

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

# **ВЕСТНИК**

**РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)**

**№ 4 (68), ДЕКАБРЬ, 2019**

**V E S T N I K**

**OF ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)**

**№ 4 (68), DECEMBER, 2019**

**РОСТОВ-НА-ДОНУ  
2019**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 4 (68), ДЕКАБРЬ, 2019

Научно-практический журнал.  
Издается с 1996 года.  
Периодичность — 4 номера в год.  
№ 4 (68), 2019

Журнал «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» включен в «Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук» ([http://vak.ed.gov.ru/ru/help\\_desk/list](http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list)).

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 02.08.2019 ПИ № ФС77-76371.

Подписной индекс 94061 (на год)  
в каталоге «Пресса России»  
или на сайте [www.arpk.org](http://www.arpk.org)

Международный стандартный номер  
серийного издания:  
**ISSN 1991-0533**

**Адрес редакции журнала:**  
344002, Ростов-на-Дону,  
ул. Б. Садовая, 69, к. 337.  
Тел. (863) 237-02-75.  
E-mail: [vestnik.rsue@mail.ru](mailto:vestnik.rsue@mail.ru)

© Ростовский государственный  
экономический университет  
(РИНХ), 2019

**Главный редактор**  
Заслуженный деятель науки  
Российской Федерации,  
доктор экономических наук, профессор

**Альбеков Адам Умарович**

**Заместитель главного редактора**  
доктор экономических наук, профессор  
**Вовченко Наталья Геннадьевна**

**Ответственный секретарь**  
доктор экономических наук, доцент

**Пархоменко Татьяна Валерьевна**

Рукописи представляются в редакцию в электронном виде (на диске или по электронной почте [rsue@mail.ru](mailto:rsue@mail.ru)). Редакция в обязательном порядке осуществляет экспертную оценку (рецензирование, научное и стилистическое редактирование) всех материалов, публикуемых в журнале.

Ознакомиться с требованиями к оформлению материалов можно на сайте журнала: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Мнение редакции и членов редколлегии может не совпадать с точкой зрения авторов публикации.

Ответственность за содержание публикаций и достоверность фактов несут авторы материалов.

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGH EDUCATION  
OF RUSSIAN FEDERATION

# VESTNIK

OF ROSTOV STATE  
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)

№ 4 (68), DECEMBER, 2019

Scientifically-practical journal.  
First published in 1996.  
Periodical — 4 issues per year.  
№ 4 (68), 2019

Journal «Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)» is included in «List of Russian peer-reviewed scientific journals, which should be published by major scientific results of theses for degree of doctor and candidate of sciences» ([http://vak.ed.gov.ru/ru/help\\_desk/list](http://vak.ed.gov.ru/ru/help_desk/list)).

Edition is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media since the 02.08.2019 ПИ № ФС77-76371.

Index 94061 (for one year)  
in catalog «The Russian Press»  
or online at [www.arpk.org](http://www.arpk.org)

International Standard Serial Number:  
**ISSN 1991-0533**

**Publishing address of the journal:**  
344002, Rostov-on-Don,  
B. Sadovaya st., 69, room 337.  
Tel. (863) 237-02-75.  
E-mail: [vestnik.rsue@mail.ru](mailto:vestnik.rsue@mail.ru)

© Rostov State  
University of Economics  
(RINH), 2019

## **Editor-in-Chief**

Honored Worker of Science  
of Russian Federation,  
Ph. D. in Economics, professor

**Albekov Adam Umarovich**

## **Deputy Editor-in-Chief**

Ph. D. in Economics, professor

**Vovchenko Natalia Gennadievna**

## **Executive Secretary**

Ph. D. in Economics,  
associate professor

**Parkhomenko Tatiana Valerievna**

Received manuscripts available in electronic form (on disk or by e-mail: [vestnik.rsue@mail.ru](mailto:vestnik.rsue@mail.ru)). Editorial compulsorily provides expert assessment (peer review, scientific and stylistic editing) of all materials published in journal.

Review the requirements for materials on site of journal: <http://rsue.ru/podrazdelenie.aspx?id=702>.

Opinion of editorial and board members do not necessarily reflect the views of the authors of the publication.

Responsibility for content of publications and reliability of facts carried by authors of materials.

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИЗДАТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ

- Де Ла Роберти Катерин Сарландин** — ректор, руководитель набора S2IE «Международная стратегия и экономическая безопасность», директор лаборатории SEE, профессор факультета управления и экономики предприятия Парижского университета Сорбонны Пантеона I, г. Париж, Франция.
- Ханаппи Харди** — д. э. н., профессор экономического факультета Венского технического университета, г. Вена, Австрия.
- Глушек Ярослав** — кандидат наук, почетный доктор, профессор, ректор Университета имени Грегора Менделя, г. Брно, Чешская Республика.
- Таше Иллеана** — д. э. н., профессор факультета экономических наук Трансильванского университета, г. Брашов, Румыния.
- Рупейка-Апога Рамона** — д. э. н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета факультета бизнеса, управления и экономики Университета Латвии, г. Рига, Латвия.
- Талассинос Элифтериос Яннис** — д. э. н., ученая степень Университета Иллинойса, профессор экономического факультета Университета Пирея, Президент международной ассоциации стратегического управления, редактор журнала ERSJ, JEBA & JMTEI, г. Пирей, Греция.

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Боев Василий Юрьевич** — к. э. н., доцент, проректор по учебной работе, заведующий кафедрой экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Бондаренко Виктория Андреевна** — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Кузнецов Николай Геннадьевич** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Механцева Карина Феликсовна** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Морковина Светлана Сергеевна** — д. э. н., профессор, эксперт Агентства инноваций и развития экономических и социальных проектов, проректор по науке и инновациям, заведующий кафедрой менеджмента и экономики предпринимательства Воронежского государственного лесотехнического университета имени Г. Ф. Морозова, г. Воронеж.
- Ниворожкина Людмила Ивановна** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой математической статистики, эконометрики и актуарных расчетов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону.
- Максимцев Игорь Анатольевич** — д. э. н., профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии наук высшей школы, почетный доктор Бухарестской экономической академии, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург.
- Полуботко Анна Александровна** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой коммерции и логистики ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону.
- Эскиндаров Михаил Абдурахманович** — д. э. н., ректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, профессор, член-корреспондент Российской академии образования.

## INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

- De La Robertie Catherine Sarlandie** — Rector, Director master of S2IE International strategy and intelligence economic, Director laboratories of SEE, Professor of Universities management and Economy of enterprise Parisian Pantheon Sorbonne University I, Paris, France.
- Hanappi Hardy** — Dr., Univ. Prof., Vienna University of Technology, Economics Department, Faculty Member, Austria.
- Hlušek Jaroslav** — Prof. Ing., CSc., dr. h. c., Mendel University in Brno, Czech Republic.
- Tache Ileana** — Professor, Ph. D., Transylvania University of Brasov, Faculty of Economic Sciences, Romania.
- Rupeika-Apoga Ramona** — Professor, Dr. Chair, Department of Finance and Accounting Faculty of Business, Management and Economics University of Latvia, Latvia.
- Thalassinos Eleftherios Ioannis** — Ph. D. University of Illinois, Professor, Department of Economics, University of Piraeus, President of International Strategic Management Association (ISMA), Director of Master of Science, Department of Maritime Studies, Editor ERSJ, IJEB & IJMTEI, European Chair Jean Monnet in EMU, School of Maritime & Industry, Greece.

## EDITORIAL COUNCIL

- Boev Vasily Yuryevich** — Ph. D. in Economics, associate professor, Vice-rector for academic affairs, head of department of regional, industrial and business economy of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Bondarenko Victoria Andreevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, head of marketing and advertising department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Kuznetsov Nikolay Gennadyevich** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of economic theory of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Mekhantseva Karina Pheliksovna** — Ph. D. in Economics, professor, head of merchandizing and quality management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Morkovina Svetlana Sergeevna** — Ph. D. in Economics, professor, expert of Agency of innovations and development of economic and social projects, vice-rector of science and innovations, manager of department of management and economy of an entrepreneurship of Voronezh State Timber University named by G. F. Morozov, Voronezh.
- Nivorozhkina Lyudmila Ivanovna** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of mathematical statistics, econometrics and actuarial calculations of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Maksimtsev Igor Anatolyevich** — Ph. D. in Economics, professor, academician of Russian Academy of Natural Sciences, academician of International academy of Sciences of higher school, honorable doctor of Bucharest Economic Academy, rector of St. Petersburg State Economic University.
- Polubotko Anna Aleksandrovna** — Ph. D. in Economics, associate professor, head of department of commerce and logistics of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Eskindarov Mikhail Abdurakhmanovich** — Ph. D. in Economics, rector of Financial University under Government of Russian Federation, professor, corresponding member of Russian Academy of Education.

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

- Батищева Галина Андреевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры фундаментальной и прикладной математики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Боровская Марина Александровна** — д. э. н., профессор, заместитель министра науки и высшего образования Российской Федерации.
- Брелик Агнешка** — д. э. н., экономический факультет Западно-померанского технологического университета, г. Щецин, Польша.
- Буркальцева Диана Дмитриевна** — д. э. н., доцент, профессор кафедры финансов предприятий и страхования Института экономики и управления Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского, г. Симферополь.
- Вертакова Юлия Владимировна** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой региональной экономики и менеджмента Юго-Западного государственного университета, г. Курск.
- Гарнов Андрей Петрович** — д. э. н., профессор, заведующий кафедрой экономики и организации производства Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, г. Москва.
- Димитриади Николай Ахиллесович** — д. э. н., д. м. н., профессор кафедры общего и стратегического менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Золотарёв Владимир Семёнович** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, профессор кафедры финансового менеджмента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Усенко Людмила Николаевна** — д. э. н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, заведующий кафедрой анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.
- Халын Виктор Геннадьевич** — к. э. н., депутат Законодательного Собрания Ростовской области VI созыва.
- Шеховцов Роман Викторович** — д. э. н., доцент, заместитель министра экономического развития Ростовской области Правительства Ростовской области, г. Ростов-на-Дону.
- Шимов Владимир Николаевич** — д. э. н., профессор, ректор Белорусского государственного экономического университета, г. Минск, Республика Беларусь.

**EDITORIAL BOARD**

- Batishcheva Galina Andreevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of fundamental and applied mathematics of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Borovskaya Marina Aleksandrovna** — Ph. D. in Economics, Professor, Deputy minister of science and higher education of Russian Federation.
- Brelik Agnieszka** — Ph. D., Faculty of Economics, West Pomeranian University of Technology in Szczecin, Poland.
- Burkaltseva Diana Dmitriyevna** — Ph. D. in Economics, associate professor, professor of department of finance of enterprises and insurance of Institute of economy and management of Crimean federal university named by V. I. Vernadskiy, Simferopol.
- Vertakova Yulia Vladimirovna** — Ph. D. in Economics, professor of managing department of regional economy and management of Southwest State University, Kursk.
- Garnov Andrey Petrovich** — Ph. D. in Economics, professor, head of economy and production organization department of Plekhanov Russian University of Economics, Moscow.
- Dimitriadi Nikolay Akhillesovich** — Ph. D. in Economics, doctor of medical sciences, professor of department of general and strategic management of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Zolotariov Vladimir Semionovich** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, professor of financial management department of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Usenko Lyudmila Nikolaevna** — Ph. D. in Economics, professor, honored worker of science of Russian Federation, head of department of analysis of business activities and forecasting of Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.
- Halyn Viktor Gennadyevich** — Ph. D. in Economics, Deputy of Legislative Assembly of Rostov region of the VI convocation.
- Shekhovtsov Roman Viktorovich** — Ph. D. in Economics, associate professor, Deputy Minister of Economic Development of Governments of Rostov region, Rostov-on-Don.
- Shimov Vladimir Nikolaevich** — Ph. D. in Economics, professor, rector of Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# ВЕСТНИК

РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА (РИНХ)

№ 4 (68), ДЕКАБРЬ, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1. Управление экономическими системами _____</b>	<b>12</b>	<i>Полиди А. А., Камышанский В. П., Блошенко М. В.</i>	
<i>Богданова Р. М., Миронова О. А.</i>		Антикоррупционная политика как фактор обеспечения устойчивого экономического роста	<b>55</b>
Применение технологий командообразования в образовательном процессе при подготовке экономистов в условиях экономики знаний с учетом специфики поколений Y и Z	<b>12</b>	<i>Смирнова Е. А., Чжао Дань</i>	
<i>Бондаренко В. А., Палант А. Я.</i>		Логистическая трансформация хозяйственных связей в трансграничной электронной торговле	<b>61</b>
Развитие государственного регулирования обращения криптовалют в мировой экономике	<b>19</b>	<b>РАЗДЕЛ 2. Экономика и предпринимательство _____</b>	<b>68</b>
<i>Ванюшикина В. В.</i>		<i>Алексейчик Т. В., Витченко О. В., Грошев А. Р., Сахарова Л. В.</i>	
Бренд вуза в цифровой образовательной среде	<b>26</b>	Методика определения эффективности цифровых образовательных ресурсов на основе анализа данных и нечеткой логики	<b>68</b>
<i>Гомцян А. Д.</i>		<i>Грекова И. Ю.</i>	
Республика Армения: ключевой участник Евро-Азиатского экономического союза (ЕАЭС) — новые вызовы	<b>33</b>	Анализ роли комплаенс-контроля в системе управления рисками коммерческих предприятий	<b>73</b>
<i>Ерохина Т. Б., Пархоменко Т. В.</i>		<i>Гузенко Н. В.</i>	
Влияние маркетинга и логистики на минимизацию рисков потребителей	<b>40</b>	Активизация конкурентоспособности логистических операторов грузовых перевозок на железнодорожном транспорте	<b>83</b>
<i>Кузнецов Н. Г., Родионова Н. Д., Федько В. П.</i>		<i>Иванова Е. А., Левина Я. В.</i>	
Маркетинг как инструмент решения задач кластерной политики	<b>44</b>	Критерии выбора стратегической концепции индустриального парка	<b>88</b>
<i>Погребная А. А., Гиссин В. И.</i>			
Ключевые показатели функционирования цепочки поставок	<b>51</b>		



<i>Ларионов В. А., Ефременко И. Н., Митько О. А.</i> Роль цифрового маркетинга и влияние социально-демографических факторов в продвижении гостиничных услуг	96	<i>Букланов Д. А.</i> Исследование устойчивости налоговых доходов РФ с точки зрения портфельной теории Г. Марковица	149
<i>Мамаев Э. А., Хамбурова Д. С.</i> Государственно-частное партнёрство на транспорте	102	<i>Гиссин В. И., Механцева К. Ф.</i> Функционально-стоимостный анализ как метод повышения эффективности процессов	156
<i>Миргородская О. Н., Иванченко О. В., Дадаян Н. А.</i> К вопросу о развитии онлайн-продаж на российском рынке детских товаров	111	<i>Грицунова С. В., Седых Ю. А.</i> Инструменты изменения организационной конфигурации производственно-хозяйственной системы: анализ и синтез организационно-экономических форм предпринимательства	163
<i>Пржедецкая Н. В., Шевелева В. В., Рябова К. А.</i> Влияние социальных сетей на деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства	118	<i>Данченко Е. А.</i> Парадигма формирования эффективной модели ведения банковского бизнеса	167
<i>Салтанова Т. А.</i> Схемы государственного управления развитием малого бизнеса на региональном и муниципальном уровнях	123	<i>Магомаева Л. Р.</i> Новые вызовы и риски банковского сектора России в условиях цифровизации	171
<i>Чекмарёва Г. И., Миронова О. А.</i> Трансформация полномочий и специфики деятельности уполномоченного экономического оператора в условиях развития интеграционных процессов в рамках ЕАЭС	129	<i>Смертина Е. Н., Демьяненко Э. Ю.</i> Специфика и проблемы, влияющие на построение системы учета затрат в сельхозорганизациях	178
<b>РАЗДЕЛ 3. Финансово-кредитные отношения и бухгалтерский учет</b>	<b>136</b>	<i>Уразова С. А.</i> Банковское кредитование малых и средних предприятий и его государственная поддержка в Европейском союзе и Российской Федерации	185
<i>Асриев С. В., Мустафаева Г. К.</i> Финансово-экономическая характеристика частных санаториев курортного региона	136	<b>КНИЖНАЯ ПОЛКА</b>	<b>193</b>
<i>Батищева Г. А., Журавлёва М. И., Лукьянова Г. В., Стуженко Д. Н.</i> Моделирование кредитного риска банковского сектора экономики	144	<b>НАШИ АВТОРЫ</b>	<b>199</b>

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGH EDUCATION  
OF RUSSIAN FEDERATION

**VESTNIK**  
OF ROSTOV STATE  
UNIVERSITY OF ECONOMICS (RINH)  
№ 4 (68), DECEMBER, 2019

CONTENT

<b>SECTION 1. Management of economic systems</b> _____	<b>12</b>	<i>Polydi A. A., Kamyshanskiy V. P., Bloshenko M. V.</i>	
<i>Bogdanova R. M., Mironova O. A.</i> Application of team building technologies in educational process in preparation of economists in knowledge economy, taking into account the specifics of generations Y and Z	<b>12</b>	Anti-corruption policies as factor of sustained economic growth	<b>55</b>
<i>Bondarenko V. A., Palant A. Ya.</i> Development of state regulation of circulation of cryptocurrency in world economy	<b>19</b>	<i>Smirnova E. A., Zhao Dan</i> Logistic transformation of economic relations in cross-border e-commerce	<b>61</b>
<i>Vanyushkina V. V.</i> University brand in digital educational environment	<b>26</b>	<b>SECTION 2. Economics and business</b> _____	<b>68</b>
<i>Gomtsyan A. D.</i> Republic of Armenia: key participant in Euro-Asian Economic Union (EAEU) — new challenges	<b>33</b>	<i>Alekseychik T. V., Vitchenko O. V., Groshev A. R., Sakharova L. V.</i> Methodology for determining the efficiency of digital educational resources based on data analysis and fuzzy logic	<b>68</b>
<i>Erokhina T. B., Parkhomenko T. V.</i> Marketing and logistics influence on minimizing consumer risks	<b>40</b>	<i>Grekova I. Yu.</i> Analysis of role of compliance-control in risk management system of Russian enterprises	<b>73</b>
<i>Kuznetsov N. G., Rodionova N. D., Fedko V. P.</i> Marketing as instrument for solving cluster policy tasks	<b>44</b>	<i>Guzenko N. V.</i> Enhancing the competitiveness of logistics freight railway operators	<b>83</b>
<i>Pogrebnaya A. A., Gissin V. I.</i> Key indicators of functioning of supply chain	<b>51</b>	<i>Ivanova E. A., Levina Ya. V.</i> Criteria for selecting the strategic concept of industrial park	<b>88</b>

<i>Larionov V. A., Efremenko I. N., Mitko O. A.</i> Role of digital marketing and influence of socio-demographic factors in promotion of hotel services	96	<i>Buklanov D. A.</i> Study of tax revenues stability in Russian Federation from the point of view of H. Marcowitz' portfolio theory	149
<i>Mamaev E. A., Hamburova D. S.</i> Public and private partnership in transport	102	<i>Gissin V. I., Mekhantseva K. Ph.</i> Value analysis as method of increasing process efficiency	156
<i>Mirgorodskaya O. N., Ivanchenko O. V., Dadayan N. A.</i> On question of development of online-sales of children's goods in Russian market	111	<i>Gritsunova S. V., Sedykh Yu. A.</i> Instruments of change of organizational configuration of production and economic system: analysis and synthesis of organizational and economic forms of business	163
<i>Przhedetskaya N. V., Sheveleva V. V., Ryabova K. A.</i> Impact of social networks on activities of small and medium-sized businesses	118	<i>Danchenko E. A.</i> Paradigm of formation of effective model of banking business	167
<i>Saltanova T. A.</i> Schemes of state management of small business development at regional and municipal levels	123	<i>Magomaeva L. R.</i> New challenges and risks of banking sector of Russia in conditions of digitalization	171
<i>Chekmariova G. I., Mironova O. A.</i> Transformation of powers and specifics of activity of authorized economic operator in terms of development of integration processes within EEU	129	<i>Smertina E. N., Demyanenko E. Yu.</i> Specifics and problems influencing creation of system of accounting of expenses in agricultural organizations	178
<b>SECTION 3. Financial-credit relations and accounting</b>	136	<i>Urazova S. A.</i> Bank loaning of small and medium enterprises and its state support in European Union and Russian Federation	185
<i>Asriev S. V., Mustafaeva G. K.</i> Financial and economic characteristics of private resorts in resort region	136	<b>BOOKSHELF</b>	193
<i>Batishcheva G. A., Zhuravliova M. I., Lukyanova G. V., Stuzhenko D. N.</i> Modeling of credit risk in banking sector	144	<b>OUR AUTHORS</b>	199

## РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

---

*Р. М. Богданова, О. А. Миронова*

### ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ЭКОНОМИСТОВ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ С УЧЕТОМ СПЕЦИФИКИ ПОКОЛЕНИЙ Y И Z

#### Аннотация

Статья посвящена оценке роли компетенций командообразования в условиях экономики знаний, а также анализу возможностей применения зарубежного опыта использования интерактивных технологий групповой работы при проведении практических занятий при реализации программ высшего экономического образования в России с учетом специфических особенностей восприятия образовательного процесса поколениями Y и Z.

#### Ключевые слова

Экономика знаний, командообразование, теория поколений, поколение Y, поколение Z.

*R. M. Bogdanova, O. A. Mironova*

### APPLICATION OF TEAM BUILDING TECHNOLOGIES IN EDUCATIONAL PROCESS IN PREPARATION OF ECONOMISTS IN KNOWLEDGE ECONOMY, TAKING INTO ACCOUNT THE SPECIFICS OF GENERATIONS Y AND Z

#### Annotation

Article is devoted to the assessment of role of team-building competencies in knowledge economy, as well as to the analysis of possibilities of using foreign experience in the use of interactive technologies of group work during practical training in implementation of programs of higher economic education in Russia, taking into account the specific features of perception of educational process by generations Y and Z.

#### Keywords

Knowledge economy, team building, generation theory, generation Y, generation Z.

#### Введение

На протяжении последних лет в России активно обсуждается возможность переноса образовательного процесса высшего образования в цифровое пространство. Однако предлагаемая в настоящее время модель цифрового образования будет малоэффективной для российских студентов. Это в равной степени относится как к представителям поколения Z, обладающим врожденной цифровой грамотностью, однако недо-

статочно социализированным в реальном мире, так и к поколению Y, представители которого, с одной стороны, в значительной степени адаптированы к цифровым технологиям, с другой же стороны, нацелены на получение реальных знаний, но не в традиционной, а в игровой форме.

Отечественный и зарубежный опыт исследований в области теории поколений показывает, что реализация задач повышения качества высшего

экономического образования для современного контингента обучающихся может осуществляться по следующим направлениям: индивидуальный подход к каждому студенту с учетом его личностных особенностей; использование инновационных образовательных технологий, в том числе деловых и ролевых игр, тренингов командообразования и креативного мышления, направленных на формирование навыков коллективного принятия решений; включение коучинга в образовательные программы высшего образования; привлечение в учебные заведения преподавателей-практиков, бизнес-тренеров, коучей, иных специалистов, достигших успеха и высокого профессионального мастерства в той или иной области [1]. Это обуславливается также необходимостью подготовки специалистов, востребованных на рынке труда с учетом требований экономики знаний, предъявляющей высокие требования как к профессиональным, так и личностным компетенциям работников.

#### **Материалы и методы**

Сущность современного качественного перехода в развитии производительных сил общества заключается в изменении роли информации, которая наряду с фактором труда превратилась в главный катализатор экономического развития, оттеснив на второстепенные роли природные ресурсы и капитал в денежной и овеществленной форме. Благодаря информатизации и широкому распространению системы компьютеризированных рабочих мест в структуре совокупных трудовых ресурсов существенно повысилась составляющая умственного труда и высококвалифицированных специалистов при одновременном сокращении доли использования рутинной и возрастании творческой составляющей интеллектуального труда в сфере образования, информационно-коммуникационных технологий и инновационно-предпринимательской деятельности. Развитие данных тенденций

позволяет сделать вывод о переходе экономик большинства развитых стран к экономике знаний. Экономика знаний требует высокого качества трудовых ресурсов, квалификации и образовательного уровня рабочей силы. Современный работник выступает как персона, личность, эффективность его работы определяется, в конечном итоге, затратами общества на развитие его индивидуальных особенностей, творческих способностей, интересов и талантов. Принципиально важное значение получил интеллектуальный труд — творческий труд, носящий нестандартный характер и связанный с инновационной деятельностью — формализацией новых научных идей, созданием новых технологий, новых видов продукции, совершенствованием производства [2]. В этих условиях важнейшим инструментом экономического роста на микроуровне становится совершенствование организационной структуры компаний, изначально представляющей собой механизм объединения сотрудников в эффективные коллективы. Все большую значимость для современного общества и для развития предприятий и организаций начинает играть такой вид коллектива как команда.

#### **Результаты**

Результативность применения тех или иных методов оптимизации бизнес-процессов компаний сегодня во многом определяется эффективностью командной работы ее сотрудников, которая находит свое выражение в росте рентабельности бизнеса, повышении его управляемости, росте ценности компании в глазах потребителя, оптимизации распределения ресурсов предприятия, сокращении его расходов, повышении качества работы сотрудников и т. д. [2]. В связи с этим особую актуальность представляют вопросы качества подготовки специалистов, которым предстоит осуществлять трудовую деятельность в условиях экономики знаний. Значи-

тельные изменения претерпевают федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования, актуализированные версии которых в настоящее время принимаются в России. Новые версии ФГОС ВО, в частности, предполагают формирование у обучающихся универсальных компетенций (УК), в том числе компетенции УК-3, способны «осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде». Следовательно, при подготовке обучающихся по программам высшего экономического образования актуальным представляется включение в учебный процесс такой дисциплины, как «Командообразование в организации», реализация которой предполагает активное использование интерактивных технологий, деловых игр и тренингов, что, как отмечалось выше, достаточно эффективно воспринимается и усваивается представителями поколений Y и Z [3].

Термин «Командообразование» используется применительно к широкому диапазону действий по созданию и повышению эффективности групповой работы. Идея командных методов работы, положительно зарекомендовавшая себя в спорте высоких достижений, активно внедряется в практику предпринимательской деятельности с 60–70 гг. XX столетия. В настоящее время тимбилдинг считается одной из наиболее эффективных моделей корпоративного менеджмента и управления персоналом, обеспечивающих полноценное развитие организации [4].

Принципиально важной задачей обучения будущих экономистов становится развитие у них навыков целеполагания в условиях командной работы. Целеполагание принято рассматривать как формулировку или выбор цели деятельности компании. Как правило, цель детально структурируется, это выражается в выделении согласующихся между собой разноуровневых подцелей. Под

самой целью понимается идеальный, заранее заданный результат, который должен быть достигнут.

Эффективность командной работы определяется пониманием ее участниками взаимосвязи между целями, задачами и методами работы. Принципиально важной является четкость постановки и фокусировки цели, поскольку именно конкретность и лаконичность целеполагания позволяет создавать представление у членов команды о методах достижения успеха. При этом цели должны представлять собой не просто перечень мероприятий, определяемых сферой деятельности компании, а продуманную и реальную основу для стратегического развития организации [1].

Несмотря на то что цели являются базисом командной работы, существенные изменения факторов внешней среды (социальных, экономических, политических и др.), влияющих на деятельность компании, могут в любой момент потребовать их пересмотра, вследствие чего как руководители высшего и среднего звена, так и специалисты и иные работники организации должны быть постоянно готовы к изменениям. Поэтому командная работа должна, с одной стороны, основываться на четком определении круга проблем и спектра задач, которые необходимо решить, а с другой — обладать достаточной гибкостью, способностью адаптироваться к изменяющимся внешним условиям.

Следует учитывать, что каждый член команды, будучи самостоятельной личностью, обладающей определенным психотипом, направленностью, способностями, стремлениями и интересами, имеет свои индивидуальные цели и скрытые намерения, не всегда идущие в русле генеральной цели команды или организации в целом. Поэтому одним из важнейших моментов командной работы как на этапе целеполагания, так и при достижении поставленных целей является предупреждение лидером кон-



фликтов или столкновений между командными и личными целями, а также работа по разрешению конфликтов всех типов, если их не удалось избежать. Это обуславливает необходимость формирования у студентов, обучающихся по экономическим образовательным программам высшего образования, компетенций ситуационного лидерства, которое представляет собой руководство коллективом с использованием одного из четырех стилей управления в зависимости от ситуации и уровня развития сотрудников по отношению к задаче [5].

### Обсуждение

Теоретические основы исследования ситуационного лидерства были за-

ложены в 60-х гг. XX века американскими учеными П. Херси и К. Бланшаром, которые предположили, что выбор стиля лидерства зависит от готовности сотрудника выполнять те или иные задачи.

Существует три варианта, при которых работник готов выполнять задания: он способен выполнить задание, он хочет выполнить задание, и он уверен в том, что он в силах его выполнить. В соответствии с данной моделью выделяется 4 уровня развития подчиненного по отношению к задаче, основанные на двух ключевых критериях — профессионализме и мотивации (рис. 1).

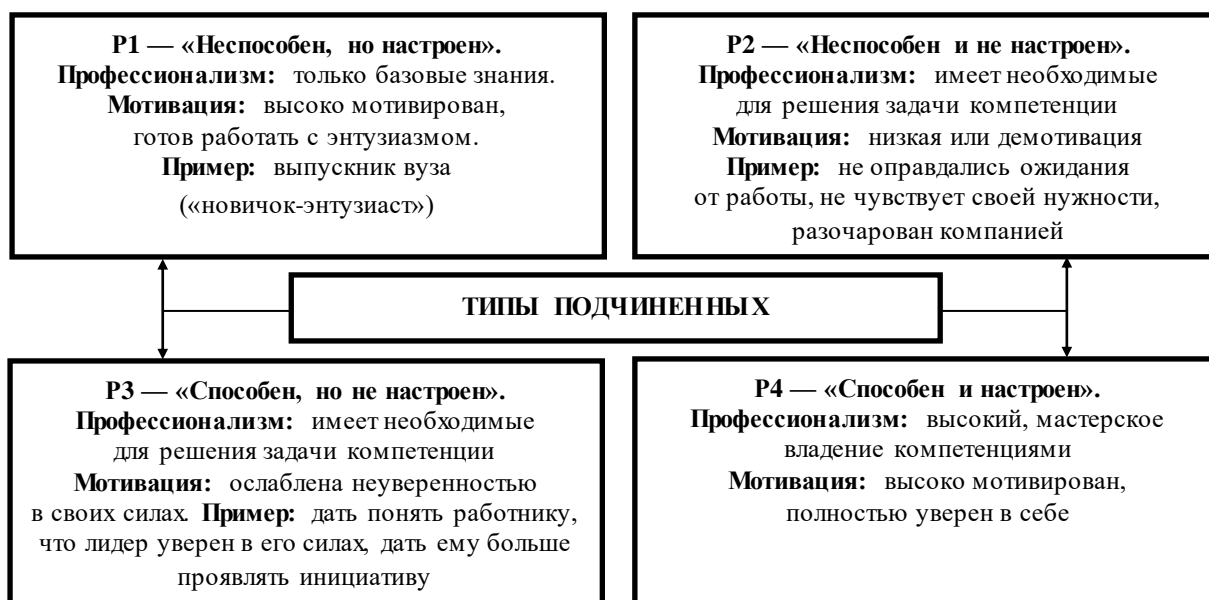


Рисунок 1 — Классификация подчиненных в соответствии с их отношением к задаче [9]

В данном случае речь идет именно о способности и готовности сотрудника решать конкретную задачу, поставленную перед ним. Один и тот же работник в силу разных причин (наличия соответствующих знаний, жизненного опыта, психологических особенностей и т. д.) может обладать разной сте-

пенью готовности к решению разных задач: с отдельными задачами он может справиться легко, к решению других он еще не готов в настоящее время, с третьими может справиться с некоторыми затруднениями и т. д. Соответственно, ситуативен будет и стиль управления командой (рис. 2) [6].



<b>S1 — Директивный стиль, или Лидерство путём приказа</b>	<b>S2 — Наставнический стиль, или Лидерство путём продажи идей</b>	<b>S3 — Поддерживающий стиль, или Лидерство путём участия в организации работы</b>	<b>S4 — Делегирующий стиль, или Лидерство путём делегирования</b>
Лидер дает конкретные указания и следит за выполнением заданий. Основным способ лидерства — жесткая постановка целей и приказы	Совмещение высокой ориентированности на задачу и на людей. Лидер дает указания и следит за выполнением заданий, но при этом объясняет принятые решения подчинённому, предлагает высказывать свои идеи и предложения	Высокая ориентация на людей и низкая — на задачу. Лидер поддерживает и помогает своим подчиненным в их работе, участвует в процессе принятия решений, но решения принимаются в большей степени подчиненными	Лидер передает полномочия, права и ответственность другим членам команды

Рисунок 2 — Стили управления командой

В зависимости от уровня способности сотрудника по отношению к задаче варьируется стиль управления сотрудниками внутри команды (рис. 3). Это требует наличия у лидера необходимых компетенций как в области групповой работы, так и индивидуаль-

ного подхода к конкретным людям в целях сплочения команды для достижения максимально высокого результата. Такие компетенции следует вырабатывать у студентов экономических профилей во время практических занятий.

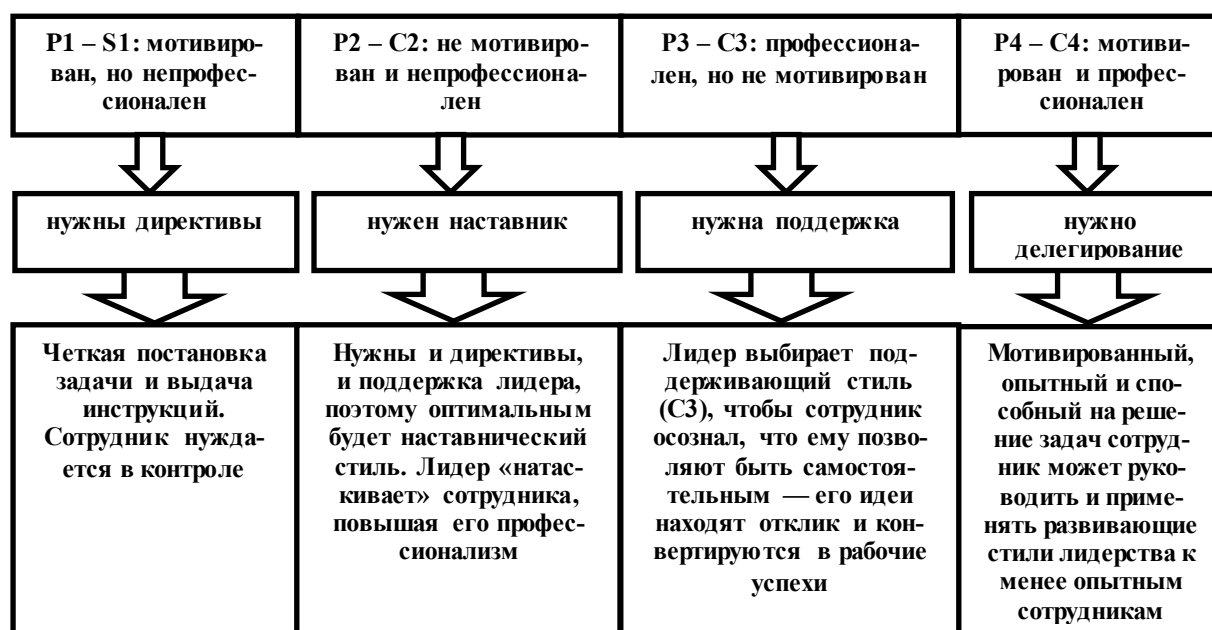


Рисунок 3 — Выбор стиля управления в зависимости от уровня способности сотрудника по отношению к задаче [7]

Анализ современной зарубежной практики применения интерактивных образовательных технологий в высшем образовании свидетельствует об эффективности методов групповой работы для

формирования компетенций командообразования и ситуационного лидерства. Помимо ставших уже традиционными деловых игр, методов Дельфи, мозгового штурма и т. д., в образовательном

процессе может найти применение целый ряд методов групповой работы, достаточно известных на Западе, но не нашедших до настоящего времени широкого применения в образовательном процессе российских вузов. Рассмотрим более подробно наиболее актуальные из них.

1. Метод «635» — разновидность мозгового штурма, при котором обмен информацией в команде осуществляется в письменном виде. Данный метод позволяет научить студентов последовательному, поэтапному принятию решений, а также четкому изложению своей позиции на бумаге. Его использование основывается на работе группы из шести человек в течение пяти раундов мозгового штурма. Каждый игрок получает карточку, на которую записывает три альтернативных способа решения проблемы в виде тезисов или рисунков, после чего карточки передаются по кругу для оценки и обсуждения. Максимально может быть сформулировано до 108 различных предложений.

2. Метод свободных ассоциаций, основанный на работе с подсознанием участников и «инсайдерским озарением». В начале работы преподаватель формулирует слово или тезис, имеющие прямое или косвенное отношение к изучаемой теме или рассматриваемой проблеме. Каждый студент должен дополнить этот тезис своими мыслями, формируя ассоциативный ряд. Результатом является выработка командой нескольких альтернативных нестандартных мыслительных цепочек, помогающих рассматривать проблему под разным углом зрения, а также установить неординарные связи между элементами решаемой проблемы и теоретическими и практическими знаниями обучающихся.

3. Инверсия. Применение данного метода основано на формировании способностей парадоксального мышления у участников игрового процесса. Специфика инверсии состоит в том, что ко-

манде необходимо найти решение заданной проблемы путем изменения традиционного способа решения на нестандартное, зачастую нелогичное или противоречащее здравому смыслу. Инверсионный метод может быть использован при исчерпании возможностей найти оптимальное решение при помощи логических умозаключений.

4. Метод контрольных вопросов. В основе лежит работа малой группы со списком заранее подготовленных преподавателем вопросов-«подсказок», позволяющих понять суть задания. Метод контрольных вопросов опирается на четыре важнейшие составляющие: наличие проблемы, поиск командами альтернативных способов ее решения, презентация выбранного варианта решения (публичная защита с обязательным последующим оппонированием), оценка полученных результатов и выводы.

При проведении практических занятий с будущими экономистами следует помнить, что при использовании всех описанных выше методов принципиально важное значение имеет обратная связь с обучающимися по итогам их применения. Под обратной связью в данном случае следует понимать решение коммуникативных задач, реализуемое в реактивных (речевых или неречевых) действиях участников групповой работы [8]. Эффект обратной связи наиболее важен в условиях интерактивной полилоговой коммуникации, при которой группа вырабатывает или принимает коллективное решение, совместную программу, единый проект [9]. Это гораздо более сложная для понимания коммуникация, нежели взаимодействие лектора с аудиторией слушателей (монологическая коммуникация) или диалоговый контакт двух собеседников.

#### **Выводы**

Эффективное развитие российской экономики и ее успешное позиционирование в глобализирующемся мире будет определяться качеством ее человеческого

капитала, т. е. качеством и компетентностью трудовых ресурсов. Современный рынок труда предъявляет высочайшие требования к специалистам в области экономики, что обуславливает необходимость для преподавателей высших учебных заведений, работающих с представителями поколений Y и Z по таким образовательным программам, как экономика, менеджмент, управление персоналом, использовать образовательные технологии, позволяющие сформировать необходимый набор компетенций в области командной работы. Это предопределяет постановку задач внедрения и дальнейшего активного использования в учебном процессе продуктивных технологий командообразования, развития креативного мышления, умения формировать обратные коммуникации, что позволяет повысить практикоориентированность российского высшего образования с учетом реалий современного рынка и тенденций развития человеческого капитала.

### Библиографический список

1. Миронова, О. А. Проблемы и задачи цифрового образования в России в контексте теории поколений // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2019. — № 1 (65). — С. 51–63.
2. Елецкий, Н. Д. Политическая экономия современной цивилизации. Спецкурс для студентов экономических специальностей. — Ростов н/Д, 2000.
3. Казакова, Е. И., Тарханова, И. Ю. Оценка универсальных компетенций студентов при освоении образовательных программ // Ярославский педагогический вестник. — 2018. — № 5. — С. 128.
4. Boev, V. Virtual economy: future of economy or phenomenon of modern society // Прошедший экономический кризис и тенденции будущего развития: proceedings of 7th International conf. of Association of economic universities of

South and Eastern Europe and Black Sea Region (ASECU). — 2011. — С. 356–362.

5. Белбин, М. Команды менеджеров. Секреты успеха и причины неудач. — М.: НИРО, 2013.

6. Литвиненко, И. Л., Яковенко, С. В. Управление проектами : учеб. пособие. — Ростов н/Д, 2016.

7. Киянова, Л. Д., Литвиненко, И. Л. Роль системы высшего профессионального образования в формировании национальной инновационной системы // Статистика и Экономика. — 2013. — № 5. — С. 51–55.

8. Иссерс, О. С. Речевая коммуникация в современной России // Материалы III Междунар. конф. — Омск, 2013. — Т. 1. — С. 65–76.

9. Клеу, Т. Е. Обратная связь как средство диагностики педагогических результатов иноязычного интерактивного общения // Труды Псковского политехнического института. — 2010. — № 13. — С. 83–86.

### Bibliographic list

1. Mironova, O. A. Problems and problems of digital education in Russia in context of theory of generations // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2019. — № 1 (65). — P. 51–63.
2. Yeletskiy, N. D. Political economy of modern civilization. Special course for students of economic specialties. — Rostov-on-Don, 2000.
3. Kazakova, E. I., Tarkhanova, I. Yu. Assessment of universal competencies of students in the development of educational programs // Yaroslavl Pedagogical Bulletin. — 2018. — № 5. — P. 128.
4. Boev, V. Virtual economy: future of economy or phenomenon of modern society // Past economic crisis and future trends : proceedings of 7th International conf. of Association of economic universities of South and Eastern Europe and Black Sea Region (ASECU). — 2011. — P. 356–362.

5. *Belbin, M.* Management Teams. Secrets of success and causes of failure. — М. : HIPPO, 2013.

6. *Litvinenko I. L., Yakovenko S. V.* Project Management. — Rostov-on-Don, 2016.

7. *Kiyanova, L. D., Litvinenko, I. L.* Role of system of higher professional education in formation of national innovation

system // Statistics and Economics. — 2013. — № 5. — P. 51–55.

8. *Issers, O. S.* Speech community in modern Russia // III International conf. — Omsk, 2013. — Vol. 1. — P. 65–76.

9. *Klez, T. E.* Feedback as means of diagnostics of pedagogical results of foreign language interactive communication // Proceedings of Pskov Polytechnic Institute. — 2010. — № 13. — P. 83–86.

***В. А. Бондаренко, А. Я. Палант***

## РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОБРАЩЕНИЯ КРИПТОВАЛЮТ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

### Аннотация

В статье рассмотрены различные подходы государственного регулирования операций с криптовалютами в развитых странах и в России. Проанализирована схема выработки системы государственного регулирования виртуальных валют на национальном уровне. Особое внимание уделено регулированию данного вопроса международными организациями, такими как FATF и ОЭСР. Выявлены основные угрозы, формируемые обращением криптовалют в мировой экономике и признаваемые мировым экономическим сообществом, для которых необходимо разработать нормативно-правовое регулирование и осуществлять контроль со стороны государства (уход от налогов, отмывание доходов и финансирование терроризма, защита прав потребителей).

На основе представленного в статье анализа предложен комплекс мер, направленный на совершенствование государственного регулирования обращения виртуальных активов в России, позволяющий повысить прозрачность криптовалютного рынка и создать все необходимые условия для дальнейшего его развития в рамках правового поля.

### Ключевые слова

Криптовалюта, виртуальная валюта, виртуальный актив, государственное регулирование, уход от налогов, отмывание доходов, легализация, ПОД/ФТ, ICO, криптобиржи.

***V. A. Bondarenko, A. Ya. Palant***

## DEVELOPMENT OF STATE REGULATION OF CIRCULATION OF CRYPTOCURRENCY IN WORLD ECONOMY

### Annotation

Article considers various approaches of state regulation of operations with cryptocurrencies in developed countries and in Russia. Scheme of development of system of state regulation of virtual currencies at national level is analyzed. Particular attention is paid to regulation of this issue by international organizations such as FATF and OECD. The main threats formed by circulation of cryptocurrencies in world economy and recognized by world economic community, for which it is necessary to develop legal regulation and control by state (tax evasion, money laundering and financing of terrorism, consumer protection).

Based on analysis, author proposes a set of measures aimed at improving the state regulation of circulation of virtual assets in Russia, which allows to increase the transparency of cryptocurrency market and create all the necessary conditions for its further development within legal framework.

### Keywords

Cryptocurrency, virtual currency, virtual asset, state regulation, tax evasion, money laundering, legalization, AML/CFT, ICO, crypto-exchanges.

### Введение

Виртуальные валюты (активы, криптовалюты) вызывают большой интерес у научного сообщества. В настоящее время в различных ведущих журналах и изданиях опубликовано уже значительное количество различного материала, связанного с изучением такого феномена, как криптовалюта. Основными вопросами, анализируемыми в научно-практической литературе, являются: содержание сущности виртуальных валют и их нормативно-правовое регулирование, конкуренция фиатных денежных знаков и частных криптовалют, возможности применения устоявшихся и общепринятых теоретических денежных и финансовых моделей для характеристики рыночной цены виртуальных валют и дальнейшие перспективы внедрения виртуальных активов монетарными властями.

Бурное развитие и стремительный рост объемов обращения виртуальных валют и блокчейн-технологии актуализировали необходимость формирования правового поля для данной инновации. Как показала практика, сформулировать данные рамки достаточно сложно не только в правовом поле, но и в теоретическом плане, т. к. не определена сама сущность виртуальных валют: электронные деньги, виртуальные активы, услуги или ценность.

### Материалы и методы

На сегодняшний день в глобальном экономическом пространстве нет общепризнанного подхода к раскрытию сущности дефиниции криптовалют, а также нормативно-правового их регулирования. В различных странах виртуальные валюты рассматриваются по-разному:

как товар, как средство платежа, как виртуальный актив и проч., и возможно наличие ограничений для их оборота экономике страны (в качестве примера можно привести запрет для банковского сектора на операции с криптовалютой). Также в области государственного регулирования необходимо принимать во внимание особенности законодательства данной страны и установленные нормативы международных организаций (например, FATF и ОЭСР), касающиеся обращения денежных средств, исполнения мероприятий, направленных на противодействие отмыванию доходов и финансированию терроризма (далее — ПОД/ФТ); налогообложения и др. Таким образом формируется ряд вопросов, решение которых позволит определить, каким образом должно быть выстроено государственное регулирование виртуальных активов. Если они являются феноменом инновационной экономики с транснациональной спецификой, то, скорее всего, необходимо будет разработать совершенно новые правовые нормы в сфере цифровой экономики, защиты личного цифрового аккаунта физического лица и его правовых гарантий. С другой стороны, можно внедрить механизмы государственного нормативно-правового регулирования виртуальных валют в уже действующее законодательство. В первом варианте будет максимально четко определено правовое поле, а во втором будет достигнута наибольшая гибкость регулирования, что особо актуально при нарастающей динамике развития виртуальных активов и увеличении количества сфер применения блокчейн-технологии (рис. 1).



Рисунок 1 — Схема выработки системы государственного регулирования виртуальных валют

В большей степени небольшие страны или офшорные территории стараются максимально эффективно использовать растущую популярность виртуальных валют и блокчейн-технологии в целях привлечения иностранного капитала в свои экономики, и в связи с этим создают достаточно мягкое законодательство в данной области. Реакция других стран на этот феномен более сдержанная или вообще запрещены операции с криптовалютой. Большую работу в данной области осуществляют международные организации. В рамках своих полномочий они разрабатывают рекомендации и международные нормы для дальнейшей выработки государственного и глобального регулирования обращения криптовалют.

В начале 2013 г. Главное бюджетно-контрольное управление США (GAO) инициировало разработку разъяснений относительно процедуры взимания налогов с криптовалюты налоговой службой страны [1], и в 2014 г. Налоговое управление США (IRS) удовлетворило данный запрос и опубликовало письмо, в котором поясняет, что виртуальную валюту можно использовать как средство платежа и инвестиционный инструмент. В документе также было сформулировано определение криптовалюты: «Цифровое представление ценности, которое может быть продано в цифровом виде и быть как средство обмена, единица учета или запас стоимости» [2]. В конце 2013 г. вопросом нормативно-правового регулирования криптовалют озадачились ряд штатов



США, и в 2015 г. штат Нью-Йорк в числе первых ввел специально разработанное правовое регулирование для бирж, специализирующихся на криптовалюте на своей территории [3].

В Европейском союзе также изучают данный феномен. Европейский центральный банк в 2012 г. заявлял, что пока криптовалюты еще не обладают таким значением для экономики, чтобы специально для них формировать государственное определение. На следующий год Европейская служба банковского надзора заявила о рисках применения виртуальных валют по причине того, что они вне государственного регулирования. Также регулятор выступил с обращением к Европейской комиссии, призывая разработать и принять комплекс мер, направленных на ПОД/ФТ [4]. Аналогичное заявление в 2014 г. опубликовал и Европол. В феврале 2016 г. Европейская комиссия разработала ряд изменений в Директиву относительно государственного регулирования рисков противодействия легализации доходов, полученных преступным путем и финансирования терроризма и в 2018 г. приняла их.

В настоящее время нормативно-правовое регулирование обращения виртуальных валют в Европейском союзе осуществляется в рамках политики ПОД/ФТ. Взимание налогов с виртуальной валюты и с осуществляемых с ней операций регламентируется национальными законодательствами стран-участниц ЕС. Следует отметить, что процесс обмена виртуальной валюты на фиатную регламентируется решением суда Европейского союза, которое подкреплено позицией Комитета Еврокомиссии по налогу на добавленную стоимость. Внедрение единого наднационального нормативно-правового регулирования виртуальных валют в настоящее время не запланировано. Отдельными регулирующими органами были разработаны разъяснения относительно

применения виртуальных валют. Наблюдается следующая тенденция: страны Европейского союза и США создали рамочное регулирование виртуальных валют. Следует отметить, что ни ЕС, ни США не отрицают перспективу применения виртуальной валюты как платежного средства, а также ее использование как инструмента для инвестиций; наблюдается стремление нивелировать публичные риски — уход от налогов и легализация доходов. Не формируется специального регулирующего законодательства обращения криптовалют, но разрабатываются разъяснения относительно порядка применения уже действующего правового поля.

Международными организациями также уделяется большое внимание опросам государственного регулирования данной сферы. Так, Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (далее — FATF) в числе первых заявила о преимуществах, формирующихся инновационностью, низкой стоимостью и гибкостью операций с применением виртуальных валют, а также о трудностях их правового регулирования.

В 2014 г. FATF разработала брошюру, где сформулировала свое видение основных терминов в области виртуальных валют и определила риски в рамках соблюдения законодательства в сфере отмывания доходов, полученных преступным путем и финансирования терроризма [5]. Позиция FATF основывается на том, что странам при введении в обращение виртуальных валют необходимо руководствоваться принципом «узаконить, чем запретить», т. к. при легализации данные объекты будут находиться в правовом поле и контролироваться надзорными органами.

