е.А. Влияние информационной асимметрии на дивидендную политику // Финансы и кредит. 2017. Т. 23, № 23 (743). С. 1334-1342.
12. Луняков О.В. Информационно-инфраструктурный подход к исследованию проблемы асимметрии информации на кредитном рынке // Банковские услуги. 2022. № 7. С. 25-30.
13. Жигас М.Г., Кузьмина С.Н. Блокчейн и децентрализованная денежная система: принципы построения и пути развития // Известия Байкальского государственного университета. 2020. Т. 30, № 1. С. 79-88. DOI: 10.17150/2500-2759.2020.30(1).79-88.
14. Берёзкин Ю.М., Каницкая Л.В. ФинТех как средство преодоления санкционного ущерба российским институтам рынка // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 3. DOI 10.17150/2411-6262.2022.13(3).4.

УДК 339.5.012

А. В. Шаркова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: sharkova_av@mail.ru

Е. А. Лемм

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: ekaterinalemm@yandex.ru

СООТНОШЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ПРОТЕКЦИОНИЗМА И СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

Ключевые слова: протекционизм, свободная торговля, фритредерство, конкуренция, торговая политика.

Статья посвящена исследованию регулирования торговой политики через призму механизмов, ограничивающих и стимулирующих внешнюю конкуренцию. Авторами рассмотрены принципы протекционизма и свободной торговли в экономической политике развивающихся стран, проведен ретроспективный анализ применения мер поддержки свободной торговли и мер защиты национального производителя. Отмечено, что мировой финансовый кризис подтолкнул экономическую политику развитых и развивающихся стран в сторону установления косвенных защитных мер, включая административные барьеры, усложненные процедуры таможенного оформления, санитарно-гигиенических правила. Авторы приходят к заключению о трансформации торговой политики в современных условиях, либерализации международной торговли среди отдельных кластеров стран при растущих ограничительных мер не только в целях защиты внутренней конкуренции, но и ограничении отдельных участников торговых отношений в целях воздействия на поведение субъекта, что вызывает необходимость адаптации механизмов регулирования торговли для эффективного достижения национальных тактических краткосрочных и стратегических долгосрочных национальных целей, для чего потребуются интенсификация взаимодействия субъектов как государственного, так и предпринимательского секторов, исследование, непрерывный мониторинг, и прогнозирование трендов мировой торговли, а также гибкая адаптация экономических стратегий.

A. V. Sharkova

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

E. A. Lemm

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

RATIO OF THE PRINCIPLES OF PROTECTIONISM AND FREE TRADE IN THE ECONOMIC POLICY OF DEVELOPING COUNTRIES

Keywords: protectionism, free trade, competition, trade policy.

The article is devoted to the study of trade policy regulation through the prism of mechanisms that restrict and stimulate external competition. The authors considered the principles of protectionism and free trade in the economic policy of developing countries, conducted a retrospective analysis of the application of measures to support free trade and measures to protect the national producer. It is noted that the global financial crisis has pushed the economic policy of developed and developing countries towards the establishment of indirect protective measures, including administrative barriers, complicated customs clearance procedures, sanitary and hygienic rules. The authors make the conclusion about the transformation of trade policy in modern conditions, the liberalization of international trade among individual clusters of countries with increasing restrictive measures not only to protect domestic competition, but also to restrict individual participants in trade relations in order to influence the behavior of the subject, which necessitates the adaptation of trade regulation mechanisms to effectively achieve national tactical short-term and strategic long-term national goals, this will require the intensification of interaction between subjects of both the state and business sectors, research, continuous monitoring, and forecasting of global trade trends, as well as flexible adaptation of economic strategies.

Введение

Двумя антагонистическими подходами к торговой политике выступают защита национального производителя (протекционизм) и политика свободной торговли (фритредерство). Абсолютизация любого из этих подходов в свете их прямой противоположности и равноценности теоретического обоснования не имеет реальных перспектив для развития экономики на любом уровне. На протяжении истории развития экономики государство выступает институтом, призванным обеспечивать гармоничное сочетание между интересами производителей внутри страны и стремлениями мирового рынка к торговой экспансии, принимая различные методы регулирования торговой политики, что дает возможность максимально эффективного использования фактора глобализации для достижения целей развития внутреннего рынка на краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном горизонте планирования.

Цель исследования состоит в оценке соотношения принципов протекционизма и свободной торговли среди развивающихся стран при решении хозяйственных задач страны на данном этапе развития с учетом мировой ситуации и положения национального хозяйства.

Материал и методы исследования

В работе использованы теоретические методы исследования – анализ, синтез, обобщение, дедукция. Проведение данного исследования базируется на использовании экономико-статистических и информационно-аналитических материалов независимой исследовательской организации по мониторингу мировой политики в области международной торговли Global Trade Alert, результатов исследований отечественных и зарубежных экспертов.

Результаты исследования и их обсуждение

Характер взаимодействия стран внутри мирового рынка стран и их компаний во многом формирует их конкурентные позиции, однако для принятия решений, касающихся вопросов торговой политики, на государственном уровне также учитываются деятельность и интересы предпринимательского сектора, которые способны оказывать значительное влияние на состояние и развитие экономики страны.

Ретроспективный взгляд на применяемые в торговой политике принципы демонстрирует заметный тренд перехода от жестких принципов протекционизма к признанию ценностей свободной торговли и повышению готовности экономических систем к либерализации. Однако стоит отметить, что строгое внедрение развивающимися странами принципов фритредерства угрожало бы развитию технического прогресса.

Сформировавшись в 16 веке, протекционизм исторически предшествовал либерализму и являлся наследником меркантилизма. Взгляд меркантилистов на торговый оборот состоял в том, что необходимо создать благоприятные условия для входящего потока натуральных денег в страну и снизить исходящий за её пределы поток. Директор Ост-Индской компании англичанин Томас Ман (1571–1641) отмечал: «Обыкновенное средство к увеличению нашего богатства и наших сокровищ есть иностранная торговля, в которой всегда мы должны держаться того правила, чтобы ежегодно продавать иностранцам своих товаров на большую сумму, чем мы потребляем их товаров» [1]. Подобный взгляд является весьма рациональным, поскольку не исключает торговлю с другими государствами, соответственно, количество производимого товара может увеличиваться до предела потребительского спроса как внутри страны, так и зарубежом, создавая рабочие места, стимулы для формирования добавленной стоимости и технического прогресса. Однако стоит отметить, что значительный приток средств от торговли с иными государствами угрожает экономической безопасности, поскольку может поставить целые отрасли в зависимость от внешнего спроса, как это случилось с Индией XIX века: на протяжении долгого времени страна экспортировала в Англию хлопковые ткани и готовую хлопковую одежду, однако ради поддержки британских ткачей был введен запрет на импорт конечных продуктов из Индии, разрешено было ввозить исключительно хлопок-сырец. То есть, Англия наладила выпуск конечной продукции с высокой добавленной стоимостью, а колониальная Индия осталась сырьевым придатком, что привело к социальной катастрофе и гибели целой отрасли [2].

Необходимо ли государству прямо регулировать чувствительные к изменению экономической конъюнктуры рынка непосредственно мерами торговой политики для

их защиты? Рассуждая по данному вопросу, норвежский экономист Э. Райнерт отмечает, что «...выбирать, какую деятельность защищать, а какую нет, все же необходимо» [3]. На историческом примере Индии отчетливо видно, что в современных условиях, когда колониальное устройство мира значительно ослабело, суверенным государствам необходимо заботиться о своей экономической безопасности. Так, например, Индонезия является обладателем крупнейших в мире месторождений никелевой руды, на протяжении десятилетий экспортировалась не переработанная руда, в сыром виде. В 2014 году в Индонезии начал действовать частичный запрет на экспорт никелевой руды, чтобы дать толчок строительству собственных металлургических заводов, на которых извлекают никель из этой руды. В конце 2019 года Индонезия ввела полный запрет на экспорт руды, оставив доступной только продажу никеля как товара с добавленной стоимостью.

Последствия мирового финансового кризиса 2008-2009 гг. и вновь наблюдаемые вследствие кризиса, вызванного пандемией, отрицательные тренды экономического развития как развитых, так и развивающихся стран продемонстрировали, что мероприятия по регулированию торговой политики особенно актуальны для минимизации кризисных событий среди прочих антикризисных инструментов управления. Вследствие замедления темпов экономического роста, проявляющегося особенно остро в период подобных кризисов, растёт конкуренция производителей за рынки, что ведёт к усилению защитных мер в торговой политике страны и росту протекционистских настроений, исходящих из необходимости «государственной защиты национального производства от иностранной конкуренции с помощью высоких таможенных пошлин и административных ограничений импорта, а также путём финансового поощрения создания и развития отечественного производства» [4].

Другим важным фактором, порождающим стимулирование протекционистского подхода, является снижение цен на нефть – снижение транспортных издержек уменьшает себестоимость продукции для иностранных производителей, пробивая «щит» отечественных компаний, заставляя государства искусственно затруднять доступ на внутренние рынки зарубежным товарам и услугам.

Стоит отметить, что в целом по выходу из финансового кризиса 2008-2009 гг. органы государственной власти различных стран предпочитают избегать традиционные проявления протекционизма как таможенные пошлины и ограничение импорта, больше обращая внимание на косвенные методы наподобие усложненных процедур таможенного оформления, санитарно-гигиенических правил, ориентации государства на межбюджетные трансферты для развития региональных экономических систем. Также востребованным стало введение требований локализации производства, что было обусловлено важностью создания дополнительных рабочих мест на внутреннем и глобальном рынках [5].

Насколько свободна современная торговля? Текущая система регулирования мировой торговли базируется на Генеральном соглашении по тарифам и торговле (ГАТТ), а также деятельности Всемирной торговой организации (ВТО). Поскольку растёт степень значимости развивающихся стран в мировой экономике, растут противоречия между ними и развитыми странами. В подобных условиях либерализация торговли проявилась в снижении тарифов только с одной стороны и торговых соглашениях, дающих определенные привилегии участникам соглашения и защищающих их торговлю от третьих стран. Необходимо отметить, что тарифная составляющая в развивающихся странах значительно выше относительно развитых стран.

По данным независимой исследовательской организации по мониторингу мировой политики в области международной торговли Global Trade Alert с ноября 2008 года введено 6 017 ограничительные меры торговли, затрагивающих интересы зарубежных производителей. Значительный рост защитных мер отмечается с начала 2020 года – за этот период введено 62% ограничений, вызванных спадом экономической активности во время пандемии коронавируса, напряженной политической обстановкой в мире.

Россия занимает 4-е место по применению мер защиты торговли после Индии, США и Италии, но число тарифных ограничений и компаний-партнёров, на которых распространяются данные меры, относительно прочих стран невелико, что свидетельствует об узком действии подобных мер.

Таблица 1

Вклад стран в введение протекционистских мер и мер стимулирования свободной торговли, 2009-2023 гг., мер, шт.

Страна	Введенные страной меры защиты национальных производителей, шт.	Место в рейтинге по количеству введенных мер защиты производителей	Введенные страной меры для развития свободной торговли, шт.	Место в рейтинге по количеству мер развития свободной торговли
Индия	587	1	187	2
США	587	2	133	4
Россия	400	4	165	3
Бразилия	316	8	242	1
Китай	192	35	97	7

Источник: составлено авторами по данным Global Trade Alert.

Таблица 2

Подверженность стран протекционистским мерам и мерам стимулирования свободной торговли со стороны других государств, 2009-2023, мер, шт.

Страна	Влияющие на страну меры защиты национальных производителей, шт.	Место в рейтинге по количеству мер защиты производителей	Влияющие на страну меры для развития свободной торговли, шт.	Место в рейтинге по количеству мер развития свободной торговли
Китай	2418	1	975	1
Германия	1751	2	819	3
США	1669	3	845	2
Индия	1270	13	669	8
Россия	1192	16	355	36
Бразилия	1079	23	490	22

Источник: составлено авторами по данным Global Trade Alert.

Россия акцентирует внимание на защите отдельных секторов без закрытия рынков, что также указывает на приверженность принципам свободной торговли с другими странами, с 2014 г. доля политических интересов России и развитых стран перенеслась в регулирование экономических взаимосвязей, что качественно изменило показатели протекционистского профиля страны [7].

Наиболее распространенным инструментом проведения политики протекционизма остаются субсидии для внутренних производителей (более 55% принятых мер) и экспортные ограничения (около 18%).

Динамика стимулирующих мер для интенсификации торговли с иностранными производителями значительно скромнее – 1909 мер по либерализации торговли введено с 2008 года.

Наибольшее число ограничивающих мер направлено на Китай, в адрес этой страны было направлено 2418 дискриминацион-

ных мер, хотя стоит отметить, что уровень протекционизма в Китае тоже высок сам по себе. Также в числе лидеров по ограничениям торговли, введенным против данных государств, состоят страны Европейского Союза: в особенности Германия, Франция, Италия; США, а также Южная Корея и Великобритания. Так, например, за 2020 год введено 631 ограничительных мер и 297, способствующих либерализации торговли. Наиболее подверженными дискриминационным мерам секторами являются производство железа и стали и других металлов, машиностроение, химическая промышленность [6].

Трудные условия мировой конкуренции порождают существенные отличия современного протекционизма от протекционизма предшествующих лет, потому что значительно ориентирован не только на типичные защитные меры с мерами нетарифного регулирования и соблюдением интересов национальных производителей [8].

Заключение

Для формирования рационального соотношения между открытым для иностранных производителей рынком и защитой национальных производителей, эффективного участия в торговых взаимодействиях подобных преференциальным торговым соглашениям или членства во Всемирной организации торговли требуется согласованная и сложная деятельность субъектов как государственного, так и предпринимательского сектора, непрерывный мониторинг, исследование и прогнозирование трендов мировой торговли и гибкая адаптация экономических стратегий развивающихся стран к вызовам глобализации.

Важным для любой страны представляется соблюдать равновесие, найти баланс между наивной свободой торговли и слепым протекционизмом в целях эффективного достижения национальных тактических краткосрочных и стратегических долгосрочных национальных целей. На долгосрочном горизонте планирования соотношение принципов протекционизма и фритредерства рассматривается как

«тенденция либерализации международной торговли» среди отдельных кластеров стран при растущих ограничительных мерах, связанных не только с экономическими, но и политическими мотивами, достижение компромиссов при развитии внутреннего рынка, закладывающее базу дальнейшего развития процессов сопоставления и соблюдения взаимных национальных интересов.

Протяженные цепочки создания добавленной стоимости в современных условиях значительно трансформируют понимание соотношения протекционизма и принципов свободной торговли. Создание и функционирование транснациональных производств, в которых участвуют компании стран различной степени экономического развития, не отвечает исторически привычным методам защиты внутренних рынков, а требует повышения гибкости в подходах регулирования торговой политики, так же как для разработки стратегической торговой политики любой страны необходима качественно проработанная макроэкономическая и промышленная политика.

Библиографический список

1. Ман Т. Меркантилизм. Богатство Англии во внешней торговле. М.: Директ-Медиа, 2007. 30 с.
2. Бернстайн Уильям (1948-). Великолепный обмен: история мировой торговли / пер. с англ. И. Летберга. М.: АСТ, 2014. 508 с.
3. Райнерт Э. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litres.ru/book/erik-raynert/kak-bogatye-strany-stali-bogatymi-i-pochemu-bednye-strany-ost-7915792/chitat-onlayn/> (дата обращения: 04.03.2023).
4. Оболенский В.П. Протекционизм и свобода торговли в современном мире // Мировая экономика и международные отношения. 2013. № 12. С. 14-23.
5. Возова Н.А. Реновация протекционизма в мировой экономической практике / Инновации и инвестиции. 2017. № 9. С. 109-113.
6. Официальный сайт независимой исследовательской организации по мониторингу мировой политики в области международной торговли Global Trade Alert [Электронный ресурс]. URL: <https://www.globaltradealert.org/> (дата обращения: 28.05.2023).
7. Кадочников П.А. Протекционизм и либерализация внешней торговли в России и ведущих странах мира / Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 3 С. 3-13.
8. Исаченко Т.М. Свобода торговли или протекционизм: проблемы стратегического выбора // Российский совет по международным делам. 2014. 24 января. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=3032#top (дата обращения: 26.05.2023).

УДК 336.1

И. Н. Щедрина

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», Курск,
e-mail: Shedrinain@yandex.ru

ОЦЕНКА ФОРМИРОВАНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИМУЩЕСТВА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ключевые слова: муниципальное имущество, управление муниципальным имуществом, эффективность использования муниципального имущества.

В статье рассматриваются вопросы формирования, управления и оценки экономической эффективности управления муниципальным имуществом. Механизм управления муниципальным имуществом непосредственно связан с формированием целого комплекса решений, таких как формирование всего набора объектов имущества муниципального образования; порядок внесения изменений в состав имущества муниципального образования (отчуждение, приобретение объектов); порядок ведения реестров по всем объектам имущества муниципального образования; вопросы отдельных направлений деятельности муниципальных унитарных предприятий (создание, ликвидация, реорганизация); вопросы формирования системы контроля эффективности использования имущества муниципального образования. Управление муниципальным имуществом признается одной из наиболее важных задач для органов местного самоуправления. Именно от эффективности управления муниципальным имуществом в значительной степени зависит эффективность функционирования всей системы муниципального образования, поскольку поступления от данной категории составляют значительную часть доходов местных бюджетов.

I. N. Shchedrina

Kursk State University, Kursk, e-mail: Shedrinain@yandex.ru

ASSESSMENT OF THE FORMATION AND EFFICIENCY OF THE USE OF MUNICIPAL PROPERTY

Keywords: municipal property, municipal property management, efficiency of use of municipal property.

The article deals with the issues of formation, management and evaluation of the economic efficiency of municipal property management. The mechanism of municipal property management is directly related to the formation of a whole set of decisions, such as the formation of the entire set of municipal property objects; the procedure for making changes to the composition of municipal property (alienation, acquisition of objects); the procedure for maintaining registers for all municipal property objects; issues of individual areas of activity of municipal unitary enterprises (creation, liquidation, reorganization); issues of formation of a system for monitoring the effectiveness of the use of municipal property. Municipal property management is recognized as one of the most important tasks for local self-government bodies. It is on the effectiveness of municipal property management that the effectiveness of the functioning of the entire municipal education system largely depends, since revenues from this category make up a significant part of local budget revenues.

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что одним из направлений формирования материальной базы органов местного самоуправления остается муниципальное имущество. Местные органы власти используют свое имущество в целях исполнения ими своих задач и функций, получают за счет этого доход и формируют политику управления местным муниципальным образованием.

Вопросы рационального использования имущества муниципального образования

позволяют грамотно осуществлять политику управления муниципальным образованием в целом и обеспечивать грамотное развитие всего муниципального образования.

Эффективное управление муниципальным имуществом – это, прежде всего, формирование доходной части городского бюджета и создание условий для реализации социально-экономической политики, направленной на развитие города и создание благоприятных условий для жизни населения.

Цель исследования – рассмотреть особенности и дать оценку эффективности управления муниципальным имуществом.

Материал и методы исследования

Методологической базой для написания работы послужили нормативно – правовые акты, труды современных отечественных и зарубежных экономистов, занимающихся проблемами формирования местных бюджетов и политики повышения эффективности бюджетного расходования средств. Информационную базу исследования составили данные Администрации муниципального образования «Город Курск», статистические материалы.

Муниципальная собственность представляет собой имущество всех категорий, которое непосредственно принадлежит муниципальным образованиям (всем типам поселений) на праве собственности [9, с.9]. Согласно Гражданскому кодексу РФ, муниципальное имущество может быть разделено на следующие основные виды:

- имущество, закрепленное за муниципальными унитарными предприятиями и учреждениями на праве хозяйственного ведения и праве оперативного управления;
- имущество муниципальной казны, к которой относятся средства местного бюджета и иное имущество, не закрепленное за муниципальными предприятиями и учреждениями [7].

Если рассматривать муниципальное имущество с позиций экономического содержания, то можно отметить, что всё муниципальное имущество делится на материальное и финансовое. В состав материального имущества муниципальных образований могут относить муниципальные земли, муниципальные предприятия и организации, органы культуры, социально-бытовые объекты, муниципальные банки, муниципальный жилищный фонд во всём его проявлении [2, с.69].

Механизм управления муниципальным имуществом непосредственно связан с формированием целого комплекса решений, таких как формирование всего набора объектов имущества муниципального образования; порядок внесения изменений в состав имущества муниципального образования (отчуждение, приобретение объектов); порядок ведения реестров по всем объектам имущества муниципального образования; вопросы отдельных направлений деятель-

ности муниципальных унитарных предприятий (создание, ликвидация, реорганизация); вопросы формирования системы контроля эффективности использования имущества муниципального образования и т.п. [4, с.148].

Результаты исследования и их обсуждение

В настоящее время критерии качества управления муниципальным имуществом законодательно не закреплены.

Для оценки действенности управления имуществом муниципальных образований в зависимости от особенностей объектов управления могут быть использованы следующие виды эффективности:

- Социальная эффективность, которую оценивают по уровню достижения запланированных результатов, предоставляемых муниципальным образованием населению услуг в соответствии с установленными нормативами общественных благ (например, повышение уровня и качества образования, улучшение условий труда).

- Коммерческая, или финансовая эффективность, учитывающая финансовые последствия реализации и управления муниципальным имуществом. Оцениваются неналоговые поступления в бюджет от использования муниципального имущества. На основании финансовой оценки эффективности можно проводить дальнейшее планирование вариантов использования объектов недвижимости [6, с.126].

- Бюджетная эффективность, отражающая финансовые поступления в бюджет муниципального образования от использования имущества муниципального образования. Бюджетная эффективность организаций, использующих муниципальное имущество, а также организаций, в уставном капитале которых есть доля муниципалитета, рассчитывается как отношение суммы всех поступлений в бюджет и внебюджетные фонды муниципалитета за анализируемый период к стоимости имущества, принадлежащего муниципалитету [6, с.128].

- Экономическая эффективность, учитывающая затраты и результаты, связанные с реализацией мероприятий по управлению муниципальным имуществом.

$$Эк = \text{Дисп} + \text{Нз} + \text{П} - 3, \quad (1)$$

где Эк – экономическая эффективность использования имущества муниципально-го образования;

Дисп – совокупные доходы от аренды и приватизации объектов имущества муниципального образования, руб.;

Нз – поступления в местный бюджет земельного налога, руб.;

П – поступления в местный бюджет доходов от перечисления части прибыли муниципальных унитарных предприятий, руб.;

З – общие затраты на управление муниципальным имуществом, руб. [1, с.152].

Стоимостная оценка муниципального имущества г. Курска отражена на рисунке 1.

Количество объектов недвижимости, находящиеся на балансе муниципального образования «Город Курск» неуклонно снижались. Данная ситуация обусловлена тем, что муниципальное образование «Город Курск» передаёт имеющиеся на балансе объекты недвижимости и земельные участки в форме приватизации под различные цели, как под развитие инфраструктуры в части торговли и социальной сферы, так и под развитие промышленно-производственных площадей и развитие промышленного производства в целом на территории муниципального образования.

Следует отметить, что сокращение количества объектов муниципальной собственности, с одной стороны, доказывает сни-

жение финансовой устойчивости муниципального образования, а, с другой стороны, сокращение количества данных объектов и целях развития инфраструктуры муниципального образования является благоприятной тенденцией.

Важным моментом здесь является формирование рациональной системы контроля за использованием муниципального имущества и его движения в части реализации приватизационных мероприятий.

В таблице 1 представим динамику объектов недвижимости муниципального образования «Город Курск» в разрезе объектов.

Сокращение числа объектов недвижимости муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг. обусловлено их частичной приватизацией и продажей. Наибольшее сокращение в рамках объектов недвижимости наблюдается в части земельных участков. Данная ситуация объясняется главным образом тем, что для потенциальных инвесторов в части развития городской инфраструктуры муниципального образования «Город Курск» наиболее интересным элементом для инвестирования и приватизации являются именно земельные участки, находящиеся в городской черте муниципального образования.

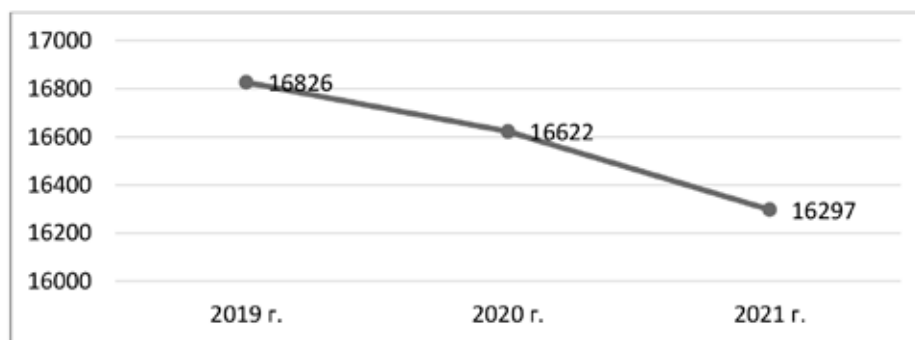


Рис. 1. Динамика объектов имущества муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг., ед.

Таблица 1

Динамика объектов недвижимости муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг., ед.

Вид имущества	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение, +/-	Темп роста, %
Земельные участки	2408	2356	2200	-208	91,36
Нежилой фонд	7496	7410	7311	-185	97,53
Жилой фонд	6922	6856	6786	-136	98,04
Итого объектов недвижимости	16826	16622	16297	-529	96,86

На втором месте по сокращению находятся объекты нежилого фонда, что связано с приватизацией части объектов нежилого фонда, а также заключением договоров на реконструкцию зданий исторической застройки в целях сохранения культурного облика города Курска.

В рамках оценки эффективности формирования и использования имущества муниципального образования «Город Курск» необходимо разделять понятие «экономический эффект» и «экономическая эффективность». В данном контексте, в качестве экономического эффекта выступает сочетание доходов от использования муниципального имущества и расходов на его формирование и обслуживание. проведем оценку экономического эффекта в таблице

Оценка экономического эффекта использования имущества муниципального образования «Город Курск» позволяет сделать вывод, что за период экономический эффект устойчиво сокращался так как администрация имущества муниципально-

го образования «Город Курск» сокращает объём своего имущества, по этой причине сокращается объём доходов от него и сокращается соответственно объём расходов на содержание обслуживание муниципального имущества.

Сокращение эффективности использования муниципального имущества доказывает, что требуется комплекс мероприятия по повышению экономического эффекта. Необходимо также учитывать, что сокращение экономического эффекта до минимальных значений может привести к тому, что использование муниципального имущества станет в конечной степени неэффективным.

Проведённый в таблице 3 анализ эффективности использования имущества муниципального образования «Город Курск» также доказывает, что эффективность использования муниципального имущества сокращалась на протяжении всего периода времени, что связано с сокращением доходов и прочих поступлений.