Ожидается, что FATF в рамках ПОД/ФТ в криптоэкономике сформулирует рекомендации относительно применения уже действующих ПОД/ФТ-стандартов к виртуальным валютам, а



также разработает правила, регламентирующие деятельность международных криптобирж. В конце 2018 г. FATF в виду срочной необходимости в эффективной международной реакции на риски в сфере противодействия отмыванию доходов и финансирования терроризма, формируемые финансовыми операциями с применением виртуальных активов, FATF разработал и внес изменения в свои Рекомендации и Глоссарий, поясняющие их применение для подобных операций. Данные изменения дополняют Глоссарий в части определений — появилась характеристика «виртуальных активов» и «провайдеров услуг в сфере виртуальных активов» [6].

Организация экономического сотрудничества и развития в 2014 г. также заявила, что виртуальные валюты могут применяться в качестве платежного средства. В связи со стремительным развитием применения виртуальных валют данная организация рекомендует национальным Управлениям финансовой разведки обращать особое внимание на следующие риски: уход от налогообложения, ОД/ФТ и защита прав потребителей.

Анализируя зарубежную практику государственного регулирования сферы обращения криптовалют, можно сказать, что рассмотренные нами страны и объединения выбрали путь минимизации рисков развития виртуальных валют. Они не вводят ограничения или запреты использования виртуальных валют, но создают правовые рамки для государственного регулирования новых отношений.

Начало государственного регулирования виртуальных валют в Российской Федерации было положено только в 2014 г., и оно в значительной степени отличалось от международной практики. На протяжении нескольких лет у органов, осуществляющих государственное регулирование, были различные позиции по данному вопросу. Первые шаги в сторону правового признания виртуальных валют и разработки норма-

тивного регулирования в данной сфере были осуществлены в конце 2017 г., и озаменованы они формальным разрешением на торги криптовалютой цифровой платформе «Восход», которая была создана Ассоциацией участников финансового рынка «Некоммерческое партнерство развития финансового рынка РТС» и Фондом развития Дальнего Востока. До этого же момента обсуждения в основном заканчивались выводами о необходимости запрета виртуальных валют на территории России и установлении уголовной ответственности, в то время как страны с развитой экономикой изначально даже не рассматривали такого варианта, выделяя только риски, формируемые обращением криптовалюты и необходимостью их учета в связи с технологическим развитием данной отрасли [7].

Главными государственными органами, ответственными за развитие регулирования в нашей стране, выступают Министерство финансов Российской Федерации и Банк России. За рубежом это налоговая служба и подразделение финансовой разведки. Необходимо подчеркнуть, что разрабатываемые в настоящее время законопроекты в России не будут способствовать снижению рисков, детерминированных международными организациями. Также до сих пор не решен вопрос взимания налогов с виртуальных валют и ICO, не определены условия, при которых участники крипторынка будут соответствовать правовому полю в части ПОД/ФТ, а защита прав потребителей гарантируется только частично.

#### **Результаты и обсуждение**

Как показывает проведенный анализ, за рубежом не запрещают и не ограничивают обращение виртуальных валют, разрешено использовать их как платежное средство. Мы приходим к выводу, что в России также необходимо закрепить на законодательном уровне возможность использовать виртуальные ак-

тивы (криптовалюты, токены) как средство платежа по договоренности сторон проводимой сделки. При этом дополнительно вводимые ограничения со стороны Банка России будут только сдерживать дальнейшее развития рынка криптовалют и не будут способствовать снижению обозначенных выше рисков. Также следует отметить, что запреты и ограничения будут лишь благоприятствовать росту теневого рынка экономики страны, который намного сложнее контролировать государственным органам.

В вопросах обращения виртуальных валют и механизма проведения ICO необходимо разработать разъяснения Федеральной налоговой службы России о порядке начисления и уплаты различных налогов (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц) в различных случаях, когда применяются виртуальные активы (подобные разъяснения приняты в Израиле). Данная мера позволит сформировать благоприятную и прозрачную среду для бизнеса. Необходимо также установить порядок принятия виртуальных валют и токенов на баланс организации в целях их бухгалтерского учета (в качестве примера можно привести Республику Беларусь), это позволит достичь высокого уровня прозрачности государственного регулирования рынка криптовалют.

В отношении рисков ПОД/ФТ необходимо внести изменения в Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» № 115-ФЗ от 07.08.2001. Целесообразно установить обязательную идентификацию владельцев криптокошельков, участников ICO, в том числе при проведении операций на криптобиржах. Данная мера позволит сделать рынок криптовалют более прозрачным для государственных регулирующих органов, а также даст возможность идентифицировать риски в сфере

ПОД/ФТ финансовым структурами, осуществляющими сделки с виртуальными активами. Дополнительно Федеральной службе по финансовому мониторингу целесообразно принять порядок оценки рисков ПОД/ФТ в операциях с виртуальными валютами. На сегодняшний день подобные рекомендации разрабатываются международной организацией FATF, также ряд стран (Бермуды, Канада) заявили о намерении разработать собственные национальные руководства по данному вопросу.

Что касается защиты прав потребителей, то здесь необходимо повышать уровень информированности участников рынка криптовалют относительно существующих рисков в криптосфере. За основу можно взять опыт Швейцарии и Соединенных Штатов Америки — эти страны уже разработали рекомендации для инвесторов ICO, разъясняющие методы оценки рисков. В целях более эффективной защиты прав потребителей необходимо создание системы добровольной сертификации ICO и применения гарантийных сервисов (escrow services) в процессе сбора средств на проект, что позволит минимизировать риски мошеннических схем, применяемых при ICO). Предлагаемые в настоящее время регулируемыми органами ограничения для физических лиц, желающих вкладывать свои средства в ICO будут только способствовать росту числа компаний, официально зарегистрированных за рубежом, и не способны реально защитить права отечественных потребителей. В итоге, любого рода ограничения для приобретения виртуальной валюты криптовалюты представляются малоэффективными и будут только сдерживать дальнейшее развитие криптоэкономики. Что же касается криптобирж в Российской Федерации, желающих осуществлять свою деятельность с фиатной валютой, необходимо разработать правовое поле об их лицензировании. За основу можно взять опыт

Японии в данном вопросе. В целях стимулирования развития небольших компаний в криптовалютной сфере целесообразно предусмотреть различные уровни лицензирования в соответствии с запланированными объемами операций фиатных средств.

#### **Выводы**

В настоящее время у Российской Федерации есть возможность занять лидирующие позиции на рынке криптовалют. Наша страна является второй в мире по количеству проводимых ICO-проектов, в России запущено большое количество блокчейн-проектов, пользующихся спросом во всем. Отечественная компания Waves — вторая с мире среди популярных платформ, специализирующихся на запуске ICO, и уступает место только платформе Ethereum. В нашей стране существуют все необходимые возможности для реализации криптопроектов с применением блокчейн-технологии, но необходимо благоприятствующее государственное регулирование для дальнейшего их развития.

#### **Библиографический список**

1. GAO. Additional IRS Guidance Could Reduce Tax Compliance Risks [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.gao.gov>.
2. IRS. IRS Guidance [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.irs.gov>.
3. Криптоэкономика / А. Д. Левашенко, И. С. Ермохин, А. В. Зубарев, Е. В. Синельникова-Мурылева, П. В. Трунин. — М. : Дело, 2019.
4. IEBA. IEBA Opinion on «virtual currencies» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.eba.europa.eu>.
5. Financial Action Task Force. Virtual Currencies: Key Definitions and Potential AML/CFT Risks. 2014 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://fatf-gafi.org>.

6. Заявление ФАТФ по виртуальным активам (размещено на официальном сайте ФАТФ по итогам Пленума 19.10.2018) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.fedsfm.ru>.

7. Доклад ЕЭК. Криптовалюты и блокчейн как атрибуты новой экономики. Разработка регуляторных подходов: международный опыт, практика государств – членов ЕАЭС, перспективы для применения в Евразийском Экономическом Союзе [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://eurasian-studies.org>.

#### **Bibliographic list**

1. GAO. Additional IRS Guidance Could Reduce Tax Compliance Risks [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.gao.gov>.
2. IRS. IRS Guidance [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.irs.gov>.
3. Cryptoeconomics / A. D. Levashenko, I. S. Ermokhin, A. V. Zubarev, E. V. Sinelnikova-Muryleva, P. V. Trunin. — M. : Delo, 2019.
4. IEBA. IEBA Opinion on «virtual currencies» [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.eba.europa.eu>.
5. Financial Action Task Force. Virtual Currencies: Key Definitions and Potential AML/CFT Risks. 2014 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://fatf-gafi.org>.
6. FATF Statement on Virtual Assets (Placed on FATF official website following the Plenary Meeting on 19.10.2018) [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.fedsfm.ru>.
7. EEC report. Cryptocurrencies and blockchains as attributes of new economy. Development of regulatory approaches: international experience, practice of EAEU member states, prospects for application in Eurasian Economic Union [Electronic resource]. — Mode of access : <http://eurasian-studies.org>.

***В. В. Ванюшкина***

## **БРЕНД ВУЗА В ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ**

### **Аннотация**

Цифровые инструменты позволяют реализовать традиционные образовательные процессы в новом виртуальном формате, концентрировать усилия преподавателей и студентов на актуальных знаниях, творчестве, научных исследованиях, интеллектуальном взаимодействии. В статье доказано, что цифровые преобразования способствуют изменениям в администрировании вузовской деятельностью, повышают обоснованность принятия стратегических решений. Новые технологии для обмена контентом между структурными подразделениями создаёт новую электронную платформу образовательной деятельности.

### **Ключевые слова**

Бренд вуза, цифровая образовательная среда, цифровые технологии, бренд-стратегия, маркетинг влияния.

***V. V. Vanyushkina***

## **UNIVERSITY BRAND IN DIGITAL EDUCATIONAL ENVIRONMENT**

### **Annotation**

Digital tools make it possible to implement traditional educational processes in a new virtual format, to concentrate the efforts of teachers and students on relevant knowledge, creativity, research, intellectual interaction. Article proves that digital transformations contribute to changes in administration of university activities, increase the validity of strategic decisions. New technologies for exchange of content between structural divisions creates a new electronic platform for educational activities.

### **Keywords**

University brand, digital educational environment, digital technologies, brand strategy, influence marketing.

### **Введение**

Современная образовательная среда всё в большей мере обретает цифровой формат. Реальностью становятся образовательные стартапы и цифровые образовательные платформы.

Цифровые технологии активно внедряются в изучаемые дисциплины. Получила распространение практика, при которой обучающиеся используют в образовательных целях собственные гаджеты и другие различные технические устройства. Усиливается роль вебинаров и инструментов видео-контента в онлайн-образовании. Одним из элементов образовательной среды становится искусственный интеллект. Его когнитивная

самообучающаяся система уже опробована в качестве бесперебойно работающего онлайн-консультанта студентов [1].

### **Материалы и методы**

Речь не идёт о том, чтобы все образовательные процессы перевести в цифровой формат, но симбиоз физических и цифровых элементов в образовании — новая данность. Поскольку в вузовской практике преобладает некоммерческая сфера деятельности, то и цифровые трансформации реализуются здесь в рамках государственных целевых программ и стратегий.

В настоящее время принята правительственная Программа «Развитие образования» [16], нацеливающая всех

участников образовательного процесса на использование современных цифровых технологий в учебной и образовательной деятельности.

### **Обсуждение**

Основная цель вуза — удовлетворение общественных потребностей в специалистах для национального хозяйства страны, подготовка востребованных обществом людей, способных к саморазвитию. Сегодня реализация этой цели протекает в новой цифровой среде и во многом зависит от маркетинговой коммуникационной политики вуза, составной частью которой является брендинг и его ориентация на решение общественно значимых задач.

В цифровой среде стратегия брендинга реализуется посредством маркетинговых коммуникаций.

Современные маркетинговые коммуникации всё активнее проникают в жизнь российского общества. Не стала исключением и сфера образования. Назначением маркетинговых коммуникация является оперативная передача данных с минимальным количеством искажений и ошибок. На основе маркетинговой коммуникационной среды формируется единая информационная система организации и маркетинговая информационная система как её элемент. Сегодня все субъекты маркетинговых коммуникаций могут принимать участие в информационном обмене, активно воздействовать на объект коммуникации (бренд вуза). В нашем случае такое коммуникационное взаимодействие может быть реализовано при формировании бренда вуза.

Цифровые технологии активно применяются в коммуникационной политике российских вузов и в брендинге в частности. Политика бренда вуза реализуется в социальных сетях, интернет рекламе, мобильной рекламе и др. Эти технологии начинают доминировать над массовыми маркетинговыми коммуникациями, что предопределяет внедрение новых подходов к разработке и внедре-

нию цифровых бренд-стратегий с использованием инструментария цифрового маркетинга.

Стратегия брендинга реализует функции идентификации, дифференциации и существенно влияет на предпочтения целевых аудиторий.

Бренд-стратегия совместного создания совокупной социально-этической ценности бренда вуза в интересах стратегического развития интеллектуального потенциала вуза, региона и страны. Её вектор направлен на:

- улучшение современной городской среды, а также инфраструктуры для развития сотрудников университета в Ростове-на-Дону. В дополнение к общему повышению качества высшего образования важно для эффективного управления высшими учебными заведениями города создавать виртуальные и территориальные сети организаций различных ведомственных филиалов и форм собственности, которые участвуют в повышении квалификации и социализация работников университетов из других регионов России и стран. Различные формы высшего образования с учетом современных дистанционных форматов будут дополнять современную систему высшего образования в регионе и компенсировать недостаточность элементов этой системы;

- повышение уровня экспортного потенциала университетов в регионе. Наличие университетов в мегаполисе, входящих в глобальную элиту, значительно улучшает положение Ростова-на-Дону и региона в плане конкуренции с другими мировыми городами, что указывает на высокое качество городской среды и присутствие значительных возможностей для развития человека. столица и территория системы высшего образования;

- трансформацию современной структуры занятости в городе и эффективном использовании квалифицированного персонала с учетом экономических, организационных, социальных и



гуманитарных потребностей региона в плане роста валового регионального продукта.

Особым элементом цифрового образовательного пространства стали цифровые платформы. В широком понимании платформа представляет собой модель коммуникационного взаимодействия всех заинтересованных участников образовательного процесса. Появились новые формы социализации участников образовательного процесса, в рамках которых можно принимать, генерировать, анализировать и обмениваться инновациями, отвечающими запросам времени. Они обеспечивают удобный сетевой доступ пользователей к общему объёму вычислительных ресурсов с минимальными транзакционными и эксплуатационными затратами. Перспективы развития феномена «платформизации» в российском образовательном пространстве связывают с появлением новых образовательных продуктов и сетевыми эффектами взаимодействия вузов [3].

В разрезе наиболее привлекательных образовательных платформ эксперты выделяют онлайн-программы и цифровые решения, на базе которых осуществляется подготовка обучающихся к сдаче стандартизированных экзаменов. На мировом рынке онлайн-образования инвестиции в такие проекты превысили 175 млн долл. Для развития этой коммуникационной площадки целесообразно создание собственного программного обеспечения и цифровых платформ открытого образования [4]. Эти инструменты как составная часть бренд-стратегии вуза нацелены на экосистемное мышление и взаимодействие всех участников создания бренда вуза. Для поддержки уникальности характерных особенностей бренда и обеспечения высокого уровня и качества образовательных процессов в университетах цифровой маркетинг предлагает инструменты визуализации информации, облачные вычисления и технологии дополнитель-

ной и виртуальной реальности (AR/VR-технологий). Данные цифровые технологии радикально изменили способ использования вычислительных ресурсов и выдвинули новые системные требования к образованию.

В брендинге применение AR/VR-технологий расширяет возможности учащихся в выборе образовательных программ, изучении учебных курсов, способствует визуализации участия общественности в формировании учебных программ и создании онлайн-курсов, повышает уровень их образовательной и методической поддержки. Визуализации поддаются целые учебные лаборатории. В реализуемых исследовательских мероприятиях наибольший акцент сделан на обеспечение высокого качества и безупречный уровень разработки и предоставления научно-исследовательских инновационных разработок и образовательной деятельности, предлагаемой основным целевым группам. С помощью этой технологий визуализации проводят опыты и эксперименты с изучаемыми объектами и явлениями. Визуализация обучения даёт возможность имитировать различные исследовательские ситуации и прорабатывать их в дистанционном режиме. По экспертным оценкам, рынок VR-технологий к 2020 достигнет около 80 млрд долл., а сфера образования продолжит оставаться крупным сектором для применения данных технологий; обеспечение приоритета использования активных методов обучения и эффективного использования современных образовательных технологий; введение индивидуального подхода к студентам в университетах.

В работе [10] мы обращали внимание на необходимость развития коллаборационного подхода к проектированию бренда. Совместное создание ценности бренда рассматривается как систематизация и анализ детерминант бренд-влияния вуза. В цифровой среде возможности разработки маркетинговых технологий бренд-влияния в про-

цессе совместного создания ценности существенно расширяются. В результате все субъекты организуют коммуникацию, направленную на развитие бренда: рост лояльности целевой аудитории, повышение узнаваемости и увеличение капитализации. Учитывая темпы прироста интернет-пользователей, вовлечение и заинтересованность аудитории в совместное создание ценности бренда вуза позволяет целенаправленно воздействовать на его социально-этические параметры.

«Анализ факторов вовлечения потребителей в процесс совместного создания ценности позволил идентифицировать специфические особенности этого процесса применительно российской сферы образования и вузовской деятельности в частности. Они состоят в следующем: высокая динамичность изменений в процессе совместного создания ценности и ориентация их на инновации; высокая дифференциация образовательных программ в виду необходимости их эксклюзивности и развития конкуренции среди вузов; маркетинговые стратегии в процессе совместного создания ценности не способствуют расширению целевого сегмента, а в большей мере характеризуются эксклюзивностью [8]».

В цифровой среде, когда участники процесса совместного создания ценности бренда вуза становятся более осведомленными и компетентными, а их потребительские ценности динамичнее жизненного цикла образовательных программ, необходимо интегрировать идеи, опыт, навыки, компетенции всех участников этого процесса. При этом интеграционные усилия маркетингового инструментария и бренд-влияния в частности должны иметь социально-этический вектор. Отметим, что вовлечение потребителей в процесс совместного создания ценности с опорой на их компетенции является новой конкурентной стратегией бренд-влияния. В этих целях подключаются цифровые

маркетинговые технологии: SMM-менеджмент (продвижение в социальных каналах); SEO оптимизация (поисковое продвижение сайта); Landing page (автономная интернет-страница); контент-маркетинг; технологии виртуальной и дополнительной реальности; пресс-релизы (в онлайн медиа) и др.

«Маркетинговые исследования медиа-рынка показали, что количество рекламных онлайн сообщений превышает миллиард в год. В целях развития интернет-рекламы собираются персональные данные пользователей, а также используют количественный анализ поведения потребителей в интернете (Online Behavioural Advertising, OBA). Такие инструменты вызывают у пользователей обеспокоенность в отношении безопасности своих данных и препятствуют построению надежных коммуникаций.

При оценке эффективности цифровых коммуникаций количественные данные не в полной мере отражают истинное положение дел в отношении развития маркетинговых коммуникаций, так как они не всегда отражают причинно-следственные связи количества посещений сайта, перехода по ссылкам и другое [8]». В связи с быстрым и непрерывающимся обновлением маркетингового инструментария, который обеспечивает создание инновационных цифровых технологий, создается запрос на повышение качества и скорости развития маркетинговой информационной системы.

При исследованиях маркетинговой информационной системы учеными отмечалось, что в цифровой трансформации маркетинговой деятельности упор делается не на данные, а на способ донесения.

Как объект управления маркетинговая информационная система — сложная структура связей элементов и подсистем, реализующая интенсивную функциональную нагрузку относительно входящей и продуцированию новой информации.



В литературе выделяют две фазы проектирования интегрированной информационной системы: организационную и эксплуатационную. Первая основана на реализации схемы взаимодействия участников информационной системы. Фаза эксплуатации предполагает контроль и мониторинг процессов, а также устанавливает взаимодействия с внешней средой. «В развитие этой проблематики отметим, что цифровая трансформация маркетинговой деятельности является важнейшим интеллектуальным ресурсом. И соответственно возникает необходимость защиты цифровых активов [8]».

«Информационная безопасность — сфера деятельности, в которой изучают технологические риски и приемы людей, пытающихся незаконным образом воспользоваться возможностями новых технологий; предполагает перераспределение обязательств непосредственно среди лиц, занимающихся обработкой персональных данных, и оператором персональных данных, который выступает провайдер облачных вычислений» [1].

«Цифровая трансформация маркетинговой деятельности, являясь важнейшим интеллектуальным ресурсом вуза, также обретает социально-этический ракурс. В цифровую эпоху внутривузовская культура как совокупность социально-этических норм и правил, определяющих внутренний климат вуза, расширяет свои границы. Цифровые технологии придают ей дополнительный импульс в образовательном процессе, поскольку она обретает мультинациональный и даже глобальный характер.

Благодаря цифровым устройствам внутренняя культура вуза и его имидж изменяют границы своих моделей. Отсюда задача вуза — работать над своим имиджем и соответствовать высоким целям подготовки человека для решения не только уже проявившихся задач, но и тех, которые ещё не обозначились, но возможны в будущем, отстаивать свое доброе имя, поддерживать постоянно

свой бренд. Этот элемент внутрикорпоративного маркетинга, нацеленный на коллектив студентов, профессорско-преподавательского состава и всех работников вуза составляет основу подготовки человека для не определённых заранее возможностей; человека, в котором заинтересовано общество.

Поскольку совокупность цифровых приёмов, применяемых в маркетинговой деятельности вуза, имеет тенденцию расширения и усложнения, что предъявляет дополнительные требования к квалификации персонала и повышает уровень его ответственности за принимаемые решения. Культура и социально-этический уровень, мультиканальные промо-акции, контент-маркетинг, мобильные приложения с геолокацией и смс-сервис существенно изменяют не только внутренние, но внешние взаимодействия вуза посредством цифровизации. Изменения касаются производительности труда, транзакций, аудиторной и самостоятельной работы студентов и преподавателей, виртуализации рабочих мест и др.

Цифровые инструменты позволяют реализовать традиционные образовательные процессы в новом виртуальном формате, концентрировать усилия преподавателей и студентов на актуальных знаниях, творчестве, научных исследованиях, интеллектуальном взаимодействии. Кроме этого цифровые преобразования способствуют изменениям в администрировании вузовской деятельностью, повышают обоснованность принятия стратегических решений. Новые технологии для обмена контентом между структурными подразделениями создаёт новую электронную платформу образовательной деятельности [3]».

Согласно решению Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 № 12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года» «цифровая трансформация включает в себя механизмы преобразо-

вания рынка труда, в результате которых должен существенно измениться баланс спроса и предложения на трудовые ресурсы. Квалификация и навыки трудовых ресурсов окажут существенное влияние на эффективность процессов трансформации экономики, что повлечет за собой необходимость создания условий для развития профессиональных цифровых навыков и творческого потенциала людей, которые являются важными составляющими для последовательного повышения производительности труда. Ряд цифровых мероприятий направлен на устранение прогнозируемого дефицита высококвалифицированных трудовых ресурсов и формирование кадрового резерва, а также на обеспечение мобильности трудовых ресурсов, развитие дистанционного найма и занятости [18]].

В статье «Образовательное пространство в цифровом измерении» Борисова В. В. отмечает, что «экспериментальную проверку проходят короткие информативно насыщенные модели микрообучения, позволяющие получить особо актуальные навыки и компетенции. Например, российский пилотный образовательный проект «Остров 10-21», когда занятия проводят лучшие учёные, в том числе зарубежных университетов и компаний, работающие в области цифровой экономики. В фокусе программ микрообучения: работа с большими данными, искусственным интеллектом, цифровой маркетинг, вывод продуктов на новые рынки, быстрое формирование эффективных рабочих команд и др. Возникают предпосылки для дальнейшего развития среды микрообучения в России и востребованности на рынке труда «малых» достижений обучающихся [2]].

### **Выводы**

Для повышения эффективности цифровых коммуникационных программ вуза необходимо расширение его сотрудничества в связке «государство-бизнес-сообщество», направленное на обмен знаниями, информацией и опы-

том в целях уменьшения препятствий в развитии кооперации и интеграции, накопления компетенций в сфере цифровых преобразований [4]. «Однако, наряду с преимуществами информационного взаимодействия партнёров, цифровые технологии порождают и дополнительные риски. Возникает проблема не только технологического и информационного характера, но социально-этического; повышается роль такого нематериального актива как доверие. В данном контексте драйвером доверительных отношений выступает прикладной инструментарий маркетинга влияния. Выделилось даже самостоятельное научное направление в теории — маркетинг доверия. «Маркетинг доверия позволяет вести конкурентную борьбу на более высоком уровне, чем с помощью традиционных приёмов (снижение цены, стимулирование покупателей и др.), поскольку обращён к базовым ценностям человека, его морали и смыслом честного поведения» [2].

«Роль маркетинга доверия повышается в условиях масштабных цифровых трансформаций. Актуальность приобретают вопросы информационной безопасности маркетинговых систем. Решение этих вопросов связывают с разработкой и практическим применением адекватных нормативно-правовых актов, внедрением средств защиты информации на уровне администрирования системы взаимодействия партнёров, применением базовых принципов концепции маркетинга доверия [2]].

Как никогда становится важна роль бренда в современном образовательном пространстве, данный феномен связан с преобразованиями в цифровой трансформации среды образования. Практика показывает, что акцент на социально-этическое восприятие бренда вуза остаётся актуальным и в цифровой образовательной среде, а лучшие преподаватели сами становятся брендами, сохраняя национальные традиции образования, воспитания и просвещения.

### Библиографический список

1. *Афанасенко, И. Д., Борисова, В. В.* Цифровая логистика. — СПб. : Питер, 2019.
2. *Борисова, В. В.* Методология моделирования в маркетинговых исследованиях // Вестник Томского университета. — 2009. — № 323. — С. 229–233.
3. *Афанасенко, И. Д., Борисова, В. В.* Маркетинг влияния: сфера применения и способы использования // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2016. — № 3 (55). — С. 26–31.
4. *Акопова, Е. С., Пржедецкая, Н. В.* Маркетинговое управление и формирование «новой экономики» современного российского общества : моногр. — М., 2016. — С. 94.
5. *Ванюшкина, В. В.* Сетевые коммуникации в управлении брендом вуза // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2019. — № 3 (117). — С. 105–109.
6. *Ванюшкина, В. В.* Маркетинг доверия в современных цепях поставок // Логистический аудит транспорта и цепей поставок : материалы междунар. науч.-практ. конф. — Тюмень, 2018.
7. *Ванюшкина, В. В.* Совместное создание ценности бренда вуза в условиях цифровизации образовательного пространства // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2019. — № 1 (65). — С. 89–94.
8. *Ванюшкина, В. В.* Цифровая трансформация маркетинговой деятельности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2016. — № 1 (97). — С. 67–70.
9. *Ванюшкина, В. В.* Цифровой дискурс брендинга // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2016. — № 2 (54). — С. 73–78.
10. *Ванюшкина, В. В.* Цифровая трансформация маркетинговой деятельности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2016. — № 1 (97). — С. 67.

11. *Ванюшкина, В. В.* Социально-этическая платформа бренда вуза: вопросы теории и практики. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2018.
12. *Мелентьева, Н. И.* Межсубъектные коммуникации в системе маркетинга взаимодействия. Вопросы теории и методологии. — СПб. : Борей Арт, 2007.
13. *Пинчук, А. В.* Бифуркация концепций маркетинга и инструментарий обеспечения структурной стабильности маркетинговых систем // Проблемы современной экономики. — 2014. — № 2 (50). — С. 230–234.
14. *Пономарёва, А. М.* Интегрированные off-on-line коммуникации на рынке digital маркетинга в Интернет экономике // Государственное и муниципальное управление : уч. зап. СКАГС. — 2015. — № 1. — С. 58–64.
15. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» : [утв. Распоряжением Правительства РФ № 1632р от 28.07.2017] [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://innovudm.ru>.
16. ESOMAR: Guide line on social media research [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.sociologos.ru>.
17. Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 г. : [Решение Высшего Евразийского экономического совета № 12 от 11.10.2017] [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.garant.ru>.

### Bibliographic list

1. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Digital Logistics. — SPb. : Peter, 2019.
2. *Borisova, V. V.* Modeling methodology in marketing research // Bulletin of Tomsk University. — 2009. — № 323. — P. 229–233.
3. *Afanasenko, I. D., Borisova, V. V.* Influence marketing: scope and methods of use // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2016. — № 3 (55). — P. 26–31.
4. *Akopova, E. S., Przhedetskaya, N. V.* Marketing management and formation of

«new economy» of modern Russian society : monograph. — M., 2016. — P. 94.

5. *Vanyushkina, V. V.* Network communications in university brand management // Bulletin of St. Petersburg State University of Economics. — 2019. — № 3 (117). — P. 105–109.

6. *Vanyushkina, V. V.* Confidence marketing in modern supply chains // Logistic audit of transport and supply chains : materials of international scientific and pract. conf. — Tyumen, 2018.

7. *Vanyushkina, V. V.* Joint creation of brand value of university in digitalization of educational space // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2019. — № 1 (65). — P. 89–94.

8. *Vanyushkina, V. V.* Digital transformation of marketing activities // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2016. — № 1 (97). — P. 67–70.

9. *Vanyushkina, V. V.* Digital branding discourse // Bulletin of Rostov State University of Economics (RINH). — 2016. — № 2 (54). — P. 73–78.

10. *Vanyushkina, V. V.* Digital transformation of marketing activities // Bulletin of St. Petersburg State University of Economics. — 2016. — № 1 (97). — P. 67.

11. *Vanyushkina, V. V.* Social and ethical platform of university brand: issues

of theory and practice. — Rostov-on-Don : PPC of RSUE (RINH), 2018.

12. *Melentyev, N. I.* Intersubjective communications in interaction marketing system // Questions of theory and methodology. — SPb. : Borey Art, 2007.

13. *Pinchuk, A. V.* Bifurcation of marketing concepts and tools for ensuring the structural stability of marketing systems // Problems of modern economy. — 2014. — № 2 (50). — P. 230–234.

14. *Ponomariova, A. M.* Integrated off-on-line communications in digital marketing market in Internet economy // State and municipal administration : SKAGS scient. notes. — 2015. — № 1. — P. 58–64.

15. Program «Digital economy of Russian Federation» : [app. by Order of Government of RF № 1632r from 28.07.2017 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://innovudm.ru>.

16. ESOMAR: Guide line on social media research [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.sociologos.ru>.

17. On the main directions for implementation of digital agenda of Eurasian Economic Union until 2025 : [Decision of Supreme Eurasian Economic Council № 12 from 11.10.2017 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.garant.ru>.

*А. Д. Гомцян*

## РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ: КЛЮЧЕВОЙ УЧАСТНИК ЕВРО-АЗИАТСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА (ЕАЭС) — НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

### Аннотация

В современных условиях основной тенденцией в мировой экономике является процесс интернационализации экономики, которой характерны динамизм, либерализация, диверсификация внешней экономической деятельности. И во многих странах мира успешно используются имеющие опыт осуществления региональных преобразований. Первостепенное значение для Республики Армения имеют внешнеэкономические связи с Российской Федерацией. Улучшение структур и увеличение объема экспорта Армении в ЕАЭС, и в первую очередь с Россией, имеет значительный неиспользованный резерв.

### Ключевые слова

Внешнеэкономические связи, экспорт, импорт, повышение эффективности, взаимовыгодные отношения.

**REPUBLIC OF ARMENIA: KEY PARTICIPANT  
IN EURO-ASIAN ECONOMIC UNION (EAEU) — NEW CHALLENGES**

**Annotation**

In modern conditions, the main trend in world economy is process of internationalization of economy, which is characterized by dynamism, liberalization, diversification of foreign economic activity. In many countries of world, they have successfully used experience in implementing regional transformations. Foreign economic relations with Russian Federation are of paramount importance for Republic of Armenia. Improving structures and increasing the volume of Armenia's exports to EAEU, and primarily with Russia, has a significant unused reserve.

**Keywords**

Foreign economic relations, export, import, efficiency increase, mutually beneficial relations.

**Введение**

Вторая половина XX и начало XXI столетия характерны поступательным процессом либерализации международной торговли, который проявляется в уменьшении или снятии различных барьеров между странами на пути трансграничного движения товаров, услуг, финансов, рабочей силы и т. д. Либеральные процессы в экономике, в своей очереди, позволили развитию, углублению международного хозяйственного сотрудничества. «Все больше расширяется сближение и взаимодействие стран на региональном и мировом уровнях, формируются крупные региональные интеграционные структуры, которые развиваются в направлении создания относительно самостоятельных центров мирового хозяйства» [3]. В конце XX и в начале XXI веков преобразовались несколько десятков таких союзов:

– ЕВРОСОЮЗ (ЕС) — 27 стран, в том числе крупные западноевропейские страны: Германия, Франция, Италия, Испания, Польша, Греция и др.;

– БРИКС: Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР;

– ЕАЭС: Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизстан, Россия;

– многие другие — в мире действуют около пятидесяти экономических союзов.

«В ходе формирования региональных интеграционных процессов между странами происходит углубление международного разделения труда, ограниченных ресурсов, возможностей и обеспечение наиболее эффективного производства на интегрируемых территориях. Также происходит более интенсивный обмен товарами, услугами, капиталами и рабочей силой, развивается дальнейшее сближение национальных экономик в целом. Среди участников государств особое место уделяется созданию товарных потоков, появляющихся при расширяющемся рынке. Создание таких потоков между странами-членами интеграционной группы позволяет устранить производство более дорогих аналогичных товаров, внутри данной группировки. Проходит процесс постепенное замещение товарами, произведенными внутри группировки товаров импортируемых из третьих стран, создаются банки, обслуживающие нацпроекты и другие бизнес программы внутри союза» [4].

**Материалы и методы**

«Все это позволяет повысить эффективность производства, поднять



конкурентоспособность товаров, произведенных внутри интеграционного объединения. Анализ международных политических, социально-экономических отношений показывает, что действительно при формировании региональных интеграционных союзов, кроме взаимовыгодных экономических процессов важное значение имеет то, что уменьшает риск вооруженных конфликтов между странами-членами, увеличивает общую обороноспособность, также особую роль играет политический фактор. Говоря о политическом факторе необходимо отметить, что именно политические режимы становятся толчком к интеграционным объединениям» [4].

«Необходимы: политическое понимание выгоды интеграции в рыночной экономике, научно обоснованная проработка общего курса и этапов интеграции, постепенная передача отдельных полномочий над национальными проектами. Эти надстройки структуры с определенными полномочиями и инструментами для их реализации необходимы для проведения коллективных действий по всему кругу вопросов с участием всех сторон. Общее для всех стран-членов интеграционной группировки — нормы проведения, правила, руководящие процессом институты являются неотъемлемой частью процесса объединения экономики. При этом, общие руководящие институты должны быть независимыми от их решения обязательными для всех стран-участниц. Само по себе вовлечение таких институтов и их реальной значимости является показателем ступеней интеграционного развития» [4]. Недавно, в октябре 2019 г. в Ереване, встреча глав государств ЕАЭС эти принципы были еще раз обсуждены и подтверждены.

### **Результаты**

«Республика Армения с самого начала после приобретения независимости (1991 г.) выступала за развитие экономических связей со всеми странами мира. Одной из особенностей, влияющих

на развития внешнеэкономических связей Республики Армения, является ее географическое положение (страна не имеет выхода к морю, не имеет энергоресурсов (нефть, газ), значительная часть территории — горы, климат континентальный высокогорный). Более 30 лет ведется непрерывная транспортная блокада со стороны Турции и Азербайджана. Однако чем выше уровень экономического развития, тем более настоятельной необходимостью становится участие страны во внешнеэкономических связях. За исторически короткий период после приобретения независимости экономика Республики Армении в целом развивалась динамично, а некоторые отрасли, такие как сельское хозяйство, горнодобывающая и цветная металлургия, энергетика, современные информационные технологии, отдельные направления пищевой промышленности, туризм показывали более высокие темпы роста. Стабильный экономический рост, большие перемены во внутренней жизни страны, создание взаимовыгодных внешнеэкономических отношений со многими странами и в первую очередь с Российской Федерацией позволили Республике Армения превратиться в страну современной рыночной экономики» [1].

Республика Армения имеет дипломатические, дружественные отношения почти со всеми государствами — членами ООН. Активно держит связь и развивает международные, культурно-экономические отношения с большинством международных экономических объединений: ЕС, БРИКС, стран Латинской Америки и других.

Вступление Армении сперва в Таможенный союз, а с января 2015 года, являясь полноправным членом ЕАЭС, позволило Республике Армении, как в целом улучшить и развивать свои социально-экономические показатели, и в частности, внешнеэкономические. Для Армении особо важное значение имел факт вступления в Евроазиатский экономический союз.

### Обсуждение

ЕАЭС является одним из новых (2015 г.) эффективно действующих региональных экономических союзов. За короткий исторический период ЕАЭС доказал свою жизнеспособность, происходит его дальнейшее эффективное развитие. Если в 2015 г. количество членов во время заседания Евразийского экономического Совета составило всего 5 государств (Армения, Белоруссия, Казах-

стан, Киргизстан, Россия), то уже в октябре 2019 г. на очередном заседании Совета, проходившего в Республике Армения, было отмечено, что число участников государств достигло 13, на разных условиях, взаимодействующих с союзом (Иран, Сингапур, Молдова, Индия и др.). «Приведем некоторые экономические показатели Республики Армения, достигнутые за последние годы» [1].

Таблица 1 — Экономические показатели Республики Армения (млн долл.)

Показатель	Годы								2018, в % к 2015
	2015		2016		2017		2018		
	год	в % к 2014	год	в % к 2015	год	в % к 2016	год	в % к 2017	
Валовый внутренний продукт	10 460	103,2	10 500	100,4	11 300	107,6	11 880	105,2	113,6
Объем промышленной продукции	337	105	360	106,9	405	112,5	425	105	726,1
Объем валовой продукции сельского хозяйства	820	108,4	790	96,4	821	103,4	839	102,2	102,3
Объем внешней торговли	4718	1091	5066	107,4	6321	124,8	7090	112,2	150,3
Объем внешней торговли с ЕАЭС	1246	119,7	1460	117,2	1871	128,2	2130	113,8	171

Как показывает анализ, с начала действия Союза темпы роста внешней торговли Армении со странами ЕАЭС опережают общие темпы внешней торговли в целом. Так, за 2015–2018 гг. рост указанного показателя по Союзу составляет 171 %, то по третьим странам составляет 150,3 %.

Год за годом динамично нарастают интеграционные процессы. Только за последние неполные три года (2017–2019) торговля Армении с государствами ЕАЭС продемонстрировала резкий рост. За этот период ежегодный темп роста составил почти 29 %.

Анализируем объем «взаимной торговли между государствами-членами ЕАЭС за 2018 г. (такие тенденции характерны и в предыдущих годах). Объем экспортных операций государств Союза во взаимной торговле составил 603 млрд долл. В этом же году доля товаров, происходящих из третьих стран, в объеме взаимного экспорта государств-членов ЕАЭС составила по

ЕАЭС в целом 9,8 %, по Армении доля по этому показателю составила — 27,7 %, по Белоруссии — 13,3%, по Казахстану — 4,4 %, по Кыргызстану — 16,7 %, по России — 8,9 %. Как видно, самая большая доля в своей внешней торговле с Союзом имеет Армения, почти 28,0 %. По сравнению с 2017 г. рост экспортных поставок Республики Армения на рынок ЕАЭС составил 27,3 %, в том числе продажа текстиля, текстильных изделий и обуви в 2 раза (22,3 % общего объема экспорта Армении во взаимной торговле), продажа продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья увеличилось на 10 % (53,0 % общего объема экспорта) [5] с Союзом), машин, оборудования и транспортных средств на 37,5 % (6,0 %).

Как отмечали в 2018 г. объемы экспорта во взаимной торговле государств-членов ЕАЭС составлял 60,3 млрд долл. Из них доля Армении составила около 0,7 млрд долл. Рост по сравнению с 2017 г. составил 27,3 %, по



темпу роста с этим уже показателем следующая Киргизская Республика — 18,3 %, далее Республика Казахстан — 14,9 %. По указанным показателям более успешным был 2017 г., объем экспортных операций по Союзу составил 54,7 млрд долл., а рост к предыдущему году составил 127,3 %. Этот же показатель по Армении составил 141,5 %. Опять самый высокий показатель среди государств Союза — Армения, вторая по своему темпу роста по экспорту была Республика Казахстан — 134,0 %.

Анализ показывает, что один из характерных показателей в «торговле ЕАЭС является высокий удельный вес минеральных продуктов (углеводороды) — почти 30 %, взаимной торговлей из минеральных продуктов — почти 85 % на рынок ЕАЭС поставляет Российская Федерация, остальное Казахстан» [5]. Объемы экспорта взаимной торговлей государств-членов ЕАЭС по отдельным товарным группам в 2017–2018 гг. имеют следующую картину.

Республика Армения: I место — 53,0 % продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье; II место — 22,3 % текстиль, текстильные изделия и обувь;

Республика Беларусь: I место — 33,0 % продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье; II место — 29,0 % машины, оборудование и транспортные средства;

Республика Казахстан: I место — 36,2 % минеральные продукты; II место — 30,5 % металлы и изделия;

Киргизская Республика: I место — 30,1 % текстиль, текстильные изделия и обувь; II место — 16,5 % продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье;

Российская Федерация: I место — 37,5 % минеральные продукты; II место — 18,0 % машины, оборудование и транспортные средства.

Анализ подтверждает, что такой удельный вес товарных групп характерно и предыдущим периодам: 2016 и 2017 гг.

Из вышеуказанных фактов необходимо делать вывод, что все государства Союза более половины экспортируемых товаров приходится всего двух групп. В этом анализе следующей особенностью заключается тот факт, что из общего объема экспортных товаров (60,3 млрд долл.) 17,0 млрд долл. (почти 30 %) — это минеральные продукты. Огромный объем других товаров и продуктов, производимых в каждой отдельно взятой стране Союза остается всего лишь меньше 50 % общего объема. Такое положение дел дает нам возможность сделать вывод о том, что для дальнейшего развития и углубления экономического сотрудничества государств Союза имеет большие резервы и возможности. Кроме чисто экономических показателей, членство в ЕАЭС дает странам-участницам, возможность усовершенствовать и облегчить миграционные процессы, формирование общего рынка труда, взаимного признания дипломов высших учебных заведений, участия в механизмах социального и пенсионного страхования, способствует восстановлению в полном объеме историко-культурных и социально-экономических связей, туризм.

«Во внешнеэкономической деятельности Республики Армения важное значение имеют российско-армянские торгово-экономические отношения. Членство в ЕАЭС для Армении предполагает более тесные взаимосвязи с российской экономикой. В рамках ЕАЭС углубляются экономические, финансовые, политические и институциональные связи с Россией, что естественно способствует дальнейшему улучшению и повышению внешнеэкономического сотрудничества двух стран. Сегодня Российская Федерация остается основным экономическим партнером Республики Армения» [1].

Как показывают приведенные данные в общем товарообороте Армении ведущее место принадлежит Российской Федерации (табл. 2).

Таблица 2 — Внешняя торговля Республики Армения и Российской Федерации, млн долл.\*

Показатели	2015 г.			2016 г.			2017 г.			2018 г.		
	всего	экспорт	импорт	всего	экспорт	импорт	всего	экспорт	импорт	всего	экспорт	импорт
Общий внешний товарооборот Армении	4218	7485	3233	5066	1799	3267	6321	2242	4079	7090	2520	4570
в т. ч. с ЕАЭС	1246	258	988	1460	394	1066	1871	557	1314	2130	689	1441
в % к общему	26,4	17,4	30,6	28,8	22	32,6	29,6	24,9	32,2	330	27,3	31,5
с РФ	1188	246	942	1338	376	962	2791	544	1248	2017	667	1351
в % к общему	25,2	16,6	29,2	26,4	20,9	29,4	28,4	24,3	30,6	28,5	26,5	29,6

\* Составлена по данным ресурса [6].

Почти 29 % из общего объема внешней торговли и имеет тенденции к увеличению. Если в 2025 г. торговля с Российской Федерацией составила 25,9 %, то в 2018 г. этот показатель поднялся до 28,5 %. Темпы роста России и Армении гораздо выше, чем темпы роста Армении в целом. Только за последние 8 лет экспорт Армении в Россию увеличился более чем в 4 раза, его объем по итогам 2018 г. составил 667,0 млн долл., а по итогам I полугодия 2019 г. составляет 400 млн долл. и имеет 12 % роста по сравнению с предыдущим периодом. С Российской Федерацией развивается инвестиционное сотрудничество. В 2019 г. объем российских капиталовложений превысило 2,0 млрд долл. Наиболее крупные инвестиции (ГАЗПРОМ), вложившие в энергетические проекты Армении более чем 0,8 млрд долл.; ОАО «Российские железные дороги», вложившие около 0,5 млрд долл., далее идет РОСАТОМ, РОСАЛЬ, БАНК ВТБ и многие др.

#### Выводы

Последние годы Республика Армения и Российская Федерация реализуют значительное количество крупных инвестиционных проектов: газификация Армении — строительство газопровода Иран-Армения; строительство и модернизация 5-го энергоблока Разданской ТЭЦ;

реконструкция Армянской атомной электростанции (АЭС); модернизация Агорагского медно-молибденового комбината; модернизация завода по производству алюминиевой фольги; обновление технической базы Сотского золоторудного месторождения и другие проекты.

Для Армении большое значение имеет увеличение размера экспорта для чего необходимо использовать имеющиеся возможности: востребованность качественной пищевой продукции в условиях санкций стран Запада, продукции обрабатывающих отраслей, легкой промышленности, высокие технологии, туризм.

«Актуальной и важной задачей для Армении и России, как стратегических партнеров, является диверсификация транспортной системы, совершенствование инфраструктуры, в частности, восстановление железнодорожного сообщения Армении с Россией (через Грузию и Абхазию, которое закрыто с 1992 г.), что позволит не только увеличить объем внешнеторгового оборота, но и стать Армении важным транспортным узлом ЕАЭС, который бы объединил ЕАЭС со странами персидского залива (Иран, Ирак, Сирия и т. д.), а так же со странами Южной и Юго-Восточной Азии» [7].

«Расходы на поставки из Армении в Россию через Грузию — Абхазскую железную дорогу и автомагистраль, а также в обратном направлении, будут сокращены более чем на 30 %. Так, если стоимость 1 тонны груза из Армении в Европейскую часть России составляет в настоящее время 85–95 долл., то при восстановлении будет составлять 50–55 долл. Несмотря на то что эта эффективная транспортная схема действовала около 100 лет, до 1992 г., программ и проектов, конкретные действия по ее восстановлению, а также дороги Армения-Иран, не существует. В качестве альтернативы предлагается строительство автомобильной дороги транспортного коридора «Север-Юг», который обеспечит доступ Армении к Черному морю» [7]. Все это повысит внешнеэкономические связи и роль Армении в ЕАЭС, способствовать вести активную результативную политику в дальнейшем углублении сотрудничества стран Ближнего Востока и Персидского залива. Естественно географическое положение между севером и югом, фактор армянской диаспоры в регионе (Иран, Сирия, Ливан и другие страны), имеющие инфраструктуры, балансирующая экономическая политика запад и восток повышает роль Армении в современном мировом сообществе.

#### Библиографический список

1. Гомця́н, А. Д. Особенности внешней коммуникационной политики Республики Армения в современных условиях // Наука юга России. — 2017. — № 3. — Т. 13. — С. 98–102.
2. Гомця́н, А. Д. Евразийский экономический союз и новые тенденции внешнеэкономической политики Республики Армения // Многополярная глобализация и Россия : материалы VI междунар. науч.-практ. конф. — Ростов н/Д, 2018. — Т. 2. — С. 16–21.
3. Международная экономическая интеграция: сущность, предпосылки, цели и эффекты интеграции [Электрон-

ный ресурс]. — Режим доступа : [www.gumer.info](http://www.gumer.info).

4. Прытков, Р. М. Экономическая сущность интеграции [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

5. Чернявский, С. И. Евразийский экономический союз — реалии текущей ситуации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [www.gks.ru](http://www.gks.ru).

7. Гомця́н, А. Д. Назарян, Г. А. Логические основы внешнеторговой политики Республики Армения [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

#### Bibliographic list

1. Gomtsyan, A. D. Features of external communication policy of Republic of Armenia in modern conditions // Science of south of Russia. — 2017. — № 3. — Т. 13. — P. 98–102.

2. Gomtsyan, A. D. Eurasian Economic Union and new trends in foreign economic policy of Republic of Armenia // Multipolar globalization and Russia : materials of VI International scient.-pract. conf. — Rostov-on-Don, 2018. — P. 16–21.

3. International economic integration: essence, prerequisites, goals and effects of integration [Electronic resource]. — Mode of access : [www.gumer.info](http://www.gumer.info).

4. Prytkov, R. M. Economic essence of integration [Electronic resource]. — Mode of access : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

5. Chernyavskiy, S. I. Eurasian Economic Union — realities of current situation [Electronic resource]. — Mode of access : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

6. Federal State Statistics Service. [Electronic resource]. — Mode of access : [www.gks.ru](http://www.gks.ru).

7. Gomtsyan, A. D., Nazaryan, G. A. Logical foundations of foreign trade policy of Republic of Armenia [Electronic resource]. — Mode of access : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

*Т. Б. Ерохина, Т. В. Пархоменко*

## **ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ НА МИНИМИЗАЦИЮ РИСКОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **Аннотация**

В статье, анализирующей развитие и взаимосвязь логистики и маркетинга в формате воздействия на потребителя, представлены понятия, сопутствующие рисковым действиям: неопределенность, вероятность, возможность, опасность, ущерб, отклонение от результатов. Охарактеризованы мотивы, побуждающие потребителей, и степени риска, соответствующие их проявлению; конкретизированы роль и значимость логистики и маркетинга для сглаживания рисков, снятия напряженности при принятии решений о покупке.

### **Ключевые слова**

Логистика, маркетинг, поведение потребителей, риски.

*T. B. Erokhina, T. V. Parkhomenko*

## **MARKETING AND LOGISTICS INFLUENCE ON MINIMIZING CONSUMER RISKS**

### **Annotation**

Article analyzing the development and interrelation of logistics and marketing in format of influence on consumer presents the concepts accompanying the risk actions: uncertainty, probability, possibility, danger, damage, deviation from results; describes the motives that encourage the actions of consumers and degree of risk corresponding to their manifestation; concretized the role and importance of logistics and marketing for smoothing the risks, relieving tension in making decisions about the purchase.

### **Keywords**

Logistics, marketing, consumer behavior, risks.

### **Введение**

Анализируя текущее состояние и перспективы развития социально-экономических систем в глобальном масштабе и конкретизируя первостепенную значимость потребителя, следует отметить, что с каждым годом социальная реальность расширяется, возрастает роль потребления в жизни общества, хотя чисто человеческие потребности остаются прежними, нужды потребителей стабильны, их цель обеспечивать жизнедеятельность, но разнообразие предложений на рынке. В результате совершенствуются запросы потребителей, они становятся дифференцирован-

ными, многогранными, многоуровневыми и конструируют новую жизнедеятельность — потребность в благах постоянна и не имеет насыщения.

Потребительская среда усложняется благодаря конкуренции и ей необходимы новые источники информации для увеличения влияния на сознание людей при соответствующих ситуационных факторах, что может выдавать когнитивные искажения или отторгаться системой убеждений потребителя. В течении жизни индивид приобретает знания, включается в информационный процесс, накапливает жизненный опыт и на основе этого может определить

уровень вероятного ущерба в ситуации неопределенности для принятия верного решения во время приобретения товара. Человек обитает не изолированно, а в социуме, поэтому потребление — это не акт индивидуального поведения, а полноправный социальный процесс, совершающийся по правилам своей социальной принадлежности в соответствии с ее стандартами.