Таблица 2

Оценка экономического эффекта от использования имущества муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг., млн руб.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение, +/-	Темп роста, %
Доходы от имущества	610,3	263,1	214,7	-395,6	35,18
Расходы на формирование и использование имущества	518,6	224,2	196,7	-321,9	37,93
Экономический эффект	91,7	38,9	18	-73,7	19,63

Таблица 3

Оценка эффективности использования имущества муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг., млн руб.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение, +/-	Темп роста, %
Совокупные доходы от аренды и приватизации объектов имущества муниципального образования, Дисп	582,3	233,2	196,3	-386	33,71
Поступления в местный бюджет земельного налога, Нз	547,6	529,6	571,6	24	104,38
Поступления в местный бюджет доходов от перечисления части прибыли муниципальных унитарных предприятий, П	28	29,9	18,4	-9,6	65,71
Общие затраты на управление муниципальным имуществом, З	518,6	224,2	196,7	-321,9	37,93
Экономическая эффективность использования имущества муниципального образования, Ээк	639,3	568,5	589,6	-49,7	92,23

Тем не менее, сумма земельного налога, поступающая в бюджет муниципального образования «Город Курск», существенно не менялась течение всего периода времени, по данной причине величина отклонения конечного эффекта гораздо ниже чем в предыдущем расчёте. Следует отметить, что в целом сокращение экономического эффекта и конечной эффективности от использования муниципального имущества признаётся негативной тенденцией для муниципального образования, то есть требуется реализация проектов и программ в целях повышения эффективности использования муниципального имущества.

Можно отметить, что расчёт по данной методике по своей сути не является конечным показателем эффективности, по данной причине, проведём оценку показателей эффективности формирования использования муниципального имущества города Курска за счёт относительных показателей.

В целом, оценка относительного показателя эффективности управления муниципальным имуществом по расходам, несмотря на сокращение конечного эко-

номического эффекта, показывает устойчивый рост на протяжении всего периода исследования.

Данная ситуация позволяет несколько скорректировать оценку эффективности управления имуществом муниципального образования «Город Курск», поскольку доказывает, что каждый рубль расходов на эффективное управление муниципальным имуществом приносит более одного рубля дохода в казну муниципального образования «Город Курск».

Такая оценка в целом является положительной и доказывает, что эффективность управления муниципальным имуществом находится не настолько низком уровне, как предполагалось ранее. Следует также учесть, что любое муниципальное образование в своей деятельности ограничено в финансовых ресурсах, поэтому рациональное использование финансовых ресурсов в рамках формирования использования муниципального образования «Город Курск», приносящее доход, следует признать положительной тенденцией для данного муниципального образования.

Таблица 4

Оценка эффективности использования имущества муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг. по расходам

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение, +/-	Темп роста, %
Общие доходы от муниципального имущества, млн руб.	610,3	263,1	214,7	-395,6	35,18
Земельный налог, млн руб.	547,6	529,6	571,6	24	104,38
Затраты на управление муниципальным имуществом, млн руб.	518,6	224,2	196,7	-321,9	37,93
Конечный эффект, млн руб.	639,3	568,5	589,6	-49,7	92,23
Коэффициент эффективности управления муниципальным имуществом по расходам, %	123,27	253,57	299,75	176,47	243,15

Таблица 5

Оценка эффективности использования имущества муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг. по формированию имущества

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение, +/-	Темп роста, %
Конечный эффект, млн руб.	547,6	529,6	571,6	24	104,38
Итого объектов недвижимости, ед.	16826	16622	16297	-529	96,86
Итого имущества, млрд руб.	50,31	50,23	46,87	-3,44	93,16
Средний эффект на 1 объект недвижимости, тыс. руб./ед	32,54	31,86	35,07	2,53	107,77
Средний эффект на 1 руб. недвижимости, тыс. руб./ед	10,88	10,54	12,20	1,31	112,04



Рис. 2. Динамика показателей эффективности формирования и использования имущества муниципального образования «Город Курск» в 2019-2021 гг., млрд руб.

Данная методика в целом доказывает предыдущие результаты, согласно которым эффективность использования имущества муниципального образования «Город Курск» находится на достаточном уровне, демонстрирует устойчивую тенденцию к росту. В частности, можно отметить что наблюдается устойчивый рост конечного эффекта от использования муниципального имущества по направлению формирования на единицу муниципального имущества и на 1 руб. муниципального имущества находящегося на балансе города Курска.

По каждой группе показателей имеется одинаковая направленность – некоторое сокращение показателей в 2020 году и их рост в 2021 году. Данная ситуация в целом доказывает, что муниципальное образование «Город Курск» грамотно осуществляет политику управления муниципальным имуществом, избавляется от объектов недвижимости, которые не приносят доход и наращивает свою доходность на единицу имущества и на 1 руб. имущества, находящегося на балансе муниципального образования.

Заключение

Администрация имущества муниципального образования «Город Курск» сокращает объём своего имущества, по этой причине сокращается объём доходов от него и сокращается соответственно объём расходов на содержание обслуживание муниципального имущества.

Проведённый анализ эффективности использования имущества муниципального образования «Город Курск» также доказывает, что эффективность использования муниципального имущества сокращалась на протяжении всего периода времени, что связано с сокращением доходов и прочих поступлений в муниципальное имущество.

В целом, оценка относительного показателя эффективности управления муниципальным имуществом по расходам, несмотря на сокращение конечного экономического эффекта, показывает устойчивый рост на протяжении всего периода исследования. Рациональное использование финансовых ресурсов в рамках формирования использования муниципального образования «Город Курск», приносящее доход, следует признать положительной тенденцией для данного муниципального образования.

Наблюдается устойчивый рост конечного эффекта от использования муниципального имущества по направлению формирования на единицу муниципального имущества и на 1 руб. муниципального имущества находящегося на балансе города Курска.

В конечном итоге, даже рост показателей относительной эффективности имущества муниципального образования «Город Курск» не отменяет тот факт, что требуется применять комплекс программно-целевых мероприятий по повышению эффективности формирования и использования муниципального имущества.

Библиографический список

1. Городнова Н.В., Давлашьян Э.Г. Экономическая модель оценки эффективности управления жилым фондом, переданным с федерального уровня в муниципальную собственность // *Дискуссия*. 2019. № 1 (86). С. 56-59.
2. Коротаяева Е.А., Ченарева А.Д. Теоретико-правовые основы управления муниципальной собственностью в современной России // *Наука Удмуртии*. 2019. № 3 (85). С. 68-71.
3. Крюкова А.В. Эффективность управления муниципальной собственностью // *Международный журнал прикладных наук и технологий «Интеграл»*. 2019. № 3. С. 15.
4. Сергеев П.В., Сергеев В.П. О финансировании местного самоуправления в России и за рубежом // *Известия Юго-Западного государственного университета*. 2021. № 1 (64). С. 143-148.
5. Официальный сайт Администрации города Курска. URL: <https://www.kurskadmin.ru/> (дата обращения: 22.05.2023).
6. Федотова М.А., Бусов В.И., Землянский О.А. Оценка стоимости активов и бизнеса: учебник для вузов / под редакцией М.А. Федотовой. М.: Юрайт, 2023. 522 с.
7. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / СПС «КонсультантПлюс» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 22.05.2023).
8. Артемов В.А., Давыдова Л.В., Конорев А.М. и др. Финансовый механизм реализации инвестиционных процессов в социальной сфере. Курск: Курский государственный университет, 2020. 159 с.

УДК 336.761

В. Ю. Ярин

Уральский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Екатеринбург, e-mail: email292@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО БЮДЖЕТА ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ

Ключевые слова: инвестирование, инвестиционный портфель, стратегии инвестирования, доходность, риск.

В научной статье исследуются направления формирования личного бюджета физических лиц с позиций эффективности их инвестиционных вложений. В современных условиях остро встают проблемы инвестиционных возможностей для капитализации доходов физических лиц, с учётом того, что доходность по вложениям в отечественные ценные бумаги и драгоценные металлы снижается в следствии изменений ключевой ставки Центрального банка России и, наметившейся тенденции к волатильности биржевых цен на все финансовые активы, формируют высокие риски инвестирования денежных средств в зарубежные инвестиционные продукты в условиях антироссийских санкций. Исследования были направлены на анализ экономических отношений, возникающих в процессе формирования личного инвестиционного бюджета физических лиц в рамках реализации вариативных стратегий, с учётом доходности и риска. Методами исследования являются аналитические и статистические данные, синтез и обобщение, метод корреляционной конфигурации.

V. Yu. Yarin

Ural Institute of Management, a branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Yekaterinburg, e-mail: email292@gmail.com

PROSPECTS FOR THE FORMATION OF A PERSONAL INVESTMENT BUDGET BY INDIVIDUALS

Keywords: investing, investment portfolio, investment strategies, profitability, risk.

The scientific article examines the directions of the formation of the personal budget of individuals from the standpoint of the effectiveness of their investments. In modern conditions, there are acute problems of investment opportunities for the capitalization of income of individuals, taking into account the fact that the profitability of investments in domestic securities and precious metals decreases as a result of changes in the key rate of the Central Bank of Russia and the emerging trend towards volatility of stock prices for all financial assets, form high risks of investing money in foreign investment products in the conditions of anti-Russian sanctions. The research was aimed at analyzing the economic relations arising in the process of forming the personal investment budget of individuals as part of the implementation of variable strategies, taking into account profitability and risk. The research methods are analytical and statistical data, synthesis and generalization, the method of correlation configuration.

Выявленные представителями научного сообщества и специалистами в области финансовых инвестиций основные проблемы инвестиционных возможностей физических лиц [1,5,8] являются важным контентом для развития инвестиционного бизнеса в национальной экономической системе в целом. Для решения обозначенных проблем, связанных со снижением доходности по вложениям в ценные бумаги и драгоценные металлы, высокими рисками инвестирования денежных средств в различные инвестиционные продукты, падением объемов инвестиций в па-

евые инвестиционные фонды, автором были выявлены основные причины их возникновения и предложены пути решения (таблица 1).

Чтобы снизить риски инвестирования денежных средств в те или иные инвестиционные продукты [4], рекомендуется применить долгосрочную инвестиционную стратегию и в рамках данной стратегии покупать дивидендные акции и золото.

Для того, чтобы осуществить правильные вложения в акции, от которых можно получить максимальный доход в будущем, рассмотрим дивидендную доходность.

Таблица 1

Проблемы, причины и пути решения по формированию личного инвестиционного бюджета физическими лицами

Проблемы	Причины	Пути решения
Высокие риски инвестирования денежных средств в стандартные инвестиционные продукты.	Проведение и ужесточение санкционной политики западными странами.	Применение долгосрочной инвестиционной стратегии – покупка дивидендных акций.
Валютные ограничения и снижение курсовой доходности	Высокие спреды между курсами продажи и покупки валюты в коммерческих банках РФ, отсутствие волатильности курса рубля на бирже, профицит текущего счета платежного баланса.	Рекомендуется в условиях усиления антироссийских санкций со стороны США и ЕС осуществлять инвестирование денежных средств в покупку альтернативной валюты.
Падение доходности по вложениям в ценные бумаги и драгоценные металлы	Снижение ключевой ставки Центрального банка России и наметившейся тенденции к снижению биржевых цен на акции, облигации федерального займа, на все виды драгоценных металлов.	Рекомендуется инвестировать денежные средства в «замещающие» долговые обязательства, выпускаемые российскими эмитентами взамен еврооблигаций. Также рекомендуется инвестировать денежные средства в локальные юаневые облигации.

Максимальную (наибольшую) доходность в 2023 году могут обеспечить следующие десять компаний: «Лукойл», «Газпром», «Газпром нефть», «ФосАгро», Мосбиржа, ПАО «МТС», QIWI, ГК «Норникель», ПАО Группа Черкизово, «Магнит». Размер прогнозной дивидендной доходности на 2023 год продемонстрирован в таблице 2 с полной историей выплат дивидендов с указанием их размера выплат. По результатам 2022 года наиболее доходный по дивидендам является нефтегазовый сектор. Некоторые бумаги сектора, акции «Газпрома», «Газпром нефти» и «Лукойла» – предлагают доходность на уровне 20% и выше. Металлургический сектор переместился на второй план. По мнению аналитиков аналитического департамента «Атон» и аналитиков аналитического департамента «Фридом» средняя доходность по сектору в ближайшие 12 месяцев составит 17%.

В 2022 году металлургический сектор, который был лидером по дивидендной доходности на рынке, переместился на второй план. Аналитики ожидают, что акции металлургов в 2023 году обеспечат доходность в 9%. На рынке есть бумаги с высокой доходностью в других секторах («X5 Group» – с доходностью 8% и МТС – 12%). Последние пять эмитентов («Globaltrans», QIWI, «Юнипро», «X5 Group», «Магнит») приостановили дивидендные выплаты, но в 2023 году предполагают их возобновить. В 2022 году

перечисленные компании отказались от распределения прибыли, из-за неопределенности на рынках, а также специального давления на компании и ключевых акционеров. Компания «Лукойл» является фаворитом среди перечисленных компаний, поскольку имеет понятную стратегию своего развития и стабильно выплачивает дивиденды.

Акции Московской биржи торгуются с 50% дисконтом к своему пятилетнему мультипликатору P/E (отражает отношение капитализации к прибыли компании). Московская биржа является лидером рынка с устойчивой бизнес-моделью и высоким уровнем корпоративного управления и в 2023 году она будет осуществлять дивидендные выплаты. «Магнит» и «X5 Group» являются лучшими торговыми компаниями благодаря сильным финансовым результатам и статусу защищенных активов. В связи с этим «Магнит» и «X5 Group» могут выплачивать дивиденды.

В период ужесточения антироссийских санкций для инвестирования наиболее предпочтительны активы эмитентов с наивысшим кредитным качеством или активы тех компаний, у которых большой запас ликвидности и низкие риски рефинансирования [10]. Наиболее перспективными инвестициями в 2023 году являются вложения в «замещающие» бонды, выпускаемые российскими эмитентами взамен еврооблигациям.