### **Материалы и методы**

Потребительское поведение каждого человека зависит от воздействия культуры, семьи, религии, образования, традиций, ценностей, социального окружения, рассудительности, инициатив, характера и опыта личности. Приобретая товар люди сомневаются, в процесс вступают риски, которые распространяются на всю массу решений, предшествующих совершению покупок, когда человек взвешивает свои действия, соизмеряет возможности, рассчитывает последствия, оценивает возможный результат, ведь потребитель может попасть в неблагоприятные обстоятельства, потерять денежные средства, нанести вред здоровью, пережить психологические проблемы. Для поведения потребителей характерны понятия, сопутствующие рисковому действию: неопределенность, вероятность, возможность, опасность, ущерб, отклонение от результатов и др.

Риски всегда подразумевают нанесение какого-либо ущерба: угроза потери денег, здоровью, душевному благополучию приводит к личной травме, и негативному отношению к определенному товару — такое поведение можно считать рискованным, так как оно ведёт к всевозможным потерям. Поскольку риск возникает в условиях неопределенности, порожденный неполным знанием ситуации для принятия оптимального решения; невозможностью учета всей доступной информации; наличием факторов, которые невозможно предусмотреть и спрогнозировать; возникновением

субъективных проблем зависят от уровня потребительской культуры личности. Риск — это потенциальная возможность неблагоприятных ситуаций в виде потерь, ущерба, убытков, ошибки, он определяется через количество упущенной выгоды моральной, материальной, психологической коммуникационной, то есть обладая никем объемом информации человек осмысливает стремление к снижению своих затрат, но подразумевает и желает высокое качество товара, при этом все чаще принимаются ситуационные решения, транслируемые как саморегуляция и самозащита, компенсирующая возможные риски.

Мотивы, побуждающие к действиям потребителей, практически присущи всем группам, и только степень риска дает возможность их проявления: все ищут более выгодные варианты покупок — мотив признания; повышение престижа, имиджа, формирование статуса, самореализации (при совершении любой покупки): мотив удобства; мотив признания; мотив свободы, содействия, соучастия.

Закономерность потребления связана с разнообразными факторами, такими как: владение информацией о товаре и объемом объективных знаний о нем, или отсутствием их у усредненных потребителей; сформированного опыта потребления; практики ориентироваться на референтное мнение; опасность, неоднозначной оценки ситуации при совершении покупки и объема возможного нанесения ущерба. Уровень риска для каждого человека индивидуален, и оценка приемлемости зависит от конкретной ситуации, принадлежности к социальному классу и типу потребителя, относящегося к той или иной части общества.

Для сглаживания рисков, снятия напряженности при принятии решений о покупке или вообще предотвращения этой проблемы могут быть полезны такие науки, как логистика и маркетинг. Реализация логистической системы при



доведении товара до конечного потребителя зависит не только от процесса движения материальных потоков, но и от перемещения нематериальных в рамках заданных маркетингом координат. Признаками рисков, возникающих при маркетинговой и логистической деятельности, можно считать ограничение жизнедеятельности человека и предопределение социальной необеспеченности.

### **Результаты**

Если при логистических операциях система передвижения грузов зависит от размещении заказов на рынке, где слаженная работа осуществляется под влиянием различных факторов, товары испытывают материальное воздействие и риски потеть в основном физические (нарушение сроков поставок, срывы финансовых обязательств; неблагоприятная транспортировка и природные бедствия; нарушение пожарной и техники безопасности; благоприятные условия для совершения хищений; несоответствие упаковки; неблагоприятная экологическая обстановка и многое другое, то что грозит утратой имущества), то маркетинговые воздействия на риски практически основаны на ошибках в коммуникационной политике и непрофессиональных или неадекватных маркетинговых исследованиях: недостаточная сегментация; ошибки при выборе целевого сегмента; ошибочная стратегия продаж; ненадежная оценка емкости рынка; просчеты в ценообразовании; неудачные мероприятия по продвижению товара к конечному потребителю; неэффективная реклама; экспансия зарубежных экспортеров; всевозможные конкурентные риски; система сбыта не соответствующая рыночным реалиям и многое другое, без деятельности нет риска.

Если риски в маркетинге и логистике можно предвидеть, и по возможности предотвратить, значит, в любом случае риски для потребителей ослабевают, можно сказать, что риск имеет междисциплинарный характер.

Каждый этап классического потребительского поведения (осознание потребности, поиск информации, оценка альтернатив, выбор варианта) содержит риск, совершение покупки объединяет все осознанные элементы в единое решение, чем покупка дороже, тем значимее она для личности, однако материальная ценность товара для разных групп потребителей отличается, значит, и приемлемые риски разнятся и зависят от уровня влияния на личность:

Потребительская культура определяет потребности человека, которые с детства усваивает индивид как определенный набор ценностей, предпочтений, поступков, привитых семьей, школой и религией. Такие запечатленные проблемы включают в действие механизмы между сформированной у каждой личности культурой потребления и информационной растерянностью, в отсутствии способности ориентироваться в изобилии низкокачественных товаров, подделок, откровенных фейков.

Референтные группы могут оказывать как прямое влияние при личном контакте, так и косвенное, опосредованное: через друзей, стиль жизни, эмоциональный фон и др.

Один из универсальных критериев оценки допустимого риска — уровень доверия к производителю, рекламе, пиар, брендам, действиям референтной группы, «сарафанному радио», и др. Триггерами или симптомами риска являются известия о том, что событие уже произошло или вот-вот произойдет.

### **Обсуждение**

При снятии рисков с помощью маркетинговых и логистических операций учитывается традиционная модель экономического человека, изучаемого в экономической теории — рациональность, это идеальная модель потребительского поведения, где проектируется сознание независимого и свободного человека, который совершает выбор товара, удовлетворяющего его личные по-



требности, где риски практически исключены или минимизированы. Наиболее продуктивной рациональностью считается расчет индивидуальной полезности, личных интересов и желаний потребителя. Этические нормы, зафиксированные в сознании человека как модели потребительского поведения, имеют определенные ресурсы (коммуникативные, материальные, интеллектуальные, перцептивные, временные и др.), что является ограничением и не позволяет проявляться эгоизму. Считать, что потребитель рационален в своем выборе на основе полезности или цены товара — заблуждение: существует бесконечность исключений, основанных на разных источниках (множественность цен порождает парадокс для изучения, заставляет искать алгоритмы, а потребитель просто выбирает товар в шаговой доступности).

Потребительскую активность диктует иррациональное поведение (как аскетическое, так и чрезмерное), что порождает особые риски, обусловленные эмоциональными проявлениями. Определение границы толерантности к риску, требует постоянного контроля и внимания, что позволяет анализировать функции риска как защиты, анализа, внедрения инноваций и регуляции поведения потребителя. Для качественной оценки рисков и расстановки приоритетов по степени их влияния на потребителя, маркетинг и логистика управляя рисками имеют возможность в совокупности анализировать методы (метод Дельфи, метод мозгового штурма, карточки Кроуфорда), объединенные в систему планирования, мониторинга и корректирующего воздействия, в т. ч. составление карты риска (метод интервью, формализованные и неформализованные, обзоры и исследования, анализ документационного комплекса, численные методы оценки) стандартные шаблоны описания рисков, схемы распределения ролей и ответственности определение уровня полномочий для их нейтрализации.

## Выводы

Потребительская социализация включает новые аспекты при выборе и принятии решений: приобретение знаний, информации о товаре, навыков коммуникационных процессов, что позволяет принимать иррациональные решения. Поступающая потребителю информация несовершенна, люди могут принимать ограниченную информацию за исчерпывающую, достаточно значимую, могут не осознавать ее значимость или применяют неверные методы ее оценки, могут случайность принять за закономерность, следовательно, и закрепленные в сознании человека потребительские знания требуют объективной коррекции; снятия неопределенности, непредсказуемости, необъективности и создают условия для риска. Интеграция маркетинга и логистики снимает проблему неполноты и неточности информации о товарах и их использовании, вызванные разными причинами (ненадлежащая реклама, слабый профессионализм персонала), что порождает условия неопределенности, которое является наиболее распространенной причиной риска.

Безнаказанность производителей и незащищенность потребителей диктует цели и задачи управления рисками силами содружества маркетинга и логистики, обеспечивая максимальную устойчивость и предсказуемость всех видов деятельности предприятия, путем своевременной идентификация рисков и воздействия на них.

Обязанность государства избавить человека от негативных последствий потребительских рисков, поиском такого механизма озабочены все правительства, в управление рисками призваны правовые, экономические и административные силы общества. Помехами являются: низкая социальная ответственность производителей, нарушения законодательства, объективная оценка информационной потребительской сферы, уровня доверия потребителя.

**Библиографический список**

1. Ерохина, Т. Б., Пархоменко, Т. В. Развитие эмоционального фона личности потребителя в логистике распределения // Инновационные достижения зеленой логистики: международный опыт и российская практика. XIII Южно-Российский логистический форум. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2017.

**Bibliographic list**

1. Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V. Development of emotional background of consumer personality in distribution logistics // Innovative achievements of green logistics: international experience and Russian practice. XIII South-Russian Logistics Forum. — Rostov-on-Don: PPC of RSUE (RINH), 2017.

*Н. Г. Кузнецов, Н. Д. Родионова, В. П. Федько*

**МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ  
КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ**

**Аннотация**

В статье рассмотрены особенности реализации маркетинга в системе управления кластерами, анализируется его потенциал по обеспечению системы взаимодействия резидентов кластера и формирования единой маркетинговой компетенции продвижения инновационных продуктов на рынок. Представлены теоретико-методологические подходы по интеграции бренда кластера и торговых марок его резидентов, реализации концепции коллективного маркетинга при продвижении инновационной продукции на рынок. Особое внимание уделено анализу возможностей маркетинга кластеров в работе по обеспечению устойчивости их развития.

**Ключевые слова**

Маркетинг инноваций, кластерный маркетинг, кластерная политика.

*N. G. Kuznetsov, N. D. Rodionova, V. P. Fedko*

**MARKETING AS INSTRUMENT FOR SOLVING CLUSTER POLICY TASKS**

**Annotation**

Article deals with the peculiarities of marketing implementation in cluster management system, analyzes its potential to provide a system of interaction between the residents of cluster and formation of unified marketing competence for promotion of innovative products to market. Theoretical and methodological approaches to integration of cluster brand and trademarks of its residents, implementation of concept of collective marketing in promoting innovative products to market are also presented. Special attention is paid to analysis of marketing opportunities of clusters in work to ensure the sustainability of their development.

**Keywords**

Innovation marketing, cluster marketing, cluster policy.

**Введение**

Планирование и реализация мероприятий по социально-экономическому развитию страны на основе формирования кластеров — крупных территори-

альных образований с концентрацией производственной компетенции — является действенным инструментом стимулирования экономического роста. Данные мероприятия реализуются на

государственном уровне в рамках специально сформулированной кластерной политики [6]. Экономическая активность в кластерах ориентирована как на разработку и производство новой продукции, так и на формирование новых рынков. Поэтому вполне закономерно, что при анализе состава задач кластерной политики, классифицированных по уровням реализации [8, 11], необходимость использования маркетинга очевидна практически для каждой из них.

### **Материалы и методы**

Основной инструментарий маркетинга в большей степени ориентирован на решение подобных задач на уровне отдельного субъекта хозяйствования. Начиная от классических этапов разработки товара-новинки [4] до выстраивания долгосрочных отношений с потребителями — все эти задачи рассматриваются преимущественно на микроуровне. Решение задач продвижения инноваций в рамках кластерного маркетинга отличается тем, что в отличие от инновационного маркетинга отдельной фирмы продвижение новшеств кластера реализуется множеством субъектов рыночной деятельности. С позиции инновационного маркетинга каждая фирма, ориентированная на инновационное производство, должна реализовывать сложную схему вывода своих продуктов на рынок [3]. Кластеры представляют собой то социальное пространство, в котором происходит разработка принципиально новых товаров, то есть концентрируются усилия маркетинга инноваций. При этом это кардинально новые товары, создаваемые с помощью передовых технологий и материалов, иных способов производства, с использованием самых передовых научных разработок, что предопределяет необходимость формирования новых маркетинговых подходов [2].

Начиная с исходного этапа — формирование маркетингового прогноза на сбыт инновационного продукта — вся маркетинговая работа резидентов кластера требует высочайшей квалифи-

кации, которую не всегда может выполнить персонал отдельного предприятия. Поэтому поддержка маркетинговой компетенции со стороны специализированной структуры является важным фактором содействия развития инновационных предприятий. Более того, необходима даже не отдельная структура, а новая система движения ценностей с помощью обмена, в которой кластеры занимают важное место, выступая «передаточным механизмом» рынка новшеств: «Передача знаний по цепочке от одной фазы развития к другой требует дополнительной, посреднической системы» [3].

Для кластерной системы выстраивание эффективных отношений как между его участниками, так и с внешними партнерами выступает источником обретения конкурентоспособности. Именно на формирование таких механизмов нацелен маркетинг отношений, который в некоторой степени противопоставляется маркетингу отдельной сделки — транзакционному: «Транзакционный маркетинг предусматривает отношения между покупателем и продавцом, которые могут ухудшиться из-за слабости социальных связей. Маркетинг отношений, напротив, создает повышенный уровень социального взаимодействия между продавцом и покупателем. Он идет дальше очевидных обязательств, на которые рассчитывают покупатели [5]». «Соответственно, эффектами кластерной деятельности является широкий спектр социально-экономических результатов развития, среди которых специалисты выделяют [2]: активизацию человеческого капитала как особого фактора развития; внедрение продукции с новыми свойствами; использование новой техники и технологических процессов; создание нового рыночного обеспечения производства (покупка-продажа); формирование новых рынков; совершенствование управления производством».

В кластере не только разрабатывается и производится новая продукция, но и начинается ее движение на рынок,

следовательно, кластерные структуры должны обладать соответствующими механизмами, становление которых также является задачей кластерного маркетинга — это «инновационная (маркетинговая) инфраструктура (продвижения инноваций) компании» [7]. Формирование таких структур должно учитывать особенности активности субъектов хозяйствования в рамках определенной территории, что уже разрабатывается в концепции «маркетинга пространственного взаимодействия» [1]. Представляется, что развитие именно этой концепции является наиболее близкой и продуктивной для формирования кластерного маркетинга.

Управление развитием кластеров требует развития существующих маркетинговых концепций, обновления инструментария маркетинговой работы. Реализовать для маркетинга подобное обновление — это достаточно сложная задача, поскольку данная область экономического знания всегда была нацелена на решение задач отдельного предприятия, причем задач достаточно узкого и конкретного состава: достижение коммерческого успеха, завоевание доли рынка, удержание потребителей и расширение клиентской базы. Вопросы объединения усилий нескольких субъектов хозяйствования для решения рыночных задач рассматривались только фрагментарно при формировании каналов распределения товаров и не выходили за рамки координации коммерческой деятельности.

Маркетинговая активность резидентов кластеров отличается по направленности и содержанию, но базируются они на общем концептуальном подходе, основными элементами которого являются: определение целей, задач и предмета маркетинговой деятельности в кластере; проведение маркетинговых исследований; изучение потребителей; выстраивание системы коммуникаций.

«Интеграция маркетинговой активности отдельных участников кластерной

деятельности в общую маркетинговую активность приводит к формированию механизмов коллективного маркетинга. Развитие коллективного маркетинга предопределено самой сутью кластерной деятельности, реализуемой интегрированно в сочетании с территориальной близостью. По заключению специалистов эти условия позволяют [12]:

- сформировать механизм координации совместных действий, что способствует возникновению положительных внешних эффектов от близкого расположения большого числа фирм, специализирующихся в определенной области, тесно связанных посредством деловых и личных контактов;

- создать возможности гибкого реагирования на изменяющиеся запросы потребителей за счет сочетания гибкой организации производства с высоким уровнем специализации и компетенции;

- создать условия для интеграции учреждений высшего профессионального образования, бизнеса и науки».

С развитием теории и практики маркетинга, с расширением его влияния на некоммерческий сектор, с переходом отношений с потребителями на новый уровень взаимодействия, основывающегося на общих ценностях, появляется возможность разрабатывать новые коллективные механизмы маркетинга, позволяющие достигать синергетических эффектов совместных действий. Поэтому различные концептуальные подходы, используемые в рамках маркетинга кластеров, должны стать основой для выработки уникального маркетингового инструментария для решения следующих задач:

- составления прогноза сбыта продукции резидентов кластера;

- анализ участников и потребителей эффектов кластеризации;

- создание системы продвижения инноваций на рынок;

- порождение и поддержание бренда кластера.

Базовыми потребителями результатов работы кластера являются его участ-

ники: предприятия, научно-исследовательские и образовательные учреждения, обслуживающие организации, деятельность которых координируется специальными управляющими компаниями, органами местного управления. Привлечение к участию в кластерной работе новых инициативных субъектов и расширение состава участников является важным условием развития самого кластера и также должно находиться в центре внимания маркетинга. Для реализации данной функции необходима максимально детальная проработка статуса участника, который должен быть привлекательным, но одновременно и эффективным для решения задач, стоящих перед кластером в целом. В поиске этого баланса роль маркетинга крайне высока — уже не для потребителя, а для производителя необходимо сформулировать такое предложение, которое привлечет его для осуществления своей деятельности в кластер.

Внешние потребители товаров и услуг, продуцируемых в кластере, заинтересованы в них, но они в определенной степени безразличны к форме, в которой происходит их производство — в составе кластера или нет. В то же время при выстраивании доверительных долгосрочных отношений с потребителями, их привлечение к сотрудничеству при использовании механизмов организации кластерной деятельности представляется перспективным с точки зрения расширения круга заинтересованных в существовании и развитии кластера лиц.

Исходя из деления потребителей эффектов кластерной деятельности на участников и внешних потребителей, формируются группы, на которые оказываются маркетинговые воздействия:

- для внешних потребителей: покупатели товаров и услуг кластеров, инвесторы, СМИ;

- для участников кластера: существующие и потенциальные участники кластера, местное население территории кластера, органы управления кластерной деятельностью.

Маркетинговая работа с внешними потребителями должна основываться на бренде кластера, на открытости и доступности его для взаимодействия и выстраивания долгосрочных партнерских отношений. Деятельность кластера должна быть известна как в профессиональном сообществе, так и быть представлена в общественном сознании. Это достигается формированием устойчивого бренд-имиджа кластера.

Эффективная работа с внешними потребителями кластерной деятельности в значительной степени обуславливает результативность привлечения новых участников в кластер, которые должны увидеть возможность реализации в его рамках своих интересов развития. Основу такой возможности составляет высокий уровень инфраструктурной и ресурсной обеспеченности территории кластера. Но кроме обеспечения технической оснащенности, необходимо точное выявление комплекса интересов, которые наилучшим образом могут быть удовлетворены в кластере, что является условием привлечения новых участников, а также поддержания заинтересованности существующих.

Кластерная форма организации научно-производственной и сервисной деятельности является достаточно универсальной для различных отраслевых направлений хозяйствования. Однако для реализации определенной маркетинговой политики необходима конкретизация товарного предложения. В самом общем товарное предложение кластеров можно отнести к двум группам: инновационно-промышленные товары, перечень которых может быть широк (материалы, техника и оборудование, технологии, патенты и пр.) и потребительские сервисы (туризм, рекреация, здравоохранение).

Для продвижения товарного предложения первой группы кластера приемы и методы маркетинга носят достаточно традиционный характер: выставки, реклама, пробные покупки и пр.



Для сервисных кластеров необходимо учитывать, что потребитель полностью погружается в комплекс взаимообусловленных услуг, которые можно сосредоточить в кластере в наибольшей степени, что позволяет ему получить максимально концентрированное обслуживание в интересующей его сфере (туризм, образование, здравоохранение и пр.). Несмотря на то что в кластере действуют независимые участники с собственными сбытовыми и маркетинговыми системами, формирование единого комплекса, поддерживающего сбыт продукции кластера, крайне важно и предполагает разработку продуктовой политики — уровней продукта кластеров и управления жизненным циклом для удовлетворения спроса целевых сегментов потребителей.

Независимо от отраслевой специализации кластеров необходимо выполнение следующих функций в составе его инфраструктурного обеспечения: транспортировка товаров или потребителей к месту получения сервисов; обеспечение информационных связей; осуществление финансового обеспечения; принятие рисков и страхование; обеспечение коммерческих мероприятий: переговоров, заключения договоров и пр. В традиционных рыночных системах перечисленные функции выполняют торговые компании, посредники, компании-поставщики сервисных услуг. При концентрации предприятий-производителей в рамках кластера состав посредников может быть оптимизирован. Но для этого необходимо построить систему сопряжения маркетинга и логистики на всех уровнях национальной и международной инфраструктуры товарообмена. Целевая установка сопряжения интересов — согласование параметров заказа от целевой группы заказчиков, конкретизация номенклатуры, увязка потребностей потребителя, транспортников и поставщиков в мобильную, технико-технологическую и планово-экономическую согласованную

систему управления товародвижением как по индикатору времени, так и количеству [9]. При такой постановке практического решения мы достигаем конечной цели — ценность, создаваемая маркетингом, его управлением, будет выступать как мера устойчивости обмена на основе построения мобильных каналов распределения. Но здесь необходимо учитывать следующее обстоятельство — политика товародвижения в целом и распределения в частности должна исходить из учета особенностей кластера как по составу участников, так и по потребляемому продукту, системы коммуникационной поддержки маркетинго-логистических решений распределения каждого члена кластерного объединения. Поскольку особенностью кластерной деятельности является интеграция всех субъектов, то и формирование эффективных каналов распределения реализуется совместно, образуя дополнительный механизм взаимодействия участников кластера, которые должны предоставить многообразный и комплексный сервис потребителям в системе операционного маркетинга.

### **Результаты**

Единообразные рекомендации в данном направлении разработать сложно, так как специфика интеграционной работы в значительной степени будет определяться отраслевыми особенностями функционирования кластера. Выше уже была отмечена высокая роль коммуникаций кластера и его бренда для взаимодействия с внешними потребителями результатов кластерной деятельности. Выстраивание комплекса коммуникаций, формирование коллективного бренда — все это задачи, требующие своего отдельного изучения, так как они являются ключевыми для успеха образования и развития кластера.

Управление работой кластера, его маркетинговое сопровождение и поддержка формирования целостной структуры может быть реализована по нескольким направлениям, в зависимости



от степени готовности и активности участников на той или иной стадии жизненного цикла функционирования. Как правило, наиболее болезненно протекает этап зарождения кластера, при котором организационная составляющая управления региональным центром требует активного согласования полномочий при решении коммерческих задач управления процессом. Поэтому реализация представленных выше основных элементов маркетинга кластеров обуславливается не только спецификой отраслевой деятельности участников кластеров, но и зависит от этапа развития самого кластера и предполагает дифференциацию применения маркетингового инструментария. Так, для региональных центров кластерного развития самым важным является инициирование процессов зарождения кластеров, его появления как «точки роста» региона [10]. Поэтому маркетинг данной организации преимущественно направлен на поиск потенциальных участников и выстраивание с ними отношений в перспективе.

Основу деятельности управляющей компании формирует постоянная работа по обеспечению устойчивого функционирования всего кластера, что смещает акцент маркетинговой деятельности в сторону усиления коммерческой работы участников кластера, разработке механизмов коллективного маркетинга. В представленном перечне направления кластерного маркетинга необходимо подчеркнуть аналитическую работу по обеспечению устойчивого развития кластера на основе мониторинга внутренних и внешних изменений. Такие сложные задачи остаются еще пока достаточно новыми для маркетинга, но они представляются доступными для решения и крайне востребованными. Для того чтобы с помощью маркетинга можно было способствовать устойчивому развитию сложного социально-экономического образования, необходимо четкое и ясное по-

нимание теоретико-методологических основ данной работы.

Разработка концептуальных подходов кластерного маркетинга важна с точки зрения расширения изучаемых социально-экономических процессов, которые уже не ограничиваются поиском причин изменения поведения потребителей, раскрытия механизмов принятия ими решений о покупке, а все больше акцентируются на понимании природы социальных явлений, факторов, определяющих развитие как экономической, так и социальной жизни. Такая постановка задачи исследования оправдана тем, что современное сервисное общество все больше удаляется от проблем удовлетворения первичных материальных потребностей и все полнее предоставляет возможности удовлетворения различных культурных, духовных, эмоциональных запросов. С этой точки зрения представляется важным уточнение состава и структуры данных запросов, среди которых в настоящем исследовании рассматриваются потребности в развитии, выступающие не только в качестве одного из видов духовных потребностей индивида или организации, но и в качестве ценностной платформы, на которой может объединиться группа участников научно-технической деятельности.

Продолжение научного поиска в данном направлении представляется потенциально крайне значимым как для развития кластеризации, так и для совершенствования самого маркетинга, адаптации его инструментария к современным реалиям. Выше были сформулированы только исходные положения кластерного маркетинга, которые нуждаются в дальнейшем уточнении и развитии, что требует продолжения исследований и привлечения внимания ученых к рассматриваемым проблемам, решение которых позволит качественно обновить отечественную экономику и занять достойное место в мировой хозяйственной системе.

### Библиографический список

1. Багиев, Г. Л., Пинчук, А. В., Серова, Е. Г., Шульга, А. О. К вопросу формирования концепции маркетинга пространственного взаимодействия // Проблемы современной экономики. — 2012. — № 4 (44).

2. Барышева, А. В., Балдин, К. В., Галдицкая, С. Н., Ищенко, М. М., Передерев, И. И. Инновации. — М., 2007.

3. Ковалев, Г. Д. Основы инновационного менеджмента. — М., 1999.

4. Котлер, Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1991.

5. Магдольна, Ваи. Маркетинг отношений и сетевая экономика // Проблемы теории и практики управления. — 2002. — № 2. — С. 113–120.

6. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : cluster.hse.ru.

7. Спасенных, М. Ю. Инновационный бизнес: корпоративное управление НИОКР. — М., 2010.

8. Федько, В. П., Кирьянова, Л. Г. Маркетинг кластеров : моногр. / под науч. ред. В. П. Федько. — М., 2019.

9. Федько, В. П., Бондаренко, В. А. Коммерческая логистика. — М.: Ростов н/Д : Март, 2012. — С. 20.

10. Федько, В. П., Кирьянова, Л. Г. Концепция и методология применения маркетинговых технологий при формировании и развитии точек роста региона : моногр. — Томск, 2016.

11. Яшева, Г. А. Формирование кластерной политики как направление повышения конкурентоспособности национальной экономики [Электронный ресурс] // Система информационно-аналитических ресурсов по инновационной и технологической тематике. — Режим доступа : <http://innclub.info>.

12. De Propriis, L., Driffield, N. Importance of clusters for spillovers from foreign direct investment and technology sourcing // Cambridge Journal of Economics. — 2006. — Vol. 30. — P. 277–291.

13. Erokhina, T. B., Mitko, O. A., Troilin, V. V. Digital marketing and digital logistics in consumer communication // European Research Studies Journal. — 2018. — № 21. — P. 861–867.

### Bibliographic list

1. Bagiev, G. L., Pinchuk, A. V., Serova, E. G., Shulga, A. O. On formation of concept of spatial interaction marketing // Problems of modern economy. — 2012. — № 4 (44).

2. Baryshev, A. V., Baldin K. V., Galzitskaya, S. N., Ishchenko, M. M., Peredereev, I. I. Innovation. — М., 2007.

3. Kovaliov, G. D. Fundamentals of innovation management. — М., 1999.

4. Kotler, Ph. Fundamentals of marketing. — М.: Progress, 1991.

5. Magdolna, V. Marketing relations and network economy // Problems of theory and practice of management. — 2002. — № 2. — P. 113–120.

6. Methodological recommendations for implementation of cluster policy in subjects of Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : cluster.hse.ru.

7. Spasennykh, M. Yu. Innovative business: corporate management. — М., 2010.

8. Fedko, V. P., Kiryanova, L. G. Marketing of clusters : monograph / ed. by V. P. Fedko. — М., 2019.

9. Fedko, V. P., Bondarenko, V. A. Commercial logistics. — М.: Rostov-on-Don : MarT, 2012. — P. 20.

10. Fedko, V. P., Kiryanova, L. G. Concept and methodology of marketing technologies application in formation and development of regional growth points : monograph. — Tomsk, 2016.

11. Yasheva, G. A. Formation of cluster policy as direction of increasing the competitiveness of national economy [Electronic resource] // System of information and analytical resources on innovation and technology topics. — Mode of access : <http://innclub.info>.

12. De Propriis, L., Driffield, N. Importance of clusters for spillovers from foreign direct investment and technology

sourcing // Cambridge Journal of Economics. — 2006. — Vol. 30. — P. 277–291.

13. *Erokhina, T. B., Mitko, O. A., Troilin, V. V.* Digital marketing and digital

logistics in consumer communication // European Research Studies Journal. — 2018. — № 21. — P. 861–867.

*A. A. Pogrebная, В. И. Гиссин*

## КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК

### Аннотация

Статья посвящена показателям функционирования цепочки поставок. Было установлено, что успешная работа цепочки поставок зависит от таких показателей, как: надежность цепочки поставок, эффективность использования основных и циркулирующих активов цепочки поставок, продолжительность цикла цепочки поставок. Авторы представляют результаты сравнения двух экспертных методов оценки важности показателя и выводы об объективности использования двух методов.

### Ключевые слова

Цепочка поставок, параметры, эффективность функционирования, экспертная оценка.

*A. A. Pogrebная, V. I. Gissin*

## KEY INDICATORS OF FUNCTIONING OF SUPPLY CHAIN

### Annotation

Article is devoted to indicators of functioning of supply chain. It was found that successful operation of supply chain depends on indicators such as: reliability of supply chain, efficiency of using fixed and circulating assets of supply chain, duration of supply chain cycle. Authors present results of comparison of two expert methods for assessing the importance of indicator and conclusions about the objectivity of use of two methods.

### Keywords

Supply chain, parameters, efficiency of the functioning, expert evaluation.

### Introduction

Process of stock movement of food products is complex, multi-component, uniting the various participants. In accordance with standard ISO 9000-2015 [1], any process has an input, output, control actions and resources. Accordingly, in the process of stock movement of food products (figure 1) the input will consist raw materials and materials entering the

production. The output will be manufactured food products entering the sale.

Resources that support the processes include: buildings, equipment, people, vehicles, finance, information, etc. Managing influences are a set of measures that need to be implemented throughout the entire process of product movement in order to ensure high performance of all the participants and stakeholders.

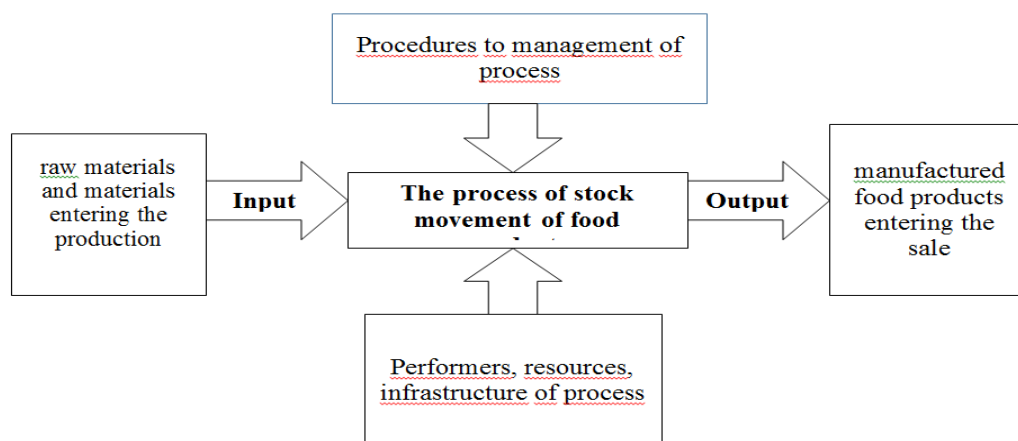


Figure 1 — **Diagram of stock movement process of food products\***

\* *Designed by authors based on source [1].*

At present, any organization involved in the supply chain is interested in developing and improving the efficiency of its activities. Thus, the primary task of management is the introduction of quantitatively measurable and reliable indicators for assessing or indicators key performance indicators (KPI) [6].

#### **Materials and methods**

The key indicators of the functioning of the supply chain include the following: reliability of the supply chain; its flexibility; supply chain cycle time; costs; effective use of fixed and circulating assets of the supply chain. Importance of supply chain performance indicators was assessed using two expert methods: the scoring method and ranking method.

#### **Results**

To obtain reliable results of expert methods, managers and specialists of trade and intermediary organizations, transport

and expeditionary enterprises were involved. Initially, with the help of a statistical tool — Ishikawa Chart — cause-and-effect relationships of supply chain performance indicators were identified.

Ishikawa diagram is a tool that allows «... to identify the most significant factors (causes) that affect the final result (effect)» [4]. According to the Japanese scientist K. Ishikawa, the quality of products in the production process is influenced by various reasons that can be systematized into five groups according to the «5M» principle: Methods, Man, Machines, Materials, Measurements [5]. It should be noted that the chart template is universal and can be used to determine the causes and factors that influence any problem. The chart template is shown in figure 2. According to the presented pattern, a causal diagram of indicators that affect the functioning of the supply chain was built (figure 3).

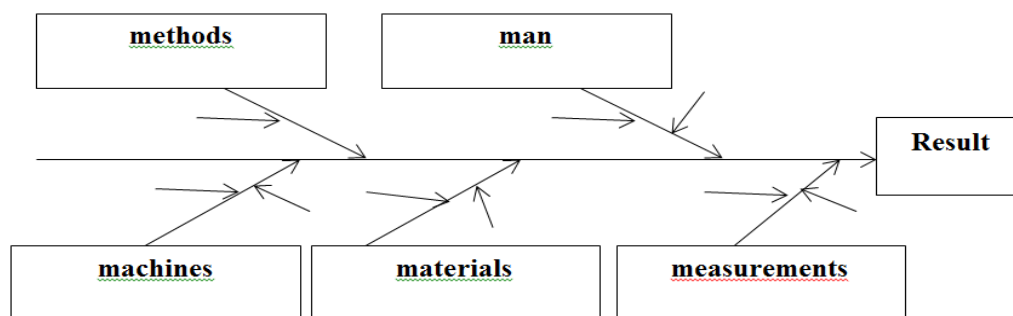
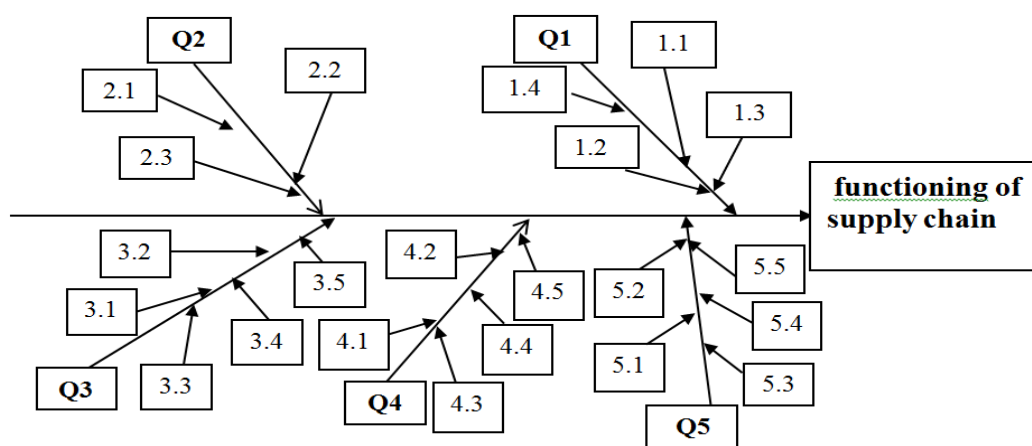


Figure 2 — **Ishikawa Chart Template\***

\* *Designed by authors based on source [3].*



Q1 — Supply chain reliability: 1.1 — required quality of goods that meets the requirements of regulatory and technical documentation (10 p.), 1.2 — required quantity of goods complying with terms of supply contract (10 p.); 1.3 — delivery on time (10 p.), 1.4 — completed fulfillment of order (10 p.). Q2 — Supply chain flexibility: 2.1 — reaction rate on customer orders (9 p.), 2.2 — high optimal inventory level (9 p.), 2.3 — availability of distribution centers near customers (8 p.). Q3 — Supply chain cycle time: 3.1 — intensity of formation of specific order (7 p.), 3.2 — average length of route (8 p.), 3.3 — availability of particular mode of transport (8 p.), 3.4 — shipping errors (8 p.), 3.5 — safety of transportation (10 p.). Q4 — Supply chain costs: 4.1 — logistic administration costs (7 p.); 4.2 — cost of purchase of raw, materials, ingredients (8 p.); 4.3 — transportation costs (8 p.); 4.4 — costs of management supply (8 p.); 4.5 — costs of storage and maintenance of stocks (8 p.). Q5 — Efficient use of fixed and circulating assets of the supply chain: 5.1 — inventory turnover ratio (9 p.); 5.2 — reserve level of stocks (9 p.), 5.3 — proportion of obsolete stocks (8 p.); 5.4 — wear rate of fixed assets (8 p.); 5.5 — indicators of degree of use of fixed assets (7 p.)

Figure 3 — Causal diagram of supply chain performance

In the process of building a diagram (figure 3), indicators of the first and second order were singled out. Causes (indicators) of the second order were evaluated by ex-

perts on a 10-point scale, where 1 — does not matter, 10 — is essential.

Results of expert evaluation are shown in table 1.

Table 1 — Results of evaluation of indicators of second order

Number of indicator of second order	Point	Number of indicator of second order	Point	Number of indicator of second order	Point	Number of indicator of second order	Point	Number of indicator of second order	Point
1.1	10	2.1	9	3.1	7	4.1	7	5.1	9
1.2	10	2.2	9	3.2	8	4.2	8	5.2	9
1.3	10	2.3	8	3.3	8	4.3	8	5.3	8
1.4	10			3.4	8	4.4	8	5.4	8
				3.5	10	4.5	8	5.5	7
Total scores Q1	40	Total scores Q2	26	Total scores Q3	41	Total scores Q4	39	Total scores Q5	41

Based on results of assessment, an order scale was drawn up that looks like: Q5>Q3>Q1>Q4>Q2. Thus, method of scoring has been found that the greatest impact on efficiency of supply chain have parameters such as: efficient use of fixed

and circulating assets of supply chain (Q5), supply chain cycle time (Q3), supply chain reliability (Q1). Similarly, ranking method was used to evaluate indicators of efficiency of supply chain. Evaluation results are presented in table 2.

Table 2 — Results of ranking of indicators of functioning of the supply chain

Indicators of functioning of the supply chain	Experts							Sum of ranks (Q)
	1	2	3	4	5	6	7	
Q1	5	3	4	5	4	5	5	31
Q2	2	1	1	2	2	2	3	13
Q3	4	5	3	4	3	4	2	25
Q4	1	2	2	1	1	1	1	9
Q5	3	4	5	3	5	3	4	27

According to the obtained results the following ranked row (scale of order) was compiled: Q1 > Q5 > Q3 > Q2 > Q4.

Thus, the method of ranking allowed to establish that the greatest importance falls on such indicators as: supply chain reliability, efficient use of fixed and circulating assets of the supply chain, supply chain cycle time.

#### Discussion

Establishing the objectivity of the expert assessment was carried out by calculating the coefficient of agreement of expert opinions (coefficient of concordance) by the formula 1 [2]:

$$W = \frac{12 \times S}{n^2(m^3 - m)} \quad (1)$$

where W — concordance rate;

S — the sum of the squares of the deviation of the ranking estimates of each object of expertise from the average value;

n — number of experts;

m — number of objects of expertise.

With the high consistency of expert opinions, value of concordance coefficient approaches one, in absence of consistency approaches to zero. Calculations showed that coefficient of concordance  $W = 0.73$ , which indicates a good consistency of expert opinions and indicates the objectivity of the expert assessment.

#### Conclusion

Thus, results of application of two expert methods in determining the importance of indicators of the functioning of the supply chain, showed their identity.

It was found that the successful operation of the supply chain depends on indicators such as: the reliability of the supply chain, the efficiency of using fixed and circulating assets of the supply chain, the duration of the supply chain cycle.

Heads of services involved in product distribution processes should pay due attention to these indicators.

#### Bibliographic list

1. GOST R ISO 9000-2015 «Quality management systems. Fundamentals and vocabulary» [Electronic resource]. — Mode of access : <http://docs.cntd.ru>.
2. Gorbashko, E. A. Quality management : textbook. — M., 2014. — P. 49.
3. Ilyenkova, S. D. Quality management : textbook [Electronic resource] / ed. by S. D. Ilyenkova. — M. : Unity-Dana, 2013. — Mode of access : <http://biblioclub.ru>. — P. 101.
4. Magomedov, Sh. Sh., Bepalov G. E. Product quality management : textbook [Electronic resource]. — M. : Dashkov and Co, 2018. — Mode of access : <http://biblioclub.ru>. — P. 144.
5. Mikheeva, E. N., Seroshtan, M. V. Quality management : textbook [Electronic resource]. — M. : Dashkov and Co, 2017. — Mode of access : <http://biblioclub.ru>. — P. 257.
6. Yermoshin, V. A. Key indicators of efficiency as a tool for supply logistics management MTP [Electronic resource]. — Mode of access : <https://cyberleninka.ru>.



*А. А. Полиди, В. П. Камышанский, М. В. Блошенко*

## **АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

### **Аннотация**

Коррупционные явления выступают одним из факторов, негативно влияющих на формирование траекторий устойчивого роста национальной экономики. Предложена модель анализа коррупционных процессов в гетерогенных и неоднородных организационных системах, что позволило проанализировать стратегии рентоориентированного поведения в бюрократических структурах в рамках реализации игры «заказчик-исполнитель». Доказано, что помимо прямого негативного влияния на экономику, присутствует косвенный эффект, выраженный в неэффективном перераспределении финансовых ресурсов через аффилированные структуры. На основе этого обоснована система экономических и правовых стимулов для повышения уровня транспарентности взаимоотношений между государством и бизнесом, создании единого и унифицированного свода правил принятия решений, оптимизации бюрократических структур и системы мониторинга. Антикоррупционные механизмы в кадровой подсистеме органов власти должны включать упреждающие коррупциогенность системы подбора и расстановки персонала, а также способствовать повышению эффективности системы коммуникаций между органами власти и правоохранительными органами.

### **Ключевые слова**

Коррупция, устойчивость, экономический рост, государство, бюджет, государственные закупки.

*A. A. Polydi, V. P. Kamyshanskiy, M. V. Bloshenko*

## **ANTI-CORRUPTION POLICIES AS FACTOR OF SUSTAINED ECONOMIC GROWTH**

### **Annotation**

Corruption phenomena are one of factors that negatively influence the formation of paths of sustainable growth of national economy. Model of analysis of corruption processes in heterogeneous and heterogeneous organizational systems is proposed, which allowed to analyze strategies of rent-oriented behavior in bureaucratic structures within the framework of implementation of the game «customer-performer». In addition to the direct negative impact on the economy, it has been proved that there is an indirect effect expressed in the inefficient redistribution of financial resources through affiliated entities. On the basis of this, a system of economic and legal incentives is justified for improving the transparency of relations between the State and business, creating a unified and unified set of decision-making rules, optimizing bureaucratic structures and monitoring system. Anti-corruption mechanisms in the personnel subsystem of authorities should include pre-emptive corruption of the system of selection and placement of personnel, as well as contribute to improving the efficiency of the system of communication between authorities and law enforcement agencies.

### **Keywords**

Corruption, sustainability, economic growth, state, budget, public procurement.

## Введение

При анализе потенциальных возможностей поиска траекторий устойчивого роста национальной экономики в целом и промышленного комплекса в частности особое внимание уделяется вопросам государственной поддержки и стимулирования экономической активности. В данном контексте большинство исследований посвящено вопросам эффективности расходования бюджетных средств в рамках реализации крупномасштабных инвестиционных проектов. При этом практически нераскрытыми остаются проблемы эффективности системы государственного управления в контексте рентоориентированных стратегий поведения.

Термин «коррупция» берет свое начало в римском праве, в котором явление «*concupire*» трактовалось в широком смысле и имело следующие значения: разламывать, портить, разрушать, фальсифицировать, подкупать [4]. В общем понимании обозначало противоправное деяние. Далее сформировался самостоятельный термин, применяемый в случаях, когда участниками были несколько лиц, действующих с целью искажения законного хода судебного процесса или государственного управления для развития различных сфер функционирования общества.

Можно выделить три ключевых направления исследования коррупционных процессов [5]. В рамках первой группы моделей анализируются внешние причины возникновения коррупции и ее проявлений, прежде всего, на бытовом уровне. Вторая группа моделей посвящена вопросам изучения коррупции в крупных и неоднородных организационных системах, к которым относятся органы государственной власти. Рассматриваются не только причины ее возникновения, но и негативные последствия. Третье направление исследований коррупционных процессов связано с анализом динамических характеристик рентоориентированного поведения,

циклическостью возникновения коррупции, поиском равновесных коррупционных состояний и т. д. Для целей исследования, представленного в статье, целесообразно рассмотреть вторую группу моделей, т. к. экономико-математическая модель должна быть направлена на анализ взаимоотношений государства и бизнеса в рамках реализации игры «заказчик-исполнитель». Особенностью таких моделей является то, что они основаны на анализе проблем взаимовлияния конкурентных процессов в бюрократических структурах и коррупции, результатом которой является неэффективное перераспределение финансовых и материальных ресурсов, например, в рамках использования аффилированных с чиновниками коммерческих структур. Практическая значимость такой модели заключается в обосновании системы правовых и экономических стимулов для повышения уровня транспарентности правоотношений между государством и бизнесом, создании единого и унифицированного свода правил принятия решений, оптимизации бюрократических структур и системы мониторинга. Ключевым является решение проблемы ликвидации коррупции среди чиновников на всех уровнях иерархии. Это не только повысит эффективность перераспределения бюджетных ресурсов, но и окажет положительное воздействие на устойчивое развитие отраслей и регионов.

## Материалы и методы

В качестве основы целесообразно использовать экономико-математическую модель, предложенную Хиллманом и Катцом [7]. Данная модель позволяет оценить ущерб от коррупции, основанной на искусственном ограничении прав на осуществление предпринимательской деятельности. В качестве предмета анализа исследуются коррупционные процессы внутри определенной иерархической структуры, а основной целью модели — детерминирование масштабов общественных издержек от корруп-

ционных действий. Необходимо учитывать, что основной ущерб от коррупционной деятельности связан не с размером взяток, т. к. они не являются главной составляющей общественных издержек, а с тем, что искусственные ограничения для бизнеса в пользу аффилированных с коррупционером структур порождают неэффективное использование бюджетных средств. С учетом особенностей организационной бюрократической структуры можно говорить о том, что и там присутствует своеобразная конкуренция за возможность перераспределения ресурсов. Чиновник нижнего уровня, оказывая услуги в пользу аффилированных структур, получает определенную административную ренту, часть которой, в свою очередь, перераспределяется по верхним уровням иерархии. Из этого следует, что на каждом уровне существует своеобразный «финансовый поток», за контроль над которым идет конкурентная борьба. И чем больше коммерческих структур будет задействовано в данной схеме, тем более конкурентным будет позиция чиновников, которые получают в свое распоряжение дополнительные финансовые средства.

В качестве основных предпосылок модели можно выделить следующие:

- использование аффилированных структур приводит к перераспределению прибыли от эффективного собственника к новым выгодоприобретателям (чиновникам и связанным с ними коммерческим компаниям);

- рентоориентированное поведение предполагает борьбу за сохранение «хлебного места» и расширение сферы влияния чиновников, что требует вовлечения дополнительных материальных ресурсов и влечет появление общественных издержек.

Допустим, что имеется определенный источник возникновения первоначальной ренты, например, контракт в рамках осуществления государственных тендеров. Размер ренты влияет на уро-

вень конкуренции (чем выше рента, тем больше конкуренция), которая проявляется следующим образом. Определяются коммерческие структуры, которые будут допущены к участию в конкурсе и потенциальный победитель. Определяется чиновник, который будет ответственным за проведение конкурса и заинтересован в его проведении в пользу аффилированных структур. Следующий этап конкурентной борьбы проходит на более высоком уровне управления, основной целью которого является сохранение своего влияния за счет ренты, полученной на более низком уровне. Количество таких этапов зависит от числа уровней в иерархической бюрократической системе. Поэтому чем больше будет таких уровней, тем больше ренты будет требоваться и тем выше уровень ущерба для общества. Совокупный размер затраченных финансовых средств и первоначальный размер ренты учитываются в общем объеме общественных издержек, возникающих как результат коррупционных процессов.

Бюрократическая структура имеет  $n-1$  число иерархических уровней, тогда количество итераций конкурентной борьбы будет равно  $n$ . Один уровень включает одного чиновника, несколько аффилированных структур. Чиновник ведет конкурентную борьбу, тратя часть полученной ренты на сохранение контроля за финансовыми потоками путем ее передачи на следующий уровень. Цель построения модели — поиск соотношения между величиной первоначальной ренты, т. е. размером общественных потерь и объемом финансовых средств, перераспределяемых по всем уровням иерархии. Каждая итерация конкурентной борьбы заключается в том, что участники осуществляют следующий выбор: получить взятку за гарантию выигрыша в конкурсе или передать заказ аффилированным структурам, что даст возможность пользоваться дополнительными финансовыми ресурсами компаний. Результатом данного

выбора будет определение доли  $\alpha_i$  ( $0 \leq \alpha_i \leq 1$ ) затрат участников, удельного веса затрат на взятку в размере  $(1 - \alpha_i)$ , где  $i$  — номер конкурентной итерации.

Пусть размер первоначальной ренты равен 1, а  $p$  — удельный вес ренты, потраченной на сохранение и укрепление влияния чиновника, т. е. его конкурентных преимуществ.

Совокупный уровень затрат всех участников на  $i$ -м уровне будет равен:  
 $r_i = p^i(1-\alpha_1)(1-\alpha_2)\dots(1-\alpha_{i-1})$ ,  $i=1,2,\dots,n$  (1)

$$W_n = \sum_{i=1,n} W_i = p^1\alpha_1 + p^2(1-\alpha_1)\alpha_2 + \dots + p^n(1-\alpha_1)(1-\alpha_2)\dots(1-\alpha_{n-1})\alpha_n. \quad (4)$$

Для идеального случая  $p = 1$ ,  $\alpha_i = \alpha$ , следовательно:

$$W_n = \alpha + (1-\alpha)\alpha + \dots + (1-\alpha)^{n-1}\alpha = 1 - (1-\alpha)^n. \quad (5)$$

Тогда полный расход ренты в случае ее перераспределения по уровням иерархии бюрократической структуры произойдет в случае, когда  $n \rightarrow \infty$ , а полный расход происходит на последнем уровне.

В реальности всегда существует определенный барьер для входа нового участника в конкурентную игру, т. е.  $p < 1$ . Тогда число участников сократится до  $m$ , каждый из которых участвует в игре, выбирая свою стратегию в соответствии с равновесием по Нэшу. Как видно из данной модели, использование аффилированных компаний с чиновниками дает дополнительные возможности по использованию стратегий рентоориентированного поведения и повышает масштабы коррупции за счет того, что создается многоуровневая система нецелевого расходования бюджетных средств. В связи с этим необходима разработка комплексной программы противодействия типовым стратегиям рентоориентированного поведения.