Таблица 2

Размер прогнозной дивидендной доходности на 2023 год

Наименование компании	Сектор	Кол-во акций, млн шт.	Средняя стоимость акции на бирже на 05.12.2022, руб.	Сумма дивидендов, выплаченная за все время, руб.	Прогнозируемая сумма дивидендов, которая будет выплачена в 2023 году, руб.	Размер дивидендных выплат в 2023 г., %
«Лукойл»	Нефть / газ	715,00	4634,5	4131,5	560,00	27
«Газпром»	Нефть / газ	23673,51	165,63	176,01	11,00	25
«Газпром нефть»	Нефть / газ	4741,30	477,95	343,57	69,78	18
«ФосАгро»	Химия	129,50	6414,00	3260,15	280,00	14
Мособиржа	Финансы и банки	2276,40	89,70	62,3	7,00	13
ПАО «МТС»	Телекомы	1998,38	233,40	420,79	28,02	12
QIWI	Финансы и банки	110,25	5,95	408,06	50,36	30
ГМК «Норникель»	Металлы и добыча	158,25	14830,11	14566,22	560,00	26
ПАО Группа Черкизово	Продовольствие	43963,77	2833,52	1061,28	130,27	23
«Магнит»	Розничная торговля	101,91	4670,23	3312,84	454,61	12

Указанный вид вложений позволяет получить доходность в свободно конвертируемой валюте (за рубли) в условиях текущих проблем с валютными депозитами в российских банках и по-прежнему парализованного междепозитарного взаимодействия по линии Euroclear-НРД. При этом, инструменты обращаются и обслуживаются в безопасном внутреннем контуре: бумаги выпущены по законодательству РФ, учитываются в российских депозитариях, ими производится торговля на Московской бирже, а все расчеты по ним проходят в рублях с помощью платежной инфраструктуры. Важным моментом с точки зрения доступности замещающих облигаций для розничного инвестора является их небольшая плотность – в пределах 1000 долларов, что сильно контрастирует со стандартным минимальным торговым лотом для еврооблигаций (200 тыс.дол.).

Другим видом инвестирования для физических лиц могут являться локальные юаневые облигации [2,9] – это инструменты инвестирования в китайскую валюту. В данном случае требуется учитывать вопрос валютной переоценки. Все налоги нужно будет рассчитывать и производить оплату в рублях, а, следовательно, в случае ослабления рубля в период удержания ценной бумаги возникнет налогооблагаемая база, даже если непосредственно в валюте с облигации

не получен доход. Данный случай для физического лица может оказать отрицательное влияние на уровень ожидаемой отдачи от совершенных инвестиций. Выходом из такой ситуации является выбор в качестве объектов для инвестирования бумаг со сроком погашения свыше 3 лет. Указанные облигации предоставляют возможность претендовать на налоговую льготу: при удержании ценной бумаги в портфеле более трех лет инвестор имеет право подать на налоговый вычет. Хотя, данная льгота распространяется и на доход, полученный от валютной переоценки облигации. Рекомендуется акцентировать внимание на ликвидных выпусках от высоконадежных эмитентов со сроком погашения более 3-х лет.

Следующим наиболее перспективным видом инвестирования для физического лица в 2023 году являются инвестиции в золото. Проведем обоснование данных рекомендаций. Реформирование денежно-кредитной политики ФРС в 2023 году позволит возобновить активные продажи золота на рынке, такого мнения придерживаются аналитики Bank of America (BofA). Во втором полугодии 2023 года цены на золото могут превысить 2000 долларов за тройскую унцию, на 01.12.2022 год биржевая цена за тройскую унцию составляет 1809 долларов, как видно на рисунке 1.



Рис. 1. Динамика котировок контрактов на золото на Нью-Йоркской товарной бирже (NYMEX) за 2019 – 2022 гг.
Источник: составлено автором на основе: URL: <https://ru.investing.com/>

Аналитики Bank of America (BofA) дают прогноз, что потенциал для роста золота сохранится и в 2024 году. По мнению аналитиков, в 2024 году стоимость золота может превысить 2300 долларов за унцию, поскольку золото из всех драгоценных металлов должно больше всего получить увеличение именно за счет изменения спроса и реформ в денежно-кредитной политике Федеральной резервной системы США (ФРС).

Котировки декабрьских контрактов на золото на Нью-Йоркской товарной бирже (NYMEX) на 02.12.2022 г. торговались вблизи уровня 1800 долларов за тройскую унцию. Потенциал роста цен на золото с текущих уровней эксперты Bank of America оценили более чем в 11%.

Цены на золото всегда определялись спросом инвесторов, при относительно ограниченном использовании в промышленности. А на спрос со стороны инвесторов оказывает влияние курсы валюты, в котором номинировано золото и стоимость заимствований. В результате, по мнению аналитиков Bank of America, при полном исключении ФРС США политики агрессивного повышения ставок в 2023 году на данные виды активов, должно способствовать возврату и притоку на рынок инвесторов, что позволит увеличить биржевые котировки золота.

Аналитики Bank of America отметили то, что в 2022 году покупки золота со стороны центральных банков увеличились, в связи с тем, что центральные банки в Ираке, Индии, Турции, Египте и Ирландии повышали свои резервные активы. За первые девять месяцев 2022 года спрос вырос на 18% и вернулся к уровню, который был до начала пандемии коронавируса COVID-19. Центральные банки в общей сложности за первые 10 месяцев 2022 года скупили 673 тонны золота, что почти в полтора раза больше, чем за весь 2021 год (454 тонны).

Проведенный опрос аналитиков Всемирного совета по золоту (WGC), который объединяет крупнейших мировых производителей металла, свидетельствует о том, что эта тенденция вряд ли изменится. Однако на центральные банки приходится лишь около 20% того, что в банке определяют, как «общие инвестиции» в золото, и поэтому их заинтересованности недостаточно, чтобы волатильность на рынке золота

действительно началась. Для этого золоту требуется увеличенный спрос со стороны других покупателей, в том числе рост интереса к золотым ETF и покупки на внебиржевом рынке.

Однако, есть мнение, что если Федеральная резервная система США перестанет поднимать ставки в 2023 году то, данный разворот будет способствовать привлечению (притоку) на рынок золота новых инвесторов. Ожидается, при учете выше перечисленных обстоятельств, цены на золото должны вырасти во втором полугодии 2023 года. Как отмечают аналитики MarketWatch, некоторые участники рынка полагают, что одной из причин, по которой золото не росло так сильно, как ожидалось в 2022 году до уровня 2000 долларов за унцию, были криптовалюты. В последние годы огромная часть потенциальных инвесторов осуществляли вложения в криптоактивы вместо инвестиций в золото. В связи с отсутствием перспектив роста криптовалют, золото может привлечь новых инвесторов.

В условиях экономической и политической нестабильности в России, сформируем «идеальный» портфель для российского инвестора с оптимальным сочетанием различных активов на 2023 год. Цель формирования данного портфеля состоит в следующем – сформировать портфель из различных видов активов и структурировать их пропорции для составления портфеля с наилучшим соотношением риска и доходности.

В настоящее время многие ученые занимаются портфельными стратегиями физических лиц в разной коллаборации научной фильтрации, но обязательно учитывается сетевой эффект [3,6,7]. Для формирования портфеля используем пассивную стратегию, предполагающая выбор надежных и привлекательных ценных бумаг, избежание серьезных ошибок и потерь. При пассивной стратегии прибыль будет меньше, чем при активной стратегии, однако и рисков ее получения будет меньше, чем при активной стратегии. При следовании данной стратегии происходит сознательный отказ от выбора отдельных ценных бумаг и от выбора инструментов для совершения сделок. Шансы на длительном сроке побить рыночный индекс минимальны, а значит гораздо разумнее просто вложиться в индекс, поэтому портфель состоит в основном из индексных фондов (таблица 3).

Таблица 3

Доходность финансовых активов в РФ за 1995 – 2021 гг., %

Период	Индекс Мос. биржи	S&P 500 в руб.	Дол.	Евро	Недв.	Депозит в руб.	Депозит в долл.	Депозит в евро	Золото	Серебро	Гос. облигации	Корп. облигации	Облигации США в руб.	Инфляция
1995	0,0	79,8	30,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	132,0
1996	0,0	47,3	19,8	0,0	0,0	54,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	21,8
1997	-15,1	43,0	7,2	0,0	0,0	30,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,0
1998	-46,7	345,5	246,5	0,0	0,0	11,6	0,0	0,0	243,6	181,0	0,0	0,0	0,0	84,5
1999	235,0	58,3	30,8	13,0	0,0	24,2	0,0	0,0	27,4	29,0	0,0	0,0	0,0	36,6
2000	-4,9	-5,2	4,3	-4,0	12,6	13,4	0,0	0,0	-2,2	-10,0	0,0	0,0	0,0	20,1
2001	64,6	-5,7	7,0	1,3	41,0	4,1	0,0	0,0	8,5	5,0	0,0	0,0	0,0	18,8
2002	34,2	-17,9	5,5	25,0	28,0	10,4	0,0	0,0	36,6	11,0	0,0	21,6	14,2	15,1
2003	61,4	19,3	-7,3	11,2	33,0	12,1	0,0	0,0	12,8	25,0	27,7	22,6	-3,6	12,0
2004	7,3	4,5	-5,8	2,7	19,0	10,0	0,0	0,0	-1,1	8,0	10,7	13,2	-1,7	11,7
2005	84,9	8,8	3,7	-9,6	36,0	9,7	0,0	0,0	21,5	36,0	11,4	11,2	6,3	10,9
2006	69,8	5,9	-8,5	1,5	72,0	8,3	0,0	0,0	13,4	32,0	6,9	8,3	-0,5	9,0
2007	12,7	-1,7	-6,8	3,6	2,3	7,5	0,0	0,0	22,3	7,0	7,4	7,0	-0,2	11,9
2008	-66,6	-24,6	19,7	15,3	49,0	7,0	0,0	0,0	25,5	-10,0	-5,7	-7,1	25,9	13,3
2009	126,1	30,2	2,9	4,7	-21,0	9,7	0,0	0,0	29,3	64,0	35,3	28,8	9,2	8,8
2010	25,3	15,9	0,8	-7,0	21,0	9,1	0,0	0,0	30,2	76,0	11,1	12,2	7,4	8,8
2011	-14,5	7,9	5,6	3,3	20,0	5,6	9,0	6,6	17,8	-9,0	5,8	6,1	13,8	6,1
2012	8,8	9,4	-5,7	-3,5	4,4	7,5	-2,3	-0,2	-0,7	9,0	14,6	9,1	-1,8	6,6
2013	6,3	42,7	7,8	11,8	7,3	8,5	11,2	15,0	-21,9	-29,0	3,8	8,9	5,4	6,5
2014	-1,8	95,4	71,9	52,0	21,3	7,3	75,3	55,2	69,7	38,0	-14,4	0,9	82,0	11,4
2015	32,3	31,3	29,6	16,6	-4,4	13,2	35,0	21,8	16,6	12,8	29,6	16,7	30,1	12,9
2016	32,8	-6,8	-16,8	-19,9	-0,3	9,5	-11,3	-14,8	-9,7	-4,0	14,8	12,7	-14,6	5,4
2017	-0,2	15,7	-5,0	7,9	2,3	7,8	-3,4	8,7	6,2	-1,0	12,8	12,2	-1,7	2,5
2018	19,1	15,3	20,6	15,4	7,4	6,7	22,2	16,0	19,0	10,2	2,1	4,4	20,6	4,3
2019	38,5	17,2	-10,9	-12,7	7,6	6,9	-8,0	-12,2	5,3	3,9	20,0	15,0	-3,1	3,1
2020	14,8	41,3	19,3	30,8	20,2	5,5	20,5	31,1	48,2	75,1	8,5	9,7	28,6	4,9
2021	21,8	29,4	0,6	-7,3	22,5	4,2	1,1	-7,0	-3,6	-12,2	-4,9	2,4	-1,1	8,4
2022	25,2	18,9	5,9	4,0	-19,6	7,0	0,5	0,6	19,2	18,2	2,5	9,7	-1,1	93,5
Средн. за 20 лет	25,2	18,8	6,1	6,0	15,0	8,2	12,5	10,1	16,0	17,5	10,0	10,2	10,0	12,6

Используя данные таблицы 3, построим диаграмму «риск и доходность финансовых активов». Для построения диаграммы «риск и доходность финансовых активов» произведем расчет средней доходности (ось Y) и стандартного отклонения (риска) (ось X). Расчет средней доходности (ось Y) произведем за 20 лет для точности прогнозирования.

Среднее значение доходности индекса Московской биржи составит:

$$\text{Дср. (Инд. Мосб.)} = (61,4 + 7,3 + 84,9 + 69,8 + 12,7 + (-66,6) + 126,1 + 25,3 + (-14,5) + 8,8 + 6,3 + (-1,8) + 32,3 + 32,8 + (-0,2) + 19,1 + 38,5 + 14,8 + 21,8 + 25,2) / 20 = 25,2\%$$

Среднее значение доходности индекса S&P 500 составит:

$$\text{Дср. (S&P 500)} = (19,3 + 4,5 + 8,8 + 5,9 + (-1,7) + (-24,6) + 30,2 + 15,9 + 7,9 + 9,4 + 42,7 + 95,4 + 31,3 + (-6,8) + 15,7 + 15,3 + 17,2 + 41,3 + 29,4 + 18,9) / 20 = 18,8\%$$

Среднее значение доходности серебра составит:

$$\text{Дср. (серебро)} = (25 + 8 + 36 + 32 + 7 + (-10) + 64 + 76 + (-9) + 9 + (-29) + 38 + 12,8 + (-4) + (-1) + 10,2 + 3,9 + 75,1 + (-12,2) + 18,2) / 20 = 17,5\% \text{ и т.д.}$$

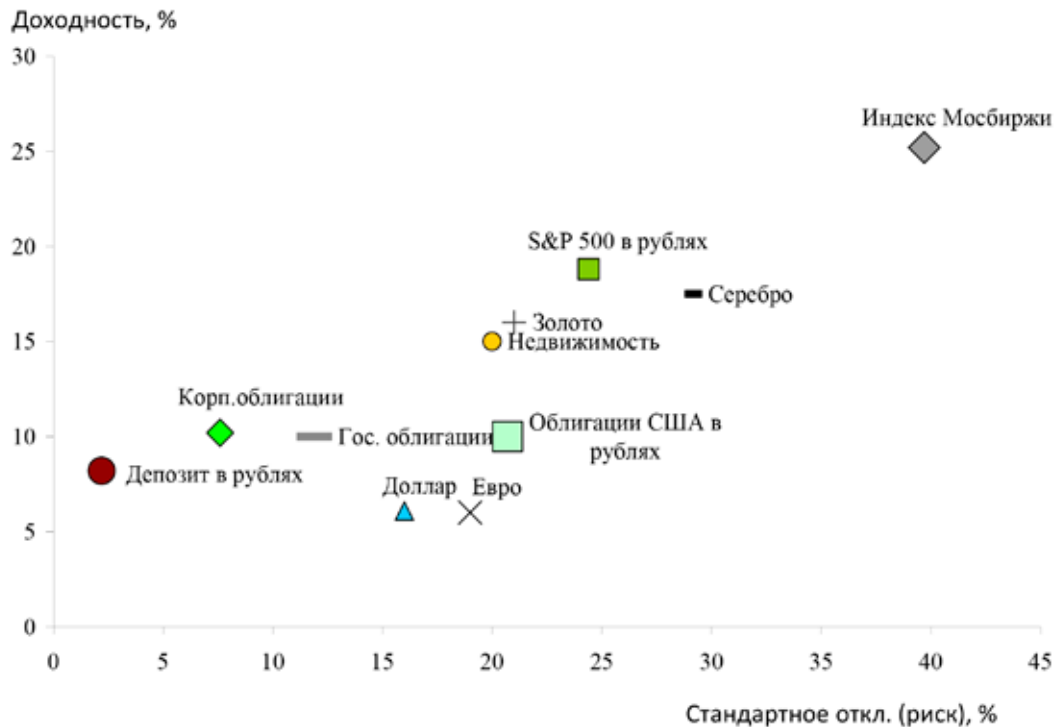


Рис. 2. Риск и доходность финансовых активов за 2003 – 2021 гг.

Для получения стандартного отклонения (риска) (ось X) произведем расчет среднего значения доходности, дисперсии и среднеквадратичного отклонения. На основе полученных данных проанализируем исторический риск и доходность финансовых активов, используя данные рисунка 2.

По горизонтальной оси представлена оценка риска, а именно стандартное отклонение, а по вертикальной оси – среднегодовая доходность актива. Самая большая доходность наблюдается у индекса Московской биржи 25,2%, но и риск является самым высоким – 39,7%. Ниже по доходности следует индекс S&P 500 в рублях, его риск оценивается на 24,1%, а доходность составляет 18,8%. Затем следует по размеру доходности серебро – 17,5%, при риске 28,8%, то есть у него доходность меньше, но риск выше в сравнении с индексом S&P 500. Золото и недвижимость располагаются рядом друг с другом, то есть имеют равную доходность 15% и 16% и риск 20% и 21%. Ниже по доходности располагаются облигации США

и РФ, так они оцениваются на уровне 10%. Хотя по риску они значительно различаются – гособлигации РФ имеют риск 11,9%, а облигации США – 20,7%. Причиной является то, что на доходность облигации США значительное влияние оказывает колебание курса рубля. Средняя доходность корпоративных облигаций РФ еще ниже – 10,2% при риске 7,6%. Вклады в коммерческих банках в среднем приносили 8,2%, при риске – 2,2%.

В инвестиционный портфель нужно включить активы, которые позволяют получить положительную реальную доходность; не связаны между собой; имеют низкую положительную или в идеале отрицательную корреляцию между собой.

При формировании инвестиционного портфеля исключаем валюту и вклады, как наименее доходные инструменты. Банковские вклады исключаем, поскольку они на бирже не торгуются и вместо них оставим облигации. Для включения в портфель оставим акции РФ и, невозможные в настоящий момент для обращения, акции США,

облигации РФ и США, золото. В инвестиционном портфеле будут три актива: облигации, акции, драгоценные металлы.

Далее сформируем матрицу корреляции активов. Сама корреляция отражает то, насколько связаны между собой изменения структуры этих активов в созданном портфеле. Корреляция может принимать значения от -1 до +1 (+1 – активы движутся абсолютно одинаково, 0 – между ними нет взаимосвязи, -1 – активы движутся противоположно друг другу). Матрица корреляции активов представлена в таблице 4.

Для формирования инвестиционного портфеля отрицательная корреляция будет являться выгодным вариантом. Низкая корреляция наблюдается у недвижимости и российских облигаций. Отрицательная корреляция наблюдается у акций РФ с облигациями США и недвижимостью. Нулевая корреляция также наблюдается у акций РФ (Индекс Мосбиржи) с золотом. У золота наблюдается отрицательная корреляция с российскими облигациями. У российских

облигация наблюдается отрицательная корреляция к облигациям США. Присутствие в инвестиционном портфеле активов с низкой корреляцией будет способствовать понижению общего риска портфеля.

В целом все вводные данные имеются в наличии: корреляция, историческая доходность, активы для включения в портфель выбраны. Для реализации данной процедуры понадобится составление границы эффективности инвестиционных портфелей по Марковицу. Все расчеты для этого выполнены в таблице 5.

Первоначально произведем расчет средней доходности каждого актива, это будет ожидаемая доходность от актива. Далее рассчитаем дисперсию и стандартное отклонение (риск), затем определим соотношение доходности и стандартного отклонения. Полученное значение является упрощенным коэффициентом Шарпа, характеризующий компенсацию доходности к принимаемому риску. Так, соотношение доходность и риск (коэффициент Шарпа) составляет:

$$\text{Кш (Индекс Мосбиржи)} = 25,2 / 100 / 0,3971 = 0,6346$$

$$\text{Кш (S\&P 500 в рублях)} = 18,8 / 100 / 0,2408 = 0,7807$$

$$\text{Кш (золото)} = 16 / 100 / 0,2042 = 0,7835$$

$$\text{Кш (гос. облигации)} = 10,0 / 100 / 0,1738 = 0,5754$$

$$\text{Кш (облигации США в рублях)} = 10,0 / 100 / 0,1997 = 0,5008$$

Другим шагом является построение матрицы ковариации между активами, показывающая взаимосвязь двух активов (таблица 6).

Построение матрицы ковариации активов позволит вычислить доходность и риск инвестиционного портфеля с определенными их долями. В первой строке зададим веса активам – по 20% каждый (таблица 7).

Таблица 4

Матрица корреляции активов

Актив	Индекс Мосбиржи	S&P 500 в рублях	Недвижимость	Депозит в рублях	Золото	Гос. облигации	Корп. облигации	Облигации США в рублях
Индекс Мосбиржи	1,00	0,12	-0,14	0,43	-0,01	0,64	0,78	-0,28
S&P 500 в рублях	0,12	1,00	-0,19	-0,05	0,47	-0,19	0,07	0,69
Недвижимость	-0,14	-0,19	1,00	-0,08	0,12	-0,35	-0,42	0,10
Депозит в рублях	0,43	-0,05	-0,08	1,00	-0,12	0,67	0,63	-0,10
Золото	-0,01	0,47	0,12	-0,12	1,00	-0,23	-0,15	0,78
Государственные облигации	0,64	-0,19	-0,35	0,67	-0,23	1,00	0,91	-0,43
Корпоративные облигации	0,78	0,07	-0,42	0,63	-0,15	0,91	1,00	-0,37
Облигации США в рублях	-0,28	0,69	0,10	-0,10	0,78	-0,43	-0,37	1,00

Таблица 5

Расчет средней доходности и риска, %

Период	Индекс Мосбиржи	S&P 500 в рублях	Золото	Гос. облигации	Облигации США в рублях
2003 г.	61,4	19,3	12,8	27,7	-3,6
2004 г.	7,3	4,5	-1,1	10,7	-1,7
2005 г.	84,9	8,8	21,5	11,4	6,3
2006 г.	69,8	5,9	13,4	6,9	-0,5
2007 г.	12,7	-1,7	22,3	7,4	-0,2
2008 г.	-66,6	-24,6	25,5	-5,7	25,9
2009 г.	126,1	30,2	29,3	35,3	9,2
2010 г.	25,3	15,9	30,2	11,1	7,4
2011 г.	-14,5	7,9	17,8	5,8	13,8
2012 г.	8,8	9,4	-0,7	14,6	-1,8
2013 г.	6,3	42,7	-21,9	3,8	5,4
2014 г.	-1,8	95,4	69,7	-14,4	82,0
2015 г.	32,3	31,3	16,6	29,6	30,1
2016 г.	32,8	-6,8	-9,7	14,8	-14,6
2017 г.	-0,2	15,7	6,2	12,8	-1,7
2018 г.	19,1	15,3	19,0	2,1	20,6
2019 г.	38,5	17,2	5,3	20,0	-3,1
2020 г.	14,8	41,3	48,2	8,5	28,6
2021 г.	21,8	29,4	-3,6	-4,9	-1,1
2022 г.	25,2	18,9	19,2	2,5	-1,1
Среднее значение	25,2	18,8	16,0	10,0	10,0
Дисперсия	0,1577	0,058	0,0417	0,0302	0,0399
Стандартное отклонение (риск)	0,3971	0,2408	0,2042	0,1738	0,1997
Доходность / риск	0,6346	0,7807	0,7835	0,5754	0,5008

Таблица 6

Матрица ковариации активов

Виды инвестиций	Индекс Мосбиржи	S&P 500 в рублях	Золото	Гос. облигации	Облигации США в рублях
Индекс Мосбиржи	0,15771	0,01131	-0,00053	0,02910	-0,02171
S&P 500 в рублях	0,01131	0,05797	0,02177	-0,00519	0,03263
Золото	-0,00053	0,02177	0,04170	-0,00538	0,03123
Государственные облигации	0,02910	-0,00519	-0,00538	0,03020	-0,01009
Облигации США в рублях	-0,02171	0,03263	0,03123	-0,01009	0,03990

Таблица 7

Расчет доходности и риска инвестиционного портфеля с определенными долями активов (вариант № 1)

Наименование показателей	Индекс Мосбиржи	S&P 500 в рублях	Золото	Гос. облигации	Облигации США в руб.
Удельный вес, %	20	20	20	20	20
Доходность, %	16,00	-	-	-	-
Риск (стандартное отклонение), %	13,96	-	-	-	-
Дисперсия	0,0195	0,0352	0,2	-	-
Доходность / риск	1,15	-	-	-	-

Таблица 8

Расчет доходности и риска инвестиционного портфеля с определенными долями активов (вариант № 2)

Наименование показателей	Индекс Мосбиржи	S&P 500 в рублях	Золото	Гос. облигации	Облигации США в рублях
Удельный вес, %	30	30	10	15	15
Доходность, %	17,80	-	-	-	-
Риск (стандартное отклонение), %	16,78	-	-	-	-
Дисперсия	0,0282	0,0352	0,2	-	-
Доходность / риск	1,061	-	-	-	-

Отношение доходности к риску составит: $Kш = 16 / 13,96 = 1,15$. Равновзвешенный портфель имеет доходность в размере 16,00%, а риск 13,96% и коэффициент Шарпа 1,15. Далее внесем изменения по долям активов в портфеле, увеличив долю акций до 60% и уменьшив долю остальных активов: золото 10%, а облигации по 15% (таблица 8).

При таком заданном удельном весе получается следующий результат: доходность повысится до 17,8%, а риск до 16,78%, коэффициент Шарпа понизится до 1,06. Такой инвестиционный портфель хоть и приносит больше доходности, но риск увеличивается. Кроме того, риск возрастает большими темпами, чем доходность, о чем свидетельствует снижение коэффициента Шарпа. Полученные результаты сведем в диаграмму, как представлено на рисунке 3.

На графике представлено большое количество точек (инвестиционных портфелей) с пропорциями активов. По горизонтальной оси отложен риск (стандартное отклонение портфеля), а по вертикальной оси – доходность инвестиционного портфеля.

На рисунке 4 исключим все лишние инвестиционные портфели и оставим только

те, которые находятся на границе эффективности. На данном графике учтены инвестиционные портфели, имеющие доходность от 11% до 25% и с наименьшим риском. Также с помощью диаграммы отобразим пропорции активов в каждом инвестиционном портфеле в зависимости от доходности инвестиционного портфеля.

На рисунке 5 представлен идеальный портфель инвестора. Портфель, который получил наибольший коэффициент Шарпа (1,46) имеет следующую структуру: акции РФ – 0%; акции США – 16%; золото – 23%; облигации РФ – 61%; облигации США – 0%.

В данном инвестиционном портфеле нет акций РФ, хотя большая доля облигаций РФ. Именно у этих двух активов исторически было наилучшее соотношение доходности и риска, поэтому такая структура портфеля считается оптимистичной. Данный портфель в условиях усиления санкционной политики является несбалансированным и нет необходимости в него инвестировать денежные средства. Для корректировки рассчитанного инвестиционного портфеля внесем ограничения: доля акций не должна быть в портфеле меньше 5%, для золота дополнительно установим верхнюю границу 10%. Граница

эффективности инвестиционного проекта (вариант 2) представлена на рисунке 6, а структура идеального портфеля инвестора (вариант 2) при заданных параметрах на рисунке 7. При таких параметрах портфель с наилучшим коэффициентом Шарпа получится 1,38 и в следующей структуре: акции РФ – 21%; золото – 10%; облигации – 70%.