### Обсуждение

Усиление коррупции как сложного явления обуславливается рядом факторов. «При ее характеристике с позиции современных особенностей деструктивного воздействия можно выделить следующие признаки [3]:

Распределение затрат формализуется следующим образом:

– доля, передаваемая на следующий уровень:

$$t_i = p^i(1-\alpha_1)(1-\alpha_2)\dots(1-\alpha_i), \quad (2)$$

– доля, связанная с передачей контракта аффилированным структурам:

$$w_i = p^i(1-\alpha_1)(1-\alpha_2)\dots(1-\alpha_{i-1})\alpha_i = r_i - t_i, \quad (3)$$

В этом случае общественные издержки от рентоориентированного поведения составят:

– осознанное подчинение государственных интересов личным;

– закрытость и нетранспарентность реализации решений;

– присутствие взаимных обязательств между разрабатывающими государственные решения и стороной, которой это выгодно;

– согласованность между стороной, в чьих интересах принимается определенное решение, и теми, кто его способен лоббировать;

– попытки сокрытия акта коррупции при помощи юридического обоснования;

– осуществление двойственных функций, как государственных, так и частных».

В отдельных регионах России проблемы противодействия коррупции начали активно формироваться и купироваться раньше, чем на федеральном уровне. Также следует отметить особую роль некоммерческих организаций, которые могут использоваться для незаконных схем [1]. Необходимо сказать, что в рамках необратимости процесса осуществления антикоррупционных мер субъекты РФ стали разрабатывать региональную антикоррупционную политику и применять инструменты и механизмы противодействия коррупции на

региональном и муниципальном уровнях. Как верно отмечает Г. Ф. Ручкина, «при существующем уровне коррупции отсутствие в законах запрета на предпринимательскую деятельность ближайших родственников государственных служащих (детей, супругов, родителей, братьев, сестер) служит возможностью для последних, во-первых, получая незаконное вознаграждение, легализовать его через своих родственников и, во-вторых, содействовать осуществлению последними предпринимательской деятельности, а также оказывать им покровительство» [6].

Борьба с коррупцией — это не только социальная, политическая и экономическая проблемы, но и общеправовая межотраслевая проблема. Юридические формы, способы и средства предотвращения, выявления и пресечения коррупции можно условно разделить на две большие группы. Первая группа включает в себя меры по предотвращению возникновения институциональных предпосылок коррупционного поведения. Вторая группа юридических форм и способов включает в себя меры юридической ответственности, применяемые в отношении лиц, допустивших факты проявления коррупционного поведения. Так, ответственность за взяточничество, преднамеренное банкротство, передача государственного имущества в частную собственность, минуя правила приватизационного законодательства. Эффективное антикоррупционное законодательство нуждается в постоянном обновлении и развитии, поскольку динамично развивается само общество, а вместе с ними появляются и новые вызовы времени.

«В современных условиях институционализация государственной антикоррупционной политики реализуется по следующим векторам [2]: правовое регулирование антикоррупционной политики территорий; специализированные государственные антикоррупционные органы субъектов РФ; специализи-

рованные совещательные, координационные, межведомственные, экспертные советы для контроля за исполнением территориальной антикоррупционной политики и ее своевременного корректирования; инструменты и механизмы противодействия коррупции».

Антикоррупционная деятельность органов власти в субъектах РФ включает:

- формирование единого специального органа по противодействию коррупции;

- введение в органах региональной власти и местного самоуправления комиссий по противодействию коррупции (желательно коллегиальных) или создание специального структурного подразделения по противодействию коррупции;

- определение перечня коррупционно объемных должностей;

- повышение эффективности системы коммуникаций между органами власти и правоохранительными органами;

- усиление организации контроля по размещению госзаказа;

- совершенствование антикоррупционных механизмов в кадровой подсистеме органов власти, упреждающей коррупцию системы подбора и расстановки персонала;

- анализ конкурсного замещения вакансий, ротация, соблюдение конфликта интересов;

- разработка и осуществление антикоррупционной экспертизы нормативно-правовых актов;

- формирование и применение ведомственных стратегий противодействия коррупции;

- использование внутреннего контроля при разработке и принятии административных регламентов;

- усиление обратной связи с гражданами после получения государственных и муниципальных услуг;

- укрепление негативного отношения к проявлениям коррупции, осуществление публичных информацион-



ных программ для разнообразных групп граждан;

– создание облегченного доступа граждан к информации о функционировании органов власти.

### Выводы

Существенный интерес в борьбе с коррупцией определяется двумя факторами: во-первых, ключевой потребностью в том, чтобы инструменты предупреждения коррупции реализовывались в рамках механизма эффективнее и превентивные меры использовались в полном объеме; во-вторых, проведением научных исследований в рамках разработки новых способов и методов противодействия. Особого внимания заслуживают возможности перераспределения финансовых ресурсов через использование аффилированных с чиновниками компаний. Это расширяет спектр стратегий рентоориентированного поведения за счет создания многоуровневой системы нецелевого расходования бюджетных средств. Поэтому необходим поиск комплексного механизма минимизации негативного ущерба от коррупционной деятельности на основе введения дополнительных ограничений на осуществление предпринимательской деятельности аффилированных с чиновниками лиц.

### Библиографический список

1. *Ивкова, О. В.* Участие некоммерческих организаций в предпринимательской деятельности : автореф. дисс. к. ю. н. — М., 2004.

2. *Кудашкин, В. В.* Специальная правоспособность субъектов гражданского права в сфере общего запрета // Государство и право. — 1999. — № 5. — С. 15–21.

3. *Право собственности: актуальные проблемы / отв. ред. В. Н. Литовкин, Е. А. Суханов, В. В. Чубаров.* — М. : Право, 2008.

4. *Предпринимательское право. Правовое регулирование отраслей реального сектора / под. ред. Г. Ф. Ручкиной, М. В. Демченко.* — М. : Бакалавр и Магистр, 2018.

5. *Ручкина, Г. Ф., Попова, А. В.* Экспертиза правотворческой деятельности федеральных органов государственной власти РФ: проблемы теории и практики // Государство и право. — 2018. — № 10. — С. 33–41.

6. *Ручкина, Г. Ф.* Ограничения права на осуществление предпринимательской деятельности // Законность. — 2004. — № 4. — С. 14–18.

7. *Hillman, L., Katz, E.* Hierarchical structure and social costs of bribes and transfers // *Political Economy.* — 1987. — № 2 (34). — P. 34–49.

### Bibliographic list

1. *Ivkova, O. V.* Participation of non-profit organizations in business activity : thesis diss. of PhD. — M., 2004.

2. *Kudashkin, V. V.* Special legal capacity of civil law entities in sphere of general prohibition // *State and law.* — 1999. — № 5. — P. 15–21.

3. *Ownership: current issues / ed. by V. N. Litovkin, E. A. Sukhanov, V. V. Chubarov.* — M. : Pravo, 2008.

4. *Entrepreneurial law. Law regulation of real sector / ed. by G. Ph. Ruchkina, M. V. Demchenko.* — M. : Bachelor and Master, 2018.

5. *Ruchkina, G. Ph., Popova, A. V.* Examination of legal activity of federal bodies of state power of Russian Federation: problems of theory and practice // *State and law.* — 2018. — № 10. — P. 33–41.

6. *Ruchkina, G. Ph.* Restrictions on Right to Conduct Business // *Legality.* — 2004. — № 4. — P. 14–18.

7. *Hillman, L., Katz, E.* Hierarchical structure and social costs of bribes and transfers // *Political Economy.* — 1987. — № 2 (34). — P. 34–49.



*Е. А. Смирнова, Чжао Дань*

## ЛОГИСТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

### Аннотация

В статье исследована динамика развития трансграничной электронной торговли в разрезе основных показателей: доли интернет-торговли в ВВП, объема B2C интернет-торговли, уровня проникновения Интернета в хозяйственную деятельность, доли электронной торговли в общем обороте розничной торговли и доли применения мобильных платежей для оплаты товаров и услуг. В ходе анализа выявлена тенденция на смену моделей управления в электронной торговле. Определено, что трансграничная электронная торговля требует налаживания хозяйственных связей между контрагентами и создания бизнес-среды, где эти связи могли бы развиваться на основе применения логистических инструментов. Выявлены субъекты, объекты и предметная ориентация хозяйственных связей, исследованы этапы построения хозяйственных связей. Определена цель логистической трансформации хозяйственных связей в трансграничной электронной торговле.

### Ключевые слова

Логистика, управление цепями поставок, хозяйственные связи, интернет-торговля, трансграничная электронная торговля.

*E. A. Smirnova, Zhao Dan*

## LOGISTIC TRANSFORMATION OF ECONOMIC RELATIONS IN CROSS-BORDER E-COMMERCE

### Annotation

Article studies the dynamics of cross-border e-Commerce in the context of the main indicators: share of e-Commerce in GDP, volume of B2C e-Commerce, level of e-penetration in economic activity, share of e-Commerce in total turnover of retail trade and share of mobile payments for payment for goods and services. Analysis reveals a tendency to change management models in e-Commerce. Defines, cross-border e-Commerce requires the establishment of economic relations between contractors and creation of business environment where relations could develop through the use of logistics tools. Identified subjects, objects and object-orientation of economic ties, investigated the stages of building economic ties. Purpose of logistic transformation of economic relations in cross-border e-Commerce is defined.

### Keywords

Logistics, supply chain management, economic relations, e-Commerce, cross-border e-Commerce.

### Введение

Трансграничная электронная торговля становится сегодня важнейшим фактором формирования торгово-экономических отношений в условиях глобализации и диджитализации мировой экономики. Электронная трансграничная торговля представляет собой сформированную электронную среду, включаю-

щую контрагентов, находящихся на территории разных стран, которая позволяет свободно общаться, устанавливать связи, управлять логистическими процессами за счет интегрирования в единую виртуальную систему [5, с. 302].

### Материалы и методы

По данным Data Insight [2], на развитие трансграничной электронной тор-

говли оказывают влияние такие показатели, как численность населения, ВВП на душу населения, конечное потребление домохозяйств. Индикаторами, позволяющими оценить состояние трансграничной электронной торговли, являются: доля интернет-торговли в ВВП, объем В2С интернет-торговли и проникновение интернета в хозяйственную

деятельность субъектов рынка. О состоянии трансграничной электронной торговли можно судить по таким индексам, как Индекс эффективности логистики (LPI) и Индекс легкости ведения бизнеса (EDBI). Данные по этим показателям в разрезе основных стран представлены в таблице 1.

Таблица 1 — Показатели развития электронной торговли по странам [2]

Страна	Численность населения, 2017 г., млн	ВВП на душу населения, 2017 г., тыс. долл.	Конечное потребление домохозяйств, 2017 г., млрд долл.	Доля интернет-торговли в ВВП, 2018 г., %	Объем В2С интернет-торговли, 2017 г., млрд долл.	Проникновение Интернета, 2017 г.	Индекс эффективности логистики, LPI	Индекс легкости ведения бизнеса, EDBI
Китай	1390	8,83	4700	4,5	680	54	26	78
США	330	59,5	12 800	2,6	440	76	14	6
Великобритания	66	39,7	1700	7,9	220	95	9	7
Германия	83	44,5	1950	3,1	82,5	84	1	20
Индия	1340	1,9	1500	1,0	37,6	30	44	100
Россия	144	10,7	800	2,5	32,5	76	75	35
Бразилия	209	9,8	1300	1,0	15,8	61	56	125

Можно заметить, что по показателю доли интернет-торговли в ВВП страны Россия и США находятся примерно на одном уровне (2,5 % и 2,6 % соответственно). Лидерами по этому показателю в 2018 г. стали такие страны, как Великобритания (7,9 %), Китай (4,5 %) и Германия (3,1 %).

По объему сектора В2С Интернет-торговли первое место занимает Китай с 680 млрд долл., на втором месте находится США — 440 млрд долл., третье место занимает Великобритания — 220 млрд долл. В России значение этого показателя соответствует 32,5 млрд долл. Среди стран, опережающих Россию по этому показателю, также находятся Германия — 82,5 млрд долл. и Индия — 37,6 млрд долл.

«Если оценивать потенциал рынков электронной торговли по их привлекательности для открытия интернет-магазинов крупнейших мировых брендов, то с учетом размера рынка, уровня развития инфраструктуры и политиче-

ской ситуации можно выделить три категории рынков:

– рынки верхнего эшелона (США, Китай, некоторые страны Западной Европы, Япония, Канада, Австралия и др.) — зрелые рынки, которые привлекают крупные инвестиции в развитие интернет-торговли;

– рынки второй волны (Индия, Бразилия, Мексика, страны Северной Европы, некоторые страны Западной Европы и др.) — рынки активно вовлекаются в Интернет-торговлю, но не становятся первичными площадками для открытия интернет-магазинов крупнейших мировых брендов;

– рынки выжидания (Россия, Аргентина, ЮАР и др.) — рынки, к которым инвесторы проявляют потенциальный интерес, но откладывают решение о выходе на эти рынки» [2].

Отнесение России к категории рынков выжидания подтверждается низкой долей электронной торговли в общем обороте розничной торговли (табл. 2).

Таблица 2 — Доля электронной торговли в общем обороте розничной торговли в 2018 г. [6]

Страна	Доля электронной торговли в общем обороте розничной торговли, %
Китай	35
Великобритания	18
США	10
Япония	9
Франция	6
Индия	4
Россия	4

Доля электронной торговли в общем обороте розничной торговли в России в 2018 г. составила всего 4 % (аналогичный показатель у Индии). В странах Европы потребители также отдают предпочтение офлайн-покупкам: во Франции доля электронной торговли

составила 6 %, в Великобритании — 10 %. Наибольшая доля электронной торговли в общем обороте розничной торговли у Китая — 35 %. При этом около половины онлайн-покупок в России приходится на импорт (табл. 3).

Таблица 3 — Доля трансграничной электронной торговли по регионам мира [2]

Регион мира	Доля импортных онлайн-покупок, %
Африка и Ближний Восток	50
Латинская Америка	44
Восточная Европа и Россия	43
Австралия и Новая Зеландия	35
Азия	21
Западная Европа	15
Северная Америка	14

В странах Восточной Европы и в России доля трансграничной электронной торговли составляет 43 %. Данные сопоставимы с аналогичным показателем для стран Африки и Ближнего Востока — 50 % и стран Латинской Америки — 44 %. Это говорит о том, что большинство мировых компаний, исходя из оценки размеров внутреннего рынка, уровня развития инфраструктуры и политической ситуации, откладывают решение о выходе своих интернет-магазинов на рынки этих стран. Поэтому в перечисленных странах доля трансграничной электронной торговли выше, чем, например, в странах Европы (15 %), Северной Америки (14 %) или Азии (21 %). Именно на страны из этих регионов приходится наименьшее количество импортных онлайн-покупок. Чтобы развивать электронную торговлю, необходимо внедрять мо-

бильные сервисы для оплаты онлайн-покупок (табл. 4). Надо отметить, что доля мобильных платежей для оплаты товаров и услуг в России имеет положительную динамику: в 2018 г. доля мобильных платежей составила 27 %, а к концу 2019 г. — 40 %. Аналогичный показатель в Китае составил 86 %. Лидерство Китая по этому показателю объясняется тем, что китайские компании раньше других создали удобный сервис, позволяющий быстро и безопасно выполнять платежи. Например, компания Alibaba создала электронную площадку — маркетплейс, на которой покупатели приобретают товары напрямую у производителей, а площадка предоставляет гарантии того, что платеж продавцом будет получен только тогда, когда покупатель получит товар надлежащего качества.

Таблица 4 — Применение мобильных платежей для оплаты товаров и услуг в 2018–2019 гг. [6]

Страна	Доля мобильных платежей в 2018 г., %	Доля мобильных платежей в 2019 г., % (прогноз)
Китай	86	86
Таиланд	48	67
Гонконг	42	64
Вьетнам	37	61
Индонезия	38	47
Сингапур	34	46
Ближний Восток	25	45
Филиппины	31	45
Россия	27	45
Малайзия	23	40

### Результаты

По мнению аналитиков, мировой рынок электронной торговли в настоящее время переживает смену моделей управления. Так, согласно модели развития отрасли, созданной в компании PwC, сегодня потенциал бизнес-модели исключительно офлайн-торговли и продаж по каталогам исчерпал себя [6].

Трансграничная электронная торговля требует налаживания надежных контактов между контрагентами и создания бизнес-среды, где эти контакты могли бы развиваться. Этого можно достичь инструментами логистики и управления цепями поставок через налаживание хозяйственных связей между специализированными предприятиями, поскольку именно специализация предприятий «является основой формирования логистических цепей, в которых обнаруживается определенная «ресурсная зависимость» каждого последующего звена от предыдущего» [8, с. 45].

Необходимо создавать такую логистическую систему, в которой компании разной специализации смогли бы налаживать партнерские отношения посредством использования роботизации, искусственного интеллекта, блокчейна, смарт-контрактов и др. Электронная торговля позволяет создать единый логистический контур для развития партнерских отношений в самых различных отраслях. Например, социальные сети становятся торговой площадкой, использование технологий дополненной

реальности (например, виртуальные примерочные) позволяет улучшить сервис и тем самым стимулирует продажи.

Исследование условий и перспектив развития электронной торговли позволяет выявить определяющую роль хозяйственных связей в логистической трансформации процесса взаимодействия участников рынка, поскольку интеграция партнерских отношений основывается на установлении тесных связей между ними.

### Обсуждение

В. В. Щербаков определяет хозяйственную связь «как способ взаимодействия между ее участниками (субъектами) и выражает экономические отношения по поводу обмена ценностей (объектов)» [7, с. 6]. Субъектами хозяйственных связей выступают предприятия, между которыми установлены договорные отношения по поводу продвижения товарно-материальных и (или) нематериальных (услуг) ценностей в цепи поставок. К объектам хозяйственных связей непосредственно относятся товарно-материальные и (или) нематериальные (услуги) ценности. В качестве предмета хозяйственных связей выступают торгово-экономические отношения хозяйствующих субъектов, возникающие в результате продвижения товарно-материальных и (или) нематериальных (услуг) ценностей. Объектно-субъектный состав хозяйственных связей и содержательная интерпретация предмета хозяйственных связей представлены на рисунке 1.

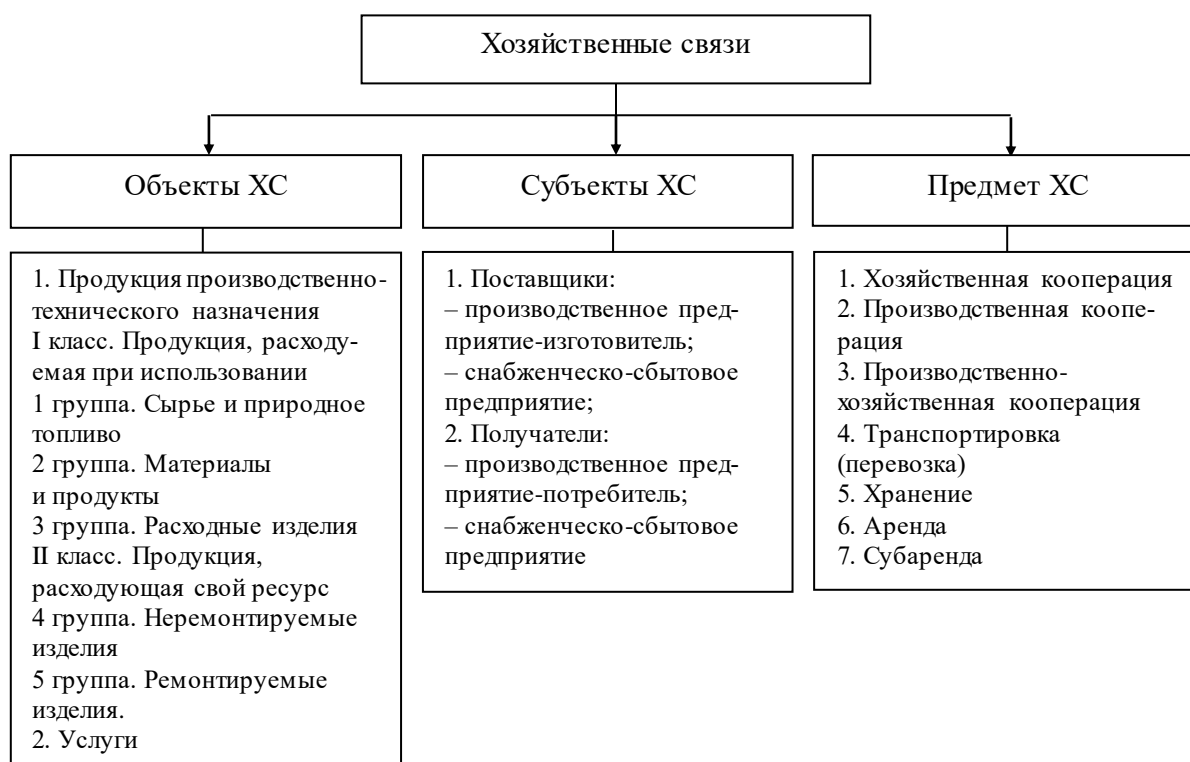


Рисунок 1 — Объекты, субъекты и предмет хозяйственных связей [7]

«В зависимости от степени общественного разделения труда и формы организации производства (специализации) субъекты хозяйственных связей подразделяются на:

– специализированные предприятия, объединяющие однородные производства, направленные на изготовление ограниченного числа наименований продукции, общей по назначению и (или) конструктивно-технологическим характеристикам;

– специализированные предприятия, в том числе комбинированные, объединяющие разнородные производства, обеспечивающие последовательное выполнение технологического процесса, комплексную переработку сырья, использование побочных продуктов и отходов, а также универсальные, объединяющие разнородные автономные и малосвязанные между собой производства» [7, с. 15].

При управлении хозяйственными связями необходимо учитывать, что их сущность проявляется «в передаче права собственности поставщика получателю»

[7, с. 21]. В зависимости от того, кто участвует в процессе передачи права собственности, выделяют прямые и опосредованные хозяйственные связи. Прямые хозяйственные связи характеризуются отсутствием каких-либо посреднических структур при взаимодействии между предприятием-изготовителем и предприятием-потребителем. В отличие от прямых, опосредованные хозяйственные связи характеризуются участием посредника при взаимодействии между предприятием-изготовителем и предприятием-потребителем.

«Варианты прямых и опосредованных хозяйственных связей с учетом варианты объекта поставок (стандартная или нестандартная продукция) подразделяются на: поставки по прямым кооперированным связям нестандартной продукции; поставки по прямым кооперированным связям стандартной продукции; поставки по каналам оптовой торговли стандартной продукции» [8, с. 52]. Учитывая, что хозяйственные связи представляют собой различные варианты взаимодействия между контр-

агентами, основой которых являются договорные отношения, то для их научного познания необходимо выявить последовательность действий, совершаемых партнерами в ходе налаживания деловых отношений.

«Логика управления хозяйственными связями предполагает выполнение восьми этапов, в ходе которых право собственности на товарно-материальные и (или) нематериальные ценности переходит от поставщика к получателю. Сначала происходит поиск и выбор субъектов хозяйственной связи. В ходе переговоров субъекты договариваются об условиях обмена товарно-материальными и нематериальными ценностями, после чего заключается договор. После заключения договора происходит передача товарно-материальных ценностей

(организация товародвижения) от поставщика к получателю. Далее следует контроль осуществления передачи товарно-материальных ценностей. Если условия передачи товарно-материальных ценностей не соблюдены или соблюдены не полностью, следует применение мер экономической ответственности, определенных в договоре. Если условия передачи товарно-материальных ценностей полностью соблюдены, то осуществляются расчеты за переданные ценности. Если условия расчетов полностью соблюдены, то договорные отношения считаются выполненными обеими сторонами соглашения. Если условия расчетов не соблюдены или соблюдены не полностью, следует применение мер экономической ответственности, определенных в договоре» [7] (рис. 2).



Рисунок 2 — Логика этапов хозяйственной связи [7]



## Выводы

Логистическая трансформация хозяйственных связей определяется их эволюционным развитием, поскольку этот подход позволяет рассматривать хозяйственную связь в развитии в зависимости от текущих потребностей рынка. Этот базис, по мнению В. В. Щербакова, может составить «информационную основу концепции формирования товарных потоков и иметь практическую полезность при обосновании принципов построения логистической модели процесса материально-технического обеспечения» [7, с. 37].

## Библиографический список

1. Борисова, В. В. Моделирование логистических хозяйственных связей // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. — Ростов н/Д : Изд-во Рост. гос. экон. ун-та (РИНХ), 2015. — С. 7–11.
2. Интернет-торговля в России 2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://datainsight.ru>.
3. Логистика и управление цепями поставок : учебник / под ред. В. В. Щербакова. — М. : Юрайт, 2019.
4. Смирнова, Е. А. Управление цепями поставок в международной торговле : учеб. пособие. — СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018.
5. Смирнова, Е. А., Чжао Дань. Особенности управления логистическими процессами в электронной трансграничной торговле // Логистика — евразийский мост : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф. — Красноярск, 2019. — Ч. 1. — С. 302–306.
6. Фролов, Д. Слабое звено. Почему Россия отстает от Китая в e-commerce [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.sostav.ru>.

7. Щербаков, В. В. Хозяйственные связи в процессе материально-технического обеспечения. — СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1991.

8. Щербаков, В. В., Уваров, С. А. Современные системы хозяйственных связей и логистика. — СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1997.

## Bibliographic list

1. Borisova, V. V. Modeling of logistic economic relations // Market infrastructure: problems and prospects scientific research. — Rostov-on-Don : Publishing house of Rostov State University of Economics (RINH), 2015. — P. 7–11.
2. E-Commerce in Russia 2018 [Electronic resource]. — Mode of access : <http://datainsight.ru>.
3. Logistics and supply chain management : textbook / ed. by V. V. Shcherbakov. — M. : Yurayt, 2019.
4. Smirnova, E. A. Supply chain management in international trade : textbook. — SPb. : FINEC, 2018.
5. Smirnova, E. A., Zhao Dan. Features of logistics processes management in electronic cross-border trade // Logistics-Eurasian bridge : materials of XIV International scientific conf. — Krasnoyarsk, 2019. — P. 1. — P. 302–306.
6. Frolov, D. Weak link. Why Russia lags behind China in E-Commerce [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.sostav.ru>.
7. Shcherbakov, V. V. Economic relations in process of logistics. — SPb. : Publishing house of SPSUEF, 1991.
8. Shcherbakov, V. V., Uvarov, S. A. Modern systems of economic relations and logistics. — SPb. : Publishing house of SPSUEF, 1997.

---

## РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

---

*Т. В. Алексейчик, О. В. Витченко,  
А. Р. Грошев, Л. В. Сахарова*

### МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ И НЕЧЕТКОЙ ЛОГИКИ

#### Аннотация

В статье предложена методика расчета комплексных числовых оценок эффективности цифровых образовательных ресурсов (ЦОР) по трем группам показателей: значимости и доступности ЦОР; уровню интеграции ЦОР в реализации основных образовательных программ; дополнительным характеристикам, отражающим роль ЦОР в формировании у обучающихся ценности саморазвития и самообразования, персонализации обучения, повышении мотивации учащихся. Предлагается использовать метод анализа данных — нормирование показателей с их последующим агрегированием в комплексные числовые оценки по направлениям с использованием нечетких лингвистических переменных. Данная методика проходит апробацию на дата-сетах результативности использования ЦОР в образовательном процессе РГЭУ (РИНХ).

#### Ключевые слова

Цифровой образовательный ресурс, определение эффективности, анализ данных, нечеткая логика.

*T. V. Alekseychik, O. V. Vitchenko,  
A. R. Groshev, L. V. Sakharova*

### METHODOLOGY FOR DETERMINING THE EFFICIENCY OF DIGITAL EDUCATIONAL RESOURCES BASED ON DATA ANALYSIS AND FUZZY LOGIC

#### Annotation

Article proposes a methodology for calculating complex numerical evaluations of effectiveness of digital educational resources (DOC) for three groups of indicators: significance and accessibility of DOC; level of integration of center in implementation of basic educational programs; additional characteristics reflecting the role of center in formation of students' values of self-development and self-education, personalization of training, increasing motivation of students. It is proposed to use the method of data analysis — standardization of indicators with their subsequent aggregation into complex numerical estimates in directions using fuzzy linguistic variables. This technique is being tested on datasets of the effectiveness of using the CR in educational process of RSEU (RINH).

#### Keywords

Digital educational resource, determination of effectiveness, data analysis, fuzzy logic.

## Введение

Цифровая трансформация в свете развития технологий цифровой экономики затронула все сферы общества, в том числе и образование. Сейчас идет активный поиск оптимизации различных аспектов управления образовательной средой, проектирования образовательной среды на основе возможностей цифровых технологий. Начало управления и проектирования — анализ данных, на основе результатов которого принимаются оптимальные стратегические и тактические решения.

Анализ образовательных данных как модификация цифровой технологии Data Mining стал возможен благодаря развитию систем электронного обучения (e-learning), которые дают исследователям значительно больший объем информации по сравнению с традиционным образовательным процессом [4]. Связано это как с активным использованием в электронном обучении различных технологий сбора и хранения данных, так и с большей массовостью пользователей (обучающихся) электронных образовательных сред (ЭОС) [3].

## Материалы и методы

П. П. Белоножко, А. П. Карпенко, Д. А. Храмов дают следующее определение: «Анализ образовательных данных (Educational Data Mining) (АОД) — это направление исследований, связанное с применением методов интеллектуального анализа данных (Data mining), машинного обучения и статистики к информации, производимой образовательными учреждениями» [1]. АОД позволяет установить закономерности из данных, генерируемых в процессе обучения, например, о том, когда студент получил доступ к тому или иному учебному объекту, сколько раз и какое время студенты обращались к тому или иному объекту — цифровому образовательному ресурсу. Эти данные помогают обнаружить закономерности в учебе студентов, определить так называемый его цифровой след.

Методы АОД являются оптимизационными в проектировании образовательной среды, в организации материалов учебных курсов и управлении образовательными ресурсами [1].

Охарактеризуем возможности применения технологии анализа данных для определения эффективности ЦОР по следующим критериям, определенным нами в соответствии с мнением большинства экспертов в этой области:

- повышение эффективности образовательного процесса;
- формирование у обучающихся ценности к саморазвитию и самообразованию;
- построение индивидуальных образовательных траекторий;
- повышение мотивации учащихся;
- расширение спектра источников образовательной информации.

Первый этап методики предполагает сбор данных. Предполагается метод опроса респондентов (субъектов образовательного процесса) с целью оценить значимость цифрового образовательного ресурса в образовательной деятельности ОУ в интервале [1; 4]:

- (1) низкая;
- (2) ниже средней;
- (3) выше средней;
- (4) высокая.

Для оценки уровня показателей предлагается использование метода анализа данных с применением теории нечетких множеств. Вводится лингвистическая переменная  $g$  = «уровень показателя». Универсальным множеством переменной является отрезок  $[0,1]$ , а множеством значений — терм-множество  $G = \{G_1, G_2, G_3, G_4\}$ , где  $G_1$  = «очень низкий уровень показателя»;  $G_2$  = «низкий уровень показателя»;  $G_3$  = «средний уровень показателя»;  $G_4$  = «высокий уровень показателя» [2, 5, 6, 7]. Функции принадлежности термов есть нечеткие треугольные числа, представленные ниже формулами, а также на рисунке 1.

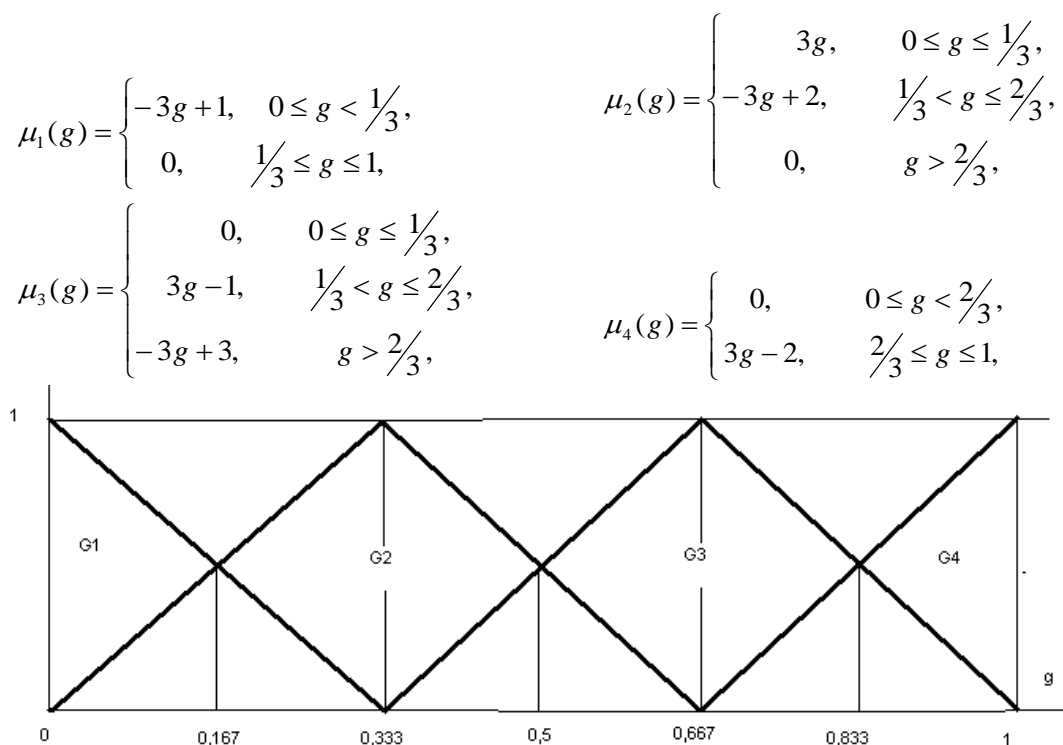


Рисунок 1 — **Функции принадлежности нечеткой лингвистической переменной «уровень показателя»**

Для нормировки исходных показателей используется их деление на максимальное возможное значение показателя. Исключение составляет показатель «оценка значимости ЦОР», для нормировки которого использована простейшая линейная зависимость.

Предлагаемая методика расчета комплексных оценок ЦОР на основе анализа данных предполагает определение эффективности по трем группам показателей: значимость и доступность ЦОР; уровень интеграции ЦОР в реализацию основных образовательных программ по уровням образования; дополнительные характеристики, отражающие роль ЦОР в формировании у обучающихся ценности к саморазвитию и самообразованию, персонализации обучения, повышении мотивации учащихся.

#### Результаты и обсуждение

Система показателей мониторинга в отношении каждого конкретного используемого ЦОР предусматривает в качестве основных параметров указание на:

- наименование образовательного портала / онлайн-платформы / цифрового образовательного ресурса;
- html-ссылка (при наличии);
- договор на доступ (использование) ресурсов портала (при наличии);
- наименование разработчика портала (контрагента по договору);
- срок использования ЦОР по договору (\_\_\_ лет; бессрочный);

Для формирования общего представления об использовании ЦОР в образовательном процессе можно провести примерную оценку (в процентах) уровня интеграции цифровых образовательных ресурсов в реализацию основных образовательных программ по уровням образования: (СПО) начальное общее образование; (ВО) основное общее образование; (ДПО) среднее общее образование. В качестве дополнительных характеристик ЦОР предлагаем указать на особенности использования ЦОР: работа с обучающимися с ОВЗ и инвалидами; персонализации обучения; иное (указать). По результатам анкетно-

го опроса наша методика предусматривает верификацию и систематизацию данных в формате \*xlsx. Таким образом, результаты опроса будут представлены в виде таблиц, содержащих значительный объем разнородных показателей, характеризующих разнородные стороны работы образовательного учреждения с каждым из ЦОР. На основании указанных результатов в чистом виде не представляется возможным построить рейтинг эффективности ЦОР в образовательном процессе с учетом всех рассмотренных показателей, а также оценить уровень каждого из ЦОР по каждой из трех групп показателей. Ниже представлены примеры построения таблиц сводных оценок ЦОР по основным трем направлениям с их последующим агрегированием в итоговую оценку, являющуюся исходным материалом для построения рейтинга ЦОР. В таблице 1 указываются нормированные значения показателей значимости и доступности ЦОР, их итоговая агрегированная оценка, найденная как среднее арифметическое четырех рассмотренных показателей, терм в соответствии с определением лингвистической переменной, место ЦОР по соответствующему направлению. В таблице 2 отражаются нормированные значения показателей уровня интеграции ЦОР в реализации основных образовательных программ по уровням образования, их итоговая агрегирован-

ная оценка, найденная как среднее арифметическое четырех рассмотренных показателей, терм в соответствии с определением лингвистической переменной, место ЦОР по соответствующему направлению. В таблице 3 приводятся нормированные значения дополнительных показателей, отражающих роль ЦОР в формировании у обучающихся ценности к саморазвитию и самообразованию, персонализации обучения и повышении мотивации учащихся, их итоговая агрегированная оценка, найденная как среднее арифметическое четырех рассмотренных показателей, терм в соответствии с определением лингвистической переменной, место ЦОР по соответствующему направлению. На основе значений предыдущих трех таблиц составляется таблица (табл. 4) агрегированных оценок по трем основным направлениям с указанием терма (из таблиц 1–3). Кроме того, заносятся результаты расчета на их основе итоговой агрегированной оценки, соответствующего терма лингвистической переменной и итогового места ЦОР в рейтинге эффективности. В результате анализа данных будет получен рейтинг эффективности ЦОР по комплексу показателей трех групп, который будет определять возможность принятия решения об использовании того или иного ЦОР в образовательном процессе.

Таблица 1 — **Нормированные значения показателей значимости и доступности ЦОР, а также их итоговая агрегированная оценка**

№	Оценка значимости	Количество пользователей	МО	Бесплатно, %	Агрегированная оценка	Терм	Место
1							
2							
...							

Таблица 2 — **Нормированные значения показателей уровня интеграции ЦОР в реализации основных образовательных программ по уровням образования**

№	СПО	ВО	ДПО	Агрегированная оценка	Терм	Место
1						
2						
...						

Таблица 3 — Нормированные значения дополнительных показателей, отражающих роль ЦОР в формировании у обучающихся ценности саморазвития и самообразования, персонализации обучения и повышении мотивации учащихся

№	1	2	3	4	5	....	Агрегированная оценка	Терм	Место
1									
2									
...									

Таблица 4 — Агрегированные оценки по трем основным направлениям с указанием термина, а также итоговая оценка с указанием термина лингвистической переменной и места в списке

№	Название	1 (вес 0,35)		2 (вес 0,35)		3 (вес 0,3)		Итоговая оценка		
		Агр. оценка	Терм	Агр. оценка	Терм	Агр. оценка	Терм	Агр. оценка	Терм	Место
1										
2										
...										

### Выводы

Предложенная методика позволяет осуществить расчет комплексных оценок эффективности ЦОР по трем группам показателей: значимости и доступности ЦОР; уровню интеграции ЦОР в реализации основных образовательных программ по уровням образования; дополнительным характеристикам, отражающим роль ЦОР в формировании у обучающихся ценности саморазвития и самообразования, персонализации обучения, повышении мотивации учащихся. На основании построенных оценок рассчитывается итоговая оценка, служащая материалом для построения рейтинга оценки эффективности ЦОР по комплексу показателей трех перечисленных групп. Очевидно, предложенная методика может быть доработана и видоизменена с учетом значимости групп и показателей путем изменения весовых коэффициентов на основе экспертных мнений.

### Библиографический список

1. Белоножко, П. П., Карпенко, А. П., Храмов, Д. А. Анализ образовательных данных: направления и перспективы применения [Электронный ресурс] // Наукоеведение. — 2017. — № 4. — Т. 9. — Режим доступа : <http://naukovedenie.ru>.

2. Блюмин, С. Л., Шуйкова, И. А., Сараев, П. В., Черпаков, И. В. Нечеткая логика: алгебраические основы и приложения : моногр. — Липецк, 2002.

3. Витченко, О. В., Бочаров, А. А., Голубенко, Е. В. Цифровизация формирования интеллектуально-кадрового потенциала вуза [Электронный ресурс] // Интеллектуальные ресурсы — региональному развитию. — 2018. — № 1. — Т. 4. — С. 277–285. — Режим доступа : <https://elibrary.ru>.

4. Витченко, О. В., Ткачук, Е. О. Информационные системы в профессиональном образовании. — Ростов н/Д, 2017.

5. Заде, Л. А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. — М. : Мир, 1976.

6. Коньшева, Л. К., Назаров, Д. М. Основы теории нечетких множеств. СПб. : Питер, 2011.

7. Крамаров, С. О., Сахарова, Л. В., Храмов, В. В. Мягкие вычисления в менеджменте: управление сложными многофакторными системами на основе нечетких аналог-контроллеров // Научный вестник Южного института менеджмента. — 2017. — № 3 (19). — С. 42–51.



### Bibliographic list

1. *Belonozhko, P. P., Karpenko, A. P., Khramov, D. A.* Analysis of educational data: directions and prospects of application [Electronic resource] // *Naukovedenie*. — 2017. — № 4. — Vol. 9. — Mode of access : <http://naukovedenie.ru>.

2. *Blumin, S. L., Shuykova, I. A., Sarayev, P. V., Cherpakov, I. V.* Fuzzy Logic: Algebraic foundations and applications : monograph. — Lipetsk, 2002.

3. *Vitchenko, O. V., Bocharov, A. A., Golubenko, E. V.* Digitalization of formation of intellectual and personnel potential of university [Electronic resource] // *Intellectual resources for regional development*. — 2018. — № 1. — Vol. 4. —

P. 277–285. — Mode of access : [elibrary.ru](http://elibrary.ru).

4. *Vitchenko, O. V., Tkachuk, E. O.* Information systems in vocational education. — Rostov-on-Don, 2017.

5. *Zade, L. A.* Concept of linguistic variable and its application to making approximate decisions. — M. : Mir, 1976.

6. *Konysheva, L. K., Nazarov, D. M.* Fundamentals of theory of fuzzy sets. — SPb. : Peter, 2011.

7. *Kramarov, S. O., Sakharova, L. V., Khramov, V. V.* Soft computing in management: managing complex multi-factor systems based on fuzzy analog controllers // *Scientific Bulletin of Southern Institute of Management*. — 2017. — № 3 (19). — P. 42–51.

*И. Ю. Грекова*

## АНАЛИЗ РОЛИ КОМПЛАЕНС-КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

### Аннотация

Непредсказуемость внешней среды, усложнение структуры операционных, финансовых, инвестиционных процессов, необходимость функционирования в условиях санкционного режима и возрастающие риски кибермошенничества делают актуальным для компаний любых размеров и отраслей организацию собственной системы управления рисками. В связи с этим большинство российских компаний все активнее внедряет процедуры риск-менеджмента и использует современные инструменты управления рисками.

Стремительно меняющаяся бизнес-среда ставит перед отечественным бизнесом цели этичного ведения своей деятельности, что достигается, в частности, за счет полноценного соблюдения антикоррупционного и антимонопольного законодательства и противодействия отмыванию доходов и получению нелегальных доходов.

В статье обосновано, что применение передовой методики управления рисками — комплаенс — способно не только обеспечить функционирование компании в рамках полного соблюдения законодательных нормативов, но и защитить компанию от наступления многих видов риска, в том числе и финансовых, а также генерировать дополнительный доход.

### Ключевые слова

Система внутреннего контроля, риск-менеджмент, комплаенс, модель COSCO.

## ANALYSIS OF ROLE OF COMPLIANCE-CONTROL IN RISK MANAGEMENT SYSTEM OF RUSSIAN ENTERPRISES

### Annotation

Unpredictability of external environment, complication of structure of operational, financial, investment processes, need of functioning in conditions of sanctions regime do relevant for companies of any sizes and industries the organization of own risk management system. In this regard most Russian companies introduces procedures of risk management more and more actively and uses modern instruments of risk management.

Promptly changing business environment sets the purposes of ethic business before domestic business that is reached, in particular, due to full observance of the anti-corruption and antitrust law and counteraction to laundering of income and to receiving illegal income.

In article it is proved that application of advanced technique of risk management — compliance — is capable not only to provide functioning of company within full compliance with legislative standards, but also to protect the company from approach of many types of risk including financial and also to generate additional income.

### Keywords

System of internal control, risk management, compliance, COSCO model.

### Введение

Появление системы комплаенс связано с глобализацией и интернационализацией мировой финансовой системы, что обусловлено возросшим уровнем нефинансовых рисков с начала 90-х годов [1]. В связи с этим правительства многих развитых стран предусмотрели для финансовых учреждений обязательство иметь в своей структуре комплаенс-службу. Функции комплаенс сегодня значительно расширились и вышли за пределы отрасли, связанной с управлением финансами. Процедуры комплаенса начали активно применять не только банки, инвестиционные фонды и страховые организации, но и предприятия нефтегазового сектора, энергетики, фармацевтики, торговли и представители крупного бизнеса многих других отраслей.

Для российских предприятий в последнее время все больше повышается актуальность организации комплаенс-процедур и внедрения системы управления комплаенс-рисками. Востребованность внедрения в практику деятельности большинства корпораций ме-

тодов комплаенса обусловлена желанием собственников защититься от негативного влияния кризисных явлений в экономике, избежать штрафов и административных нарушений за несоблюдение законодательных норм, получать значимую отдачу от своих капиталовложений при параллельном внедрении программ разумной экономии.

### Материалы и методы

В процессе исследования особенностей применения комплаенс-контроля на отечественных предприятиях автор использовал общенаучные методы, анализ и синтез, что позволило достичь поставленных в ходе проведения исследования целей. Использование теоретических разработок, посвященных вопросам организации системы внутреннего контроля на предприятии, обусловило возможность проведения анализа в отношении тех основных направлений развития комплаенса, которые дают предприятию наиболее ощутимые конкурентные преимущества и позволяют достигать большей экономической эффективности.

## Результаты

Комплаенс является платным инструментом осуществления контроля на предприятии, однако экономические выгоды от его применения оправданы теми возможными затратами, которые могут возникнуть при его отсутствии. Если финансовая стратегия предприятия в качестве своей основной цели предусматривает минимизацию издержек, в первую очередь, управленческих, то на таком предприятии вряд ли будет создано подразделение, осуществляющее комплаенс. Скорее всего, для решения проблем, связанных с проведением контрольных мероприятий, будет целесообразным оплата услуг стороннего специалиста, обладающего необходимыми знаниями и владеющего комплаенс-методологией, или обучение своего сотрудника. Внедрение более дорогостоящей модели комплаенса подразумевает формирование целой структуры, контролирующей процесс заключения сделок, которые перед подписанием проходят полноценную экспертизу со стороны сотрудника, занимающегося комплаенсом.

Преимущество комплаенса заключается не только в возможности осуществления контроля над финансовыми потоками, но и в возможности генерировать для компании дополнительные доходы за счет увеличения ее инвестиционной привлекательности, т. к. применение комплаенс-контроля обеспечивает отсутствие (или минимизацию) рисков репутационного и юридического характера. Это обеспечивает достижение бизнесом комплаенс-соответствия и способствует повышению экономической эффективности и конкурентоспособности компании. Все перечисленные аспекты имеют огромное значение с точки зрения инвесторов, для которых наличие в компании эффективной системы комплаенс-контроля может стать решающим фактором для осуществления капиталовложений.

Специалисты, осуществляющие комплаенс, способны анализировать про-

блемы, существующие в финансовом управлении, а значит, могут предотвращать появление ошибок, генерировать идеи по созданию новых продуктов, тем самым не просто экономя деньги компании, но и преумножая их. В компаниях с высокой комплаенс-культурой топ-менеджмент освобожден от большого количества функций, связанных с управлением, и большую часть времени может посвятить стратегическим вопросам развития компании. Как показывает практика, компании, обладающие эффективно отлаженной работой отдела комплаенс, экономят значительные ресурсы на оплату привлеченных финансовых и налоговых консультантов, юристов и т. д.

На рисунке 1 представлена схема, отражающая основные направления регулирования деятельности компании, которые осуществляют комплаенс-контролеры или комплаенс-офицеры. Как видно, данный инструмент, который часто называют корпоративной идеологией, пронизывает абсолютно всю деятельность компании и обеспечивает непрерывный контроль происходящих процессов в организационной, производственной, экономической, инвестиционной и социальной сфере. Таким образом, основной функционал комплаенс-подразделения на предприятии заключается в аккумулировании всех правил, которыми должна руководствоваться организация при ведении своей деятельности. Комплаенс-процедуры способствуют контролю соблюдения как внешних правил, к которым относятся требования общероссийского законодательства, в том числе и соблюдение антикоррупционных норм, так и внутренних, к которым можно отнести каналы обратной связи, тренинги для работников, проверку надежности партнеров и т. д.

Комплаенс как система внутренних проверок дает компании ряд немаловажных преимуществ, отраженных в таблице 1.



Рисунок 1 — Системный подход к структуризации комплаенс-функции на предприятии [5]

Таблица 1 — Преимущества внедрения на предприятии процедуры комплаенс-контроля

Результат от внедрения комплаенса	Характеристика
Улучшение имиджа предприятия	Предприятие, строго соблюдающее все законодательные нормы, формирующее прозрачные и понятные годовые отчеты, не имеющее административных нарушений и не ведущее судебных тяжб, является привлекательным деловым партнером и может рассчитывать на высокий интерес со стороны инвесторов, а также на высокую лояльность со стороны поставщиков и клиентов
Упрощение алгоритмов взаимодействия с надзорными и регулируемыми органами	Соблюдение компанией всех законодательных требований формирует ей положительный имидж также и с точки зрения контрольно-надзорных органов, которые даже в случае выявления нарушений могут проявить большую лояльность
Рост уровня корпоративной культуры	Непрерывное осуществление мониторинга рискованных ситуаций и плавное внедрение в работу компании процедур комплаенса способствует совершенствованию бизнес-процессов и формированию динамичной среды для создания инновационного климата и появлению «корпоративного духа», предполагающего четкое следование этическим нормам по отношению к контрагентам
Возможность установления новых партнерских отношений	Благоприятный имидж компании формирует подходящие условия для поиска и привлечения стратегических партнеров, что позволяет компании выйти на новые ниши рынка и увеличить сферу своего влияния
Возможность присутствия на международных рынках	Внедрение комплаенса в транснациональных компаниях и компаниях, планирующих выйти на международный уровень, повышает к ним доверие со стороны иностранных стейкхолдеров. Более того, отсутствие работающей системы комплаенса в подавляющем большинстве случаев приводит к отказу от сотрудничества с предприятием
Повышается вероятность получения капитала за рубежом	Внедрение системы соответствия законодательным нормам положительно трактуется иностранными банками, значительно увеличивая шансы предприятия на получение иностранного капитала, а также облегчается выход на крупнейшие мировые фондовые биржи

Ключевой задачей комплаенса является приведение деятельности компании в соответствие с действующим законодательством в целях исключения лю-

бых рисков, которые могли бы снизить конкурентоспособность и рентабельность бизнеса. Приведение в соответствие с нормами всех процессов и устранение

выявленных в ходе контрольных процедур нарушений приводит к значительному снижению или даже полному исчезновению репутационных и финансовых рисков. Стоит отметить, что увеличение каналов коммуникации оборачивается для предприятий и ростом числа потенциальных репутационных рисков. Если раньше любую проблему или нарушение можно было оперативно уладить внутри, избежав ее утечки вовне, то сегодня любая информация очень быстро может попасть в сеть Интернет и нанести компании довольно значительный репутационный и финансовый ущерб.

Еще одной немаловажной задачей комплаенс-функции является отслеживание и профилактика внутренних конфликтов, возникновение которых в крупных корпорациях встречается довольно часто это могут быть сложные взаимоотношения внутри коллектива, с бизнес-партнерами, подрядчиками, конфликт топ-менеджеров или конфликт высшего управления с собственниками бизнеса. Инструменты для борьбы с подобными проблемами также предоставляет система комплаенс-контроля.

Значимыми рисками для компании являются не только внутренние, но и внешние конфликты, связанные, например, с взаимоотношениями с бизнес-партнерами или регуляторами, минимизировать которые можно за счет соблюдения законодательных норм. Поэтому важной задачей комплаенс-функции является минимизация рисков появления противоречий с действующими нормативными актами [4]. К функциям комплаенс-менеджера относится организация эффективных процедур взаимодействия со всеми подразделениями компании и ее контролирующими структурами, что позволяет оперативно выявлять возникающие проблемы и разрабатывать мероприятия по их решению. В обязанности менеджера входит отслеживание всех изменений закона и приведение документации компании и ее внутренних бизнес-процессов в соответствие с ними.

Рассматривая сущность комплаенса, нельзя не упомянуть о такой его важной функции как предупреждение любых действий компании, или в отношении компании, связанных с коррупцией. Эффективной реализацией этой функции можно достичь только с помощью разработки и внедрения единой, нормативно закреплённой концепции комплаенса. Существование унифицированной базовой системы комплаенса позволит установить единые для всех хозяйствующих субъектов нормы, позволяющие эффективно внедрять комплаенс-программы в свою систему внутреннего контроля, своевременно определять и предупреждать возникновение правонарушений, в полной степени соответствовать требованиям надзорных и регулирующих органов. Основная идея комплаенса заключается в том, что данная программа направлена не на избежание ответственности сотрудников предприятия за принятые решения, а на кардинальное изменение их отношения к появлению нарушений законодательства и внутренних регламентов компании, которые в комплаенс-системе воспринимаются как недопустимые и неприемлемые события.

Изменение мышления сотрудников, работающих по правилам комплаенс-системы, возможно в случае наличия у компании корпоративной этики и культуры, с которой будет вступать в противоречие совершение какого-либо нарушения. Практика работы ведущих мировых корпораций показывает, что применение системы комплаенса в системе внутреннего контроля, осуществляемого на предприятии, позволяет увеличивать добавленную стоимость, что является для российских компаний особо актуальной целью в условиях ужесточения законодательных требований и сохранении кризисных явлений в экономике, особо проявляющихся в уменьшении доступности широкого спектра финансовых ресурсов и неполноценном использовании возможностей фондового рынка. Хотя представления российских компаний о

технологии и механизмах внедрения комплаенса не отличаются однородностью, тем не менее в структуре комплаенса можно выделить общие компоненты, которые дают возможность компаниям эффективно управлять комплаенс-рисками. Совокупность данных компонентов образует систему комплаенса,

включающую в себя не только нормативные документы, но и элементы корпоративной культуры и механизмы коммуникаций [2].

На рисунке 2 представлена структура системы комплаенс-контроля с точки зрения субъектно-объектного подхода.



Рисунок 2 — Структура системы комплаенс-контроля: субъектно-объектный подход

Укажем на необходимость рассмотрения комплаенса как системы [2], т. к. реализация функций, связанных с предотвращением и нейтрализацией комплаенс-рисков, не может быть реализована с помощью применения отдельных компонентов системы, в то время как объединение их в систему позволяет разработать эффективную программу действий, объединяющую все процедуры проверки и обеспечивающую включенность всех сотрудников компании в осуществление внутреннего контроля. Система комплаенс на предприятии имеет

свое документальное воплощение в форме комплаенс-программы, являющейся одним из инструментов управления. В комплаенс-программе закрепляются все основные цели проведения комплаенс-контроля, его функции, обозначаются ключевые элементы программы, формулируются принципы и стандарты осуществления комплаенс-контроля, а также основные комплаенс-процессы.

В таблице 2 представлены основные направления реализации комплаенс-контроля на предприятиях.



Таблица 2 — Анализ основных направлений комплаенса как инструмента внутреннего контроля

Направления комплаенса	Сфера деятельности компании	Форма реализации
Повышение результативности и эффективности общего менеджмента и риск-менеджмента	Организационная, экономическая	Специалисты, занимающиеся комплаенсом, изучают макротенденции, что позволяет своевременно реагировать на изменения внешней среды, корректировать планы развития, внедрять инновационные технологии управления
Соблюдение внешних требований	Нормативно-правовая	Совершенствование внутренних политик и процедур по организации процесса стратегического управления, что является одной из основных комплаенс-целей
Обеспечение достоверности отчетности	Нормативно-правовая, экономическая, социальная	Создание механизма, способствующего формированию достоверных и синхронизированных отчетных данных для всех стейкхолдеров. Отчетность, сформированная с учетом всех принципов комплаенса, должна содержать информацию о достижении стратегических целей и методах управления стратегическими рисками
Предупреждение случаев отмывания доходов	Финансовая	Целью является противодействие поступлению средств, нажитых преступным путем, в легальный сектор экономики
Противодействие коррупции	Экономическая, финансовая	Данное направление комплаенс-активности очень обширно и имеет большое значение для компании
Формирование корпоративной этики	Организационная, социальная	Создание свода правил поведения сотрудников. Такой документ, регулирующий все сферы деятельности компании, содержит общие рекомендации, без конкретики регламентирующие этические нормы поведения
Выстраивание продуктивных отношений с надзорными органами	Экономическая, финансовая	Обеспечение условий, когда компанией соблюдаются все установленные законодательством нормы
Контроль в сфере покупки ценных бумаг	Инвестиционная, финансовая	Целью является предотвращение фактов покупки сотрудниками ценных бумаг и другой биржевой активности, если это противоречит интересам компании в данный момент
Политика конфиденциальности	Информационная безопасность	Формируется культура работы с персональными данными клиентов. Здесь подразумевается неразглашение сотрудниками информации в личных целях, а также эффективность взаимодействия с клиентами, а также обработки поступающих жалоб
Разделение информации внутри компании	Информационная безопасность	Деятельность направлена на сохранение коммерческой тайны и воспрепятствование возможным мошенническим действиям со стороны сотрудников, владеющих закрытой внутренней информацией

Представленные в таблице 2 направления комплаенс-контроля указывают на то, что управление всеми выявляемыми в ходе мониторинга рисками компании предполагает постоянную аналитическую работу, что предполагает целесообразность формирования команды, согласованно работающей над кон-

тролем рисков. Эффективная организация комплаенса поможет компании завоевать лидирующие позиции в своей сфере деятельности благодаря оперативному отслеживанию рисков и принятию мер к их снижению или нейтрализации.

Анализ основных подходов отечественных ученых к системе комплаенс-

контроля и оценка основных направлений его осуществления позволяют конкретизировать понятие «комплаенс-контроль» с точки зрения субъектно-объектного подхода и определить его как часть общего организационно-экономического механизма компании, основанного на соблюдении интересов всех ее стейкхолдеров путем осуществления непрерывного мониторинга деятельности компании и предупреждении наступления неблагоприятных рисков событий, связанных с совершением компанией или ее сотрудниками незаконных действий, наличием в системе компании коррупционной составляющей, предоставлением недостоверной информации о деятельности компании заинтересованным лицам и другими действиями, противоречащими корпоративной этике компании.

#### **Обсуждение**

Система управления рисками требует значительных временных и трудовых затрат, связанных с ее организацией и внедрением в существующую организационную структуру компании. Поэтому так важно на первых этапах становления системы управления рисками избежать наиболее существенных ошибок внедрения комплаенс-функции. Практические работники дают ряд рекомендаций, которые позволяют еще на этапе формирования системы комплаенс, сделать ее устойчивой и эффективной.

1. Комплаенс-контролеры должны быть наделены широкими полномочиями, которые позволят им проводить реорганизацию внутренних бизнес-процессов компании. Так как минимизация рисков и укрепление репутации компании иногда требуют жестких мер, связанных, например, с отказом от сотрудничества с прежними партнерами или перефилирования видов деятельности, подобные изменения могут вызвать сопротивление коллектива и руководства. Поэтому положение комплаенс-контролеров на служебной лестнице должно быть достаточно высоким и давать соответствующие полномочия.

2. Руководство компании и ее собственники должны координировать действия контролеров и предоставлять им всю необходимую информацию, а также оказывать содействие в проведении реорганизационных процессов. Без согласованного взаимодействия трех сторон будет невозможно наладить эффективную систему управления рисками. Также со стороны сотрудников компании необходимо осознание того факта, что не только комплаенс-контролеры должны участвовать в предупреждении рисков, но и они сами, так как каждый работник в пределах своей сферы деятельности владеет наиболее полной информацией о возникающих рисках, и он же может предложить наиболее эффективные пути их нейтрализации и снижения. Сотрудники отделов компании должны быть проинформированы о том, что комплаенс-контролерам необходимо своевременно предоставлять актуальную информацию о протекающих на предприятии бизнес-процессах.

3. Все сотрудники, задействованные в управлении рисками, должны владеть полным объемом профессиональных компетенций в области риск-менеджмента.

4. За рубежом накоплен уже значительный опыт внедрения комплаенс-функций, следовательно, целесообразно адаптировать зарубежные модели комплаенса под российские стандарты. Эффективная система внутреннего контроля значительно облегчает задачу управления рисками и позволяет совершенствовать систему риск-менеджмента. Крупные компании, для которых грамотное управление рисками является принципиально важным моментом, достаточно серьезно подходят к созданию системы риск-менеджмента и все чаще выделяют в ней в качестве отдельного элемента комплаенс-контроль.

В таблице 3 приведен анализ некоторых вакансий, размещенных на портале hh.ru, которые связаны с подбором специалистов, владеющих методиками комплаенс-контроля.

Таблица 3 — Анализ вакансий в сфере комплаенс-контроля на портале hh.ru

Должность	Компания	Должностные обязанности
Специалист по налоговой защите и комплаенсу	Московский аэропорт Домодедово	Анализ хозяйственной деятельности предприятий Группы; анализ существующей налоговой модели; сопровождение камеральных, выездных проверок предприятий; взаимодействие с налоговым органом по всем текущим вопросам деятельности
Руководитель группы разработки решений по безопасности и комплаенсу	DIS Group	Руководство группой разработки по безопасности и комплаенсу; участие в проектах, связанных с непосредственной деятельностью группы. постановка задач; установка сроков их выполнения; согласование приоритетов по задачам для сотрудников группы, их оценка; контроль результатов и текущего состояния
Стажер, Группа оказания услуг в области бизнес-рисков	EY (Эрнст энд Янг)	Анализ и описание бизнес-процессов компаний анализ методологических документов компаний; участие в разработке документации; разработка и анализ контрольных процедур для управления рисками; участие во внутренних аудиторских проверках
Комплаенс специалист	АО «Фарм-стандарт»	Комплаенс-мониторинг контрагентов; участие в комплаенс-проверках; проведение комплаенс-тренингов для работников компании; разработка и комплаенс-экспертиза локальных нормативных актов
Главный специалист бэк-офиса	ООО «Русатом», Группа компаний	Составление и проверка управленческих отчетов; проверка бухгалтерских и налоговых отчетов; финансовое планирование; проверка отчетов брокеров, расчет начисления комиссий, процентов, вознаграждений; подготовка отчетов клиентам, акционерам/бенефициарам; проверка отражения операций в финансовом отчете бухгалтера/аудитора МСФО; участие в прохождении комплаенса по счетам/операциям в зарубежных банках
Старший менеджер по аудиту	Билайн	Участие в ежегодном планировании аудиторских проверок бизнес-процессов и ключевых проектов документирование бизнес-процессов; определение ключевых рисков и контролей; разработка рабочих программ проверок и их выполнение в составе аудиторской команды; документирование проведенных аудиторских процедур; разработка и согласование с владельцами бизнес-процессов рекомендаций по устранению выявленных нарушений, снижению рисков и оптимизации бизнес-процессов
Главный специалист (compliance)	Почта России	Участие во внедрении комплаенс-процедур и требований комплаенс-политик в компании; проведение мероприятий по оценке комплаенс-рисков (включая коррупционные риски); оценка комплаенс-рисков при внедрении продуктов и услуг «Почта России» требованиям; подготовка комплаенс-заклучений; консультирование сотрудников по вопросам комплаенс; участие в развитие и внедрение программы обучения в области комплаенс

Указанные требования к сотрудникам подтверждают то, что компланес уже отделился от первоначального узкого понимания соответствия деятельности компании действующему законодательству и все больше включает в себя финансовые, налоговые аспекты деятельности и широкие экономические знания. Анализ региональной структуры вакансий специалистов комплаенса по-

казывает, что наибольший спрос на них существует в Москве (94 вакансии), далее с большим отрывом идет Санкт-Петербург (17 вакансий), Воронежская область (13 вакансий), Республика Татарстан (6 вакансий) и Ростовская область (5 вакансий) [6]. Комплаенс-контроль должен быть органично встроен в систему управления компании, а системный характер его осу-

ствления подразумевает: наличие полного управленческого цикла; разработанную методологию проведения контрольных процедур; наличие корпоративного стандарта или положения, регулирующего порядок осуществления внутреннего контроля в части комплаенса; существование готовой стратегии управления рисками, органично вписанной в общую стратегию предприятия.

Российские риск-менеджеры часто упоминают концепцию управления рисками COSO, для отечественных компаний она носит справочный характер и может использоваться как дополнительный источник информации по выстраиванию системы управления рисками [3]. С каждым годом все больше и больше повышается необходимость выявления и контроля комплаенс-рисков, поэтому актуализируются вопросы, связанные с разработкой методов для их оценки. Самыми востребованными на сегодняшний день являются методы построения дерева решений, отражающие вероятность наступления рисков и их последствия, проведение сценарного анализа, а также различные скоринговые модели.

### Выводы

Основная и важнейшая функция комплаенс-подразделения состоит в предоставлении руководству компании независимой оценки по широкому спектру связанных с данной сферой рисков, и их бюджетированием, которое выражается в анализе последствий наступления рисков в виде финансовых показателей и поиска резервов для их нейтрализации или покрытия. Система комплаенса необходима для формирования общей картины эффективности управления рисками, в которой каждой бизнес-функции присущи свои риски, анализировать которые должны специалисты определенного подразделения компании, т. к. они владеют наиболее полной информацией и необходимым уровнем операционных компетенций. Большое количество рисков возникает на стыке функций (операционные рис-

ки/комплаенс риски, финансовые риски/комплаенс риски, инвестиционные риски/комплаенс риски), поэтому подразделению комплаенс-контроля отводится важная роль обобщения всех видов рисков и координации управления ими.

### Библиографический список

1. Грекова, И. Ю. FATCA: новые трудности контроля // Внутренний контроль в кредитной организации. — 2012. — № 3. — С. 21.
2. Ляхно, Ю. В. Система комплаенс в российских компаниях реального сектора экономики // Налоги и финансы. — 2018. — № 2. — С. 36–40.
3. Маликова, С. Управление рисками в российских компаниях // Экономика и жизнь. — 2019. — № 19. — С. 8.
4. Тимошкин, А. В. Корпоративный комплаенс-контроль как инструмент экономической безопасности : дисс. к. э. н. — М., 2010. — С. 51.
5. Шалабаева, А. Ищейки для предателей // Эксперт Казахстан. — 2011. — № 17.
6. www.hh.ru — портал вакансий компании HeadHunter.

### Bibliographic list

1. Grekova, I. Yu. FATCA: new difficulties of control // Internal control in credit institution. — 2012. — № 3. — P. 21.
2. Lakhno, Yu. V. System compliance in Russian companies of real sector of economy // Taxes and finance. — 2018. — № 2. — P. 36–40.
3. Malikova, S. Risk-management in Russian companies // Economy and life. — 2019. — № 19. — P. 8.
4. Timoshkin, A. V. Corporate compliance-control as tool of economic security : diss. of PhD. — M., 2010. — P. 51.
5. Shalabayeva, A. Police dogs for traitors // Expert Kazakhstan. — 2011. — № 17.
6. www.hh.ru — portal of vacancies of company «HeadHunter».

*Н. В. Гузенко*

## АКТИВИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

### Аннотация

Вопросы оптимального набора услуг и уровня обслуживания являются конкурентообразующими для предприятий. Логистическую деятельность следует рассматривать исходя из постоянно меняющихся потребностей потребителей. Рассматривая этапы развития в России логистических грузовых операторов на железнодорожном транспорте, следует отметить, что, несмотря на активное освоение новых технологических процессов и элементов глобализации цифрового пространства, разработанные логистические схемы не всегда обеспечивают должный результат. Необходимо реализовывать мероприятия по выявлению и устранению несвоевременности выполнения сложных логистических схем с внедрением эффективных бизнес-алгоритмов. Разработка подобных процессов должна базироваться на исследовании причин сбоев в логистической цепи, обеспечивающих учет большего числа факторов влияния и определение возможных путей устранения их негативных последствий.

### Ключевые слова

Логистические операторы, транспортные услуги, железнодорожная логистическая экосистема, конкурентоспособность, логистические услуги.

*N. V. Guzenko*

## ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF LOGISTICS FREIGHT RAILWAY OPERATORS

### Annotation

Issues of optimal set of services and level of service are competitive for enterprises. Logistic activities should be considered based on ever-changing needs of consumers. Considering the stages of development of logistics freight operators in rail transport in Russia, it should be noted that, despite the active development of new technological processes and elements of globalization of digital space, developed logistics schemes do not always provide the desired result. It is necessary to implement measures to identify and eliminate untimely implementation of complex logistics schemes with implementation of effective business algorithms. Development of such processes should be based on study of causes of failures in the logistics chain, ensuring that a larger number of influence factors are taken into account and possible ways to eliminate their negative consequences are taken into account.

### Keywords

Logistics operators, transport services, railway logistics ecosystem, competitiveness, logistics services.

### Введение

В современном экономическом пространстве торгово-экономическое и информационное сотрудничество является основой для обеспечения спроса потребителей и формирования конку-

рентных позиций, повышения эффективности логистических процессов, что предопределяет важность изучения возможностей формирования наиболее эффективных траекторий развития логистических процессов.



Со стратегической точки зрения вопросы поиска оптимального набора услуг и уровня обслуживания являются конкурентообразующими для предприятий. Логистическую деятельность следует рассматривать исходя из потребностей потребителей, которые постоянно меняются. Работая в конкурентной среде, железные дороги стремятся к постоянным инновационным преобразованиям. Повышение привлекательности железнодорожного сектора грузовых перевозок необходимо осуществлять посредством разработки и внедрения адаптивной бизнес-стратегии, направленной на использование технико-технологических новаций, учета реалий современного рынка грузовых перевозок, изменения в цифровой экосистеме и необходимости информационной интеграции. Все эти факторы активно влияют на повышение привлекательности железных дорог для потенциальных потребителей и напрямую влияют на повышение конкурентоспособности сектора в целом. Это также требует определенных усилий как со стороны непосредственно логистических операторов, так и владельца инфраструктуры — АО «РЖД», вовлеченности клиентов, конечных пользователей и других заинтересованных в дальнейшем развитии рынка грузовых железнодорожных перевозок сторон. Успешность существования логистических операторов во многом зависит и от возможностей обеспечения необходимого количества и качества логистических услуг.

#### **Материалы и методы**

В процессе изучения вопросов развития технологий, внедряемых и применяемых логистическими операторами на железнодорожном транспорте, были использованы общенаучные методы, анализ и синтез, что позволило достичь поставленных в ходе проведения исследования целей. Теоретическая и методологическая база изучения цифровизации отрасли активно разрабатывается, что направляет научную работу

автора статьи в плоскость изучения современного опыта развития железных дорог разных стран, опыта обмена информацией между организациями. Управление потоками информации и внедрения технологических решений исследовалось в логистике еще до вступления в силу эры цифровой экономики. Также автор в своем исследовании базировался на положениях Программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [1].

#### **Результаты и обсуждение**

Производственные и логистические мощности требуют инвестиций, но помочь им за короткий период невозможно. В современном обществе логистические технологии играют решающую роль, и их разумное использование влияет на скрытую добавленную стоимость товара и его показную стоимость, что может стать основой для длительного и успешного партнерства, а также причиной разочарования клиентов в компании. Чтобы оценить применение эффективных логистических технологий в любых сферах, необходимо опираться на критерии ожиданий потребителей и понимать, что их требования могут носить количественный и качественный характер, а их равная классификация невозможна. Однако необходимо понимать, как неправильные меры могут повлиять на общий экономический и репутационный результат работ отдельной компании или сферы [4].

Рассматривая ретроспективно этапы развития в России логистических грузовых операторов на железнодорожном транспорте, следует отметить, что, несмотря на постоянное технологическое и сервисное совершенствование, а также активное освоение новых технологических процессов и элементов глобализации цифрового пространства, разработанные логистические схемы не всегда обеспечивают должный результат. При этом необходимо реализовывать мероприятия по выявлению и устранению несвоевременности выпол-



нения сложных логистических схем с внедрением эффективных бизнес-алгоритмов. Разработка подобных процессов должна базироваться на исследовании причин сбоев в логистической цепи, обеспечивающих учет большего числа факторов влияния и определение возможных путей устранения их негативных последствий. Особенно это важно в сфере перевозки грузов по железным дорогам, где инвестиционные циклы обновления подвижного состава, зачастую, влияют на технологические возможности самого оператора. Каждый участник грузовых перевозок стремится выйти в лидеры, используя возможности цифровой логистики и современных технологий, при этом выводя качество оказываемых логистических услуг на более высокий уровень. Например, утверждена долгосрочная программа развития АО «Российские железные до-

роги» до 2025 г. [2], которая предполагает в частности, переход на цифровые технологии на железной дороге. Данные изменения коснутся и частных операторов, поскольку железнодорожная инфраструктура находится в ведении АО «РЖД». При этом вопросам внедрения цифровых технологий, развития информационных облачных систем, внедрения интеллектуальных транспортных систем и программы посвящен отдельный раздел.

Каждое из указанных направлений цифровой трансформации железных дорог предполагает разработку определенных информационных программных продуктов, способных интегрироваться в цифровые бизнес-процессы отдельных грузовых операторов, обеспечивая их интеграцию и оперативное взаимодействие. Более подробно это представлено в таблице 1 [2].

Таблица 1 — Перечень создаваемых на базе цифровых технологий сервисов (до 2025 г.) [2]

Направление цифровой трансформации	Создаваемые сервисы
Создание платформы управления и мониторинга грузовых перевозок	Мониторинг местонахождения и состояния грузов, комплексная услуга перевозки грузов «от двери до двери», юридически значимый обмен электронными документами с участниками перевозки, сквозное использование цифровых транспортных данных
Создание цифровых инструментов организации мультимодальных пассажирских перевозок	Мультимодальность, планирование и сопровождение «поездки от двери до двери», персонализированные сервисы для пассажиров, электронные сервисы оплаты проезда, гибкое тарифное меню и программа лояльности
Создание инструментов интеллектуального управления движением, цифрового моделирования и мониторинга транспортных средств и объектов инфраструктуры	Актуальные данные объектов транспортной инфраструктуры, моделирование процессов строительства, эксплуатации и ремонта с привязкой ко времени и бюджетированию, планирование перевозок с учетом технических характеристик транспортной инфраструктуры, сервисы предсказательной диагностики, прогнозирования надежности, планирования ремонтов
Модернизация архитектуры информационных систем и IT-инфраструктуры на основе импортонезависимого ПО	Гарантированный уровень доступности IT-сервисов
Оптимизация корпоративных систем управления, анализа и подготовки отчетности	Сервисы анализа состояния ОАО «РЖД», сервисы самообслуживания для работников компании, информационные сервисы (платные и бесплатные)

Однако, говоря о возможностях использования элементов цифровой логистики, нельзя забывать о таких параметрах, как качество и безопасность оказываемых услуг. При этом вопросы безопасности выходят на новый формат: кроме обеспечения физической сохранности грузов и соблюдения всех технологических процессов, необходимо обеспечивать сохранность данных, оказавшихся в глобальном информационном пространстве, и недопущение возможности проникновения извне в технологические процессы. Конечно, необходимо корректировать правовую и законодательную базы в соответствии с возникающими потребностями сектора грузовых перевозок, при этом выставляя определенные единые требования к участникам транспортного рынка. Данные методы позволят обеспечить установление определенных стандартов уровня и качества обслуживания. И нельзя забывать, что данный рынок — высококонкурентный, а прямые конкуренты — европейские логистические операторы грузовых перевозок — обладают большими преимуществами, связанными с более ранним развитием и внедрением новых технологий, четкой и развитой логистикой, учетом требований потребителей на каждом этапе логистической цепи, более жестким законодательством, связанным с соблюдением обязательных требований к условиям труда, соблюдением установленных стандартов качества в сфере перевозок и уровня обслуживания транспортных средств.

Российским логистическим операторам грузовых перевозок на ЖДТ следует идти по пути повышения узнаваемости бренда, оптимизации расходов, предоставления необходимого уровня качества обслуживания.

Функциональные и организационные параметры формирования нового формата бизнес-процессов грузовых логистических операторов отражают современные тенденции развития экономики и логистики. Основными направ-

ляющими будут: анализ факторов, определяющих логистическую цифровую среду; применение методов дистанционного (без участия человека или при частичном контроле) технологического управления инфраструктурой и подвижным составом; разработка эффективных интеллектуальных информационных систем, способных обеспечить эффективное управление транспортно-технологическими и перевозочными процессами; формирование на моделях будущего развития возможных вариантов и планирование последствий принимаемых управленческих решений; формирование единой железнодорожной логистической экосистемы, в рамках которой будет обеспечено единое информационное пространство.

Внедрение современных технологий интеллектуального управления движением обеспечивает оптимизацию затрат (временных и финансовых) по сбору и обработке информации. При этом единое информационное пространство позволяет всем участникам, задействованным в грузовых перевозках, предоставлять своевременную информацию о своих потребностях и возможностях, обеспечивая взаимосвязь и взаимодействие при генерировании услуги. Основными аспектами функционирования процедуры обмена данными являются безопасность хранения данных и функциональная интегративность технологий, программного обеспечения и методов обмена данными. При этом инновации должны учитывать требования, предъявляемые к железной дороге. Поэтому поставщики технологий также должны быть вовлечены в процесс разработки требований к новому формату качества услуг, поскольку это ключевые параметры повышения привлекательности и конкурентоспособности железных дорог.

#### **Выводы**

Цифровая логистика является одним из наиболее эффективных рыночных механизмов, обеспечивающих реализацию бизнес-стратегий субъектов транс-

портных услуг. Информация играет ключевую роль при движении материального потока, поскольку выполняет несколько функций: обеспечение взаимодействия между всеми участвующими в логистической цепи сторонами, своевременность информирования целевой аудитории и ее максимальный охват, сбор и обработка требований клиента к оказываемым услугам, их объему и качеству, обеспечение передачи сведений о состоянии перемещения товаров и услуг. При этом нет жесткой привязки к местонахождению всех участников логистической цепи.

Необходимо понимать, что повышение конкурентоспособности логистических услуг до уровня модели мировой логистики возможно в России только в случае учета процесса оптимизации в целом. Основание на принципах логистики — это необходимый баланс, который должен стать основой для развития всего логистического бизнеса в России. Неотъемлемой частью процесса производства и продвижения товаров, наряду с количественными показателями, должны стать качественные параметры. Участникам рынка нужно рассматривать их не как ограничения деятельности и дополнительные расходы, а как основу для формирования качественных услуг. Создание стандартов качества, связанных с перевозками, неизбежно приведет к повышению уровня обслуживания и повышению общего уровня транспортных и логистических услуг [4].

Определение качества оказываемого логистического сервиса исходит из разницы между планируемым уровнем сервиса и уровнем, который получил клиент при предоставлении работ / оказании услуг. Говоря о качестве оказываемых железнодорожным транспортом услуг, следует учитывать, что данный вид транспорта является самым длительным по времени доставки, при этом сроки выполнения заказа не всегда отражают качество выполняемых логистических услуг. Необходим системный подход к процессам планирования и ре-

ализации транспортных механизмов, который также должен учитывать и обеспечение должного качества и конкурентоспособности логистических услуг соответствующего уровня.

В целом рекомендации по формированию логистического сопровождения процессов повышения конкурентоспособности для грузовых операторов можно свести к следующему:

- обеспечение качественных и количественных параметров логистических процессов движения товаров и обслуживания потребителей в соответствии с мировыми стандартами;
- внедрение прогрессивных технологий в операторскую деятельность, обеспечение интеграции в рамках железнодорожной логистической экосистемы;
- рациональное использование кадрового потенциала и ресурсной базы.

### Библиографический список

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р].
2. Программа развития ОАО «Российские железные дороги» до 2025 г.: [Распоряжение Правительства от 19.03.2019 № 466-р].
3. *Бондаренко, В. А., Гузенко, Н. В.* Вопросы качества оказания логистических услуг в российских реалиях // Концепт. — 2016. — № Т17. — С. 420–424.
4. *Bondarenko, V. A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution // *European Research*. — 2017. — Т. 20. — № 1. — С. 105–116.
5. *Пархоменко, Т. В.* Теоретические и методологические основы применения логистического предвидения в стратегических сферах // *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)*. — 2015. — № 2 (50). — С. 27–33.

### Bibliographic list

1. Program Digital Economy of Russian Federation : [Order of Government of Russian Federation from 28.07.2017 № 1632-p].

2. Development Program of JSC Russian Railways until 2025 : [Order of Government from 19.03.2019 № 466-r].

3. *Bondarenko, V. A., Guzenko, N. V.* Issues of quality of provision of logistics services in Russian realities // *Concept*. — 2016. — № T17. — P. 420–424.

4. *Bondarenko, V. A., Erokhina, T. B., Parkhomenko, T. V., Guzenko, N. V.* Marketing and logistic instrumentarium of activation of inter-country cooperation of Russia and solving the issue of import substitution // *European Research*. — 2017. — № 1. — Т. 20. — P. 105–116.

5. *Parkhomenko, T. V.* Theoretical and methodological foundations of application of logistic foresight in strategic spheres // *Bulletin of Rostov State University of Economics (RINH)*. — 2015. — № 2 (50). — P. 27–33.

*Е. А. Иванова, Я. В. Левина*

## КРИТЕРИИ ВЫБОРА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА

### Аннотация

В статье представлены результаты изучения особенностей подходов компаний-организаторов индустриальных парков к выбору его концепции и к анализу факторов, оцениваемых при выборе локации парка для организации в нем деятельности производственных и сервисных компаний. При разработке анкет были использованы критерии, полученные автором ранее при проведении экспертных интервью; изучаемые факторы были разделены на две группы: структурно-стоимостные и функциональные (факторы). Полученные результаты продемонстрировали, что при анализе структурно-стоимостных факторов компании-организаторы на первое место ставят коммуникационные и инфраструктурные возможности региона, а также низкую стоимость энерго- и газоснабжения. Среди функциональных факторов выделяют квалификацию трудовых ресурсов и технологическую культуру. При выборе локации компании-организаторы индустриальных парков, в первую очередь, ориентируются на организацию конкретных типов производств, поддерживаемых квалифицированной рабочей силой и доступным энергоснабжением. Такие факторы, как доступность емких рынков и степень развития транспортных коммуникаций имеют средние и низкие уровни значимости, что свидетельствует о недостаточном отражении рыночной составляющей в проектах по созданию индустриальных парков.

### Ключевые слова

Индустриальный парк, концепция, местоположение, критерии отбора.

*Е. А. Иванова, Я. В. Левина*

## CRITERIA FOR SELECTING THE STRATEGIC CONCEPT OF INDUSTRIAL PARK

### Annotation

Article presents the results of studying the features of approaches of companies-organizers of industrial parks to choice of its concept and to analysis of factors used by them when choosing the location of park for organization of activities of manufacturing and

service companies. Materials for survey included criteria identified by authors when doing expert interview; analyzed factors were divided into two groups: cost-structural and functional ones. Results of research show that when analyzing cost-structural factors the industrial parks organizers put communicational and infrastructural abilities of region at the first place as well as a low cost of electrical and gas supply. They elect among functional factors a qualification level of labor resources and a level of technological culture. Choosing the industrial park location, organizers first of all think about the specific manufacturing types organizing supported by qualified labor resources and corresponding energetic resources accessibility. Importance of such elements as capacious markets accessibility and level of transport communications development has medium and low degrees of significance. It characterizes low importance of market components in industrial parks organizing projects.

### Keywords

Industrial park, concept, location, selection criteria.

### Введение

В настоящее время в России растет число индустриальных парков (ИП), создаваемых для развертывания производства востребованных в регионе продукции и услуг. Перед организаторами этого вида деятельности, на взгляд авторов, стоят две важные взаимосвязанные задачи: разработка концепции ИП и выбор места расположения ИП для организации в нем деятельности производственных и сервисных компаний.

Отметим, что эффективность деятельности ИП (как и практически любого вида деловой активности) зависит от уровня используемых менеджментом управленческих технологий [14], которые в существенной степени отражают организацию корпоративного управления [4, 5] компаниями-участниками деловой активности. При этом значимость обоснованного выбора концепции ИП, являющейся основой всей создаваемой бизнес-структуры [5, 11] и определяющей профиль деятельности компаний, которые должны будут привлечены для развертывания в ИП деловой активности [9, 12], невозможно переоценить. Сформулированная менеджментом концепция ИП в существенной степени определяет выбор его локации; при формулировании соответствующего решения могут быть использованы разнообразные критерии [7, 10], которые

обычно разделяются специалистами на более-менее однородные группы [8, 13].

Цель исследования, представленного в статье, — изучение особенностей подходов компаний-организаторов ИП к выбору его концепции и анализу факторов, используемых при выборе локации парка для организации в нем деятельности производственных и сервисных компаний.

### Материалы и методы

При разработке анкет для количественного исследования (анкетного опроса) были использованы критерии выбора концепции ИП и его локации, полученные автором ранее при проведении экспертного опроса.

Методом изучения особенностей подходов организаторов ИП к разработке его концепции и выбору места территориального расположения явились анкетные опросы (АО-1 и АО-2).

#### Цели анкетных опросов:

АО-1 — оценка уровней важности каждого из идентифицированных экспертами критериев, используемых при выборе концепции ИП;

АО-2 — оценка степени значимости каждого из идентифицированных экспертами критериев, рассматриваемых организаторами ИП при выборе его локации.

Респондентам, участвующим в опросе, было предложено: 1) внима-

тельно ознакомиться с идентифицированными и сформулированными экспертами критериями, рассматриваемыми при выборе концепции ИП и его локации, и на собственное усмотрение добавить формулировки других, не

названных экспертами критериев; 2) определить с использованием шкалы, представленной в таблице 1, уровень важности каждого из рассматриваемых критериев.

Таблица 1 — **Оценочная шкала степени важности критериев выбора концепции/локации ИП для развертывания бизнеса другими организациями**

Качественная оценка	Совершенно неважно	В небольшой степени важно	В определенной степени важно	Достаточно важно	Очень важно
Количественная оценка, балл	1	2	3	4	5

К участию в АО-1 были приглашены 24 специалиста (по одному от каждой изучаемой компании): 17 мужчин, 7 женщин в возрасте от 35 до 55 лет со стажем работы в отрасли от 10 до 15 лет, в АО-2 — 24 человека, по одному из разных компаний: 18 мужчин и 6 женщин в возрасте от 35 до 53 лет со стажем работы в изучаемой области от 3 до 9 лет. Все респонденты были привлечены на основе личных контактов автора. Результаты опросов обрабатывались с использованием инструментов табличного процессора MS Excel.

### Результаты

1. *Анализ используемых компаниями-организаторами подходов к выбору концепции ИП.*

В таблице 2 приведены результаты обработки данных АО-1, в которой все идентифицированные экспертами и рассматриваемые в процессе опроса АО-1 факторы выбора компаниями-организаторами концепции создаваемого ИП проранжированы в порядке убывания их степени значимости.

Таблица 2 — **Ранговые оценки уровня важности рассматриваемых компаниями критериев при выборе концепции ИП**

Критерий (фактор выбора)	Вес критерия	Ранг уровня важности критерия
Наличие квалифицированной рабочей силы	0,149	1
Наличие достаточных площадей для развертывания конкретных видов производства	0,132	2
Наличие ресурсов для функционирования конкретных видов производства	0,132	2
Высокий уровень технологической культуры в конкретных отраслях промышленности	0,124	4
Возможность производства различных видов продукции, ориентированной на одну группу покупателей либо на взаимосвязанные группы	0,124	4
Доступность емких рынков сбыта продукции конкретных видов производства	0,124	4
Достаточная пропускная способность транспортных путей для отгрузки продукции конкретных видов производства	0,116	7
Приоритетность развития производства конкретных видов продукции в планах региональной администрации	0,099	8



Следует отметить, что ни один из респондентов не дополнил список идентифицированных экспертами критериев выбора концепции ИП формулировками новых критериев.

Сравнительный анализ ранговых и весовых оценок степени значимости рассматриваемых критериев при выборе концепции ИП продемонстрировал следующее:

- наиболее важным критерием выбора респонденты считают «Наличие квалифицированной рабочей силы» (ранг равен 1, вес критерия на 11,1 % выше весовой оценки критерия с рангом, равным 2);

- на втором месте по уровню важности с рангом, равным 2, находятся два критерия: «Наличие достаточных площадей для развертывания конкретных видов производства» и «Наличие ресурсов для функционирования конкретных видов производства», характеризующие возможности организации в ИП бизнеса по производству конкретного вида продукции;

- третье место занимают критерии (у всех ранг равен 4): «Высокий уровень технологической культуры в конкретных отраслях промышленности», «Доступность емких рынков сбыта продукции конкретных видов производства», характеризующие перспективность создания эффективного бизнеса по производству конкретных видов продуктов, и критерий «Возможность производства различных видов продукции, ориентированной на одну группу покупателей либо на взаимосвязанные группы», позволяющий сформировать устойчивый потребительский спрос конкретной группы потребителей;

- последними — четвертым и пятым — по степени важности являются

критерий «Достаточная пропускная способность транспортных путей для отгрузки продукции конкретных видов производства» (ранг равен 7), определяющий одно из условий сбыта продукции — ее мобильную доставку, и критерий «Приоритетность развития производства конкретных видов продукции в планах региональной администрации» (ранг равен 8), характеризующий уровень поддержки создаваемого в ИП производства определенного вида продукции административным ресурсом региона.

Таким образом, концептуально ИП, в первую очередь, нацеливается на организацию конкретных типов производств, поддерживаемых квалифицированной рабочей силой и необходимым ресурсным потенциалом. Уровни важности рыночных компонентов: наличие доступных емких рынков, целевых потребительских групп и транспортных коммуникаций имеют средние и низкие значения, что свидетельствует о недостаточном отражении рыночной составляющей в проекте по созданию ИП.

*2. Изучение используемых организаторами ИП подходов к анализу критериев выбора его локации с целью организации в нем деятельности производственных и сервисных компаний.*

Результаты обработки ответов респондентов, полученных в процессе АО-2, приведены в таблице 3. 25 % от общего числа опрошенных дополнили список рассматриваемых функциональных факторов, из которых чаще всего назывался фактор «Наличие региональных НПА (нормативно-правовых актов), регламентирующих деятельность ИП», который был включен в перечень изучаемых критериев.

Таблица 3 — Ранговые оценки уровня важности рассматриваемых компаниями-организаторами ИП критериев при выборе локации ИП

Критерий (фактор выбора)	Вес критерия	Ранг уровня важности
<i>Структурно-стоимостные факторы</i>		
Наличие близко расположенных транспортных путей	0,126	1
Низкая стоимость энергоснабжения и газоснабжения	0,126	1
Возможность формирования инфраструктуры	0,119	3
Наличие ресурсов для производства продукции, ориентированной на емкие рынки	0,111	4
Наличие ресурсов для производства продукции, ориентированной на растущие рынки	0,111	4
Наличие площадей для развертывания производственных и сервисных компаний	0,111	4
Сниженная арендная плата за землю	0,111	4
Льготное налогообложение	0,104	8
Низкая стоимость рабочей силы	0,081	9
<i>Функциональные факторы</i>		
Наличие квалифицированной рабочей силы	0,222	1
Высокий уровень технологической культуры в локальном сообществе	0,198	2
Доступность региональной администрации для контактов	0,185	3
Высокая эффективность решений, принимаемых региональной администрацией	0,185	3
Приоритетность развития производства и промышленных парков в планах региональной администрации	0,173	5
<i>Другие (на Ваше усмотрение)</i>		
Наличие региональных НПА, регламентирующих деятельность ИП	0,037	6

Проведенное ранжирование значений весов критериев выбора, характеризующих структурно-стоимостные факторы, продемонстрировало следующие результаты. В первую очередь, при выборе месторасположения создаваемого ИП организаторами анализируются наиболее важные с их точки зрения факторы выбора: «Наличие близко расположенных транспортных путей»; «Низкая стоимость энергоснабжения и газоснабжения» (ранги обоих равны 1). Далее изучается «Возможность формирования инфраструктуры» (ранг критерия равен 3). Следующими одновременно анализируются критерии меньшей степени важности: «Наличие ресурсов для производства продукции, ориентированной на емкие рынки»; «Наличие ресурсов для производства продукции, ориентированной на растущие рынки»; «Наличие площадей для развертывания произ-

водственных и сервисных компаний»; «Сниженная арендная плата за землю». Последними рассматриваются наименее важные, с точки зрения опрошенных респондентов, факторы «Льготное налогообложение» (ранг равен 8) и «Низкая стоимость рабочей силы» (ранг равен 9).

Сравнительный анализ значений весов функциональных факторов выбора локации ИП показал, что важнейшими критериями для выбора конкретного местоположения ИП являются «Наличие квалифицированной рабочей силы» (ранг равен 1) и «Высокий уровень технологической культуры в локальном сообществе» (ранг равен 2), которые смогут в дальнейшем обеспечить организатору возможность создания парка с достаточно высоким уровнем технологичности и заманчивыми для компаний производственного и сервисного бизнеса перспективами. Менее важные, по

мнению респондентов, факторы: «Доступность региональной администрации для контактов»; «Высокая эффективность решений, принимаемых региональной администрацией» (ранги одинаковые и равны 3) и критерий «Приоритетность развития производства и индустриальных парков в планах региональной администрации» (ранг равен 5). Наименее значимым критерием выбора является фактор, дополненный респондентами, — «Наличие региональных НПА, регламентирующих деятельность ИП» (ранг равен 6).

Таким образом, при анализе:

1) структурно-стоимостных факторов компаниям-организаторам ИП наиболее важны коммуникационные и инфраструктурные возможности региона для выбора локации ИП, а также низкая стоимость энерго- и газоснабжения; факторы, определяющие ресурсную составляющую для производства в ИП компаниями-производителями ориентированной на емкие и растущие рынки продукции, для организаторов ИП имеют среднюю и низкую степени значимости;

2) функциональных факторов организаторы ИП, в первую очередь, обращают внимание на квалификацию трудовых ресурсов и технологическую культуру региона, которые позволят создать на высоком качественном уровне ИП; факторы поддержки проекта ИП региональной администрацией являются для них менее важными.

### **Обсуждение**

Проведенный анализ особенностей подходов компаний-организаторов к выбору концепции ИП и его локации позволил сделать следующий вывод.

Основным в выбираемой компаниями-организаторами концепции ИП является стремление, используя ресурсные возможности конкретного региона (наличие квалифицированных трудовых ресурсов, транспортных коммуникаций, сырья, достаточных площадей, технологической культуры в конкретных отрас-

лях промышленности региона и в локальном обществе), создать с наименьшими для себя затратами благоприятные условия для развертывания бизнеса компаниям-производителям с целью производства конкретных видов продукции и сервисным компаниям для предоставления услуг. В то же время организаторы ИП недооценивают важность налаживания контактов с региональной администрацией, наличия в ее планах разработанных программ приоритетного развития индустриальных парков и производства конкретных видов продукции, а также, по мнению авторов, не уделяют необходимого внимания при выборе концепции и локации ИП изучению рынков сбыта продукции, которую будут производить в ИП.

Таким образом, концептуально ИП, в первую очередь, нацеливается на организацию конкретных типов производств, поддерживаемых квалифицированной рабочей силой и необходимым ресурсным потенциалом. Уровни важности рыночных компонентов: наличие доступных емких рынков, целевых потребительских групп и транспортных коммуникаций имеют средние и низкие значения, что свидетельствует о недостаточном отражении рыночной составляющей в проекте по созданию ИП.

### **Выводы**

Разрабатываемая менеджментом концепция ИП должна иметь существенный «рыночный» компонент, то есть должна быть нацелена на производство продукции, ориентированной на потенциально доступные рынки, характеризующиеся значительной емкостью и высокими темпами роста [1, 2]. Подобный подход может стать основой как привлечения управляемых современным менеджментом производственных / сервисных компаний [6], так и организации эффективно функционирующей комплексной бизнес-структуры в целом. Отдельно отметим, что привлечение в качестве резидентов ИП компаний, менеджмент которых ставит во главу угла низ-

кую стоимость ресурсов, может повлечь за собой формирование малоэффективной бизнес-структуры, т. к. в этом случае основные усилия концентрируются на снижении издержек, а аспектам сбыта выпускаемой продукции (то есть механизмам генерации выручки) не уделяется должного внимания.

### Библиографический список

1. *Димитриади, Н. А., Ароян, Н. М., Ходарева, Т. А.* Об эффективности систем управления продажами в Российских предпринимательских структурах // Менеджмент и бизнес-администрирование. — 2013. — № 4. — С. 124–136.

2. *Димитриади, Н. А., Карасёв, Д. Н.* Выбор целевых рынков на основе анализа ключевых факторов успеха // Зеленая логистика: концепция минимизации нагрузки на окружающую среду и сохранения планеты для будущих поколений : материалы междунар. науч.-практ. XII Южно-Российского логистического форума. — Ростов н/Д : ИПК РГЭУ (РИНХ), 2016. — С. 339–344.

3. *Жуков, Н. Д.* Концепция создания и стратегия развития промышленного парка // Атояновские чтения. Материалы круглого стола, проведенного в рамках междунар. науч.-практ. конф. «Проблемы и перспективы инновационного развития экономики» и междунар. науч.-практ. конф. «Социально-трудовая сфера в условиях инновационного развития: глобальное и локальное». — Саратов : КУБиК, 2014. — С. 95–102.

4. *Иванова, Е. А.* Основы построения внутрикорпоративных отношений // Финансы и кредит. — 2012. — № 4 (484). — С. 69–76.

5. *Иванова, Е. А.* Развитие корпоративного управления в общем контексте развития российской промышленности и глобализации мировой экономики : моногр. — Ростов н/Д : Изд-во РГЭУ, 2011.

6. *Миронов, Д. С.* Привлечение резидентов в Российские промышленные парки: проблемы, анализ, методы // Региональная экономика и управление. — 2017. — № 3 (51). — С. 11.

7. *Cabral, R.* Refining the Cabral-Dahab Science Park Management Paradigm // Technology Management. — 1998. — Vol. 16. — P. 813–818.

8. *Korodi, L.* Competitiveness factors of industrial parks. Annals of the University of Oradea // Economic Science. — 2014. — P. 151–156.

9. *Kuznetsova, E., Enrico, Zio, Farel, R.* Methodological framework for Eco-Industrial Park design and optimization // Journal of Cleaner Production, Elsevier. — 2016. — № 126.

10. *Lengyel, I., Rechnitzer, J.* Regionalis gazdasagtan. — Dialyg Campus Kiady, Budapest, 2004.

11. *Ming, Pan, Janusz, Sikorskia, Jethro, Akroyda, Sebastian, Mosbacha, Raymond, Laub, Markus, Kraft.* Design technologies for eco-industrial parks: from unit operations to processes, plants and industrial networks // Applied Energy, 2016.

12. *Raymond, P., Cote, E. Cohen-Rosenthal.* Designing eco-industrial parks: a synthesis of some experiences // Journal of Cleaner Production. -1998. — № 6. — P. 181–188.

13. *Vapar, J.* Kulfoldi mukodotoketefektetesek regionalis hatasai es befektetosoztonzes Magyarorszagon az 1989–2009 kozotti idoszakban [Электронный ресурс]. — Szechenyi Istvan University, Győr Parcurile Industriale Tetarom, 2011. — Режим доступа: <http://www.ziare.com>.

14. *Zhenshan, Yang, Gaojian, Hao, Zhe, Cheng.* Investigating operations of industrial parks in Beijing: efficiency at different stages // Economic Research. — 2018. — № 31.1. — P. 755–777.

15. *Galazova, S. S., Morgoev, B. T., Biganova, M. A., Manuylenko, V. V., Lipchiiu, N. V.* Formation of stakeholders' client capital of trade institutions // European Research Studies Journal. — 2017. — № 4B. — Vol. 20. — P. 398–411.

### Bibliographic list

1. *Dimitriadi, N. A., Aroyan, N. M., Khodareva, T. A.* On the effectiveness of sales management systems in Russian business structures // *Management and business administration.* — 2013. — № 4. — P. 124–136.
2. *Dimitriadi, N. A., Karasev, D. N.* Selection of target markets based on the analysis of key success factors // *Green logistics: concept of minimizing the burden on environment and preserving the planet for future generations: materials of international scientific and practical. XII South-Russian logistics forum.* — Rostov-on-Don: PPC of RSUE (RINH), 2016. — P. 339–344.
3. *Zhukov, N. D.* Concept of creation and strategy of development of industrial park // *Atoyan readings. Materials of round table held within the framework of international scientific and practical conference «Problems and prospects of innovative development of economy» and international scient.-pract. conf. «Social and labor sphere in conditions of innovative development: global and local».* — Saratov: KUBiK, 2014. — P. 95–102.
4. *Ivanova, E. A.* Bases of construction of internal corporate relations // *Finance and credit.* — 2012. — № 4 (484). — P. 69–76.
5. *Ivanova, E. A.* Development of corporate governance in General context of development of Russian industry and globalization of world economy: monograph. — Rostov-on-Don: PPC of RSUE, 2011.
6. *Mironov, D. S.* Attracting residents to Russian industrial parks: problems, analysis, methods // *Regional Economics and management.* — 2017. — Issue 3 (51). — P. 11.
7. *Cabral, R.* Refining the Cabral-Dahab Science Park Management Paradigm // *Technology Management.* — 1998. — Vol. 16. — P. 813–818.
8. *Korodi, L.* Competitiveness factors of industrial parks. *Annals of the University of Oradea // Economic Science.* — 2014. — P. 151–156.
9. *Kuznetsova, E., Enrico, Zio, Farel, R.* Methodological framework for Eco-Industrial Park design and optimization // *Journal of Cleaner Production, Elsevier.* — 2016. — № 126.
10. *Lengyel, I., Rechnitzer, J.* *Regionális gazdaságtan.* — Dialygy Campus Kiady, Budapest, 2004.
11. *Ming, Pan, Janusz, Sikorskia, Jethro, Akroyda, Sebastian, Mosbacha, Raymond, Laub, Markus, Kraft.* Design technologies for eco-industrial parks: from unit operations to processes, plants and industrial networks // *Applied Energy,* 2016.
12. *Raymond, P., Cote, E. Cohen-Rosenthal.* Designing eco-industrial parks: a synthesis of some experiences // *Journal of Cleaner Production.* -1998. — № 6. — P. 181–188.
13. *Vapar, J* Kulfoldi mukodotoke-befektetesek regionalis hatasai es befektetosoztonzes Magyarorszagon az 1989–2009 kozotti idoszakban [Electronic resource]. — Szechenyi Istvan University, Győr Parcurile Industriale Tetarom, 2011. — Mode of access: <http://www.ziare.com>.
14. *Zhenshan, Yang, Gaojian, Hao, Zhe, Cheng.* Investigating operations of industrial parks in Beijing: efficiency at different stages // *Economic Research.* — 2018. — № 31.1. — P. 755–777.
15. *Galazova, S. S., Morgoev, B. T., Biganova, M. A., Manuylenko, V. V., Lipchuu, N. V.* Formation of stakeholders' client capital of trade institutions // *European Research Studies Journal.* — 2017. — № 4B. — Vol. 20. — P. 398–411.