Инвестиционный портфель получается консервативным с долей облигаций в 70%. Для повышения доходности требуется повысить риск, а коэффициент Шарпа при этом будет снижаться. Учитывая усиление санкций против экономики РФ, сформируем идеальный инвестиционный портфель в 2023 г. (таблица 9).

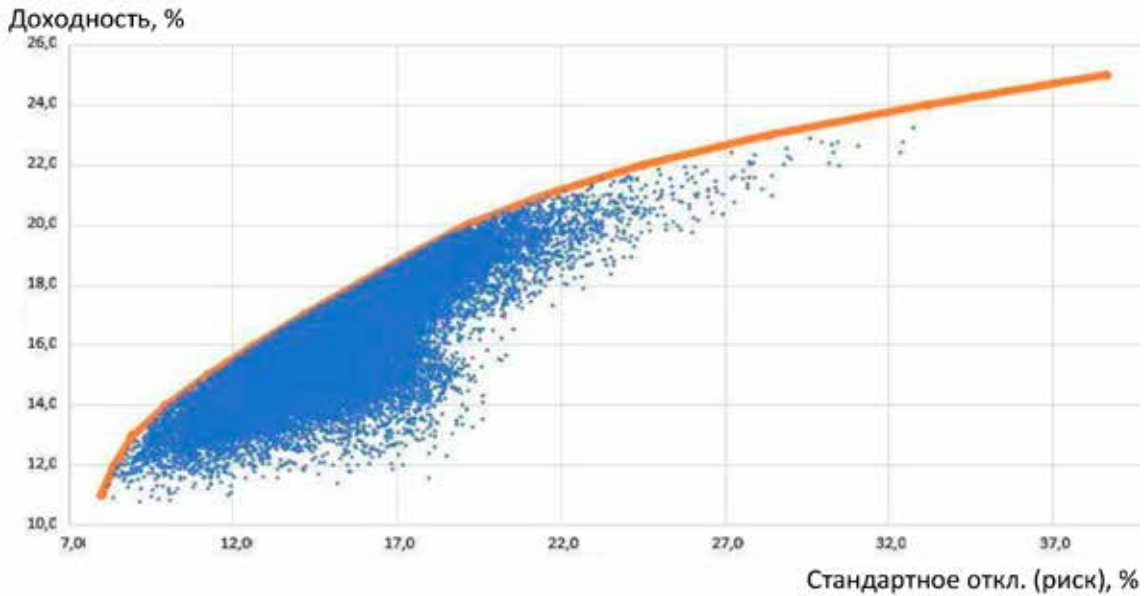


Рис. 3. Границы эффективности портфелей

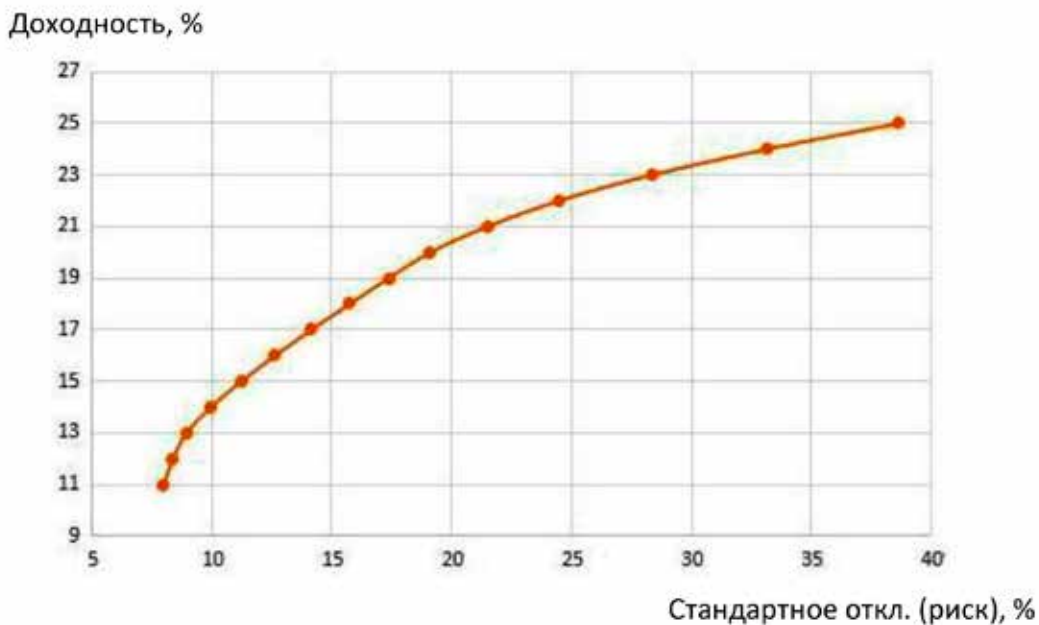


Рис. 4. Граница эффективности инвестиционного проекта (вариант №1)

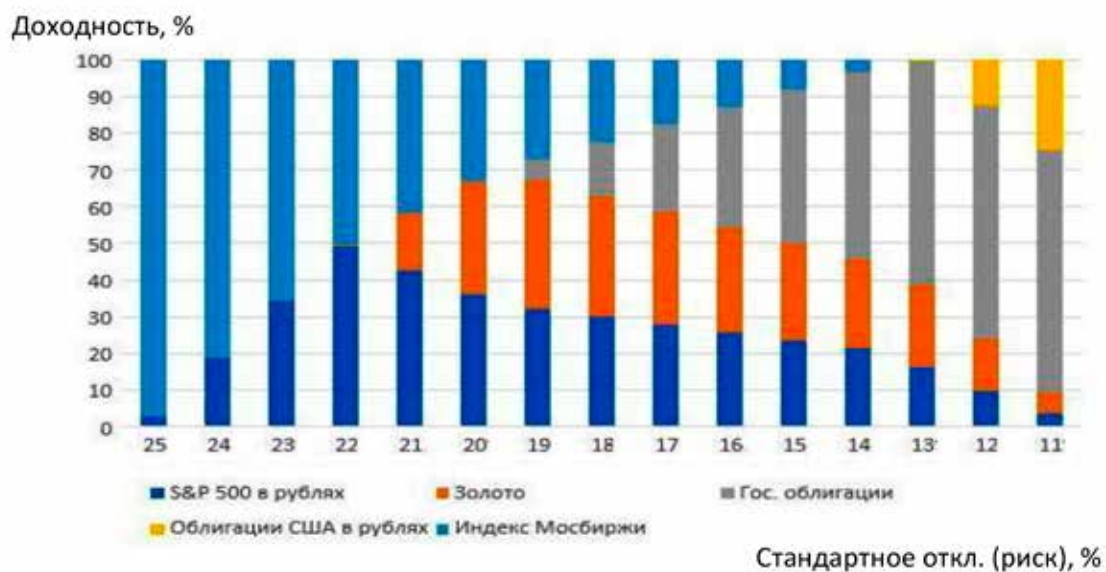


Рис. 5. Идеальный портфель инвестора (вариант №1)

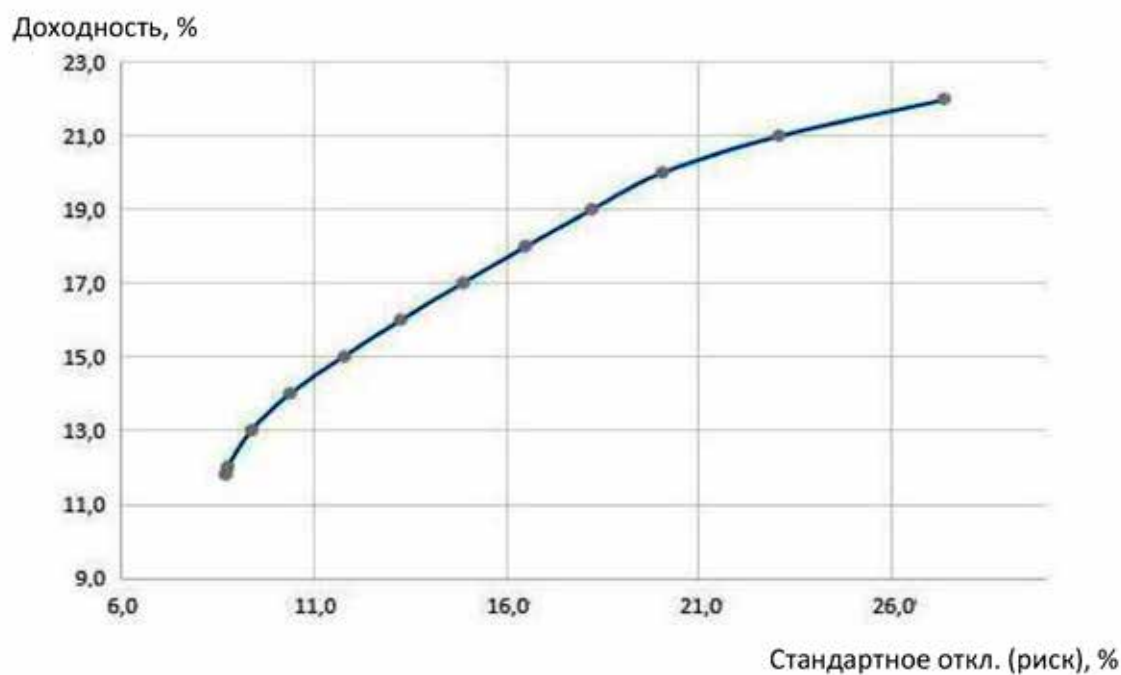


Рис. 6. Граница эффективности инвестиционного проекта (вариант № 2)

Таблица 9

Идеальный портфель инвестора в 2023 г.

Состав инвестиционного портфеля	Инвестиционный портфель с доходностью 15% годовых, %	Инвестиционный портфель с доходностью 20% годовых, %
Акции РФ	41	80
Золото	10	10
Облигации	49	10

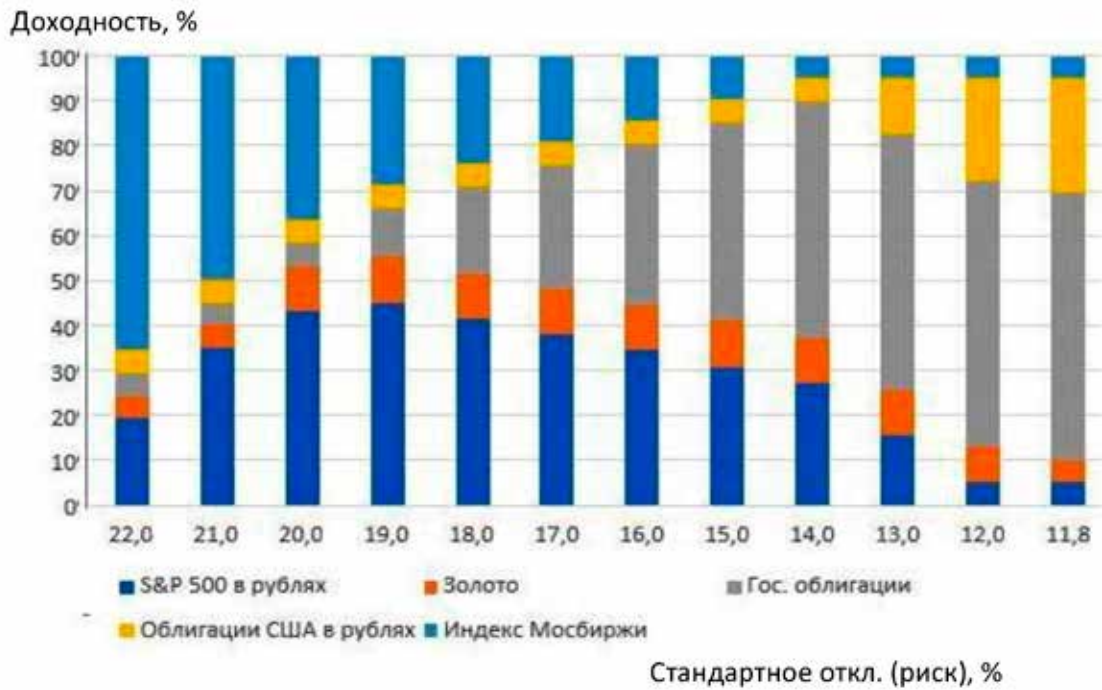


Рис. 7. Идеальный портфель инвестора (вариант №2)

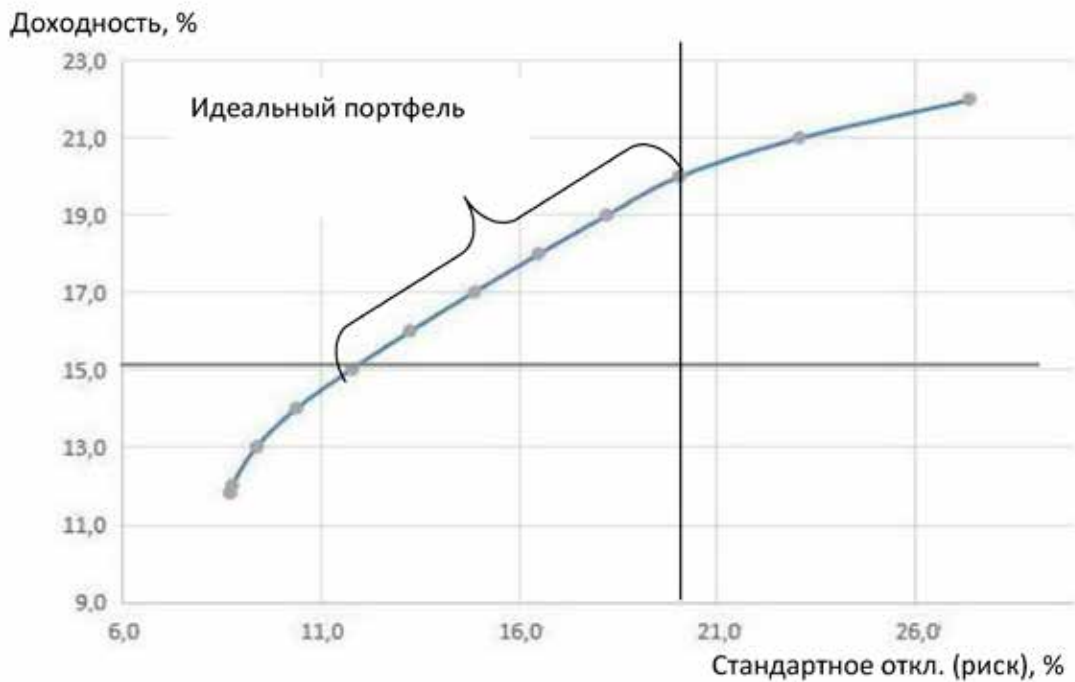


Рис. 8. Граница эффективности идеального инвестиционного проекта в 2023 г.