*В. А. Ларионов, И. Н. Ефременко, О. А. Митько*

**РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА  
И ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ  
В ПРОДВИЖЕНИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

**Аннотация**

Исследование, представленное в статье, сосредоточено на анализе роли социально-демографических факторов в проявлении определенных тенденций в сфере интереса к туристическим услугам. Одновременно анализируется ключевая роль цифрового маркетинга в продвижении гостиничных услуг. Сделан вывод о том, что с учетом социально-демографических характеристик маркетинговой среды интернет-маркетинг в сложившейся ситуации, несомненно, представляет собой ценный ресурс для гостиничного бизнеса.

В исследовании обосновывается, что значение цифрового маркетинга в качестве коммуникационной платформы взаимодействия с клиентами и партнерами и аналитической платформы для проведения исследований и дальнейшей верификации полученных результатов будет возрастать, учитывая актуальную степень развития в России цифровой модели экономики.

**Ключевые слова**

Цифровой маркетинг, социально-демографические факторы, гостиничные предприятия, влияние.

*V. A. Larionov, I. N. Efremenko, O. A. Mitko*

**ROLE OF DIGITAL MARKETING  
AND INFLUENCE OF SOCIO-DEMOGRAPHIC FACTORS  
IN PROMOTION OF HOTEL SERVICES**

**Annotation**

Study, giving in article, focuses on analysis of role of socio-demographic factors in manifestation of certain trends in sphere of interest in tourist services. At the same time, the key role of digital marketing in promotion of hotel services is analyzed. It is concluded that, given the current socio-demographic characteristics of marketing environment, Internet-marketing in this situation is undoubtedly a valuable resource for the hotel business.

Study proves that the importance of digital marketing as a communication platform for interaction with customers and partners and analytical platform for research and further verification of results will increase, given the current degree of development in Russia of digital model of economy.

**Keywords**

Digital marketing, social and demographic factors, hotel enterprises, influence.

**Введение**

В современных условиях на возможности развития рынков оказывает влияние состояние макросреды, в частности представительности потребитель-

ского сегмента и условий выстраивания взаимоотношений с клиентами в рамках цифрового пространства. Факторы макросреды во многом определяют условия и возможности развития бизнеса в раз-



личных отраслях и сферах. Маркетинговая среда, в особенности ее социально-демографическая составляющая оказывает ключевое влияние на развитие туризма и, соответственно, гостиничного бизнеса. Так, основные демографические показатели позволяют судить о размерах и прогнозных значениях потенциального рынка, популярности предлагаемых услуг исходя из половозрастной структуры потенциальных потребителей.

Социальные критерии определяют популярность тех или иных ценовых предложений, ценностных ориентиров и предпочтений, основывающихся на культурном уровне, образовании, привычной социальной среде и осознаваемых потребностях в организации быта, досуге, потребностях. Как отмечают исследователи, в сложившейся мировой социо-экономической системе проявляются определенные тренды влияния макросреды, которые напрямую связаны с качественными и, как следствие, количественными изменениями в экономике, технологиях, демографии, социальной картине современного мира [1].

Влияние любых факторов, включая инновации, формирование экономики знаний, активное перемещение населения, становление экономики развлечений, может иметь под собой ряд положительных и отрицательных последствий для социума в целом и для туризма и гостиничного бизнеса в частности [2]. К положительным аспектам подобного рода принято относить, например, критерий прироста населения, поскольку при увеличении населения растет потенциальный рынок потребителей туристических услуг, спрос на услуги средств размещения. К положительному фактору воздействия можно отнести и увеличение продолжительности жизни населения, а также повышение качества жизни взрослых и пожилых индивидов, которые склонны проводить свой досуг,

например, получая новые впечатления в процессе путешествий.

### **Материалы и методы**

Положительные изменения для сферы туризма и гостиничного бизнеса продиктованы также увеличением доли пожилого населения, в том числе работающего, имеющего определенные сформированные желания и интенции, которые они могут реализовать, имея соответствующий доход. Во многом этому способствует прогресс в области развития медицинских технологий, поскольку члены социума могут поддерживать определенное качество жизни и проводить досуг в свое удовольствие. Наряду с этим активно развивается такое направление, как медицинский туризм, привлекающий «возрастной сегмент» потребителей, предпочитающих совмещение отдыха с лечением и коррекцией состояния здоровья.

Другим позитивным фактором можно считать нацеленность населения на ведение здорового образа жизни, что способствует развитию рынка органического продовольствия и услуг фитнес-клубов. Эта же тенденция стимулирует развитие активного туризма, сбалансированных нагрузок в путешествиях и т. д. Как одно из поднаправлений в данном направлении развивается посещение «ферм красоты» и различных СПА-салонов на известных курортах, на территории здравниц и просто за чертой мегаполисов, где предлагаются услуги восстановления жизненных сил, правильных нагрузок на организм, восстановления природных биоритмов. Во многом данное предложение ориентировано на женскую целевую аудиторию, которая стала в последнее время экономически активной и может самостоятельно планировать и оплачивать свой отдых.

Положительное влияние на развитие туризма и гостиничного бизнеса оказывают также массовые миграции населения и современные коммуника-

ционные технологии, позволяющие использовать сервисы бронирования, обмена информацией, получения доступа к сведениям о местах размещения, предполагаемых дистанциях и отзывах о них у профессионалов индустрии и потребителей.

Определенный вклад в отмеченные процессы вносит также в рост популярности в мире второй и третьей карьеры, что предполагает как наращивание интереса к получению образовательных услуг за рубежом, так и последующие зарубежные стажировки, вообще построение собственной карьеры в стране, отличной от страны первичного проживания. Тем не менее, наряду с множеством положительных факторов воздействия маркетинговой социально-демографической среды, можно отметить, что часть происходящих в социуме и специфике потребления изменений можно отнести к негативно воздействующим и/или условно негативно воздействующим на развитие туризма и гостиничного бизнеса. Большинство из этих факторов, не напрямую, а косвенно, оказывают разностороннее воздействие на социум и различные сферы его жизнедеятельности. Так, экологические стандарты для бизнеса вносят определенные корректировки в работу и удорожают различные бизнес-процессы, урбанизация меняет «профиль» планеты в целом, нехватка ресурсов и времени создает ограничения для полноценного досуга и отдыха индивидов, а рост консьюмеризма и усиление роли прав и защиты потребителей создают различные сложности для бизнеса, в том числе туристического и гостиничного. Представляется, что влияние факторов маркетинговой социально-демографической среды на развитие туристского и гостиничного сектора необходимо исследовать для выявления определенных закономерностей и построения обоснованных прогнозов. Население в условиях цифровизации экономики адаптировано на

получение информации, в том числе об услугах гостиниц, из интернет-источников, проводит свободное время и деловое общение на площадках социальных сетей, что, априорно, делает востребованным интернет-маркетинг в работе гостиничных сервисов.

Сейчас в формирующейся современной цифровой экономике информационно-коммуникационные ресурсы формируют собой платформу для успешного функционирования различных организаций, построения их взаимоотношений с деловыми партнерами, проведения аналитической работы, мониторинга рыночных реалий, маркетинговых исследований потребительских предпочтений, реакции на новинки и внедряемые бонусные программы и т. д. Данная платформа, в принципе, внесла существенные коррективы в организацию коммуникационного продвижения продуктов и имиджа организаций, сбор и анализ данных, отслеживание динамики потребительского спроса и организацию работы с целевыми аудиториями, что крайне актуально для сферы функционирования гостиничных предприятий. Во многом это обстоятельство опосредовано тем, что потенциальные потребители услуг средств коллективного размещения являются активными пользователями Интернета. Так, согласно данным из ежегодного Отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Интернет в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития», активно Интернетом пользуются более 88 % молодежи, порядка 75 % людей среднего возраста; более 50 % пользователей в возрасте от 54 до 64 лет; среди мужчин старше 65 лет каждый третий является пользователем Интернета [3, с. 3].

Согласно данным отмеченного выше доклада граждане различных возрастных групп являются активными интернет-пользователями (рис. 1).

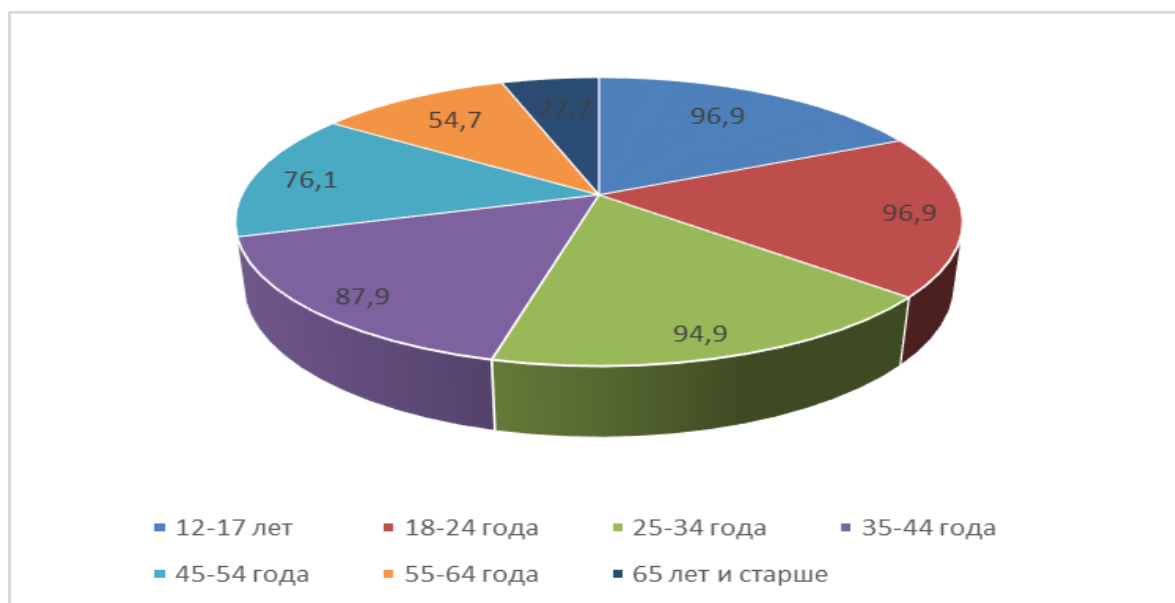


Рисунок 1 — Долевое распределение пользователей сети Интернет за последний месяц в отдельных возрастных группах, сентябрь 2017 — февраль 2018 гг. [4, с. 22]

Согласно имеющимся исследовательским данным можно отметить, что социальный статус не имеет большого значения в плане пользования Интернетом. Так, «среди руководителей и ведущих специалистов подобных людей порядка 95 %, среди учащихся и студентов — не менее 97 %, среди домохозяйек — почти 88 %, среди безработных — порядка 70 %; среди пенсионеров — это

почти каждый третий» [4, с. 22]. Характеризуя также сформированность цифровой экономики в нашей стране, укажем, что в 2017 г. согласно данным исследования Digital Society Index, которое было проведено агентством Dentsu Aegis Network, Россия попала в десятку стран, являющихся лидером цифровой экономики (табл. 1).

Таблица 1 — Рейтинг Digital Society Index, 2018 [5]

Топ-10 мировой цифровой экономики		Динамика		Вовлеченность		Доверие	
1	Великобритания	1	США	1	Великобритания	1	Китай
2	США	2	Великобритания	2	Китай	2	Германия
3	Китай	3	Германия	3	США	3	Великобритания
4	Германия	4	Франция	4	Австралия	4	Австралия
5	Франция	5	Австралия	5	Франция	5	Франция
6	Австралия	6	Япония	6	Германия	6	США
7	Испания	7	Испания	7	Россия	7	Испания
8	Италия	8	Китай	8	Испания	8	Италия
9	Япония	9	Италия	9	Италия	9	Россия
10	Россия	10	Россия	10	Япония	10	Япония

На основе приведенных аналитических данных наибольший балл присвоен России по критерию вовлеченно-

сти пользователей, что еще раз свидетельствует о высокой активности россиян в Интернете.

## Результаты

Представленные данные свидетельствуют об актуальности построения аналитической работы и коммуникаций с потребителями в сфере гостиничного бизнеса посредством цифрового маркетинга. Это обстоятельство отсылает нас к необходимости более детального рассмотрения сути концепции цифрового маркетинга. Применительно к гостиничному сектору концепция цифрового мар-

кетинга позволяет гостиничным предприятиям полноценно осуществлять мероприятия в рамках стратегического, социально ориентированного маркетинга, маркетинга взаимоотношений, упростить проведение исследований и построения коммуникаций с целевой аудиторией, включая в себя веб-ресурс и поисковую оптимизацию, интернет-рекламу, SSM-маркетинг, SMS-маркетинг, мобильный маркетинг (табл. 2).

Таблица 2 — Основные ресурсы интернет-маркетинга\*

Ресурс	Характеристика
Веб-ресурс и поисковая оптимизация	Информационные блоки, содержащие сведения, актуальные для целевой аудитории; инструменты построения взаимодействия с целевыми сегментами. Основная решаемая задача состоит в создании спроса и бронировании номеров гостиничного предприятия
Интернет-реклама (контекстная, нативная)	Представляет интерес для клиентов, осуществляющих поиск гостиничных услуг; нативная реклама не вызывает отторжения, поскольку формирует ощущение того, что клиент сам принимает решение без оказания на него навязчивого коммуникационного давления
Маркетинг в социальных медиа	Акцент делается на привлечении пользователей социальных сетей к сайту гостиничного предприятия, создании интереса и привлечении внимания к сервисным продуктам коллективного средства размещения
Мобильный маркетинг	Предполагает доведение до клиентов актуальной информации и оперативное получение от них обратной связи, позволяющей анализировать складывающиеся тенденции (для данного общения необходим планшет, смартфон, мобильный телефон)
SMS-маркетинг	Выступает составляющей прямого маркетинга, позволяет упростить процесс регистрации клиентов, оповещения их о различных акциях и клиентских программах

\* Составлена на основании данных источника [6].

## Обсуждение

Подчеркнем, что веб-сайт гостиничного предприятия представляет собой место встречи с потенциальными клиентами и должен изначально заинтересовать, а также обладать наиболее удобным и простым интерфейсом. Очень важно расположить всю важную и актуальную для потребителя информацию таким образом, чтобы он сразу мог ее обнаружить, то есть все, что необходимо клиенту, изначально нужно размещать на главной странице сайта. Необходимо также учесть, что результаты проводимых эмпирических исследований и замеров свидетельствуют о том, что, если время поиска нужной информации на сайте для потенциального потребителя превышает 30 секунд, гостиничное предприятие рискует потерять порядка

половины трафика, так как заинтересованные в искомой информации пользователи перейдут на другой ресурс [7].

Клиенты гостиничного предприятия положительно оценят описание объектов, находящихся в зоне пошаговой доступности от места их размещения, в особенности, если будет размещена карта и пошаговые инструкции. Целесообразным представляется размещать большое количество фотографий и/или видеофайлов, позволяющих оценить предполагаемый объект размещения и территорию вокруг. Еще одной из востребованных практических рекомендаций можно считать предоставление контактов менеджеров гостиницы крупным шрифтом, чтобы клиенты могли без затруднений уточнить актуальную информацию о наличии номерного фонда. В этом смысле оправ-

данной является форма, предполагающая то, что потенциальный потребитель оставит свои контактные данные и ему оперативно перезвонят, чтобы удовлетворить его запрос и помочь с бронированием. Другим значимым инструментом является организация форумов потребителей, где они могут задать вопросы, охарактеризовать свое впечатление, оценить оказанные им услуги, уточнить причину их сомнений и/или беспокойства. Подобные дискуссионные площадки представляют собой ценный аналитический ресурс для предприятий, оказывающих услуги размещения.

### Выводы

Учитывая сложившиеся социодемографические характеристики маркетинговой среды, цифровой маркетинг представляет собой ценный ресурс для гостиничного бизнеса. Значение его в качестве коммуникационной платформы взаимодействия с клиентами и партнерами и аналитической платформы для проведения исследований, и дальнейшей верификации полученных результатов будет возрастать, учитывая актуальную степень развития в России цифровой модели экономики. Современным гостиничным предприятиям необходимо грамотно анализировать происходящие в этой сфере новации и адаптивно внедрять в собственную деловую практику.

### Библиографический список

1. *Бурнацева, Э. Р.* Влияние социально-демографических факторов на тенденции развития международного туризма и гостиничного бизнеса // *Маркетинг услуг*. — 2011. — № 4 (28). — С. 280–293.
2. *Cetron, M. J.* 10 Travel Trends // *Travel Weekly*. — 11.06.2008. — P. 1.
3. Интернет в России в 2017 г. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. — М., 2018.

4. *Веселов, С. В.* Диджитал-трансформация образования в коммуникационно-рекламной индустрии // *Материалы 23 междунар. науч.-метод. конф. зав. кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений*. — М., 2019.

5. Digital Society Index, 2018. Framing the future. Dentsu Aegis Network. 2018.

6. *Баумгартен, Л. В.* Анализ концепций маркетинга в гостиничном бизнесе // *Маркетинг услуг*. — 2015. — № 2. — С. 110–117.

7. *Скобенко, С. В.* Интернет-маркетинг для отелей: возможности, решения и опыт // *Интернет-маркетинг*. — 2015. — № 2 (86). — С. 86–94.

### Bibliographic list

1. *Burnatseva, E. R.* Influence of social and demographic factors on development trends of international tourism and hotel business // *Marketing of services*. — 2011. — № 4 (28). — P. 280–293.
2. *Cetron, M. J.* 10 Travel Trends // *Travel Weekly*. — 11.06.2008. — P. 1.
3. Internet in Russia in 2017. State, trends and prospects of development. Industry report of Federal Agency for press and mass communications. — М., 2018.
4. *Veselov, S. V.* Digital-transformation of education in communication and advertising industry // *Proceedings of 23rd international scient.-methodolog. conf. of heads of departments of marketing, advertising, PR, design and related areas*. — М., 2019.
5. Digital Society Index, 2018. Framing the future. Dentsu Aegis Network. 2018.
6. *Baumgarten, L. V.* Analysis of marketing concepts in hotel business. — 2015. — № 2. — P. 110–117.
7. *Skobenko, S. V.* Internet marketing for hotels: opportunities, solutions and experience // *Internet marketing*. — 2015. — № 2 (86). — P. 86–94.

*Э. А. Мамаев, Д. С. Хамбурова*

## ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЁРСТВО НА ТРАНСПОРТЕ

### Аннотация

В работе рассматриваются вопросы нормативно правового-обеспечения реализации проектов государственного и частного партнерства, определены задачи и цели каждого участника соглашения, затрагиваются вопросы развития железнодорожного транспорта, механизма формирования государственного и частного партнёрства в железнодорожной отрасли. Предложены и проанализированы методики отбора проектов на начальном этапе рассмотрения с использованием метода «смещенного идеала», а также рейтинговый метод оценки. Даны рекомендации по использованию каждого из этих методов.

В работе также рассматриваются примеры реализации концессионных проектов государственного и частного партнерства с ОАО «РЖД».

### Ключевые слова

Инвестиционные ресурсы, государственное и частное партнерство, транспортная отрасль, инвестиции, сферы деятельности, партнерские отношения, распределение средств, показатели эффективности проектов, методы оценки.

*E. A. Mamaev, D. S. Hamburova*

## PUBLIC AND PRIVATE PARTNERSHIP IN TRANSPORT

### Annotatoin

Article considers the issues of regulatory support for implementation of public and private partnership projects, defines the goals and objectives of each party to agreement, addresses the development of railway transport, mechanism for formation of public and private partnerships in the railway industry. Methods for selecting projects at initial stage of consideration using the «shifted ideab» method are proposed and analyzed, as well as a rating estimation method. Recommendations on the use of each of these methods are given. Article also examines examples of the implementation of concession projects of public and private partnerships with Russian Railways.

### Keywords

Investment resources, public and private partnerships, the transport industry, investments, areas of activity, partnerships, distribution of funds, project performance indicators, evaluation methods.

### Введение

В условиях ограниченности инвестиционных ресурсов экономика транспортной и других инфраструктурных отраслей требует развития концептуальных решений по сохранению и модернизации основных фондов. Российской экономике необходимы новые инвестиции, привлечение частного бизнеса, зарубежного капитала. Использование ин-

струментария государственно-частного партнерства (ГЧП) позволяет решить как на государственном, так и на региональном уровне вопросы о целенаправленном использовании инновационных и инвестиционных потенциалов для решения конкретных государственных задач, которые будут рассмотрены в настоящей статье. Для структуризации и определения правовых основ соглаше-



ний между государством и частным бизнесом был принят Федеральный закон № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» и Федеральный закон 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципальном партнерстве в РФ и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» [1]. Для расширения форм взаимодействия и сотрудничества государства с частными компаниями в субъектах Российской Федерации принимаются законы, нормативные акты о порядке реализации ГЧП на региональном уровне.

Нормативно-правовое обеспечение реализации проектов ГЧП включает решения разных уровней административно-территориального управления, такие как: соглашения по целевым инвестициям; международные консорциумы по реализации крупномасштабных проектов; налоговые преференции и другие нормативно-правовые акты, направленные на стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности; документы, регламентирующие развитие различных сфер и инвестиционной деятельности в регионе (Стратегии, Программы, Постановления, Законы, Положения); документы, регламентирующие качество жизни на уровне муниципальных образований.

#### **Материалы и методы**

В числе критериев оценки проектов ГЧП можно выделить следующие:

- срок окупаемости — проект должен быть окупаем в течение срока его жизни с учетом нормативных сроков окупаемости по номенклатуре основных фондов;

- рабочие места — проект должен создавать новые рабочие места, что определяет социальный и бюджетный эффект для региона;

- безубыточность проекта — определяет устойчивость проекта к внутренним и внешним изменениям;

- реальные инвестиции, минимальные инвестиции с учетом отрасли и

вида деятельности предприятия — нижние границы для поддержания проектов, направленные на сбалансированное развитие региональной экономики;

- средняя заработная плата работников на вновь создаваемых рабочих местах — не ниже средней по региону, определяет по сути «инновационность» проекта;

- рекомендации по ставке дисконтирования, расчеты с дисконтированием потоков — учет внешних и внутренних рисков проекта и др. [2].

Проблема повышения инвестиционной привлекательности проектов ГЧП, в первую очередь, связана с многовариантностью региональной нормативно-правовой базы, требующей специального анализа и учета в документах обоснования инвестиций.

Индивидуальный подход государства по выбору проектов ГЧП позволит повысить эффективность расходования бюджетных средств для развития различных сфер деятельности.

#### **Обсуждение и результаты**

Основной перечень достигаемых целей и решаемых задач при реализации проектов ГЧП применительно к транспортной отрасли и железнодорожного транспорта может быть сформулирован следующим образом:

- эффективное использование бюджетных средств, государственного имущества;

- развитие региональной экономики, инновационной среды;

- реконструкция и обновление объектов инфраструктуры железнодорожного транспорта;

- привлечение инвестиций и ресурсов крупных частных компаний для решения экономических задач;

- получение финансовой выгоды в виде налоговых отчислений, снижения объема дотаций и финансирования отрасли.

При реализации ГЧП интересы инвесторов и частных компаний, участ-

ников могут быть локализованы в следующих направлениях:

- развитие инфраструктурной составляющей бизнеса;
- получение прибыли при минимальных рисках;
- использование ресурсов государства при реализации бизнес-проектов, снижение рисков;
- возможность использования монопольных объектов, капиталоемких сооружений с последующей их полной или частичной приватизацией;
- организация совместного бизнеса.

Железнодорожный транспорт играет ключевую роль в социально-экономическом развитии Российской Федерации, ОАО «РЖД» входит в пятерку самых крупных компаний страны,

и ГЧП может быть рассмотрено в виде стратегического вектора развития взаимодействия и сотрудничества государства и бизнеса. Интересы государства по развитию железнодорожной транспортной отрасли носят исключительно приоритетный характер, и утвержденную Правительством Российской Федерации Стратегию развития железнодорожного транспорта в РФ до 2030 г. следует рассматривать как один из крупнейших проектов ГЧП [5].

Нужно отметить, что региональное законодательство (субъектов РФ) в сфере инвестиционной политики предусматривает предоставление налоговых льгот проектам на основании бизнес-планов и анализа условий, подтверждающих «финансовую состоятельность» выгодополучателя (рис. 1).

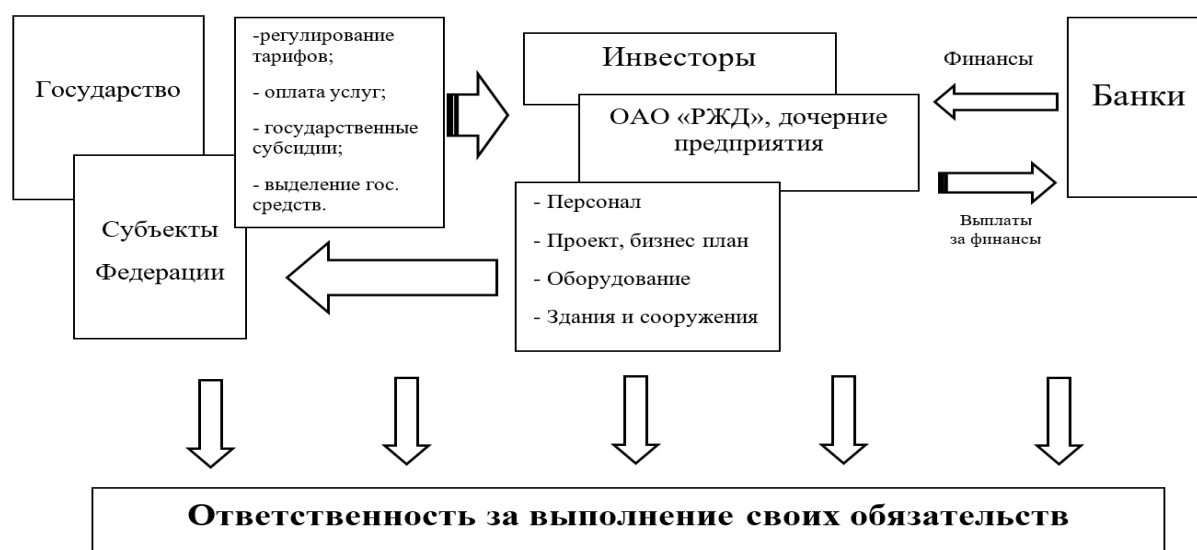


Рисунок 1 — Механизм ГЧП в железнодорожной отрасли

Проекты ГЧП в разных сферах могут совпадать по направлениям реализации, но содержать различные варианты реализации, использовать различные технологические и технические решения, привлекать партнеров с разными условиями и финансовыми возможностями.

Рассмотрим вариант реализации конкурсного отбора наиболее эффективного проекта с использованием элемен-

тов метода «смещенного идеала». На предварительном этапе анализа предложенных проектов ГЧП нужно сформировать основные показатели и критерии выбора (предпочтения). Возьмем за основу качественные показатели оценки проектов в регионах [6, 10, 13, 14]. На первом этапе выделим наиболее значимые показатели и критерии проектов (табл. 1).

Таблица 1 — Основные показатели эффективности проектов

Основные показатели	Проекты			Показатели эффективности	
	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_{i, max}$	$X_{i, min}$
Затраты на реализацию проектов. $K_1$ тыс. руб.	110 000	78 000	95 000	78 000	110 000
Доходы от реализации проектов. $K_2$ , тыс. руб.	60 000	32 000	48 000	32 000	60 000
Риски. $K_3$ (относительный показатель)	0,3	0,4	0,6	0,3	0,6
Срок реализации проекта, $K_4$ , лет	6	7,5	5	5	7,5
Срок окупаемости. $K_5$ , лет	5	7	4	4	7
Приоритетность, $K_6$ (баллы)	4	7	6	4	7
Степень обеспеченности собственными финансовыми средствами. $K_7$ , (баллы)	4	2	3	2	4
Уникальность инвестиционного проекта (по масштабу по продукции, по технологиям). $K_8$ , баллы	5	6	8	5	8

Определим показатели наилучшего  $X_{i,max}$  и наихудшего объекта  $X_{i,min}$ , которые характеризуются наибольшим и наименьшим показателем эффективности (в контексте выбранного показателя). Представленные варианты определяются максимальными и минимальными значениями, с помощью которых можно оценивать различные варианты проектов с точки зрения «близости к идеальному варианту».

Основные показатели проектов  $x_{ij}$ ,  $i=1,2, \dots, n$  (для примера  $n=8$ ) для проектов  $j=1,2, \dots, m$  (для примера  $m=3$ ) имеют различный масштаб и единицы измерений. Приведем их к шкале  $[0;1]$  по формулам (1)-(2). Нормированные по (1)-(2) показатели проектов приведены в таблице 2.

Если предпочтительно значение  $X_{max}$ :

$$x_{ij} = \frac{(X_{i,max} - x_{ij})}{(X_{i,max} - X_{i,min})}, \quad (1)$$

если предпочтительно значение  $X_{min}$ :

$$x_{ij} = \frac{(x_{ij} - X_{i,min})}{(X_{i,max} - X_{i,min})}, \quad (2)$$

где  $x_{ij}$  — значение  $i$ -го показателя для проекта  $j$ .

Таблица 2 — Обработанные результаты проектов

$i$	$\bar{x}_{i1}$	$\bar{x}_{i2}$	$\bar{x}_{i3}$
1	0,00	1,00	0,47
2	1,00	0,00	0,57
3	1,00	0,67	0,00
4	0,60	0,00	1,00
5	0,67	0,00	1,00
6	0,00	1,00	0,67
7	1,00	0,00	0,50
8	0,00	0,33	1,00

Далее определим степень важности каждого показателя в конкретных условиях принятия решения на базе оценок экспертов методом парных

сравнений. В таблице 3 ставится оценка 1, если показатель по строке предпочтительнее эксперту перед показателем по столбцу, и 0, если наоборот. Возможен

вариант компромисса — показатели равнозначны для эксперта, тогда балл делится «пополам». При доминировании одного проекта над другим (если  $\bar{x}_{ik} \geq \bar{x}_{ir}$  для всех  $i=1,2,\dots,n$ ) доминируемый проект исключается из рассмотрения (то есть проект  $r$ ). В представленном примере доминируемых проектов нет. Определим суммарный приоритет каждого показателя (графа «Сумма баллов»),  $S_i$  и «Вес показателя»,  $\sigma_i$ . Линейная оценка веса, представленная в таблице 3, определяется по формуле

$$\sigma_i^I = \frac{S_i}{\sum_i S_i}. \quad (3)$$

На практике предпочтительна формула оценки нелинейного (экспоненциально убывающего) веса показателя:

$$\sigma_i^{II} = A \exp(-(n - S_i)), \quad (4)$$

где  $A$  — коэффициент, определяющий максимальный вес показателя,  $n$  — число показателей. В таблице 3 представлены расчеты при  $A=5$  и  $t=8$ .

В отличие от метода «смещенного идеала», когда ЛПР исключает из рассмотрения последовательно неудовлетворительные варианты проектов, предлагается использовать рейтинговый метод оценки проектов с использованием метода  $\sigma_i^I$  или  $\sigma_i^{II}$ .

Таблица 3 — Парные сравнения основных показателей проектов

Основные показатели	Основные парные показатели								Сумма баллов, $S_i$	Вес показателя	
	1	2	3	4	5	6	7	8		$\sigma_i^I$	$\sigma_i^{II}$
Затраты на реализацию проектов	0	1	1	1	0	1	1	1	6	0,214	0,677
Доходы от реализации проектов	0	0	0	1	1	1	0	1	4	0,143	0,073
Риски	0	1	0	1	1	1	1	0	5	0,179	0,199
Сроки реализации проектов	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0,036	0,004
Срок окупаемости	1	0	0	1	0	1	0	1	4	0,143	0,073
Приоритетность	0	0	0	1	0	0	0	1	2	0,071	0,010
Степень обеспеченности собственными финансовыми средствами	0	1	0	0	1	1	0	1	4	0,143	0,073
Уникальность инвестиционного проекта (по масштабу, по продукции, по технологиям)	0	0	1	1	0	0	0	0	2	0,071	0,010
Всего									44	1	1,119

Выбор проекта определяется интегральным рейтингом:

$$R_j^I = \sum_{i=1}^n \sigma_i^I \bar{x}_{ij} \quad \text{или} \quad R_j^{II} = \sum_{i=1}^n \sigma_i^{II} \bar{x}_{ij}. \quad (5)$$

Таблица 4 — Выбор проекта на базе рейтинговых оценок

	По $R_j^I$			По $R_j^{II}$		
	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_1$	$X_2$	$X_3$
Затраты на реализацию проектов	0,0000	0,2143	0,1004	0,0000	0,6767	0,3172
Доходы от реализации проектов	0,1429	0,0000	0,0816	0,0733	0,0000	0,0419
Риски	0,1786	0,1190	0,0000	0,1991	0,1328	0,0000
Сроки реализации проектов	0,0214	0,0000	0,0357	0,0022	0,0000	0,0036
Срок окупаемости	0,0952	0,0000	0,1429	0,0488	0,0000	0,0733
Приоритетность	0,0000	0,0714	0,0476	0,0000	0,0099	0,0066
Степень обеспеченности собственными финансовыми средствами	0,1429	0,0000	0,0714	0,0733	0,0000	0,0366
Уникальность инвестиционного проекта	0,0000	0,0238	0,0714	0,0000	0,0033	0,0099
<b>Итоговый рейтинг</b>	<b>0,5810</b>	0,4286	0,5511	0,3967	<b>0,8227</b>	0,4891

Как видно из результатов расчетов, использование не линейных, а экспоненциально убывающих весов показателей при выборе проектов имеет существенное значение. Отметим, что при таком подходе не возникает коллизий при выборе решения в отличие от метода «смещенного идеала».

Очевидно, что интересы участников проектов ГЧП разные: для представителей бизнеса это получение прибыли, быстрых дивидендов или долгосрочных партнерских отношений, для государства региональных властей — экономия государственного бюджета, развитие региональной экономики, решение социальных и других вопросов. Поэтому проявляется неравномерность распределения средств ГЧП в различных сферах деятельности (рис. 1), при этом сроки реализации этих проектов

тоже различные: для коммунальной сферы — 13 лет, социальной — 11,5 лет, транспортной — 12 лет, в энергетической сфере — 10 лет.

Особое значение государственно-частному партнерству отводится в транспортной отрасли в связи с необходимостью развития высокоскоростного движения, обновления, реконструкции и строительства инфраструктуры железнодорожного транспорта [3, 4, 9, 11].

Механизм ГЧП в железнодорожной отрасли включает взаимодействие всех участников процесса, направленного на выполнение условий договора (соглашения), это: государство, органы исполнительной власти, субъекты Российской Федерации, ОАО «РЖД» со всей инфраструктурой, банки, инвесторы (рис. 2).



Рисунок 2 — Распределение средств ГЧП в различных сферах деятельности

Примерами удачных партнерских отношений государства и бизнеса в железнодорожной отрасли могут служить перспективные направления строитель-

ства высокоскоростных железнодорожных магистралей Москва — Санкт-Петербург, Москва — Нижний Новгород, Санкт-Петербург — Бусловская,

при использовании уже существующей инфраструктуры, а также строительство участков «Урал промышленный — Урал полярный», «Белкомур», Кызыл-Курагино, Нарын — Лукоган, а также проекты по строительству подъездных путей к месторождениям полезных ископаемых [3].

Наиболее перспективными проектами в сфере развития транспортной инфраструктуры в формате ГЧП являются проекты, направленные на строительство и реконструкцию: автодорожных обходов населенных пунктов; мостов; тоннелей; железнодорожных переездов; аэровокзальных комплексов; портовых терминалов; мультимодальных логистических комплексов [4, 5, 15].

Участие ГЧП в железнодорожной отрасли будет носить отраслевой или межотраслевой характер. Отраслевой характер предусматривает привлечение бизнес-инвесторов из транспортной отрасли, а межотраслевое участие предполагает привлекать инвесторов из различных отраслей, что характерно для крупных финансовых проектов с совпадением экономических интересов государства и других сфер народного хозяйства [12, 15].

Большую часть проектов, которые выполнялись в рамках ГЧП по строительству новых участков железных дорог, можно отнести к региональным проектам. Строительство отдельных линий участков железной дороги, которые соединяют сырьевую базу, промышленные предприятия, транспортные терминалы, решает проблемы макроэкономического уровня.

### **Выводы**

При выборе проектов ГЧП необходимо, безусловно, учитывать государственные интересы, экономическую и социальную значимость проектов, срок окупаемости и долгосрочные партнерские отношения государства и бизнес структур, а также внешние и внутренние риски.

На начальном этапе отбора проектов, при многообразии различных вари-

антов и предложений, необходимо использовать математические инструментари, в частности рейтинговый метод оценки, который позволяет комплексно учитывать основные показатели эффективности проектов ГЧП, степень важности и приоритетности каждого показателя. Сравнительная оценка вариантов проектов с учетом степени близости каждого проекта к идеальному варианту позволяет производить оценку по экспоненциально убывающим весовым показателям, определяя наиболее предпочтительный проект для решения поставленной задачи и достижения поставленной цели.

Крупномасштабные проекты ГЧП в сфере транспорта, такие как строительство новых участков железных дорог, являются долгосрочными и требуют больших инвестиционных вложений. Проекты ГЧП связаны также с модернизацией имеющейся инфраструктуры, содержанием и арендой имущества ОАО «РЖД», которые носят специфический характер, обеспечивая национальную и экономическую безопасность.

Можно выделить ряд факторов, которые препятствуют развитию ГЧП в Российской Федерации и в железнодорожной отрасли: административные барьеры, кадровый дефицит, отсутствие доверия между партнерами, государством и представителями частного бизнеса, высокий уровень риска, отсутствие и несовершенство нормативно-правовой базы для частных инвесторов, низкий уровень развития ГЧП в субъектах РФ, отсутствие централизованного управления и координации проектного исполнения.

### **Библиографический список**

1. *Абдуллаева, Р. Р., Муллин, Т. Ф.* Правовые основы государственно-частного партнерства в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Молодой учёный. — 2019. — № 13 (251). — С. 167–169. — Режим доступа: <https://moluch.ru>.



2. Системно-стратегическое управление региональным транспортным комплексом : моногр. / В. А. Жуков, Ф. А. Серебряков, Э. А. Мамаев, С. Г. Шагинян. — Ростов н/Д, 2012.

3. Опыт успешной реализации ГЧП-проектов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mintrans.ru>.

4. Отчет о результатах деятельности Министерства транспорта Российской Федерации (2012–2017 гг.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mintrans.ru>.

5. Стратегия развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 г. : [утв. Распоряжением Правительства РФ от 17.06.2008 № 877].

6. Оценка эффективности проектов ГЧП (история формирования, специфика, подходы и методы). Центр развития ГЧП. Оценка проектов в регионах [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ppt-online.org>.

7. Гуда, А. Н., Мамаев, Э. А. Экономический потенциал развития транспортных предприятий и их государственная поддержка // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2016. — № 9. — Ч. 3. — С. 72–76.

8. Инновационные процессы логистического менеджмента в интеллектуальных транспортных системах : моногр. : в 4-х т. / под общ. ред. Б. А. Лёвина, Л. Б. Миротина. — М., 2015. — Т. 3. Новые крупные инновационные разработки конкретных задач в области логистического менеджмента.

9. Мамаев, Э. А. Повышение инвестиционной привлекательности проектов строительства скоростных магистралей // Транспорт: наука; образование; производство : сб. науч. трудов. — Ростов н/Д, 2018. — Т. 1. Технические и экономические науки. — С. 36–39.

10. Мамаев, Э. А. Региональные транспортные системы в МТК: системно-стратегические вопросы развития // Транспорт: наука; образование; произ-

водство : сб. науч. трудов. — Ростов н/Д, 2017. — Т. 1. Технические науки. — С. 186–189.

11. Мамаев, Э. А. Экономические и технологические основы роста скоростей движения на железнодорожном транспорте // Железнодорожный транспорт. — 2017. — № 5. — С. 34–35.

12. Мамаев, Э. А., Хашев, А. И. Моделирование транспортных систем: выбор системы поддержки принятия решений // Транспорт и логистика: инновационное развитие в условиях глобализации технологических и экономических связей : сб. науч. трудов. — Ростов н/Д, 2017. — С. 72–76.

13. Мамаев, Э. А. Взаимодействие государственных и частных организационных структур в инновационном развитии транспортных систем // Механика и трибология транспортных систем : сб. докладов междунар. науч. конф. : в 2-х т. — Ростов н/Д, 2016. — Т. 1. — С. 49–53.

14. Алибеков, Б. И., Мамаев, Э. А. Модели размещения и развития объектов региональной транспортной системы и приближенный метод их решения // Вестник РГУПС. — 2012. — № 4. — С. 96–105.

15. Мамаев, Э. А. Повышение инвестиционной привлекательности проектов строительства скоростных магистралей // Транспорт: наука; образование; производство : сб. науч. трудов. — Ростов н/Д, 2018. — Т. 1. Технические и экономические науки. — С. 36–39.

16. Мамаев, Э. А., Гузенко, Н. В. Цифровые трансформации в транспортных холдингах: железнодорожный транспорт // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2018. — № 4 (64). — С. 55–61.

17. Мамаев, Э. А., Гузенко, А. В., Гузенко, Н. В. Об устойчивости рыночных сегментов функционирования железнодорожного транспорта // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени К. Л. Хетагурова. — 2012. — № 1. — С. 407–412.

### Bibliographic list

1. *Abdullaev, R. R. Mullin, T. Ph.* Legal basis of public-private partnership in Russian Federation [Electronic resource] // *Young scientist*. — 2019. — № 13 (251). — P. 67–169. — Mode of access : <https://moluch.ru>.
2. System-strategic management of regional transport complex : monograph / V. A. Zhukov, Ph. A. Serebryakov, E. A. Mamaev, S. G. Shaginyan. — Rostov-on-Don, 2012.
3. Experience in successful implementation of PPP projects [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.mintrans.ru>.
4. Report on results of activities of Ministry of Transport of Russian Federation (2012–2017) [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.mintrans.ru>.
5. Strategy for development of railway transport in Russian Federation until 2030 : [app. by Order of Government of RF from 17.06.2008 № 877].
6. Evaluation of effectiveness of PPP projects (history of formation, specifics, approaches and methods). PPP Development Center. Assessment of projects in regions [Electronic resource]. — Mode of access: <https://ppt-online.org>.
7. *Guda, A. N., Mamaev, E. A.* Economic potential of development of transport enterprises and their state support // *Competitiveness in global world: economics, science, technology*. — 2016. — № 9. — Vol. 3. — P. 72–76.
8. Innovative processes of logistics management in intelligent transport systems : monograph : in 4 vol. / ed. by B. A. Levin, L. B. Mirotin. — M., 2015. — Vol. 3. New large-scale innovative developments of specific tasks in the field of logistics management. — P. 337.
9. *Mamaev, E. A.* Improving the investment attractiveness of high-speed highway construction projects // *Transport: science; education; production : collection of articles*. — Rostov-on-Don, 2018. — Vol. 1. Technical and economic sciences. — P. 36–39.
10. *Mamaev, E. A.* Regional transport systems in MTK: system-strategic issues of development // *Transport: science; education; production*. — Rostov-on-Don, 2017. — Vol. 1. Engineering. — P. 186–189.
11. *Mamaev, E. A.* Economic and technological basis for the growth of railway speeds // *Railway transport*. — 2017. — № 5. — P. 34–35.
12. *Mamaev, E. A., Khashev, A. I.* Modeling of transport systems: choice of decision support system // *Transport and logistics: innovative development in context of globalization of technological and economic ties : collection of articles*. — Rostov-on-Don, 2017. — P. 72–76.
13. *Mamaev, E. A.* Interaction of public and private organizational structures in innovative development of transport systems // *Mechanics and tribology of transport systems : collection of reports of international scientific conference : in 2 vol.* — Rostov-on-Don, 2016. — Vol. 1. — P. 49–53.
14. *Alibekov, B. I., Mamaev, E. A.* Models for the placement and development of objects of regional transport system and approximate method for their solution // *Bulletin of RGUPS*. — 2012. — № 4. — P. 96–105.
15. *Mamaev, E. A.* Improving the investment attractiveness of high-speed highway construction projects // *Transport: science; education; production*. — Rostov-on-Don, 2018. — Vol. 1. Technical and economic sciences. — P. 36–39.
16. *Mamaev, E. A., Guzenko, N. V.* Digital transformations in transport holdings: railway transport // *Bulletin of Rostov State University of Economics (RINH)*. — 2018. — № 4 (64). — P. 55–61.
17. *Mamaev, E. A., Guzenko, A. V., Guzenko, N. V.* About the stability of market segments of functioning of railway transport // *Bulletin of North Ossetian State University named by K. L. Khetaurov*. — 2012. — № 1. — P. 407–412.

*О. Н. Миргородская, О. В. Иванченко, Н. А. Дадаян*

## К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

### Аннотация

В статье рассматривается российский онлайн-рынок детских товаров. Проанализированы основные факторы, способствующие росту онлайн-продаж на рынке детских товаров, структура онлайн-покупателей товаров для детей по возрасту, изучена динамика онлайн- и офлайн-продаж в различных сегментах рынка детских товаров. Представлены результаты исследования ключевых платформ и инструментов, использующихся интернет-магазинами при продвижении детских товаров на российский рынок.

### Ключевые слова

Рынок детских товаров, онлайн-продажи, онлайн-покупатели, интернет-ритейлеры, омниканальная торговля, онлайн-магазин, офлайн-магазин, онлайн-заказы, онлайн-среда.

*O. N. Mirgorodskaya, O. V. Ivanchenko, N. A. Dadayan*

## ON QUESTION OF DEVELOPMENT OF ONLINE-SALES OF CHILDREN'S GOODS IN RUSSIAN MARKET

### Annotation

Article considers questions about Russian online-market of children's goods. Authors analyzed the main factors contributing to growth of online-sales in children's goods market, structure of online buyers of children's goods by age, as well as studied the dynamics of online and offline sales in various segments of children's goods market. Results of research of key platforms and tools that use online stores when promoting children's goods to Russian market are presented.

### Keywords

Children's goods market, online-sales, online-shoppers, online-retailers, omnichannel trading, online-store, offline-store, online-orders, online-environment.

### Введение

В настоящее время рынок детских товаров характеризуется большим потенциалом для развития и наличием перспектив роста за счет увеличения доли продаж, осуществляемых в онлайн-среде. Перспективы развития онлайн-продаж на российском рынке детских товаров неразрывно связаны с увеличивающейся в последние годы аудитории интернет-пользователей, доступностью онлайн-каналов и растущим к ним доверием со стороны потребителей. «В целом рынок российской онлайн-торговли вырос на 59 % за 2018 г. Такие данные

следуют из презентации исследования Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ). В 2018 г. он достиг 1,66 трлн руб. — это лучшие темпы роста с 2010 г., т. к. в последние несколько лет прирост был не выше 20 %. По прогнозу АКИТ, по итогам 2019 г. объем рынка онлайн-торговли может увеличиться на 32,5 %, до 2,2 трлн руб.» [1].

«Ритейлеры и бренды сегмента детских товаров через таргетированное онлайн-продвижение получают выход к миллионам потенциальных покупателей на практически неограниченной географии. Запрос на удобство и экономию

времени со стороны потребителей детских товаров способен поддержать дальнейший рост онлайн-продаж в России, а работа ритейлеров над продуктовым предложением, коммуникациями, а также форматами и гибкостью доставки могут ускорить переключение покупателей на интернет-шопинг» [2].

### **Материалы и методы**

Информационно-эмпирическую базу статьи составляют данные международных и российских исследовательских агентств и компаний Nielsen, NPD Group, Euromonitor International, Data Insight, «РБК-исследования рынков», GfK Futurebuy, Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), результаты социологических исследований, отчетность предприятий и брендов, функционирующих на рынке детских товаров, а также результаты вторичных исследований.

Решение поставленных задач осуществлялось на основе применения общенаучных методов познания: группировки, сравнения, логического анализа, обобщения, синтеза полученной информации, а также различных методик графической интерпретации информации.

### **Обсуждение**

Изначально онлайн-продажи на рынке детских товаров развивались в основном за счет крупногабаритных товаров, однако сейчас рост продолжается и за счет товаров небольшого размера. По данным РБК, лидером по продаже детских товаров онлайн является Aliexpress, доля которого составила 59 %, на втором месте — Ozon (27 %), на третьем — «Детский мир» (23 %) [12]. Активному развитию онлайн-продаж на российском рынке детских товаров способствует омниканальная торговая модель. Включение омниканальных возможностей становится для многих ритейлеров логичным продолжением развития онлайн-продаж. Омниканальная система взаимодействия с клиентами на рынке детских товаров позволяет упростить потребителю процедуры покупки, обслуживания и получения необходимых данных. «Рос-

сийский покупатель в среднем заказывает товары для детей в онлайн-магазинах 4,6 раза в год. Это второй показатель после еды — 8,4 раза. В 2015 г. через интернет-магазины реализовывались 8,1 % детских товаров, в 2016 г. — 8,9 %, в 2017 г. — 10,4 %. В 2018 г. 19 % потребителей покупали детские товары онлайн» [10]. Эксперты рынка соглашаются, что детские товары хорошо подходят для продажи через Интернет, т. к. основные покупатели — мамы с детьми до года, которые привязаны к ребенку и не могут позволить себе часто отлучаться в магазин. Интернет позволяет не только найти информацию о товарах, сравнить их, выбрать подходящий, но и не тратить время на походы в магазины. Согласно данным исследования компании GfK Futurebuy, российские потребители детских товаров ценят онлайн за экономию денег (57 % респондентов), широкий выбор (28 %) и возможность получить больше информации о товаре (25 %). Для активных интернет-покупок в будущем потребителям важны: бесплатная доставка (43 % респондентов), скидки на крупные суммы (34 %), программы лояльности (22 %) и большое число отзывов покупателей (19 %) [5]. Согласно исследованию аналитической компании Data Insight, 59 % покупателей, совершающих покупки в интернет-магазинах для детей, — женщины. Сегмент товаров для детей не только «женский» по составу аудитории, но и достаточно молодой: основная часть аудитории сегмента приходится на возрастные группы от 25 до 44 лет (67 %) при среднем показателе для всех товарных категорий в 53 % (рис. 1). Среди молодежи до 25 лет и среди людей старшего возраста покупателей товаров для детей относительно мало: только 13 % покупателей детских товаров моложе 25 лет, и только 20 % — старше 45 (в среднем по всем товарным категориям соответствующие показатели 19 % и 28 %). Максимальный спрос на детские товары фиксируется в категории 25–34 лет — на до-

лю этой группы приходится 48 % покупателей всех онлайн-покупателей товаров для детей (и только в среднем 31 % покупателей в других сегментах рынка e-commerce). Внутри этого десятилетнего интервала покупатели распределены пополам между двумя пятилетними интер-

валами, т. е. аудитория в возрасте 25–34 года является практически равномерно наиболее активной группой покупателей детских товаров в Интернете. Средний возраст онлайн-покупателей детских товаров — 32,3 лет [11].