Если требуется получить доходность в размере 15% годовых, то состав инвестиционного портфеля будет таким: акции РФ – 41%; золото – 10%; облигации – 49%, если требуется получить доходность в размере

20% годовых, то состав инвестиционного портфеля будет таким: акции РФ – 80%; золото – 10%; облигации – 10%.

Граница эффективности идеального инвестиционного проекта в 2023 г. продемон-

стрирована на рисунке 8. В целом на границе эффективности каждый инвестор может найти «идеальный» портфель и каждый решает сам в зависимости от своих ожиданий по риску и доходности. Полученные результаты основаны на исторической доходности активов с 2003 года по 2022 год.

Золото ранее было эффективным вложением, оно приносило высокую доходность в исследуемом периоде и имело негативную корреляцию с российскими активами. Золото значительно выросло в первое десятилетие 21 века, но во втором десятилетии цены на золото не увеличивались значительными темпами. В российской экономике его доходность осталась высокой в первую очередь ослабшему в более два раза курсу рубля, поэтому предлагается инвестировать денежные средства в пределах 10%. Акции РФ имели очень хорошую доходность и низкую корреляцию, поэтому их высокий процент в инвестиционном портфеле является целесообразным, в частности от 40% до 80%. Облигации РФ являются самым стабильным из всех активов и выполняют основную роль для снижения риска. Доход по рекомендуемым инвестиционным портфелям превысит процент инфляции, что подтверждает целесообразность их структуры формирования в практической плоскости.

Произведем расчет доходности инвестиционного портфеля на 01.02.2023 г., используя рекомендуемую структуру инвестиций из таблицы 9. Сама структура инвестиционного портфеля на 09.12.2022 г. продемонстрирована в таблице 10.

Таблица 10

Структура инвестиционного портфеля на 09.12.2022 г.

Состав инвестиционного портфеля	Сумма, руб.	Структура (доля), %
Акции РФ	904000	80
Золото	113000	10
Облигации	113000	10
Всего	1130000	100

Для примера расчета эффективности инвестирования денежных средств на фондовой бирже ММВБ сумму инвестиций возьмем в размере 1,13 млн руб. При этом сумма инвестиций в акции по рекоменду-

емой структуре составит 0,904 млн руб. ($1,130 \times 80 / 100$), в золото – 0,113 млн руб. ($1,130 \times 10 / 100$), в облигации – 0,113 млн руб. ($1,130 \times 10 / 100$).

В таблице 11 произведем расчет доходности инвестиционного портфеля за январь 2023 г. На 09.12.2022 г. средняя биржевая цена акции «Лукойл» составила 4612 руб., при покупке 24 акций сумма инвестиций в акции на бирже составит 110688 руб. Акции «Лукойл» по мнению аналитиков Investing.com находятся на «дне», аналитики ждут снижение на 4% от текущей котировки [56], в район 4796 руб. за акцию (нижняя граница), поэтому инвестор сможет продать акции на бирже по цене 4796 руб. ($4612 \text{ руб.} \times (1 + 4 / 100)$) и получить доход в размере 115104 руб. ($24 \text{ шт.} \times 4796 \text{ руб.}$). Разница в доходе без учета уплаты комиссионных платежей брокеру за 1 мес. составит 4416 руб. ($115104 - 110688$).

Разница между полученными денежными средствами от продажи акций, облигаций и золота, и суммы первоначальных вложений составит 49243 руб. ($1179243 - 1130000$) или рост доходности за 1 мес. составит 4,4% ($1179243 / 1130000 \times 100 - 100$). Данный процент доходности от инвестиций в ценные бумаги, золото будет являться выгодным вложением в сравнении с уровнем ежемесячной инфляции в районе 1-2% и процента по вкладу коммерческого банка. Для развития инвестирования физическими лицами в те или иные инструменты фондового рынка в таблице 12 разработаны и предложены авторские мероприятия.

Для увеличения инвестиций в золото рекомендуется коммерческим банкам в РФ продавать золото физическим лицам с наценкой максимум 3% к мировым ценам, а также разработать механизмы обратного выкупа слитков, поскольку банки не стремятся выкупать золото у физических лиц обратно. В настоящее время наценка на золото составляет от 30% и выше. Рекомендуется Министерству финансов и Центральному банку РФ решить вопрос по установлению ограничения коммерческим банкам при продаже золота физическим лицам на уровне 3% предельного значения отклонений цены от уровня мировых цен на дату совершения сделки, а также рекомендуется решить вопрос создания механизма обратного выкупа слитков золота коммерческими банками у физических лиц.

Таблица 11

Расчет доходности инвестиционного портфеля на 01.02.2023 г.

Состав инвестиционного портфеля	На 09.12.2022 г.				На 01.02.2023 г.				Откл (+;-)	Темп роста, %
	Колво, шт.	Курс валюты (рубля)	Биржевые котировки		Курс валюты (рубля)	Биржевые котировки		Сумма, руб.		
			Дол.	Руб.		Дол.	Рубли			
Акция «Лукойл»	24	0	0	4612	0	0	4796	115104	4416	104,0
Акция «Газпром»	120	0	0	164	0	0	169	20280	600	103,0
Акция «Газпром нефть»	25	0	0	480	0	0	485	12125	125	101,0
Акция «ФосАгро»	25	0	0	6365	0	0	6429	160725	1600	101,0
Акция Мосбиржа	25	0	0	2186	0	0	2252	56300	1650	103,0
ПАО «МТС»	81	0	0	234	0	0	236	19116	162	100,9
Акция ГМК «Норникель»	24	0	0	14978	0	0	15278	366672	7200	102,0
Акция ПАО Группа Черкизово	24	0	0	2950	0	0	3009	72216	1416	102,0
Акция Магнит»	24	0	0	4568	0	0	4705	112920	3281	103,0
Итого								935458	20450	102,2
Золото, тройская унция	1	63,2	1788	113002	75	1877	140775	140775	27773	124,6
Облигации Россия 10-летние	10	0	0	10199	0	0	10301	103010	1020	101,0
Всего								1179243	49243	104,4

Проблемы развития инвестиционной деятельности физических лиц, причины, авторские мероприятия

Проблемы	Причины	Пути решения
Снижение спроса на инвестиции в золото в 2022 году	Коммерческие банки продают физическим лицам золото с наценкой от 30% и выше к мировым ценам.	Рекомендуется коммерческим банкам в РФ продавать золото физическим лицам с наценкой максимум 3% к мировым ценам, а также разработать механизмы обратного выкупа слитков
Низкая привлекательность долгосрочных вложений для физических лиц.	Финансовой системой не сформирован широкий инструментарий для долгосрочных сбережений, отвечающий потребностям физических лиц с точки зрения доходности, сохранности средств и защиты от инфляции.	Рекомендуется повысить лимит ежегодных взносов, дать возможность частично изымать средства без закрытия счета и потери налоговых льгот, а также открывать несколько счетов у разных посредников.

Для повышения привлекательности долгосрочных вложений физических лиц, рекомендуется применять следующие меры:

- совершенствовать механизм индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС);
- расширить перечень финансовых посредников и площадок, через которые можно открыть ИИС. В частности, в этот перечень могут быть включены НПФ, управляющие компании паевых инвестиционных фондов (ПИФ), а также финансовые платформы;
- создать систему гарантирования НПО по примеру системы страхования вкладов и системы гарантирования обязательного пенсионного страхования (ОПС). Создание указанной системы на базе государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов» с 2023 года, предоставит возможность обеспечить государственной гарантией пенсионные сбережения граждан и назначенные негосударственные пенсии (в размере до двух социальных пенсий). Такая система в полном объеме защитит добровольные пенсионные сбережения 99% участников и выплату негосударственных пенсий 93% пенсионеров.

Для дальнейшего развития сектора ПИФ в России, необходимо:

- обеспечение возможности участия вкладчиков в управлении своим инвестиционным портфелем путем предоставления права выбора компаний, вложения в ценные бумаги которых для них предпочтительны;
- создание гарантийного фонда для компенсации вкладов участников крупных открытых ПИФ, определение юридической формы и требований к функционированию компенсационного механизма;
- регламентирование максимальных лимитов инвестирования для открытых ПИФ в активы одного класса, эмитента, отрасли;

- систематизация и усовершенствование законодательства в области регулирования деятельности ПИФ, в частности, уточнения понятий, предмета инвестиционных договоров, их структуры, а также регулирования некоторых моделей крауд-фандинга;

- более активная реализация мероприятий по повышению финансовой грамотности с широким охватом регионов, ориентация на зарубежный опыт;

- повышение роли для профессиональных саморегулируемых организаций и рейтинговых агентств в части популяризации коллективных инвестиций и повышения уровня информированности граждан о доходности ПИФ;

- повышение уровня квалификации специалистов, управляющих ПИФ и их управляющих компаний при совершенствовании стандартов внутрикорпоративной работы в области риск-менеджмента в виде применения более современных методов в прогнозировании рисков;

- реализация мероприятий по росту квалификации специалистов в области финансового консультирования, более активное введение специальных обучающих программ в системе высшего образования граждан по направлению «финансовый консультант»;

- сопровождение и обучение начинающих инвесторов в области работы с паевыми инвестиционными фондами на бесплатной основе (использование онлайн семинаров и вебинаров, продвижение в сети интернет для более активного привлечения инвестиций частных клиентов);

- рост уровня прозрачности в деятельности ПИФ с целью повышения доверия частных инвесторов, в том числе, в результате совершенствования законодательства.

Библиографический список

1. Беломытцева О.С. О развитии индивидуальных инвестиционных счетов типа Б // Финансы и кредит. 2021. Т. 27, № 7. С. 1476.
2. Галустян М.Ж., Сычева И.В. Формирование портфеля частного инвестора на фондовом рынке // Финансы и кредит. 2020. Т. 26, № 5. С. 1151.
3. Занин М.А., Тлепаев А.М. Стратегия физических лиц в сфере портфельного инвестирования // Наука без границ. 2018. № 4(21). С. 46-50.
4. Ковальчук О.И., Разумовская Е.А. Современные методы формирования оптимального инвестиционного портфеля, методы машинного обучения // Весенние дни науки: сборник докладов Международной конференции студентов и молодых ученых, 2022. С. 1172-1176.
5. Куприянова Т.А. Инвестиционные инструменты как основа инвестиционной деятельности // Финансы и кредит. 2020. Т. 26, № 1. С. 213.
6. Ланчаков А.Б., Филин С.А., Якушев А.Ж. Оценка портфеля проектов при использовании реальных опционов // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2020. Т. 13, № 2. С. 126-146.
7. Подлиняев О.Л., Герцекович Д.А., Ларин С.Н. Синтез устойчивых коалиций в экономике на основе базовых критериев теории портфеля // Экономический анализ: теория и практика. 2021. Т. 20, № 9. С. 1678-1702.
8. Разумовская Е.А., Трофименко Л.А. Индивидуальные инвестиционные счета в условиях санкций и снижающихся доходов населения // Финансы и кредит. 2022. Т. 28, № 12(828). С. 2764-2797.
9. Тимофеев С.А., Нахимова Я.Н. Влияние международной диверсификации на эффективность инвестиционного портфеля в рамках российского финансового рынка // Финансы и кредит. 2021. Т. 27, № 5. С. 1178.
10. Юзвович Л.И., Львова М.И. Тренды портфельного инвестирования, ориентированного на стоимость и рост // Финансовые рынки и банки. 2023. №2. С. 111-116.

УДК 658.5.011

С. Н. Яшин

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
Нижний Новгород, e-mail: jashinsn@yandex.ru

К. С. Шибанов

Выксунский филиал Национального исследовательского технологического
университета «МИСИС», Выкса, e-mail: kshibanov@mail.ru

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ключевые слова: клиентоориентированность предприятий, бережливое производство, управление предприятием, управление производством, удовлетворенность заказчиков, требования клиентов.

В работе исследована научная проблема, которая заключается в разработке инструментария и механизма управления клиентоориентированностью предприятий на основе принципов бережливого производства. Сформирована модель клиентоориентированного управления предприятием, которая, в отличие от существующих моделей управления, устанавливает взаимосвязь критериев удовлетворенности заказчиков с принципами бережливого производства. Сформулирована гипотеза о том, что для улучшения клиентоориентированности предприятиям необходимо научиться оценивать и управлять временем и затратами, создающими «полезную» стоимость для заказчиков, что позволило выстроить дальнейшее исследование, опираясь на показатели, связанные с этим. Предложен метод оценки уровня управления клиентоориентированностью предприятий, заключающийся в определении системы нормированных показателей, всесторонне отражающих текущую удовлетворенность клиентов. Разработан инструмент управления клиентоориентированностью предприятий, в который в отличие от существующих инструментов интегрированы принципы бережливого производства, что позволяет обеспечить повышение качества, снижение затрат, гибкое реагирование на изменение клиентских требований и т.д. Предложен инструмент проведения аудита управления клиентоориентированностью предприятий, позволяющий, при необходимости, своевременно корректировать стратегию дальнейшего развития.

S. N. Yashin

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod,
e-mail: jashinsn@yandex.ru

K. S. Shibanov

Vyksa branch of NUST "MISIS", Vyksa, e-mail: kshibanov@mail.ru

METHODS FOR MANAGING THE CUSTOMER ORIENTATION OF ENTERPRISES BASED ON LEAN MANUFACTURING TOOLS

Keywords: customer focus of enterprises, lean manufacturing, enterprise management, production management, customer satisfaction, customer requirements.

The paper investigates a scientific problem, which is to develop tools and a mechanism for managing the customer focus of enterprises based on the principles of lean manufacturing. A model of customer-oriented enterprise management has been formed, which, unlike existing management models, establishes a relationship between customer satisfaction criteria and the principles of lean production. A hypothesis was formulated that in order to improve customer focus, enterprises need to learn how to evaluate and manage time and costs that create a "useful" value for customers, which made it possible to build further research based on indicators related to this. A method for assessing the level of management of customer orientation of enterprises is proposed, which consists in determining a system of normalized indicators that comprehensively reflect the current customer satisfaction. A tool for managing the customer orientation of enterprises has been developed, which, unlike existing tools, integrates the principles of lean manufacturing, which makes it possible to improve quality, reduce costs, respond flexibly to changing customer requirements, etc. A tool for auditing the management of customer-oriented enterprises is proposed, which allows, if necessary, to adjust the strategy for further development in a timely manner.

Введение

Успешное функционирование промышленных предприятий в современных экономических условиях предполагает проведение различных преобразований, способствующих улучшению технико-технологических и финансово-экономических показателей производства. При этом изменения могут носить разный характер и решать многие типы задач.

Одной из целей современного предприятия является улучшение его клиентоориентированности, способной оказывать существенное влияние на экономические показатели деятельности предприятия и устойчивость его положения на рынке. Именно клиентоориентированность в современных условиях помогает предприятиям привлекать новых клиентов и способствует сохранению долгосрочных отношений с существующими заказчиками. А это, в свою очередь, накладывает на предприятия необходимость использования ими соответствующих инструментов, способствующих улучшению удовлетворенности покупателей.

Существенный вклад в улучшение клиентоориентированности компаний может внести использование принципов бережливого производства, ставших популярными в нашей стране в два последних десятилетия. И, несмотря на сложность их внедрения, требующего, как правило, комплексной трансформации операционной системы, системы управления, менталитета и поведения, их использование способно помочь предприятиям становиться более клиентоориентированными, удовлетворяя многочисленные требования заказчиков.

Данное исследование направлено на совершенствование механизмов и инструментов управления клиентоориентированностью предприятий на основе принципов бережливого производства.

В соответствии с целью сформулированы следующие задачи:

- сформировать модель клиентоориентированного управления предприятием на основе принципов бережливого производства;
- на основе сформированной модели предложить метод оценки уровня управления клиентоориентированностью предприятий, позволяющий определить систему показателей, всесторонне отражающих текущую удовлетворенность клиентов;

- разработать инструмент управления клиентоориентированностью предприятий на основе интеграции в него принципов бережливого производства для обеспечения повышения качества, снижения затрат, гибкого реагирования на изменение клиентских требований и т.д.;

- разработать инструмент проведения аудита управления клиентоориентированностью предприятий, позволяющий, при необходимости, своевременно корректировать стратегию дальнейшего развития.

Материал и методы исследования

При проведении исследования применены: системный подход, синтез, анализ, научная абстракция, обобщение и сравнение, экономический и системный анализ, графические и статистические методы, а также метод экспертных оценок. Были использованы математико-статистические методы, базирующиеся на измеряемых показателях. Использование комплекса указанных методов позволило обеспечить достоверность и обоснованность выводов и способствовало принятию практико-ориентированных решений.

Результаты исследования и их обсуждение

По результатам исследования предложено следующее:

1. Сформирована модель клиентоориентированного управления предприятием, которая, в отличие от существующих моделей управления, устанавливает взаимосвязь критериев удовлетворенности заказчиков с принципами бережливого производства, что позволяет разработать на их основе механизм и инструменты управления клиентоориентированностью предприятия.

В основе управления клиентоориентированностью предприятий лежит удовлетворение требований заказчиков. В ходе анализа автором установлены фундаментальные факторы из удовлетворенности.

При определении факторов автором использован метод – «глазами заказчика», что позволяет определить то, что наиболее важно, в первую очередь, для него, а не для производителя. Такой подход отличается от традиционного метода, при котором предприятия самостоятельно определяют то, что, на их взгляд, будет способствовать улучшению удовлетворенности клиентов.

При этом у предлагаемого подхода есть свои преимущества и недостатки. Главное преимущество заключается в том, что он позволяет определить истинное отношение заказчиков к компании. Недостатком является то, что при этом не учитываются реальные возможности предприятий в области улучшения удовлетворенности клиентов, и, в результате, может оказаться так, что предприятие, как бы ни старалось, не сможет удовлетворить заказчиков, например, по цене, даже если та будет из себестоимости и минимальной ценовой надбавки.

Для установления возможностей влияния бережливого производства на клиентоориентированность предприятий автором исследованы его принципы.

Цели бережливого производства, в целом, соответствуют критериям удовлетворенности заказчиков. Следовательно, его внедрение на предприятии должно способствовать улучшению клиентоориентированности.

Критически важным в бережливом производстве является понятие «полезной» стоимости, определяемой не производителем, а конечным потребителем. Клиенты определяют допустимую цену на товар, руководствуясь полезностью товара для себя. Следовательно, предприятию необходимо стремиться к тому, чтобы в его экономике были преимущественно затраты, создающие стоимость для потребителей, и тогда его цены будут оказываться ближе к ценам, которые для себя определяют заказчики.

Цель бережливого производства состоит в том, чтобы максимально увеличить долю деятельности, создающей стоимость, путем сокращения доли потерь и случайных действий, что положительно отражается на удовлетворенности клиентов.

В результате, автором сформулирована гипотеза о том, что для улучшения клиентоориентированности предприятиям необходимо научиться оценивать и управлять временем и затратами, создающими «полезную» стоимость для заказчиков, что позволило выстроить дальнейшее исследование, опираясь на показатели, связанные с этим.

Для управления временем и расходами, создающими «полезную» стоимость для заказчиков, необходимо использовать принципы, инструменты и методики бережливого производства.

Автором предложена модель клиентоориентированного управления предприятием на их основе.

Модель затрагивает все аспекты деятельности предприятия – от операционной системы и управления до менталитета и поведения сотрудников, и позволяет разработать на ее основе механизм и инструментарий управления клиентоориентированностью.

2. Предложен метод оценки уровня управления клиентоориентированностью предприятий, заключающийся в определении системы нормированных показателей, всесторонне отражающих текущую удовлетворенность клиентов, который, в отличие от существующих методов, учитывает влияние величин времени и затрат, создающих «полезную» стоимость для заказчиков.

Для оценки уровня клиентоориентированности предприятий автором разработан метод оценки, включающий группу показателей. В нем предлагается выделять время и расходы предприятий, создающие «полезную стоимость» для клиентов. При этом новизна подхода основывается на нескольких, выдвинутых автором предположениях.

В современных условиях время выполнения заказа становится более важным, чем время производства продукции. Несмотря на то, что предприятие, в первую очередь, отвечает за изготовление продукции, клиент становится удовлетворенным только в момент передачи ему товара, поэтому для увеличения клиентоориентированности производственным предприятиям необходимо уделять внимание общему времени выполнения заказа.

При этом целевое время выполнения заказов предлагается определять как сумму времени только тех операций и процессов, во время выполнения которых для клиента создается «полезная» стоимость, что мотивирует компании использовать инструменты управления клиентоориентированностью, исключая потери, не создающие стоимости.

Кроме того, время хранения сырья на складе предлагается включать в фактическое время выполнения заказов, даже при условии, что к моменту начала выполнения заказа необходимое сырье имеется на складе и реального ожидания поставки не происходит, что будет стимулировать предприятия минимизировать склады и расходы на их содержание, сокращая таким образом затраты, не создающие стоимости для потребителя.

3. Разработан инструмент управления клиентоориентированностью предприятий,

в который в отличие от существующих инструментов интегрированы принципы бережливого производства, что позволяет обеспечить повышение качества, снижение затрат, гибкое реагирование на изменение клиентских требований и т.д.

Инструмент управления определяет порядок выполнения анализов и мероприятий, необходимых для внедрения предложенного метода определения клиентоориентированности и определения целевого состояния. В основе инструмента – метод, разработанный для интенсивной работы, предполагающей применение логики «План» – «Внедрение» – «Контроль» – «Действие».

Задача инструмента – добиться ощутимого повышения производственной эффективности и внедрить систему бережливого производства, выведя клиентоориентированность предприятия на новый уровень.

4. Разработан инструмент проведения аудита управления клиентоориентированностью предприятий, позволяющий, при необходимости, своевременно корректировать стратегию дальнейшего развития.

Внедрение принципов и инструментов бережливого производства требует оценки эффективности их использования, но только по величине полученного экономического эффекта или сокращения времени выполнения заказов, сделать это затруднительно. Автором разработан инструмент аудита управления клиентоориентированностью предприятий по различным направлениям.

Направления разбиты на элементы, подвергающиеся изменениям. По каждому из них в процессе аудита предлагается выставлять оценку по балльной шкале – от 1 до 5.

Оценка каждого элемента выставляется с помощью разработанных методических указаний, полное содержание которых приведено в приложении к диссертационной работе. Аудит позволяет подвести промежуточные

итоги и, при необходимости, своевременно корректировать стратегию дальнейшего управления клиентоориентированностью.

Заключение

В работе исследована научная проблема, которая заключается в разработке инструментария и механизма управления клиентоориентированностью предприятий на основе принципов бережливого производства.

Сформирована модель клиентоориентированного управления предприятием, которая, в отличие от существующих моделей управления, устанавливает взаимосвязь критериев удовлетворенности заказчиков с принципами бережливого производства.

Сформулирована гипотеза о том, что для улучшения клиентоориентированности предприятиям необходимо научиться оценивать и управлять временем и затратами, создающими «полезную» стоимость для заказчиков, что позволило выстроить дальнейшее исследование, опираясь на показатели, связанные с этим.

Предложен метод оценки уровня управления клиентоориентированностью предприятий, заключающийся в определении системы нормированных показателей, всесторонне отражающих текущую удовлетворенность клиентов.

Разработан инструмент управления клиентоориентированностью предприятий, в который в отличие от существующих инструментов интегрированы принципы бережливого производства, что позволяет обеспечить повышение качества, снижение затрат, гибкое реагирование на изменение клиентских требований и т.д.

Предложен инструмент проведения аудита управления клиентоориентированностью предприятий, позволяющий, при необходимости, своевременно корректировать стратегию дальнейшего развития.

Библиографический список

1. Авдеева И.Л., Азарова Н.А., Базарнова О.А. [и др.] Теория и практика стратегического управления экономическими системами. Орёл: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, 2021. 278 с.
2. Бакулина Н.А., Шабаров А.А., Кузнецов В.П. Сущность организации производства // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы: сборник статей по материалам XVIII Международной научно-практической конференции преподавателей вузов, ученых, специалистов, аспирантов, студентов: в 2-х томах, Нижний Новгород, 12 ноября 2020 года / Мининский университет. Том I. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», 2021. С. 12-14.

3. Гарина Е.П., Кузнецов В.П. Формирование необходимых условий развития промышленных предприятий; Мининский университет. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», 2022. 118 с.
4. ГОСТ Р 56020-2020 Бережливое производство. Основные положения и словарь. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200174885> (дата обращения: 05.02.2023).
5. Егоршин А.П., Гуськова И.В., Троицкая А.А. Методика расчета интегрального показателя трудового потенциала организации // Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14. № 2. С. 200-211.
6. Лагышова Л.С., Липсиц И.В., Ойнер О.К. и др. Молокович А.: монография. М.: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2020. 241 с.
7. Митяков С.Н., Митяков Е.С., Моисеев А.Е. Анализ современного состояния эффективности реализации стратегических решений на различных иерархических уровнях // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций: материалы Международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 19 ноября 2019 года. Нижний Новгород: Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, 2019. С. 80-83.
8. Рудюк М.Ю., Чекайкин С.В., Дасаева З.Р., Сенина С.Э. Адаптация элементов бережливого производства под внутреннюю среду предприятий // Наука и бизнес: пути развития. 2021. № 4(118). С. 18-26.
9. Трофимов О.В., Фролов В.Г., Ивановский С.Л. Направления развития приоритетных высокотехнологических отраслей в соответствии с концепцией «индустрия 4.0» // Россия, Европа, Азия: цифровизация глобального пространства: сборник научных трудов III Международного научно-практического форума / Под редакцией И.В. Пеньковой. 2020. С. 692-695.
10. Шинкевич А.И., Кудрявцева С.С., Кравец Е.В. Глава 6. Методология организации ресурсоэффективных производственных систем на основе инноваций в цифровой экономике // Инновационно-технологические тренды развития промышленности в условиях цифровизации экономики: коллективная монография / Под научной редакцией М.Я. Веселовского, Н.С. Хорошавиной. М.: ООО «Мир науки», 2022. С. 152-175.
11. Яшина Н.И., Гинзбург М.Ю., Чеснокова Л.А. Совершенствование российской налоговой системы на основе дифференциации налоговых платежей в целях инновационного развития экономики (на примере НДС) // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2021. № 13(517). С. 23-34.