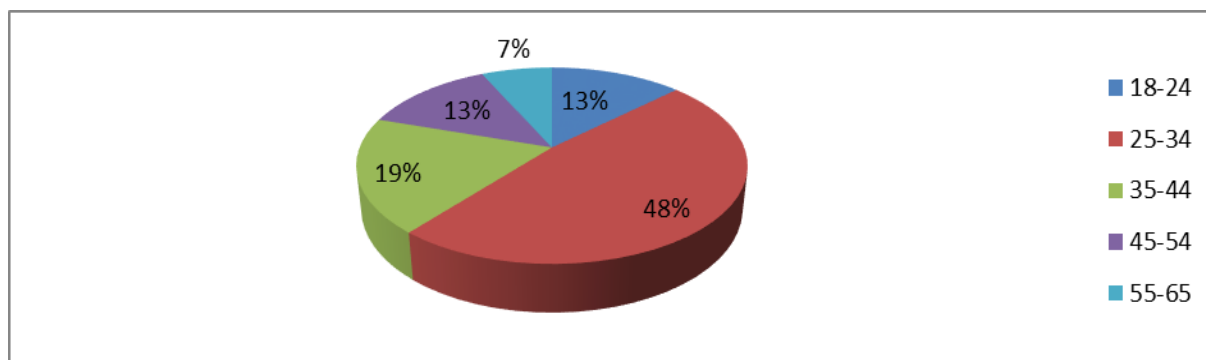


Рисунок 1 — Диаграмма структуры онлайн-покупателей товаров для детей по возрасту [11]

В 2018 г. детские товары приобретали онлайн три из десяти интернет-покупателей. Популярность этой категории выросла на 2,7 п. п. и уже превысила докризисный уровень — продажи детских товаров не так сильно зависят от экономических колебаний, как цифровой и бытовой техники. Многие товары для детей — продукты повседневного спроса, поэтому у них достаточно прочная позиция. Главным образом, этот сегмент развивается за счет роста общей аудитории онлайн-покупателей [6]. Также росту доли лояльных покупателей способствуют старания операторов рынка сделать онлайн-шопинг удобнее за счет постоянного улучшения сервиса своих интернет-магазинов.

По итогам III квартала 2018 г. розничная торговая сеть «Детский мир» увеличила товарооборот онлайн-бизнеса более чем в 2 раза г/г, при этом объем выручки сегмента составил 5,1 млрд руб. за 9 месяцев 2018 г. [3]. Компания продолжает фокусироваться на развитии омниканальной бизнес-модели, максимально эффективно используя логистическую и информаци-

онно-технологическую инфраструктуру для достижения высоких результатов в онлайн-сегменте, предлагая своим покупателям удобный и экономичный сервис. Между тем с детскими ритейлерами все больше конкурируют маркетплейсы и неспециализированные интернет-магазины. Так, оборот интернет-магазина Wildberries в сегменте детских товаров в 2018 г. вырос на 62 % по отношению к 2017 г. — до 23,4 млрд руб., а доля в общем объеме продаж достигла 20 %. Компания планирует расширить пул поставщиков и увеличить ассортимент крупногабаритных товаров до 1,5–2 тыс. SKU. По прогнозам Wildberries, новый ассортимент позволит компании в 2019 году в 2 раза повысить оборот детских товаров [4].

Согласно данным исследования онлайн-рынка детских товаров, проведенного аналитиками компании Data Insight, в период 07.2016 по 06.2017 в интернет-магазинах детских товаров, входящих в ТОП-1000 (без учета универсальных магазинов), было оформлено 7,1 млн заказов на сумму 25,1 млрд руб. Средний чек составил 3,5 тыс. руб.



Конверсия продаж в секторе детских товаров составила 5,3 %. Это средний показатель по рынку. Ближайшие цифры — в интернет-магазинах одежды и обуви и магазинах автозапчастей [8].

В ТОП-1000 российских онлайн-ритейлеров вошло 64 интернет-магазина детских товаров, 52 % из которых не имеют конкретной специализации, 34 % специализируются на игрушках, 14 % — на одежде и обуви. По количеству заказов и объему выручки универсальные интернет-магазины товаров для детей занимают две трети

рынка: 66 % всех заказов и 65 % объема выручки. На магазины детских игрушек приходится 27 % всех заказов сегмента и 29 % всего объема выручки. На магазины детской одежды и обуви приходится 7 % заказов и 6 % выручки [8]. Как показывают данные, представленные на рисунке 2, доля email-трафика у интернет-магазинов детских товаров в два раза выше, чем в среднем у всех категорий. А доля прямых переходов на сайт значительно ниже среднего показателя [8].

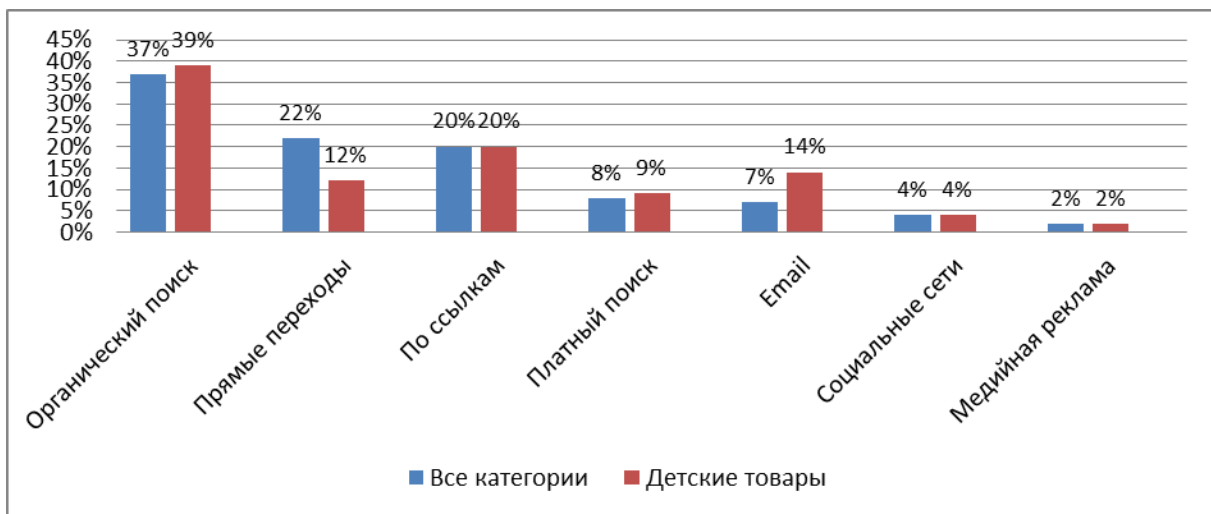


Рисунок 2 — Диаграмма источников трафика интернет-магазинов детских товаров при поисковом продвижении\*

\* Статистические данные приведены по 1000 крупнейшим российским интернет-магазинам по состоянию на первое полугодие 2017 г. [8].

Мобильные технологии постепенно вытесняют стационарные компьютеры и ноутбуки. Так, 57 % трафика сайтов интернет-магазинов в секторе детских товаров принадлежит смартфонам и планшетами, а 43 % — компьютерам и ноутбукам. В Google Play доля детских интернет-магазинов среди общего количества приложений занимает 13 %, в App Store — 11 %.

Наибольшей популярностью в детском сегменте пользуется социальная сеть «ВКонтакте» — так, 97 % интернет-магазинов ведут там собствен-

ные аккаунты. Почти половина детских интернет-магазинов, представленных в «ВКонтакте», имеет более 10 000 подписчиков. Интернет-магазины в детском сегменте в большей степени используют собственные системы создания, управления и редактирования содержимого сайта (CMS) — 52 % интернет-магазинов, Bitrix — 34 %, на 14 % приходятся другие CMS (рис. 3). Статистические данные приведены по 1000 крупнейшим российским интернет-магазинам по состоянию на первое полугодие 2017 г.



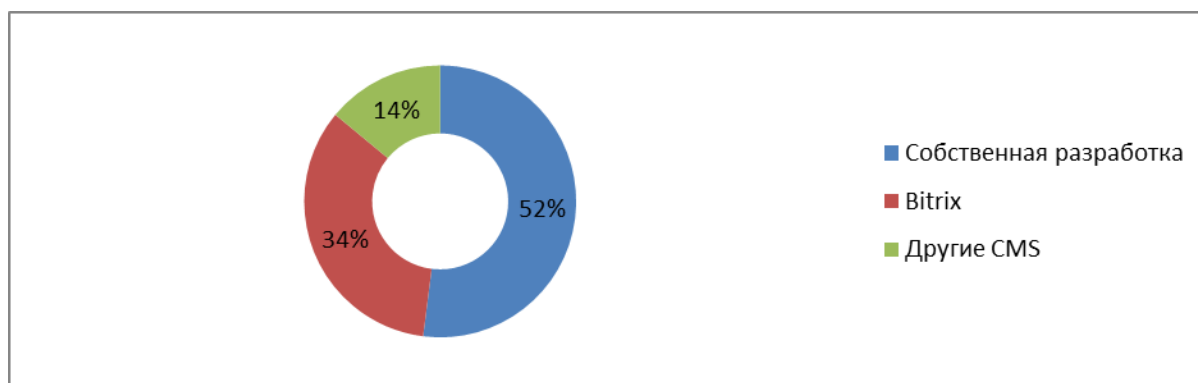


Рисунок 3 — Диаграмма структуры использования CMS интернет-магазинами в секторе детских товаров [8]

Почти треть интернет-магазинов детских товаров не использует email-продвижение. Среди тех магазинов, кто осуществляет новостную email-рассылку

о событиях и акционных предложениях, наиболее популярным сервисом является Unisender (17 %). На другие сервисы приходится 54 % (рис. 4).

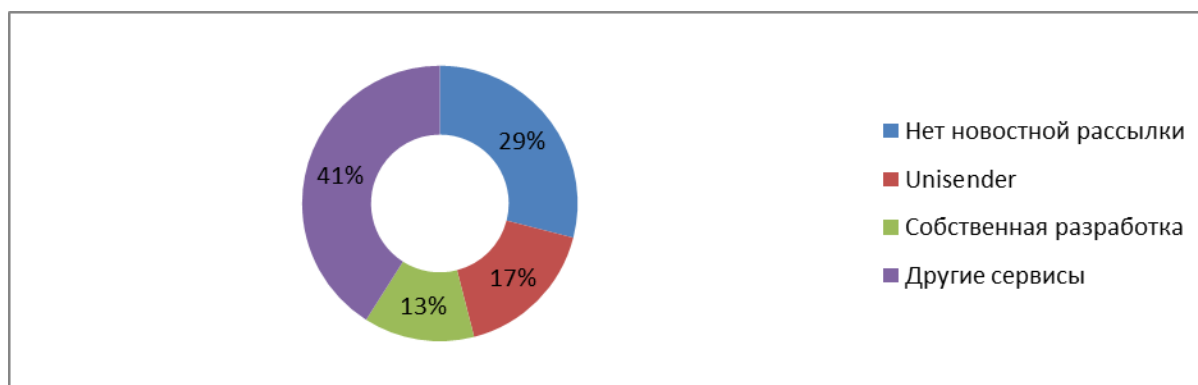


Рисунок 4 — Диаграмма структуры использования интернет-магазинами детских товаров сервисов email-рассылки\*

\* Статистические данные приведены по 1000 крупнейшим российским интернет-магазинам по состоянию на первое полугодие 2017 г. [8].

Сегодня, по оценкам игроков рынка, на онлайн-торговлю в сегменте игрушек приходится около 13 % объема рынка, в сегменте приспособлений для кормления — 5 %, в сегменте крупногабаритных товаров — 25 % [7]. Как правило, в интернет-магазинах покупатели приобретают более дорогие игрушки. Средняя цена купленной игрушки в Сети выше на 60 % и составляет 978 руб. (против 612 руб. в офлайн-магазинах). По данным NPD, почти треть покупок, совершаемых в онлайн-среде, приходится на игрушки стоимостью от 3 тыс. руб., что

вдвое выше, чем на рынке в целом. В то же время цены на одни и те же игрушки в онлайн-магазинах, как правило, ниже, чем в офлайн-магазинах — примерно на 5 %, поэтому покупки, совершаемые на онлайн-площадках, являются одной из форм экономии для покупателей [9]. Можно отметить незначительное различие в рейтинге продаж по категориям игрушек в онлайн- и офлайн-среде. Первые три позиции полностью совпадают как для специализированных магазинов, так и для интернет-магазинов (конструкторы, игрушки для малышей и куклы).

Таблица 1 — Рейтинг категорий по стоимости, 8 месяцев 2017 г. [9]

Категории игрушек	Online	Offline
Конструкторы	1	1
Игрушки для малышей и дошкольников	2	2
Куклы	3	3
Спортивные игрушки	4	5
Игры и паззлы	5	8
Игрушечный транспорт	6	4

Четвертое и пятое место в онлайн-продажах занимают спортивные игрушки и настольные игры, а в обычных магазинах — игрушечный транспорт и спортивные игрушки. В первом полугодии 2018 г. продажи средств по уходу за ребенком и детского питания у интернет-ритейлеров выросли на 40 % в натуральном и на 37 % в денежном выражении к аналогичному периоду прошлого года. В обычных магазинах эти показатели увеличились на 8 % и 6 % соответственно [10].

Крупнейшая категория детских FMCG-товаров — подгузники — показала значительный рост продаж в натуральном выражении на 28 % в интернет-магазинах, при этом продажи в офлайн-магазинах снизились на 2 %. Благодаря подгузникам, как товару первой необходимости, идет переключение покупателей из офлайна в онлайн-продажи. В денежном выражении подгузники занимают 57 % в структуре оборота в интернет-магазинах и только 32 % оборота в классической рознице. Такие категории, как детские салфетки и заменители грудного молока, характеризуются снижением продаж в офлайн-рознице за анализируемый период, в свою очередь, в интернет-магазинах данные категории показывают рост продаж на 24 % и 34 % соответственно. Наиболее востребованными онлайн-покупками в категории детских товаров являются влажное и сухое детское питание (показатели прироста 59 % и 37 %). В офлайн-магазинах темпы роста значительно ниже — 18 % и 3 %. Можно сделать вывод, что товары для детей в целом и детское питание в частности являются драйвера-

ми роста российского онлайн-рынка из всех категорий FMCG-товаров.

Следует отметить, что хотя цены в онлайн-магазинах на наиболее популярные товарные позиции в среднем на 5–10 % выше, чем в офлайн-среде, покупки детских товаров в интернете отличаются большей премиальностью. Относительная премиальность детских товаров в онлайн-канале обусловлена тем, что интернет-магазины предлагают недоступные в классических точках продаж и более дорогие товарные позиции и бренды, тогда как офлайн-магазины делают ставку на собственные торговые марки и промоакции, адаптируя свое предложение под более экономных покупателей [10].

#### Выводы

Переориентация покупателей на приобретение товаров онлайн — это закономерность развития данного сегмента розничной торговли. В сложившейся экономической ситуации люди еще больше будут стремиться экономить время и искать оптимальные предложения, поэтому доля онлайн-продаж на российском рынке детских товаров будет демонстрировать более высокие темпы роста как за счет молодого поколения онлайн-покупателей детских товаров, так и по мере повышения компьютерной грамотности пожилых людей. На популярности интернет-продаж детских товаров сказывается не только естественный рост интереса к онлайн-покупкам, но существенное удобство приобретения товаров дистанционно ввиду наличия детей, посещение магазина с которыми может быть затруднительно.

Таким образом, в связи с динамичным ростом онлайн-сегмента детских товаров российским игрокам данного рынка стоит уделить особое внимание развитию технологий, удобству ресурсов для привлечения и удержания покупателей в онлайн-канале, а также созданию адаптированных под особенности канала ассортиментных, ценовых и коммуникационных стратегий.

### Библиографический список

1. Аналитика [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.akit.ru>.
2. Большие тренды индустрии товаров для маленьких [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://acgi.ru>.
3. Выручка Детского мира выросла на 16 % г/г [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://bcs-express.ru>.
4. Игрушки уходят в онлайн. Продажи детских товаров в интернете выросли на треть [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.dp.ru>.
5. Исследование GfK: как родители покупают товары для новорожденных [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://acgi.ru>.
6. Кто догоняет AliExpress: онлайн-покупки россиян в 2018 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://pro.rbc.ru>.
7. Обзор рынка детских товаров [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.openbusiness.ru>.
8. Онлайн-рынок детских товаров: аналитика от Data Insight [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://e-pepper.ru>.
9. Продажи игрушек в крупных интернет-магазинах выросли на 44 % [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://acgi.ru>.
10. Родители уходят в онлайн [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.kommersant.ru>.

11. Российский рынок электронной торговли [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.shopolog.ru>.

12. Экономия на детях: импортозамещение vs онлайн торговля? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://sia.ru>.

### Bibliographic list

1. Dimension [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.akit.ru>
2. Big trends in the product industry for small [Electronic resource]. — Mode of access : <https://acgi.ru>.
3. The revenue of the Children 's World grew by 16 % [Electronic resource]. — Mode of access : <https://bcs-express.ru>.
4. Toys go online. Sales of children's goods on the Internet increased by one third [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.dp.ru>.
5. Study GfK: how parents buy goods for newborns [Electronic resource]. — Mode of access : <https://acgi.ru>.
6. Who is catching up with AliExpress: online purchases of Russians in 2018 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://pro.rbc.ru>.
7. Children 's Goods Market Overview [Electronic Resource]. — Mode of access : <https://www.openbusiness.ru>.
8. Online market of children 's goods: analytics from Data Insight [Electronic resource]. — Mode of access : [e-pepper.ru](http://e-pepper.ru).
9. Toy sales in large online stores grew by 44 % [Electronic resource]. — Mode of access : <https://acgi.ru>.
10. Parents go online [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.kommersant.ru>.
11. Russian Electronic Commerce Market [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.shopolog.ru>.
12. Savings on children: import substitution vs online trading? [Electronic resource]. — Mode of access : <http://sia.ru>.

*Н. В. Пржедецкая, В. В. Шевелева, К. А. Рябова*

## **ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **Аннотация**

В последние годы социальные сети превратились в форму интерактивных коммуникаций. Благодаря достижениям в области коммуникационных технологий и ценообразования социальные сети трансформировали доставку и структуру информации и сделали некогда капиталоемкую роль вещания доступной для отдельных людей. Их влияние на уровень общения между людьми и развлечениями было очевидным, равно как и на предприятия, непосредственно связанные с этими отраслями. Однако известно намного меньше о том, как традиционные малые и средние предприятия (МСП) активно используют эти формы сетевого взаимодействия и как они приводят их к повышению эффективности бизнеса. В статье поднимается вопрос выявления наличия взаимосвязи между использованием социальных сетей в бизнесе малых и средних предприятий и успехом их деятельности. Рассматриваются наиболее популярные социальные сети, превратившиеся в форму интерактивного общения, а также перечисляются преимущества использования социальных сетей для повышения эффективности бизнеса.

### **Ключевые слова**

Социальные сети, социальные контакты, вирусный маркетинг, интерактивное общение.

*N. V. Przhedetskaya, V. V. Sheveleva, K. A. Ryabova*

## **IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON ACTIVITIES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES**

### **Annotation**

In recent years, social networks have become a form of interactive communication. With advances in communications technology and pricing, social media has transformed the delivery and structure of information and made the once capital-intensive role of broadcasting accessible to individuals. Their impact on the level of communication between people and entertainment was obvious, as well as on businesses directly related to these industries. However, much less is known about how traditional small and medium-sized enterprises (SMEs) actively use these forms of networking and how they lead to better business performance. Article raises question of identifying the relationship between the use of social networks in business of small and medium-sized enterprises and success of their activities. It discusses the most popular social networks that have become a form of interactive communication, and lists the benefits of using social networks to improve business efficiency.

### **Keywords**

Social networks, groundswell, social contacts, viral marketing.

### **Введение**

Между интенсивностью делового использования инструментов социальных сетей МСП и эффективностью этих отдельных предприятий существует связь, вопрос только в том, насколько она сильна.

Малые и средние предприятия (МСП) функционируют в условиях жесткой конкуренции и постоянно меняющемся мире. Чтобы эффективно конкурировать в такой среде, МСП должны соответствующим образом экипироваться для решения любых задач.

Одна из новых задач, стоящих перед этими предприятиями, заключается в том, как надлежащим образом включить и использовать в своей собственной бизнес-стратегии массовое сотрудничество, которое социальные сети облегчают [1].

### **Материалы и методы**

Социальные сети в виде Facebook, Ebay, Twitter, YouTube, Instagram и других стали формой интерактивного общения. Это превратило людей по всему миру из пассивных получателей информации и продуктов в активных создателей контента (информации и идей), которые могут сотрудничать друг с другом в социальных сетях. Для бизнеса социальные сети становятся важным инструментом для поддержания связи со своими поставщиками, клиентами и контактами, подбора персонала и продвижения своего профиля и бренда. В этом отношении они предоставляют предприятиям возможность сотрудничать и делиться знаниями со своей сетью, создавая новые адаптивные и более успешные бизнес-стратегии. Изучение способов, которыми компании могут воспользоваться, показывает, что предприниматели, использующие социальные сети, с большей вероятностью добьются успеха, чем те, кто этого не делает.

Десять стран возглавляют список с наибольшим количеством пользователей Facebook: (1) Филиппины, (2) Израиль, (3) Турция, (4) Чили, (5) Аргентина, (6) Малайзия, (7) Индонезия, (8) Перу, (9), Колумбия, (10) Венесуэла. Рейтинги были основаны на следующих критериях: использование сайтов социальных сетей — Facebook, Twitter, LinkedIn и соотношение количества интернет-пользователей по отношению к населению определенной страны.

Согласно исследованиям, «Филиппины — столица социальных сетей мира» [2]. Уровень проникновения социальных сетей на Филиппинах невероятно высок и достигает 95 %. Facebook является самым популярным веб-сайтом

страны, больше чем Google, и имеет уровень проникновения 93,9 %. Филиппины также являются восьмой по популярности страной в мире по распространенности Twitter с уровнем проникновения 16,1 %. Популярность обмена фотографиями в стране выросла на 46 % за один год, в основном благодаря Facebook. Страна получила прозвище «Социальная сеть столицы мира».

### **Результаты**

Современные сайты социальных сетей можно определить как веб-сервисы, которые дают возможность создавать общедоступный или частично общедоступный профиль, составлять список других пользователей, с которыми можно совместно использовать соединение и просматривать список соединений, выполненных в данной системе. Характер и номенклатура этих соединений могут меняться от сайта к сайту.

Социальные сети могут помочь бизнесу обрести контакты, клиентов и повысить осведомленность общественности. Даже предприниматели, которые управляют малым бизнесом из своих домов, могут воспользоваться этим ресурсом для создания глобального присутствия. Еще до Интернета социальные сети существовали. В двух словах, социальная сеть — это когда человек использует уже существующие контакты для знакомства с новыми людьми в качестве потенциальных социальных или деловых связей. Такие ссылки, в свою очередь, помогут расширить будущие связи. Малый и местный бизнес может даже сделать это, просто посещая общественные мероприятия или участвуя в выставках. Все, что дает название компании или связывает компанию с полезными ресурсами, считается сетевым. Технология позволяет делать это онлайн, а не только лицом к лицу.

Многие компании недавно осознали необходимость присутствия в сети для привлечения новых и опытных клиентов. Такие сайты, как Instagram и Facebook,



могут быть потенциально выгодными маркетинговыми инструментами для местного бизнеса. Например, Instagram — это место, где малый бизнес, такой как ресторан или бар, может создать свою собственную страницу профиля.

Перечислим некоторые причины, свидетельствующие о преимуществах социальных сетей.

1. Это бесплатно. Необходим только действующий адрес электронной почты, чтобы стать участником и создать страницу профиля. При том что большинство традиционных рекламных и маркетинговых мероприятий требуют какого-либо финансирования, обычный сайт социальной сети не требует ежегодных сборов или начальных затрат.

2. Простая настройка. Профиль может быть создан с минимальными затратами времени и усилий. Для тех, кто не очень разбирается в Интернете, большинство сайтов предоставляют простые инструкции и общий шаблон для упрощения построения страницы. Также с онлайн-инструкциями легко настроить страницу профиля в соответствии с имиджем бизнеса. Многие сайты посвящены предоставлению бесконечного разнообразия фонов и картинок для сайтов социальных сетей. Такие параметры сопровождаются кодом, уже включенным в раздел редактирования страницы профиля.

3. Техническое обслуживание является гибким. После создания профиля пользователь сам решает, как часто будет обновляться контент. Это не требует постоянного внимания. Многим энтузиастам социальных сетей нравится постоянно обновлять внешний вид или информацию, размещенную на их сайте. Это помогает поддерживать интерес.

4. Привлечение друзей. Когда кто-то добавляет профиль компании как «друга», он появляется в списке друзей этого человека. Это означает, что другие люди увидят и, возможно, посетят профиль. Таким образом, повышается осведомленность о бизнесе.

5. Обратная связь с клиентами.

Сайты социальных сетей служат местом, где компания может реально изучить возможности обращения к клиенту и запросить обратную связь. Места развлечений или рестораны могут попросить подключенных клиентов опубликовать фотографии и комментарии после пребывания там.

6. Веб-аналитика. Хорошее программное обеспечение для веб-аналитики помогает отслеживать, как посетители используют сайт. Это необходимо для того, чтобы знать, как улучшить страницу. Проще говоря, программное обеспечение анализирует журналы веб-сервера и сообщает о тенденциях в данных.

7. Ссылающиеся URL. Недостаточно знать, что делают посетители, когда они заходят на сайт. Важно, в первую очередь, понимать, как они туда попали. Веб-аналитика дает возможность просматривать URL-адреса, по которым посетители перешли на сайт, что, в свою очередь, дает вам возможность развивать партнерские отношения с другими сайтами или даже искать новые партнерские отношения, основанные на типах эффективных URL-адресов.

Когда мы говорим о технологиях и бизнесе, одной из основных идей, которые приходят нам в голову, является использование сайтов социальных сетей для изучения более широких горизонтов, порожденных выбранными нами областями деятельности.

Основные преимущества использования социальных сетей для прибыльного бизнеса.

1. Реклама — сайты социальных сетей по своей природе предоставляют онлайн-пространство для демонстрации любых продуктов.

2. Общение. Установление хороших отношений с обществом повышает доверие к человеку как к бизнесмену. Эта задача также может быть обеспечена известными и надежными сетевыми сайтами, прежде всего, потому что не-



сколько человек регистрируют учетную запись, чтобы встретить кого-то, кто в некотором роде разделяет с ними одну и ту же линию интересов, чтобы установить хорошие партнерские отношения.

3. Аутсорсинг. Существуют сайты, позволяющие другим участникам размещать запросы или возможности, которые могут удовлетворить их сферу деятельности.

4. Экономия. Поскольку мы живем в технологически продвинутом мире, эти веб-сайты позволяют сэкономить время на проведение транзакций и перемещение из одного места в другое.

Все это является одними из многих преимуществ использования сетевых сайтов для продвижения бизнеса.

### **Обсуждение**

Интернет открыл совершенно новый мир маркетинга как способ привлечения потенциальных клиентов. «Вирусный маркетинг» используется как способ описания техники создания ажиотажа и осведомленности в Интернете альтернативными способами — это умный маркетинговый инструмент, как вирус, который быстро заражает и распространяется.

Как и «модный маркетинг», вирусный маркетинг передает определенное сообщение, которое компания рассылает в Интернете. Один человек увидит маркетинговое сообщение и, как ожидается, будет затронут. Затем этот человек передаст это сообщение нескольким людям, которые также «заразятся» от него. Они тоже будут делать то же, что и первый человек; таким образом, происходит быстрое распространение одним общим сообщением с минимальными усилиями, сделанными маркетологом, который его создал [4]. Это сообщение может быть в форме видео, веб-сайта, изображения, блога, обратного отсчета, репоста и т. д. Веб-сайты, как YouTube и Instagram, являются популярными способами распространения вирусного маркетинга. Их не только интенсивно посещают люди ежедневно, обеспечивая максимальный потенциал для просмотра, но и позволяют

легко просматривать сообщения и делиться ими с помощью нескольких щелчков мыши. Суть в том, чтобы создать что-то неожиданное, шокирующее или интригующее, что вызовет достаточно эмоций, чтобы убедить зрителя поделиться этим чувством с другими. Однако любой бизнесмен должен осознавать, что вероятно получение и негативных отзывов о вирусной кампании. Сюда подключится та часть аудитории, которой не нравится то, что она видит или слышит. Однако любая реакция — это хорошо. Ведь самое важное, что о бизнесе будут говорить. Обязательно нужно обращать внимание на любую критику, которая повторяется, поскольку она дает представление о том, что предпринимать, а что нет для следующей кампании.

Работа в сети — это создание связей с людьми, чтобы построить прочные и взаимовыгодные отношения. Существуют разные способы начать работу в сети, самый простой из них — присоединиться к некоторым сетевым клубам и сайтам. Некоторые из известных сайтов для деловых сетей: LinkedIn, Ryze, MySpace и WisdomBuilder. Есть также много физических клубов, таких как eCademy и The Business Network Club, которые предоставляют бизнес-профессионалам возможность собраться вместе и поделиться своими знаниями и опытом. Аргументу о том, что социальные сети являются фактором, который может оказать благотворное влияние на успех предпринимательства, уделялось значительное внимание в литературе. Еще в 1998 г. Brudel и Preisendorfer было выдвинуто предположение о том, что крупные личные социальные сети стимулируют предпринимательский успех его участников, предоставляя доступ к более надежной и эксклюзивной информации. Кроме того, разнообразная сеть предоставляет доступ к разнообразию клиентов и поставщиков, поскольку друзья и знакомые помогают распространять информацию через их собственные персональные сети.

Для осуществления предпринимательской деятельности бизнесменам необходимы информация, капитал, навыки и труд. Контакты, которые приводят к успешным результатам, являются их социальным капиталом, и он становится одним из ключевых факторов, определяющих предпринимательские сети. Мы можем сделать вывод, что социальные сети имеют несколько полезных свойств для предпринимателей. Первое полезное свойство — это размер сети. Предприниматели могут увеличить размер сетей, чтобы получить важную информацию, а также ресурсы, которые могут помочь улучшить их бизнес в будущем. Следующим является позиционирование. Предприниматели позиционируют себя в социальной сети, чтобы идентифицировать знающих других, чтобы они могли получить некоторый потенциальный вклад в свой бизнес. Наконец, структура отношений. Социальные контакты могут создаваться различными типами отношений или взаимодействий. В односторонних отношениях один человек осуществляет единоличную деятельность с предпринимателем. Мультиплексные связи, напротив, имеют несколько уровней связей: они могут играть многочисленные роли в группе поддержки предпринимателя. Исследователи более склонны знать о мультиплексных связях предпринимателей. Члены социальных сетей могут связываться и организовываться, расширяя возможности, которые они предоставляют предпринимателю.

Несмотря на представленные аргументы, другие исследования показывают, что не может быть никакой связи между социальными сетями и успехом в бизнесе. Ярким примером является исследование по заказу Ситибанка, проведенное GfK Roper. Результаты, основанные на опросе 500 руководителей компаний, в которых работает менее 100 сотрудников, показывают, что 86 % опрошенных руководителей не использовали сайты социальных сетей для по-

лучения деловых рекомендаций или информации. Кроме того, 79 % руководителей считают, что сайты социальных сетей мало помогают в поиске новых потенциальных клиентов. Эти малые предприятия сообщили об использовании других инструментов помимо социальных сетей для продвижения и развития своего бизнеса, включая использование собственного веб-сайта для привлечения потенциальных клиентов, маркетинга по электронной почте и рекламы в Интернете. В своем анализе руководители Ситибанка утверждают, что этот опрос показывает, что владельцы малого бизнеса все еще считают социальные сети средствами для развития своего бизнеса, и что у таких предприятий также может не быть необходимой рабочей силы или времени, необходимых для использования социальных сетей. Важная отсылка к аргументам о том, что социальные сети улучшают успех в бизнесе, заключается в том, что полезный эффект, который могут обеспечить социальные сети, может быть получен только теми компаниями, которые обладают достаточной гибкостью и способностью воспринимать информацию в своих собственных бизнес-структурах, и что такие предприятия также могут не иметь необходимой рабочей силы или времени, важных для использования социальных сетей [5].

#### **Выводы**

Такие факторы, как доступные ресурсы, образование, предпринимательский опыт и социальные компетенции, определяют, какую выгоду предприниматель может извлечь из существующих сетевых связей. Возможности предпринимателей для успеха также зависят от характеристик их личной социальной сети. В этом отношении такие факторы, как размер, плотность сети, прочность связей и избыточность сети, определяют потенциал персональной сети для предоставления ресурсов предпринимателям. Анализ должен быть в состоянии определить, смогли ли малые и новые пред-

приниматели, в целом или в группах, использовать социальные сети для повышения шансов на выживание или более высокие уровни роста. Общество, похоже, предполагает положительную связь, но более ранние исследования по использованию Интернета показали значительные задержки в развитии МСП, из чего следует, что затраты/выгоды от развития были связаны со значительной экономией за счет масштаба.

### Библиографический список

1. Social networks as a tool of early detection of cancer / Yu. V. Przhedetskiy, N. V. Przhedetskaya, V. Y. Przhedetskaya, K. V. Borzenko // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. — 2018. — V. 726. — P. 887–894.

2. Social media is modern method of communication [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://vulcanpost.com>.

3. *Boter, H., Holmquist, C.* Industry characteristics and internationalization processes in small firms // *Journal of Business Venturing*. — 1996. — № 6. — Vol. 11. — P. 471–487.

4. *Musteen, M., Francis, J., Datta, D.* Influence of international network on internationalization speed and performance: study of Czech SMEs // *Journal of World Business*. — 2013. — V. 45. — P. 197–205.

5. *Качаев, А.* «Маркетинг в социальных сетях» — тотальное заблуждение [Электронный ресурс] // Искусство современной веб-разработки. — Режим доступа : <http://www.kachayev.ru>.

### Bibliographic list

1. Social networks as a tool of early detection of cancer / Yu. V. Przhedetskiy, N. V. Przhedetskaya, V. Y. Przhedetskaya, K. V. Borzenko // *Advances in Intelligent Systems and Computing*. — 2018. — V. 726. — P. 887–894.

2. Social media is the modern method of communication [Electronic resource]. — Mode of access : <https://vulcanpost.com>.

3. *Boter, H., Holmquist, C.* Industry characteristics and internationalization processes in small firms // *Journal of Business Venturing*. — 1996. — № 6. — Vol. 11. — P. 471–487.

4. *Musteen, M., Francis, J., Datta, D.* Influence of international network on internationalization speed and performance: study of Czech SMEs // *Journal of World Business*. — 2013. — V. 45. — P. 197–205.

5. *Kachaev, A.* «Marketing in social networks» — total misconception [Electronic resource] // *Art of modern web development*. — Mode of access : <http://www.kachayev.ru>.

*Т. А. Салтанова*

## СХЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

### Аннотация

В статье рассматриваются цели, задачи и необходимость государственной поддержки развития малого предпринимательства в России. Представлены схемы рационального регулирования развития малого и среднего бизнеса на региональном и муниципальном уровнях.

### Ключевые слова

Субъекты малого и среднего бизнеса, государственное регулирование, экономическая безопасность, региональный уровень, муниципальный уровень.

## SCHEMES OF STATE MANAGEMENT OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT AT REGIONAL AND MUNICIPAL LEVELS

### Annotation

Article discusses the goals, objectives and need for state support for development of small business in Russia. Schemes of rational regulation of development of small and medium business taking into account behavior at regional and municipal levels are presented.

### Keyword

Subjects of small and medium business, state regulation, economic security, regional level, municipal level.

### Введение

Продуманное определение рациональных вариантов государственного регулирования малого предпринимательства обеспечивает создание оптимальной конкурентной среды, поступательное движение национальной экономики. В целях развития предпринимательства и экономики государство обязано сформировать соответствующие условия в сфере правопорядка и национальной безопасности. Вмешательство государства в состояние малого бизнеса должно быть компетентным, обеспечивать не только экономическое, но и социальное развитие. Динамика развития экономических процессов рассматривается с учетом двух аспектов: превышение государственного вмешательства и регулирование деятельности субъектов малого предпринимательства понижает эффективность его функционирования; отсутствие государственной поддержки значительно сдерживает развитие малого и среднего предпринимательства в масштабе страны. Деятельность малого бизнеса как наиболее массового сегмента российской экономики, должна быть направлена на реструктуризацию воспроизводственной системы:

- создание структурной взаимосвязи крупного и среднего бизнеса;
- формирование современной структуры рынка труда;
- формирование активной конкурентной среды;

– реализацию потенциала российских предпринимателей.

### Методы

Основными явились методы синтеза и обобщения вторичных материалов и результатов ранее проведенных исследований.

### Результаты

Перечисленные возможности и имеющиеся резервы малого предпринимательства использованы еще не достаточно [3, с. 72]. Несмотря на предпринимаемые усилия развитие малого бизнеса в нашей стране не отвечает требованиям сложившейся экономической ситуации. Неравномерность и непоследовательность развития малого предпринимательства диктуют необходимость государственной поддержки данного рыночного сегмента. Поддержка становления и развития малого и среднего бизнеса усилиями государства сопровождается объективными трудностями. Решение данных вопросов, основанное на конкретных экономических и правовых регуляторах, позволит разработать механизмы реализации целей, направленные на стабилизацию экономического роста и обеспечение экономической безопасности нашей страны, что, прежде всего, выражено в избавлении от импортной зависимости в производстве национального продовольствия и потребительских товаров [4, с. 15].

Трактовка, представленная в Федеральном законе от 29.12.2015 № 408-ФЗ

«О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», рассматривает государственное регулирование в данной сфере как один из компонентов социально-экономической политики нашего государства [1]. В соответствии с федеральными установками правовые, политические, экономические, социальные, информационные, консультационные, образовательные, организационные меры воздействия органов государственной власти и местного самоуправления объединены в достижении основных целей и принципов деятельности субъектов малого и среднего бизнеса. В законе определены формы поддержки субъектов малого предпринимательства: финансовая, имущественная, налоговая, информационная, консультационная и др. в целях формирования соответствующих условий их развития и функционирования [1].

Цели, продиктованные необходимостью государственного регулирования процессов активизации малого и среднего бизнеса: стабильность темпов роста экономики, устойчивая финансовая результативность деятельности, более низкие инфляционные ожидания, обеспечение для трудоспособного населения высокого уровня занятости, справедливость в распределении доходов. Постановка указанных целей основана на последовательном решении следующих задач: формирование правовых основ эффективного функционирования рыночного хозяйства; становление конкурентной среды; стимулирование предпринимательской активности субъектов малого и среднего бизнеса; формирование предпринимательской инфраструктуры [3, с. 87].

Представленные цели и задачи могут быть реализованы через меры государственного регулирования функционирования субъектов малого и среднего предпринимательства, таковыми можно определить:

– поддержку видов бизнеса, выделенных в качестве приоритета для развития отечественной экономики;

– формирование рациональной тарифной и ценовой политики, эффективной налоговой системы;

– перераспределение ограниченных ресурсов;

– защиту прав потребителей, обеспечение формирования конкурентной среды и ограничение монополистической деятельности;

– создание правовой базы предпринимательской деятельности.

Государство выделило основные сферы поддержки и регулирования малого предпринимательства: сельское хозяйство; экспортно ориентированное предпринимательство; молодежное предпринимательство; социальное предпринимательство и т. д.

Важнейшим компонентом системы государственного регулирования малого предпринимательства в Российской Федерации является противодействие нелегальной предпринимательской деятельности и недобросовестной конкуренции. Для этого необходимо сформировать комплекс условий, стимулирующих к «выходу из тени» бизнес-представителей: от уголовного преследования незаконной предпринимательской деятельности до поощрения лучших налогоплательщиков в сфере малого предпринимательства.

Отметим, необходимость выработки стратегии развития малого предпринимательства. Стратегический подход должен опираться на мировой опыт и учитывать традиции промышленного предпринимательства, сложившиеся в России. Разработка стратегии — прерогатива государственных органов. Реализация стратегического подхода к развитию малого бизнеса в российской экономике, стимулирующего повышение эффективности предпринимательской деятельности, выражена в следующем: создание благоприятных условий для развития рыночных отношений; наличие инвестиционных ресурсов и определение возможностей их рациональной реализации; формирование непротиворечивой законодательной базы; вовле-



чение квалифицированных кадров в предпринимательскую деятельность и создание базы для обучения и переподготовки; разработка эффективной налоговой и инвестиционной политики. Соответствующий организационно-экономический механизм формирования и реализации стратегии развития малого и среднего бизнеса необходимо создавать на всех уровнях: общегосударственном, региональном и местном. Формирование стратегии устойчивого развития малого бизнеса предполагает наличие благоприятных внешних условий не только в текущем, но и в перспективном периоде, соответствие с целями и задачами страны, региональных образований, крупного бизнеса. Мероприятия по поддержке и развитию малого предпринимательства должны включать: формирование приоритетных направлений и целей развития, принципы и методы формирования системы регулирующих мер, оценку внешней среды организации, анализ производственного потенциала, целевые комплексные программы (ЦКП).

В системе государственной поддержки малого предпринимательства применяется также программный подход. Программы, формируемые на федеральном уровне, конкретизируются на региональном уровне. Например, Министерством экономического развития последовательно внедряется в экономическую практику целевая комплексная программа, согласно которой бюджетам субъектов РФ из федерального бюджета предоставляются субсидии для оказания государственной поддержки малым и средним предпринимателям на региональном уровне. Также в рамках государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика», сформированной ещё в 2014 году, реализуется подпрограмма «Развитие малого и среднего предпринимательства». Ею предусмотрена первоочередная реализация мероприятий, направленных на переформатирование работы сети организаций, которые формируют

сервисную модель инфраструктуры для оказания господдержки. В Программу включен комплекс мероприятий, позволяющих решить проблемы предпринимателей в удовлетворении их потребности в финансовых, имущественных и информационных ресурсах. Для предпринимательского финансирования, в рамках входящей в состав данной Программы подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства», реализуется поддержка развития микрокредитных организаций. Это обусловлено тем, что у отдельных субъектов малого предпринимательства отсутствует возможность использования традиционных банковских продуктов, что может быть вызвано относительно небольшой суммой кредита, отсутствием у субъекта кредитной истории, удаленностью от населенного пункта и т. д. В этом случае на помощь приходят микрокредитные организации, предоставляющие возможность микрозаймов до 3 млн руб. сроком не более 3-х лет. Ставка для заемщика не должна превышать 10 % [5].

Государственное регулирование развития малого бизнеса на уровне субъектов Федерации конкретизирует требования, делегирует полномочия, определяет компетенции, соответствие законодательным основам РФ, учитывает региональные условия и особенности. Схематически на рисунке 1 представлены этапы процесса регулирования деятельности субъектов малого и среднего бизнеса на региональном уровне: общегосударственные цели конкретизируются с учетом особенностей региона; региональные цели и задачи направлены на развитие малого предпринимательства; формирование ресурсного потенциала региона ориентировано на решение региональных задач; перераспределение с учетом выделенных приоритетов и ограничений ресурсного потенциала региона между предпринимательскими структурами; создание оптимальных условий в региональной среде для эффективного функционирования производственных структур малого бизнеса.



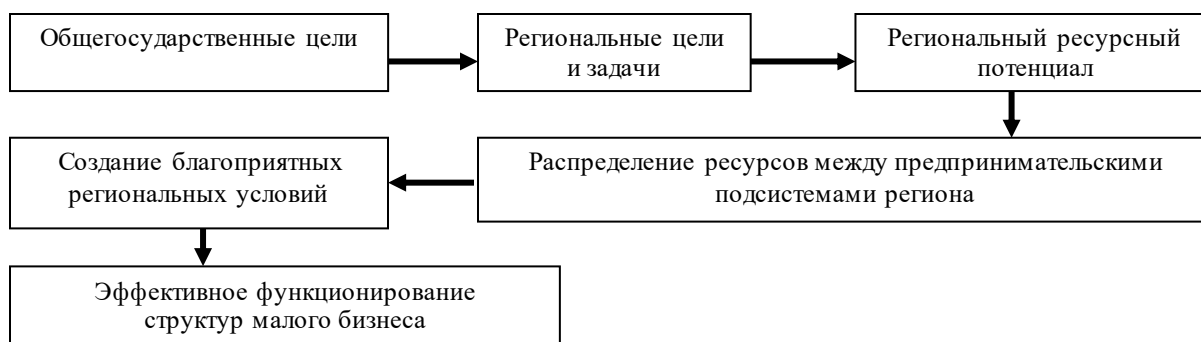


Рисунок 1 — Государственное управление развитием малого бизнеса на региональном уровне

Основные этапы управления процессом регулирования малого предпринимательства на уровне местного самоуправления определены составом и структурой муниципального образования (рис. 2). В схеме предусмотрены: постановка целей и задач экономики муниципалитета ориентирована на приоритетность развития малого бизнеса; ресурсный потенциал муниципалитета распре-

деляется между субъектами малого бизнеса через экономические механизмы: муниципальный заказ, приоритеты и ограничения; развитие территориально-производственного комплекса муниципалитета на основе деловой и инвестиционной активности малого и среднего бизнеса; создание благоприятных условий для становления предпринимательских структур малого и среднего бизнеса.



Рисунок 2 — Государственное управление развитием малого бизнеса на муниципальном уровне

Создание многоуровневой системы государственного регулирования становления и развития структур малого и среднего бизнеса позволяет наращивать темпы социально-экономического развития нашего государства.

Правовая поддержка и регулирование малого и среднего предпринимательства на государственном уровне предполагает разработку и принятие нормативных документов. Деятельность малого бизнеса на территории России регулируется Федеральным законом

«О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209-ФЗ принятым 24.07.2007. В декабре 2015 г. опубликован Федеральный закон от 29.12.2015 № 408-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который предусматривает внесение изменений в Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и иные законодательные акты.

Представленные законодательные акты позволяют урегулировать процессы и виды поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в России; определяют цели государственной политики [1]:

1) формирование конкурентной среды основанной на активизации деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства;

2) создание условий, благоприятствующих деятельности малого и среднего бизнеса;

3) обеспечение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) содействие в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности), на отечественный и иностранный рынки;

5) преобладающий рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) занятость населения;

7) увеличение в объеме ВВП доли товаров (работ, услуг), производимых в сфере малого и среднего предпринимательства;

8) увеличение в налоговых доходах федерального, региональных и местных бюджетов доли налогов, уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства [1, 2].

Законодательные акты: устраняют инфраструктурные ограничения роста; направлены на повышение эффективности использования природного ресурсного потенциала; активизируют модернизацию и развитие высокотехнологичных промышленных производств; содержат понятие микро- и среднего предприятия; определяют возможность применения финансовых, налоговых, имущественных преференций к субъектам малого и среднего бизнеса, поддержку внешнеэкономической деятельности; предусматривают при органах исполнительной власти разных уровней создание Советов по поддержке малого и среднего предпринимательства, наделенных широкими возможностями.

## Выводы

Практическая адаптация мер, обеспечивающих развитие сектора малого и среднего бизнеса, формирует возможности для реализации частной предпринимательской инициативы, содействует экономико-социальному развитию страны, позволяет контролировать и поддерживать развитие малого предпринимательства на основе реформирования законодательной, нормативно-правовой и налоговой базы, регулирует при помощи инновационной и кредитно-финансовой поддержки государства административные действия экономических субъектов. Несмотря на активную поддержку со стороны государства (разработка и реализация федеральных программ по его поддержке, создание благоприятного климата в сфере малого бизнеса), малый и средний бизнес недостаточно полно проявил свои возможности в российском секторе экономики.

Успех в развитии малого и среднего бизнеса, безусловно, определяется степенью государственной поддержки (создание необходимых политических, правовых, социальных и экономических условия), однако, инициирование малого бизнеса показывает необходимость изменения в сознании самих предпринимателей.

## Библиографический список

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : [Федеральный закон от 24.07.2007 № 209 ФЗ (ред. от 27.11.2017 № 356-ФЗ)].

2. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» : [Федеральный закон от 03.08.2018 № 313-ФЗ].

3. Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. — М., 2013.

4. Самсонов, В. А., Андреев, С. Ю. Проблемы малого и среднего бизнеса в России // Материалы Всерос. заоч. науч.-практ. конф. по экономике и гу-

манитарным наукам. — Краснодар, 2014. — С. 14–17.

5. Кредитование малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://economy.gov.ru>.

6. *Галазова, С. С.* Влияние ESG-факторов на устойчивое развитие компаний и финансовую результативность корпоративного сектора // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2018. — № 4 (64). — С. 81–86.

#### **Bibliographic list**

1. On development of small and medium-sized businesses in Russian Federation: [Federal law from 24.07.2007 № 209-FZ (ed. from 27.11.2017 № 356-FZ)].

2. On amendments to Federal law «On development of small and medium-sized enterprises in Russian Federation: [Federal law from 03.08.2018 № 313-FZ].

3. *Rubin, J. B.* Theory and practice of business competition. — M., 2013.

4. *Samsonov, V. A., Andreev, S. Yu.* Problems of small and medium business in Russia // Materials of all-Russian scient.-pract. conf. on economics and humanities. — Krasnodar, 2014. — P. 14–17.

5. Lending to small and medium enterprises [Electronic resource]. — Mode of access : <http://economy.gov.ru>.

6. *Galazova, S. S.* Influence of ESG factors on sustainable development of companies and financial performance of corporate sector // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2018. — № 4 (64). — P. 81–86.

*Г. И. Чекмарёва, О. А. Миронова*

### **ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛНОМОЧИЙ И СПЕЦИФИКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПОЛНОМОЧЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОПЕРАТОРА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РАМКАХ ЕАЭС**

#### **Аннотация**

Статья посвящена анализу изменений статуса, роли и содержания деятельности уполномоченного экономического оператора в рамках изменений, происходящих под воздействием интеграционных процессов в Евразийском экономическом союзе. Выявлены положительные результаты изменений в области института УЭО для участников внешнеэкономической деятельности на территории ЕАЭС.

#### **Ключевые слова**

Международная экономическая интеграция, Евразийский экономический союз, Таможенный союз, уполномоченный экономический оператор, таможенные операции.

*G. I. Chekmariova, O. A. Mironova*

### **TRANSFORMATION OF POWERS AND SPECIFICS OF ACTIVITY OF AUTHORIZED ECONOMIC OPERATOR IN TERMS OF DEVELOPMENT OF INTEGRATION PROCESSES WITHIN EEU**

#### **Annotation**

Article is devoted to analysis of changes in status, role and content of activities of authorized economic operator in framework of changes occurring under influence of integration processes in Eurasian Economic Union. Positive results of changes in the field of Institute of AEO (Authorized Economic Operators) for participants of foreign economic activity in territory of EEU are revealed.

### Keywords

International economic integration, the Eurasian Economic Union, Customs Union, authorized economic operator, customs operations.

### Введение

Современные темпы развития экономики способствуют повсеместному росту интеграционных процессов как внутри отдельно взятых стран, Союзов, так и в рамках глобальной мировой экономики. Результатом становится неуклонное развитие ВЭД, в свою очередь влияющее на процессы становления и развития торговых отношений хозяйствующих субъектов различных стран мира. Интеграционные процессы в международной торговле способствуют выстраиванию партнерских отношений не только между бизнес-сообществом различных стран, но и между национальными системами таможенного администрирования. Основная цель сотрудничества в области таможенного администрирования различных стран направлено, с одной стороны, на создание прозрачных условий для участников ВЭД, а с другой стороны, на недопущение контрабанды и соблюдение таможенно-тарифных и нетарифных мер регулирования, принятых в той или иной стране.

Развитие интеграционных процессов в различных странах мира привело к возникновению разнообразных форм международной экономической интеграции, в том числе Союзов, ярким примером которых являются Европейский Союз, Евразийский экономический союз. При прочих равных условиях Союзы создают благоприятные условия для развития экономик отдельных членов интеграционного объединения, одновременно приводя к единообразию инструментарий таможенного администрирования [1].

Участники внешнеэкономической деятельности стран – участниц Союзов заинтересованы в единообразии законодательных актов в сфере таможенного дела и возможности беспрепятственного

ведения международной торговли в рамках принятых норм и правил конкретного Союза. В свою очередь, работа таможенных органов стран-участниц Союзов направлена на недопущение нарушения законодательных актов, принятых как в рамках Союзов в целом, так и конкретной страны-участницы.

### Материалы и методы

Институт уполномоченных экономических операторов (УЭО) явился тем инструментом, который позволил создать условия благоприятного развития бизнеса для добросовестных участников ВЭД и оптимизировать работу таможенных органов. Первые институты уполномоченных экономических операторов стали появляться в отдельных странах мира в конце 20 — начале 21 в.

Основой для разработки упрощений для УЭО членов Таможенного союза послужил переходный стандарт 3.32, разработанный Советом таможенного сотрудничества Всемирной таможенной организации в рамках Конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур в редакции Протокола о внесении изменений в Международную конвенцию об упрощении и гармонизации таможенных процедур от 26 июня 1999 г. [2]. Указанный документ носит общий характер. Он устанавливает для лица, претендующего на статус УЭО такие важнейшие критерии, как соответствие его досье и его системы ведения коммерческой документации требованиям таможенного законодательства. Стандартом 3.32 предусмотрены следующие упрощения: информация, предоставляемая в таможенные органы, должна быть минимальна, но достаточна для идентификации товаров и его декларирования; для участников ВЭД предусматривается возможность предоставления периодической и неполной деклараций и пр.

Еще одним стандартом, оказавшим существенное влияние на становление института УЭО, стал стандарт SAFE, принятый в 2005 г. Примерно в это же время, а именно в 2008 г., формируется Институт УЭО в рамках ЕС, в формировании которого приняло участие примерно 5 тысяч компаний стран Европейского Союза.

Сравнительный анализ института УЭО в ЕС и России позволяет выделить ряд особенностей. Так, в Российской Федерации на момент зарождения института УЭО законодательно было закреплено, что данный статус могут получить только российская компания, являющаяся участником ВЭД и осуществляющая экспортно-импортные операции. При этом участники ВЭД были разделены на 2 группы: производители и все остальные компании. Данное деление позволяло производителю претендовать на включение в реестр УЭО при внесении обеспечения по уплате таможенных платежей в размере 150 тыс. евро, в то время как все остальные участники ВЭД, претендующие на включение в тот же реестр, должны были внести обеспечение в размере 1 млн евро. Таким образом, возможность стать УЭО получили только крупные российские компании, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность, при условии выполнения иных требований ФТС РФ к УЭО. Обращает на себя внимание и тот факт, что в случае, если одна из компаний, входящих в группу компаний или головная компания получила статус УЭО, то этот статус не распространялся на другие компании, входящие в группу или объединение.

Совсем иной подход к формированию института УЭО сложился в ЕС с момента зарождения в нем института УЭО. Европейское таможенное законодательство определяет международную цепь как единый процесс. При этом возможность получить статус УЭО распространяется не только на отдельное юридическое лицо, но и на группу компаний, каждая из которых должна по-

дать заявление о включении в реестр [3]. Возможен также вариант включения только головного предприятия в реестр УЭО, в этом случае документы в таможенный орган подаются только от головной компании. В отличие от российского УЭО, статус которого признавался только в России, статус УЭО Европейского Союза призывался на всей территории ЕС. В ЕС статус УЭО, в отличие от России, был доступен для среднего и мелкого бизнеса. При этом в ЕС существует 3 вида УЭО:

– Уполномоченный экономический оператор «С» — меньше таможенного контроля, за исключением контроля по безопасности и безвредности. Участник ВЭД получивший статус УЭО «С», не признается УЭО за пределами Европейского союза [3];

– Уполномоченный экономический оператор «S» — меньше таможенного контроля, включая контроль безопасности на границе Европейского союза [3];

– Уполномоченный экономический оператор «F» — все привилегии, предусмотренные для УЭО «С», «S».

По такому же принципу строится структура УЭО в рамках Евразийского экономического союза, анализ которой будет проведен ниже.

#### **Обсуждение**

В России развитие института УЭО началось после создания Таможенного союза, до 2010 г. существовали упрощённые процедуры таможенного оформления для отдельных лиц, установленных в Таможенном кодексе РФ.

Знаменательным событием для нашей страны стало вступление в июле 2010 г. в силу договоренностей о создании Таможенного союза в рамках Евразийского Экономического Сообщества. В том же 2010 г. состоялся саммит ЕврАзЭС, по результатам которого экономическая интеграция между тремя государствами (РФ, Республикой Беларусь и Республикой Казахстан) вышла на новый уровень, что нашло выраже-



ние в создании Евразийского экономического союза. В конце 2011г. Евразийский экономический союз насчитывал уже четыре страны, 19 октября 2011 г. полноправным членом Союза стала Республика Киргизия.

Анализ нормативно-правовой базы в период действия положений Таможенного кодекса Таможенного союза (ТК ТС), принятого в ноябре 2009 г. и вступившего в силу с 1 января 2010 г., а также ФЗ-311 «О таможенном регулировании в Российской Федерации» от 27.11.2010, вступившего в силу 29.12.2010, позволил сделать выводы об ограничениях по субъектному составу лиц, претендующих на получение статуса УЭО. Так, в соответствии с положениями ТК ТС, существовали ограничения по субъектному составу уполномоченных экономических операторов.

Согласно ст. 38.1 и 41.2 ТК ТС, уполномоченным экономическим оператором могло выступать только юридическое лицо, являющееся декларантом товара [4]. В свою очередь, Федеральный закон Российской Федерации вводил ограничения по статусу юридического лица. Так, претендовать на статус УЭО не могли казенные предприятия, унитарные государственные предприятия и аффилированные с ними организации (ст. 88 п. 4 пп. 5). В том же Федеральном законе оговорены ограничения по применению упрощений при таможенном оформлении грузов, в частности согласно ст. 86.12 указано, что упрощения не применяются в отношении товаров, продавцом или грузоотправителем которых является резидент офшора, либо оплата за который осуществлена через офшорные банки [5]. Тем не менее это был первый шаг к прогрессивному подходу к внедрению инструментария по ускорению процесса таможенного оформления грузов и снижению таможенных рисков. В период действия Таможенного кодекса и ФЗ-311 «О таможенном регулировании в Российской Федерации» УЭО на терри-

тории РФ пользовались следующими упрощениями:

- временное хранение товаров в помещениях и открытых площадках на территории компаний являющихся УЭО без включения таких территорий в реестр складов временного хранения (СВХ) [4];

- выпуск товаров, оформленный декларантом, имеющим статус УЭО, или через таможенного представителя до подачи декларации на товар;

- возможность предварительного декларирования товаров, в том числе с подачей неполной и/или периодической таможенной декларации на товары;

- таможенная процедура таможенный транзит завершалась на территории УЭО в помещениях и открытых площадках, внесенных в Свидетельство УЭО, выданное ФТС РФ;

- в случае необходимости проведение таможенного осмотра и таможенного досмотра грузов на территории УЭО.

#### **Результаты**

Более подробно рассмотрим некоторые из преимуществ для участников ВЭД, включенных в реестр УЭО. В первую очередь, это преимущество связано с закрытием транзита, а именно конечным пунктом перевозки становится не зона таможенного контроля, расположенная вблизи таможенного органа и не СВХ, а непосредственно территория УЭО. Транспортное средство, перевозящее грузы из-за рубежа, без заезда в ЗТК, организованные таможенными органами, напрямую направлялся на склады УЭО. В соответствии со ст. 197 ТК ТС «Выпуск товаров до подачи таможенной декларации» таможенного кодекса Таможенного союза УЭО был обязан не позднее, чем за три часа до фактического прибытия товара на его склад, уведомлять таможенный орган, в зоне деятельности которого предстоит оформление товара и проведение таможенных формальностей с товаросопроводительными документами. Также при прибытии грузов в адрес УЭО средства



идентификации, наложенные грузоотправителем или таможенными органами страны вывоза/транзита, а также российскими таможенниками в пункте пропуска на границе, могут быть удалены УЭО, если только таможенные органы, в зоне деятельности которых предполагается проведения таможенного оформления грузов, не проинформировали участника ВЭД о намерении провести таможенный осмотр/досмотр.

При всех видимых положительных изменениях в построении института УЭО в РФ, существовал один, но значительный недостаток. Статус УЭО не признавался на территории стран-участниц таможенного союза, в отличие от европейского подхода к построению института УЭО.

Февраль 2012 г. был ознаменован важным для участников ВЭД нашей страны решением осуществить дальнейший шаг по пути экономической интеграции и приступить к формированию будущего Евразийского союза. Данный процесс потребовал от руководства стран-участниц Таможенного союза политической воли и проведения достаточно серьёзных переговоров по целому спектру вопросов в течение практически двух лет, результатом которых стало вступление в силу с 1 января 2015 г. трехстороннего договора, подписанного на уровне глав России, Казахстана и Белоруссии, о создании Евразийского экономического союза. Буквально на следующий день, 2 января 2015 г., в ЕАЭС вступила Республика Армения, несколько позже, в августе 2015 г. к Союзу присоединилась Киргизия.

Создание благоприятных условий для развития экономики поддержания конкурентоспособности для развития отечественных производителей и формирования благоприятного инвестиционного климата во многом зависит от эффективности мер таможенного администрирования одним из способов достижения данных задач является реализация потенциала, которая заложена в

институте УЭО. Вступивший в силу с 1 января 2018 г. новый ТК ЕАЭС существенно преобразовал институт УЭО и предусмотрел целый ряд идей соответствующей лучшим мировым стандартам и трендам. При обновлении института за основу были взяты рамочные стандарты [6]. 03.08.2018 вступил в силу Федеральный закон № 289 ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [7]. Изменения, произошедшие к текущему моменту в этом нормативно-правовом документе, зафиксированы в Федеральных законах: № 452-ФЗ от 28.11.2018 [8] и № 83-ФЗ от 01.05.2019 [9]. В ст. 430 ТК ЕАЭС было закреплено понятие УЭО: «Уполномоченным экономическим оператором является юридическое лицо, созданное в соответствии с законодательством государств-членов и включенное в реестр уполномоченных экономических операторов в порядке и при соблюдении условий, которые установлены ЕАЭС» [10].

В настоящее время до 31 декабря 2019 г. участники ВЭД, включенные ранее в реестр УЭО, работают в рамках Свидетельства о включении в реестр УЭО, выданного в рамках прежнего таможенного законодательства — действует переходной период. Однако по его завершении участники ВЭД должны подать заявление о включении в реестр УЭО с указанием типа Свидетельства. Тип свидетельства выбирается юридическим лицом самостоятельно.

В соответствии со ст. 432 ТК ЕАЭС, Свидетельство может быть трех типов. Определяющих возможность применения для УЭО тех или иных специальных упрощений, представляющих собой особенности совершения отдельных таможенных операций и проведения таможенного контроля, а также иные особенности применения положений ТК ЕАЭС [11]. Перечень данных специальных упрощений представлен в таблице 1.

Таблица 1 — Специальные упрощения для УЭО различных типов  
(анализ п. 2, 3 ст. 437 ТК ЕАЭС)

Специальные упрощения	Свидетельство		
	1 тип	2 тип	3 тип
Первоочередной порядок прибытия, убытия, выпуска	+	-	+
Непредставление обеспечения уплаты т. пошлин, налогов при таможенном транзите (декларант — УЭО)	+	-	+
Непредставление обеспечения уплаты т. пошлин, налогов при выпуске товаров (декларант — УЭО)	+	+	+
Выпуск товаров до подачи ДТ	+	+	+
Первоочередной порядок таможенного осмотра, досмотра	+	+	+
Признание пломб, наложенных УЭО, на транспортные средства, средствами идентификации	+	-	+
Неустановление маршрута перевозки товаров	+	-	+
Приоритетное участие в пилотных проектах по оптимизации совершения таможенных операций	+	-	+
Осуществление перевозчиком (УЭО) грузовых операций с вывозимыми товарами под таможенным контролем без разрешения таможенного органа / без уведомления (есть исключения)	+	-	+
Временное хранение товаров в помещениях, на площадках УЭО	-	+	+
Временное хранение товаров в помещениях, на площадках УЭО товаров иных лиц (не УЭО)	-	+	+
Доставка товаров в ЗТК, созданную в помещениях, на площадках УЭО, завершение там таможенного транзита	-	+	+
Проведение ТК в помещениях, на площадках УЭО	-	+	+
Таможенное декларирование, выпуск товаров в таможенных органах, отличных от таможенных органов, в регионе деятельности которых находятся товары	-	+	+
Применение УЭО средств идентификации (порядок будет разработан дополнительно)	-	+	+
Непредставление обеспечения уплаты ввозных таможенных пошлин при отсрочке уплаты (декларант — УЭО)	-	+	+

Несмотря на то что участник ВЭД самостоятельно принимает решение о намерении получить статус УЭО того или иного типа, в законодательной базе четко определены критерии, предъявляемые к участнику ВЭД претендующему получить статус УЭО. Условия включения в реестр УЭО различны в зависимости от того, свидетельство какого типа будет выдаваться, и перечислены в ст. 433 ТК ЕАЭС. В соответствии с подп. 7 п. 1 ст. 433 ТК ЕАЭС, обязательным условием для УЭО является применение системы учета товаров, отвечающей требованиям законодательства государств-членов о таможенном регулировании. Данная система необходима для предоставления таможенным органам возможности сопоставления предоставляемой при совершении таможенных операций информации со сведениями о проведении хозяйствен-

ных операций и обеспечения доступа (в т. ч. удаленного) таможенных органов к таким сведениям [10].

#### Выводы

Из анализа изменений нормативно-правовой базы ФТС РФ и ЕАЭС можно сделать вывод, что на сегодняшний день нормативно-правовая база для УЭО разработана достаточно полно. Несмотря на достаточно жестко определенные границы требований, предъявляемых к претенденту на получения свидетельства УЭО, анализ предусмотренных привилегий значительно упростит работу участника ВЭД в будущем.

#### Библиографический список

1. Чекмарёва, Г. И. Модификация механизмов таможенного регулирования внешнеторговых отношений // Проблемы и тенденции трансформации ми-

ровой экономики : моногр. — Ростов н/Д, 2015.

2. *Чекмарёва, Г. И.* Основы таможенного дела: Краткий курс : учеб. пособие. — М. : Ростов н/Д : МарТ, 2003.

3. Презентация М. Лякишевой, с использованием информации, представленной Домниковой С. В., председателя Совета гильдии логистических операторов МТПП от 04.12.2012 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://tpprf.ru>.

4. Таможенный кодекс Таможенного союза (ред. от 08.05.2015) (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств № 17 от 27.11.2009) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

5. О таможенном регулировании в Российской Федерации : [Федеральный закон от 27.11.2010 № 311-ФЗ (ред. от 28.11.2018)].

6. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 15.03.2018).

7. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : [Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ (ред. от 01.05.2019)].

8. О внесении изменений в Федеральный закон «О банке развития» и отдельные законодательные акты Российской Федерации : [Федеральный закон от 28.11.2018 № 452-ФЗ].

9. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : [Федеральный закон от 01.05.2019 № 83-ФЗ].

10. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза).

11. Уполномоченный экономический оператор: новые положения в ТК ЕАЭС [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.alta.ru>.

## Bibliographic list

1. *Chekmariova, G. I.* Modification of mechanisms of customs regulation of foreign trade relations // Problems and trends of transformation of world economy : monogr. — Rostov-on-Don, 2015.

2. *Chekmariova, G. I.* Foundations of custom business: Course : textbook. — М. : Rostov-on-Don : MarT, 2003.

3. Presentation by M. Lyakisheva, using information submitted by Domnikov S. V., representative of Board of Logistics Operators Guild of MTPP from 04.12.2012 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://tpprf.ru>.

4. Customs code of Customs Union (ed. from 08.05.2015) (annex to Contract on Customs code of Customs Union adopted by Decision of Interstate Council of EurAsEC at level of heads of states № 17 from 27.11.2009) [Electronic resource]. — Mode of access : [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

5. On customs regulation in Russian Federation : [Federal Law from 27.11.2010 № 311-ФЗ (ed. from 28.11.2018)].

6. Agreement on Eurasian Economic Union (signed in Astana on 29.05.2014) (ed. from 15.03.2018).

7. On Customs Regulation in Russian Federation and on amendments to certain legislative acts of Russian Federation : [Federal Law № 289-ФЗ from 03.08.2018 (ed. from 01.05.2019)].

8. On Amendments to Federal Law «On Development Bank» and certain legislative acts of Russian Federation : [Federal Law № 452-FZ from 28.11.2018].

9. On Amendments to Legislative Acts of Russian Federation : [Federal Law № 83-FZ from 01.05.2019].

10. Customs Code of Eurasian Economic Union (annex № 1 to Treaty on Customs of Eurasian Economic Union).

11. Authorized economic operator: new provisions in EAEU TC [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.alta.ru>.

## РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

---

*С. В. Асриев, Г. К. Мустафаева*

### ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЧАСТНЫХ САНАТОРИЕВ КУРОРТНОГО РЕГИОНА

#### Аннотация

В статье раскрываются финансово-экономические параметры осуществления санаторно-курортной деятельности. Авторы выделяют среди прочих, вертикально подчиняющихся государственным и общественным структурам, — частные санатории, нуждающиеся в обоснованном финансово-экономическом управлении. Это обусловлено необходимостью экономической выживаемости при наличии конкуренции и неравномерной государственной поддержке санаторно-курортных организаций в зависимости от их принадлежности к тем или иным структурам.

#### Ключевые слова

Санаторно-курортная сфера, регион, финансово-экономический анализ, финансовые ресурсы.

*S. V. Asriev, G. K. Mustafaeva*

### FINANCIAL AND ECONOMIC CHARACTERISTICS OF PRIVATE RESORTS IN RESORT REGION

#### Annotation

Article reveals the main conditions and parameters of sanatorium activity. Authors distinguish among others, vertically subordinated to state and public structures, — private sanatoriums in need of sound financial and economic management. This is due to the need for economic survival in presence of competition and uneven state support of health resort organizations, depending on their belonging to certain structures.

#### Keywords

Health resort sphere, region, financial and economic analysis, financial resources.

#### **Введение**

В настоящее время сфера санаторно-курортных услуг представлена в основном здравницами, принадлежащими государству, его министерствам, ведомствам, прочим государственным структурам, а также профсоюзным организациям. Управление этими объектами осуществляется централизованно. Однако в последнее десятилетие прослеживается устойчивая тенденция повы-

шения доли частных санаториев, их роль заметно увеличивается. Это создает эффект конкурентной среды на рынке санаторно-курортных услуг. Ведомственные здравницы не получают 100 % -ной загруженности от своих собственников, что создает необходимость привлекать отдыхающих на рынке, выдерживая при этом все условия конкурентной борьбы. Учитывая комплексность санаторно-курортной услуги и высокую ее

социальную значимость, государство проявляет определенные регулятивы в данной сфере, которые, с одной стороны, направлены на обеспечение населения санаторно-курортным лечением, а с другой стороны, увязаны с экономическими интересами санаториев, бюджетов территорий, в которых они функционируют, а также антропогенной нагрузкой на природные рекреационные факторы.

### **Материалы и методы**

Территориально санатории привязаны к лечебно-оздоровительным местностям, курортам, в которых государство задает базовые организационно-экономические, правовые, а также инфраструктурные условия. Среди прочих курортных территорий, между которыми, кстати, также существует конкуренция, выделяется регион Кавказских Минеральных Вод, в котором функционирует 132 санатория (в 2008 г. их было 121), из которых 27 функционируют в форме хозяйственных обществ, т. е. относятся к частным [1]. Для курортных местностей расположенные в них санатории создают основу субрегиональной (региональной, местной) экономики.

Учитывая необходимость экономического выживания, а в случае с частными санаториями, — максимизации экономического эффекта, возникает необходимость грамотного управления финансово-экономическими ресурсами санаториев. Такое управление должно основываться на понимании высокой степени значимости финансовых ресурсов в обеспечении деятельности любого экономического субъекта. В свою очередь, управление финансовыми ресурсами должно осуществляться на научной основе с использованием наиболее подходящих методик анализа и оценки.

В соответствии с конкретными задачами, которые устанавливаются работными управленческими решениями, осуществление анализа состояния и движения финансовых ресурсов коммерческих организаций возможно в

том или ином виде. В экономической литературе предлагаются разные подходы к подобному анализу, соответственно, предлагаются и различные методики [5, 6, 9, 10, 13].

Сравнение имеющихся подходов к осуществлению финансового анализа показало, что он может быть объединен в следующие блоки:

- анализ ключевых показателей финансового состояния частных санаторно-курортных организаций;
- анализ ключевых финансово-результативных показателей частных санаторно-курортных организаций;
- анализ движения денежных потоков частных санаторно-курортных организаций.

Решение о применении той или иной методики для обнаружения уровня и причин изменения в финансовом состоянии конкретного объекта должен принимать непосредственно аналитик.

### **Обсуждение**

Среди современных специалистов в области финансового анализа распространено мнение о том, что в силу специфичности каждого хозяйствующего субъекта и различий в целях проводимых аналитических процедур, в каждом конкретном случае следует определять специальную методику анализа. Безусловно, эта методика базируется на давно зарекомендовавших себя разработках, имеющих глубокую научную основу. В нашем исследовании под такой методикой следует понимать набор наиболее значимых финансово-аналитических показателей, имеющих наибольшее значение для санаторно-курортной сферы.

Проведем исследование показателей финансовой отчетности ряда санаториев. Для анализа использованы данные финансовой отчетности за 2016–2017 гг. по десяти частным санаториям, функционирующим в г. Кисловодске. Финансовая отчетность организаций размещена в свободном доступе на интернет-портале Rusprofile.ru [14].

Частные санатории имеют общие схожие условия функционирования, формирования и распределения финансовых ресурсов, отличные от условий деятельности государственных (ведомственных) и негосударственных некоммерческих (профсоюзных) учреждений [2, 3, 8]. На первом этапе проведем ка-

чественно-структурный анализ активов и пассивов по данным отчетности исследуемых организаций. Для этого, во-первых, проанализируем долю наиболее ликвидных активов в имуществе. К последним относятся денежные средства, денежные эквиваленты, краткосрочные финансовые вложения.

Таблица 1 — Доля наиболее ликвидных активов в имуществе

Показатель	Значение показателя, %			Изменение за период, ± (гр. 4 – гр. 2)
	01.01.16	01.01.17	01.01.18	
Вилла Арнест	15,30	11,20	11,57	-3,72
Джинал	38,92	39,91	35,41	-3,51
Колос	2,58	5,76	9,14	+6,56
Кругозор	12,88	24,11	40,63	+27,74
Плаза	64,53	49,23	64,70	+0,17
Радуга	48,33	26,13	32,12	-16,21
Родник	10,09	46,55	61,81	+51,73
Солнечный	53,14	83,24	77,42	+24,28
Целебный Нарзан	2,91	1,12	0,41	-2,50
Центросоюз-Кисловодск	1,26	33,01	8,11	+6,85
В среднем по санаториям	24,99	32,03	34,24	+9,25

Данные таблицы 1 свидетельствуют о существенной доле наиболее ликвидных активов в структуре имущества исследуемых санаториев. Наличие излишних запасов денежных средств и денежных эквивалентов может свиде-

тельствовать об иммобилизованности финансовых ресурсов. Учитывая весьма высокий уровень краткосрочных финансовых вложений, следует вывод о замораживании финансовых ресурсов.

Таблица 2 — Коэффициент автономии

Показатель	Значение показателя, %			Изменение за период, ± (гр. 4 – гр. 2)
	01.01.16	01.01.17	01.01.18	
Вилла Арнест	77,22	73,73	75,34	-1,88
Джинал	76,34	75,12	75,53	-0,81
Колос	96,77	89,13	86,83	-9,95
Кругозор	69,65	70,07	71,23	+1,59
Плаза	43,12	31,57	28,42	-14,70
Радуга	0	0	0	0
Родник	43,55	57,57	60,06	+16,50
Солнечный	46,81	48,40	48,87	+2,06
Целебный Нарзан	39,88	49,86	67,01	+27,13
Центросоюз-Кисловодск	82,84	84,06	89,72	+6,88
В среднем по санаториям	62,45	60,56	63,51	+1,06

Средний по исследуемым санаториям показатель финансовой автономии (табл. 2) указывает на вполне нормаль-

ную степень финансовой устойчивости частных санаториев Кисловодска в 2015–2017 гг. Наименьшее значение по-



казателя финансовой независимости имеет в 2017 г. Санаторий Плаза (28,4 %). Это ниже норматива, который составляет не менее 50–60 %. Однако в структуре источников финансирования данного санатория существенная доля в 2017 г. принадлежит долгосрочным кредитам (60,4 %). В финансовом менеджменте считается, что долгосрочные заемные средства можно приравнивать к собственным в целях анализа качественного состава источников финансирования хозяйственной деятельности [7, 13]. В связи с этим можно говорить об относительно удовлетворительном состоянии и Санатория Плаза. В Санатории Вилла Арнест наблюдается стабильность в положительном значении коэффициента финансовой автономии на протяжении всего периода анализа. Санаторий, который имеет практически нулевую степень финансовой автономии — Радуга. В этом предприятии за счет наличия непокрытых убытков

прошлых лет и накопившейся кредиторской задолженности значение собственного капитала отрицательное. Здесь имеет место состояние финансового кризиса, при том, что хозяйственная деятельность ведется, и выручка составляет стабильно более 100 млн руб. в последние два года, а также формируется чистая прибыль. Этот санаторий имеет явно отличное положение от других частных санаториев Кисловодска.

Далее рассмотрим один из значимых финансовых показателей, характеризующих структуру финансовых ресурсов организации, — собственные оборотные средства, или собственный оборотный капитал, или т.н. рабочий капитал (табл. 3). Данный показатель указывает на наличие у предприятия наиболее мобильных активов, свободных от финансовых обязательств, и рассчитывается как разница между оборотными активами и краткосрочными обязательствами [10].

Таблица 3 — Собственные оборотные средства

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение за период, ±	
	01.01.16	01.01.17	01.01.18	абс., ± (гр. 4 – гр. 2)	относит., % (гр. 5/гр. 2) * 100
Вилла Арнест	7548	7384	7728	180	+2,38
Джинал	25 903	25 176	23 395	-2508	-9,68
Колос	27 849	1667	3180	-24 669	-88,58
Кругозор	13 826	16 876	24 212	10 386	+75,12
Плаза	275 831	-142 965	368 196	92 365	+33,49
Радуга	-4886	-6174	-5157	-271	-
Родник	-5054	10 494	35 173	40 227	+795,94
Солнечный	123 411	128 940	134 489	11 078	+8,98
Целебный Нарзан	21 478	2123	12 646	-8832	-41,12
Центросоюз-Кисловодск	-18 832	87 596	25 540	44 372	-235,62
Итого по санаториям	467 074	131 117	629 402	162 328	+34,75
В среднем по санаториям	46 707	13 112	62 940	16 233	+34,75

Анализируя данные таблицы 3, следует отметить, что по итогам 2017 г. только в одном санатории (Радуга) показатель собственных оборотных средств имеет отрицательное значение, что свидетельствует о его низкой платежеспособности. В Санатории Вилла Арнест наблюдается прирост данного показателя за анализируемый период на

2,38. Наиболее стабильные и высокие показатели прироста отмечаются у санатория Кругозор. Самый крупный объем собственных оборотных средств зафиксирован в санатории Плаза, при этом в 2016 г. здесь наблюдается отрицательное значение. За счет этого совокупное значение собственных оборотных средств в исследуемых санаториях

в 2016 г. существенно ниже, чем в 2015 и 2017 годах, так как санаторий Плаза обладает наибольшей долей (более 58%) рабочего капитала в его сумме по всем частным здравницам г. Кисловодска.

Средняя величина показателя положительная, прирост за 2017 г. по сравнению с 2015 г. составил около 35 %. Это свидетельствует о наращивании потенциала финансовой независимости и платежеспособности.

Таким образом, в среднем по десяти обследованным частным санаториям г. Кисловодска можно выделить следующие результаты, характеризующие их финансовые ресурсы в 2015–2017 гг.:

- прирост доли внеоборотных активов в имуществе с 32 до 62 %;
- прирост доли наиболее ликвидных активов в имуществе с 25 до 34 %;
- значение, превышающее минимально необходимое (60 %), и положительная динамика коэффициента автономии с 62,5 до 63,5 %;
- не соответствие нормативу (1,0), но положительная динамика в отношении дебиторской и кредиторской за-

долженностей: 0,58 в 2015 г. и 0,70 в 2017 г.;

– наличие и положительная динамика показателя собственных оборотных средств + 34,7 %;

– низкая доля долгосрочных заемных источников и высокая доля кредиторской задолженности в общем объеме заемных источников финансирования. Наблюдается положительная динамика +8,3 и -13,6 % соответственно.

Полученные данные свидетельствуют об относительно положительном финансовом состоянии обследованных санаториев, однако, отмеченные выше сложности и детализация по каждому отдельному санаторию не позволяют делать однозначно положительных заключений. Продолжить анализ финансовых ресурсов необходимо в направлении показателей: выручки, прибыли (убытка) от продаж, чистой прибыли, рентабельности продаж, рентабельности финансово-хозяйственной деятельности [5, 6, 7, 9]. Для этого используются данные бухгалтерских балансов и отчетов о финансовых результатах санаториев.

Таблица 4 — Выручка от продаж

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Изменение за период, ±		Доля санатория в обеспечении прироста выручки (по гр. 5), %
	31.12.16	31.12.17	абс., ± (гр.4-гр.2)	относит., % (гр.5/гр.2)*100	
Вилла Арнест	135 132	138 746	+3614	+2,67	1,23
Джинал	190 653	193 798	+3145	+1,65	1,07
Колос	51 786	55 968	+4182	+8,08	1,42
Кругозор	256 791	270 729	+13 938	+5,43	4,73
Плаза	1 098 164	1 224 858	+126 694	+11,54	42,98
Радуга	108 258	108 743	+485	+0,45	0,16
Родник	251 770	278 711	+26 941	+10,70	9,14
Солнечный	176 939	225 593	+48 654	+27,50	16,50
Целебный Нарзан	307 013	329 451	+22 438	+7,31	7,61
Центросоюз-Кисловодск	497 903	542 597	+44 694	+8,98	15,16
Итого по санаториям	3 074 409	3 369 194	+294 785	+9,59	100,00
В среднем по санаториям	307 440,9	336 919,4	+29 478,5	+9,59	-

По данным таблицы 4 необходимо отметить, что все санатории получили выручки от продаж в 2017 г. больше, чем в 2016 г. Это говорит о росте объе-

мов продаж в стоимостном выражении. В целом прирост составил около 295 млн руб. В абсолютном выражении рекордсменом по приросту в абсолютном

выражении является наиболее крупный санаторий Плаза (+126,6 млн руб.), наименьший прирост выручки отмечен в санатории Радуга (+0,5 млн руб.). Наибольший относительный прирост объемов продаж зафиксирован по санаторию Солнечный (+27,5 %), наименьший также по санаторию Радуга (+0,45 %). Меньший по своей коечной емкости санаторий Колос обеспечил 1,42 % прироста выручки всех исследуемых здравниц. Абсолютные показатели финансовых результатов указывают на общие положительные сдвиги в развитии частных санаториев г. Кисловодска, что указывает на результативность менеджмента в управлении финансовыми ресурсами. Более наглядно результативность управления финансово-хозяйственной деятельностью характеризуют показатели эффективности деятельности — рентабельности.

Рентабельность продаж — это один из значимых показателей эффективности деятельности хозяйствующего субъекта, он указывает на долю прибыли от продаж в выручке от продаж (в %), или иначе — на количество копеек прибыли, содержащихся в одном рубле выручки [10]. Значение расчетных относительных показателей, представленных в табл. 5 тесно связано с абсолютными показателями выручки и прибыли (убытка) от продаж. В среднем рентабельность продаж по всем обследованным частным санаториям возросла с 12,11 % в 2016 г. до 16,04 % в 2017 г., что свидетельствует о повышении эффективности основной деятельности здравниц и указывает на то, что в 2017 г. в среднем содержание прибыли в одном рубле выручки достигло 16 коп. Лидерами по данному показателю представлены санатории Плаза, Центросоюз-Кисловодск и Солнечный (табл. 5).

Таблица 5 — Рентабельность продаж

Показатель	Значение показателя, %		Изменение за период, ±
	на 31.12.2016	на 31.12.2017	
Вилла Арнест	2,62	2,21	-0,41
Джинал	1,11	0,96	-0,15
Колос	5,65	6,78	+1,12
Кругозор	9,27	10,31	+1,03
Плаза	35,82	46,23	+10,41
Радуга	1,66	3,89	+2,24
Родник	8,39	10,86	+2,47
Солнечный	7,40	23,67	+16,27
Целебный Нарзан	13,47	18,61	+5,14
Центросоюз-Кисловодск	35,72	36,86	+1,14
В среднем по санаториям	12,11	16,04	+3,93

В санаториях Вилла Арнест и Джинал отмечено незначительное (в абсолютном выражении) снижение данного показателя. Однако, с учетом незначительности самого значения показателей рентабельности в данных санаториях, следует говорить о том, что это весьма значительный спад в их эффективности. Наиболее заметный прирост рентабельности продаж обеспечен в санаториях Солнечный, плаза и Целебный Нарзан. Понимание значимости данного показателя для оценки эффективности деятель-

ности хозяйствующего субъекта должно ориентировать менеджмент санаториев на повышение объемов продаж санаторно-курортных услуг при относительно сдержанном увеличении затрат (себестоимости). Отметим, что по данным ФНС России средняя рентабельность продаж по всем российским компаниям составила 7,5 % в 2017 г., по виду «здравоохранение и предоставление социальных услуг» этот показатель составляет 10,4 %. [12] Так, можно говорить о существенном превышении показателя в

исследуемой группе санаториев над средними показателями по стране. Более полную характеристику эффективности всей финансово-хозяйственной деятельности в санаториях дает показатель общей

рентабельности (табл. 6). Данный коэффициент указывает на долю чистой прибыли организации в ее совокупных доходах, характеризуя общую годовую эффективность [13].

Таблица 6 — Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности

Показатель	Значение показателя, %		Изменение за период, ±
	на 31.12.2016	на 31.12.2017	
Вилла Арнест	0,19	1,04	0,84
Джинал	0,56	0,77	0,21
Колос	0,37	0,04	-0,33
Кругозор	5,05	4,83	-0,22
Плаза	22,58	25,81	3,23
Радуга	0,40	1,83	1,43
Родник	4,82	7,80	2,99
Солнечный	0,44	1,13	0,68
Целебный Нарзан	9,39	13,72	4,33
Центросоюз-Кисловодск	18,25	8,70	-9,54
В среднем по санаториям	6,21	6,57	0,36

В расчете рентабельности финансово-хозяйственной деятельности участвуют все виды доходов и расходов, а также общая сумма полученной прибыли от всех видов деятельности и совершаемых операций. Среднее его значение в 2017 г. (6,57 %) несколько выше, чем в 2016 г. (6,21 %), что указывает на повышение эффективности частных здравниц. Наиболее эффективными традиционно являются санатории Солнечный, Целебный Нарзан, Центросоюз-Кисловодск, Целебный Нарзан. Наименее эффективной оказалась финансово-хозяйственная деятельность санатория Колос. Санаторий Вилла Арнест имеет относительно низкий уровень данного показателя, однако менеджменту в 2017 г. удалось существенно увеличить его значение (с 0,19 % до 1,04 %). Собственники бизнеса обращают внимание в основном на данный показатель, т. к. он характеризует степень эффективности управления вверенного менеджменту имущественно-финансового комплекса.

#### Выводы

В среднем по десяти обследованным частным санаториям г. Кисловодска можно выделить следующие характеристики финансовой результативно-

сти и эффективности — результаты, иллюстрирующие процессы формирования и использования финансовых ресурсов в 2016–2017 гг.:

- в совокупности санатории получили выручки от продаж в 2017 г. больше, чем в 2016 г. на 9,6 %, что в условиях внешних факторов высокой конкурентной среды положительно характеризует достигнутые результаты;

- существенный прирост совокупной прибыли от продаж — около 40 %;

- заметно менее значительный, чем по двум предыдущим показателям, но все же прирост суммарной чистой прибыли (+4,15 %);

- высокое значение (36,8 %) и прирост (+1,14 %) показателя рентабельности продаж, что выше среднего показателя по всем предприятиям страны (7,5 %) и всем организациям в стране, занятым в сфере здравоохранения и предоставления социальных услуг (10,4 %);

- по общему показателю рентабельности финансово-хозяйственной деятельности наблюдается прирост (+0,36 %).

Полученные данные свидетельствуют об относительно высокой результативности и финансово-экономической эффективности обследованных санатори-

ев, однако для каждого санатория свойственны свои особенности и характеристики, которые отличают его от других. Ситуация с финансово-экономической результативностью обследованных санаториев характеризуется в большей степени с положительной стороны. Однако в каждом санатории имеют место определенные проблемы, которые необходимо решать адресно, с учетом специфики.

### Библиографический список

1. Стратегия развития туризма в Ставропольском крае до 2030 г. (от 24.05.2018 № 81/од) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://min-tourism26.ru>.
2. Анализ рынка санаторно-курортных услуг в России в 2013–2017 гг., прогноз на 2018–2022 гг. // *BusinessStat*. — 21.02.2018.
3. *Асриев, С. В., Медовый, В. В., Солодовникова, А. Г.* Методические аспекты оценки и управления деятельностью предприятий санаторно-курортной сферы региона (по материалам Кавказских Минеральных Вод): моногр. — Пятигорск, 2011.
4. *Ветитнев, А. М., Войнова, Я. А.* Организация санаторно-курортной деятельности: учеб. пособие. — М., 2014.
5. *Воробьев, Ю. Н.* Финансовое обеспечение развития санаторно-курортных учреждений // *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*. — 2012. — № 3. — С. 46–49.
6. *Ермоленко, Г. Г., Мошкин, А. А.* Анализ финансовых ресурсов учреждений санаторно-курортного комплекса // *Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции*. — 2015. — № 4. — С. 76–79.
7. *Зверев, Д. Н., Камин, С. А.* Оценка и моделирование оптимизации уровня финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта // *Экономика и управление: проблемы, решения*. — 2018. — С. 93–97.
8. *Илий, М. М.* Санаторно-курортные организации России: статус и осо-

бенности хозяйственной деятельности в современных условиях [Электронный ресурс] // *Современные технологии управления*. — 2016 — № 11 (71). — Режим доступа: [sovman.ru](http://sovman.ru).

9. *Ильшева, Н. Н.* Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. — М.: Юнити-Дана, 2015.
10. *Косолапова, М. В.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. — М., 2018.
11. *Морозова, Е. Я.* Реформы финансового обеспечения здравоохранения в условиях рынка // *Ученые записки СПб. ун-та им. В. Б. Бобкова филиала РТА*. — 2017. — С. 83–87.
12. *Россия в цифрах. 2017: крат. стат. сб. / Росстат*. — М., 2017.
13. *Селезнёва, Н. Н.* Анализ финансовой отчетности организации: учебник. — 3-е изд. — М., 2015.
14. Интернет-портал [Rusprofile.ru](http://rusprofile.ru) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru>.

### Bibliographic list

1. Strategy of development of tourism in Stavropol Region till 2030 (from 24.05.2018 № 81/od) [Electronic resource]. — Mode of access: <http://min-tourism26.ru>.
2. Analysis of market of resort services in Russia in 2013–2017, 2018–2022 forecast // *BusinessStat*. — 21.02.2018.
3. *Asriev, S. V., Medoviy, V. V., Solodovnikova, A. G.* Methodological aspects of assessment and management of enterprises of sanatorium sphere of region (based on materials of Caucasian Mineral Waters): monogr. — Pyatigorsk, 2011.
4. *Vetitnev, A. M., Vojnova, Ya. A.* Organization of sanatorium-resort activities: textbook. — M., 2014.
5. *Vorobiev, Yu. N.* Financial support for development of health resorts // *Scientific Bulletin: finance, banks, investments*. — 2012. — № 3. — P. 46–49.
6. *Ermolenko, G. G., Moshkin, A. A.* Analysis of financial resources of sanato-

rium-resort complex institutions // Scientific Bulletin: Finance, banks, investments. — 2015. — № 4. — P. 76–79.

7. Zverev, D. N., Kamin, S. A. Assessment and modeling of optimization of level of financial stability of economic entity // Economics and management: problems, solutions. — 2018. — P. 93–97.

8. Iliy, M. M. Sanatorium-resort organizations of Russia: status and features of economic activity in modern conditions [Electronic resource] // Modern technologies of management. — 2016. — № 11 (71). — Mode of access : sovman.ru.

9. Ilycheva, N. N. Financial statement analysis : textbook. — M., 2015.

10. Kosolapova, M. V. Comprehensive economic analysis of economic activity : textbook. — M., 2018.

11. Morozova, E. Ya. Reforms of financial provision of health care in conditions of market // Scientific notes of SPb University named by V. B. Bobkov branch of RTA. — 2017. — P. 83–87.

12. Russia in numbers. 2017 : stat. collection / Rosstat. — M., 2017.

13. Selezneva, N. N. Analysis of financial statements of organization : textbook. — 3rd ed. — M., 2015.

14. Internet-portal Rusprofile.ru [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.rusprofile.ru>.

*Г. А. Батищева, М. И. Журавлёва,  
Г. В. Лукьянова, Д. Н. Стуженко*

## МОДЕЛИРОВАНИЕ КРЕДИТНОГО РИСКА БАНКОВСКОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

### Аннотация

Важную роль в обеспечении устойчивого функционирования банковского сектора играет кредитный риск. В статье представлены результаты исследования влияния макроэкономических факторов на изменение кредитного риска. На основе эконометрического моделирования выявлены ключевые макроэкономические факторы повышения и снижения кредитного риска. Полученные результаты могут быть использованы в практических целях для изыскания резервов снижения финансовых потерь.

### Ключевые слова

Финансовый риск, просроченная задолженность по кредитам, макроэкономические факторы, эконометрические модели кредитного риска.

*G. A. Batishcheva, M. I. Zhuravliova,  
G. V. Lukyanova, D. N. Stuzhenko*

## MODELING OF CREDIT RISK IN BANKING SECTOR

### Annotation

Credit risk plays an important role in ensuring the sustainable functioning of banking sector. Article presents the results of study of impact of macroeconomic factors on changes in credit risk. On the basis of econometric modeling the key macroeconomic factors of increase and decrease of credit risk are revealed. Results can be used for practical purposes to find reserves to reduce financial losses.

### Keywords

Financial risk, overdue loans, macroeconomic factors, econometric models of credit risk.



## Введение

Деятельность кредитных организаций сопряжена с риском возникновения финансовых потерь, которые могут возникнуть из-за недополучения доходов или возникновения дополнительных расходов в результате выполнения банковских операций. В соответствии с источником возникновения риски банковского сектора можно разделить на финансовые и нефинансовые (юридические, политические, технологические, риск потери репутации и т. п.).

Финансовые риски возникают в результате экономической деятельности субъекта. Среди них можно выделить кредитный, рыночный и операционный риски. Принято считать, что наиболее важную роль в обеспечении устойчивого функционирования кредитных организаций играет кредитный риск, тесно связанный с их деятельностью [2].

## Материалы и методы

В процессе исследования влияния факторов на изменение кредитного риска в обеспечении устойчивого функционирования банковского сектора авторы использовали общенаучные методы, анализ и синтез, что позволило достичь постав-

ленных в ходе проведения исследования целей. На основе эконометрического моделирования выявлены ключевые макроэкономические факторы повышения и снижения кредитного риска, построены модели кредитного риска на национальном уровне. Исходной информацией для построения моделей послужили данные Банка России, Росстата за 2000–2017 гг. [3, 4]. Расчеты выполнены с помощью пакета EViews. Статистический анализ проводился с помощью критерия Стьюдента (оценивалась значимость коэффициентов регрессии), критерия Фишера (значимость уравнения в целом), теста White (проверка на гетероскедастичность ошибок регрессии), теста Breusch-Godfrey (проверка на наличие автокорреляции в остатках). Для проведения экономического анализа были рассчитаны коэффициенты детерминации —  $R^2$ .

## Результаты

Анализ объемов кредитования физических лиц и предприятий реального сектора экономики Российской Федерации показывает в целом тенденцию роста значений данного показателя на протяжении последних восемнадцати лет (рис. 1).



Рисунок 1 — Динамика объемов кредитов, депозитов и прочих размещенных средств, предоставленных кредитными организациями юридическим и физическим лицам в РФ, трлн руб.\*

\* Построен авторами по данным Росстата.

В частности, за десять лет (с 2007 по 2017 гг.) объемы кредитов, депозитов и прочих размещенных средств, предоставленных кредитными организациями юридическим и физическим лицам РФ увеличились в 3,5 раза (с 13 417 до 47 585 млрд руб.). Важнейшим показателем кредитного риска на макроэкономическом уровне является просроченная задолженность по кредитам. Анализ динамики объемов просроченной задолженности по кредитам физических и юридических лиц РФ показывает высокие риски невозврата кредитов (рис. 2): за последние десять лет (2007–2017 гг.) просроченная задолженность по кредитам физических и юридических лиц РФ выросла в среднем в 15 раз, при этом за данный период значение указанного показателя для юридических лиц увеличи-

лось в 23 раза, а для физических лиц — в 8,5 раз. В связи с этим в настоящее время весьма актуальной проблемой кредитных организаций является процесс управления кредитными рисками. Одним из инструментов управления рисками является моделирование. В большинстве современных экономических исследований проводится подробный анализ макроэкономических показателей функционирования и развития национальной банковской системы в целом, в то же время исследованиям влияния факторов внешней среды, не зависящих от функционирования кредитных организаций, но оказывающих существенное влияние на изменение кредитного риска, и их количественной оценке не уделяется должного внимания, что снижает качество анализа [1, 6].



Рисунок 2 — Динамика объемов просроченной задолженности по кредитам юридических и физических лиц, предоставленным кредитными организациями в РФ, млрд руб.\*

\* Построен авторами по данным Росстата.

С целью выявления наиболее значимых макроэкономических факторов, оказывающих влияние на изменение кредитного риска, связанного с выдачей кредитов банком физическим и юридическим лицам, построены модели кредитного риска на национальном уровне.

В качестве показателей кредитного риска выбраны переменные:

ZDZ — просроченная задолженность по кредитам в рублях и иностранной валюте, предоставленным кредитными организациями физическим лицам, млрд руб.;

ZDO — просроченная задолженность по кредитам в рублях и иностранной валюте, предоставленным кредитными организациями юридическим лицам, млрд руб.

Все построенные модели статистически значимы [5].

Всего построено десять моделей (см. табл. 1–2).

Таблица 1 — Модели просроченной задолженности по кредитам, предоставленным кредитными организациями РФ физическим лицам

№	Уравнение регрессии	R <sup>2</sup>
1	$\ln ZDZ_t = -59,928 + 5,970 \cdot \ln ID_t + 2,900 \cdot \ln SC_t + 0,796 \cdot \ln RATZ_t + \varepsilon_t$	0,992
2	$\ln ZDZ_t = -14,722 + 1,455 \cdot \ln HPR_t + 1,512 \cdot \ln ZZ_t + \varepsilon_t$	0,992
3	$\ln ZDZ_t = -13,682 + 1,696 \cdot \ln U_t + 1,496 \cdot \ln ZZ_t + \varepsilon_t$	0,992
4	$\ln ZDZ_t = -22,972 + 1,693 \cdot \ln DOL_t + 2,711 \cdot \ln SC_t + \varepsilon_t$	0,977
5	$\ln ZDZ_t = -7,202 - 0,542 \cdot \ln PET_t + 1,422 \cdot \ln ZZ_t + \varepsilon_t$	0,991

*ID* – коэффициент демографической нагрузки (число нетрудоспособных граждан на 1000 трудоспособных);  
*SC* – средние цены на вторичном рынке жилья на конец года за кв. метр, руб.;  
*ZZ* – объем задолженности по кредитам в рублях и иностранной валюте, предоставленным кредитными организациями физическим лицам, млн руб.;  
*U* – уровень безработицы, %;  
*DOL* – курс доллара к рублю, руб.;  
*HPR* – численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума;  
*RATZ* – средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам, в руб.;  
*PET* – цена на нефть Brent, USD/баррель

Анализ моделей, представленных в таблице 1, показывает, что на просроченную задолженность по кредитам физических лиц в РФ оказывают влияние следующие факторы:

– средние цены на вторичном рынке жилья. Влияние данного показателя на зависимую переменную объясняется низкими доходами населения и высокой стоимостью жилья: в 2017 г. при среднедушевых доходах населения 31 422 руб. и среднемесячной заработной плате 39 167 руб. средние цены на вторичном рынке жилья на конец года за кв. м составляли 52 350 руб. в РФ;

– коэффициент демографической нагрузки (число нетрудоспособных граждан на 1000 трудоспособных). В 2017 г. в РФ на 1000 трудоспособных граждан приходилось 785 нетрудоспособных (значение данного показателя за период 2007–2017 гг. выросло на 35 %);

– объем задолженности по кредитам в рублях и иностранной валюте,

предоставленным кредитными организациями физическим лицам (значение данного показателя за период 2007–2017 гг. увеличилось в 4,1 раза: с 2963 до 12 135 млрд руб.);

– уровень безработицы. По официальным данным уровень безработицы в РФ в 2017 г. составлял 5,2 %;

– курс доллара к рублю (в 2017 г. значение данного показателя (на конец года) составляло 57,6 руб. против 24,5 руб. в 2007 г.);

– численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума (в 2017 г. значение данного показателя составляло 13,2 % против 13,3 % в 2007 г.);

– средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам (в 2017 г. значение данного показателя составляло 16,23 % против 15,7 % в 2007 г.);

– цена на нефть (цена на нефть марки Brent в 2007, 2011 и 2017 гг. составляла на конец года соответственно 75,2; 112,4 и 55,0 USD/баррель);

Рост указанных показателей (кроме цены на нефть) ведет к росту кредитного риска в РФ.

### Обсуждение

Анализ моделей просроченной задолженности по кредитам, предоставленным кредитными организациями РФ юридическим лицам (табл. 2), позволил выявить следующие показатели, оказывающие существенное влияние на величину кредитного риска:

- уровень безработицы;
- средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями нефинансовым организациям (в 2017 г. значение данного показателя составляло 12,46 % против 12,1 % в 2007 г.);

– кредиторская задолженность организаций на конец года (значение данного показателя за период 2007–2017 гг. увеличилось в 4,2 раза: с 10 652 до 44 481 млрд руб.);

– курс доллара к рублю;

– средние цены на вторичном рынке жилья;

– просроченная кредиторская задолженность организаций (значение данного показателя за период 2007–2017 гг. выросло в 3,1 раза: с 832,5 до 2616,3 млрд руб.);

– объем задолженности по кредитам в рублях и иностранной валюте, предоставленным кредитными организациями юридическим лицам (значение данного показателя за период 2007–2017 гг. выросло в 3,3 раза: с 8728 до 29 219 млрд руб.);

– цена на нефть.

Таблица 2 — Модели просроченной задолженности по кредитам, предоставленными кредитными организациями РФ юридическим лицам

№	Уравнение регрессии	R <sup>2</sup>
1	$\ln ZDO_t = -35,405 + 2,330 \cdot \ln DEBO_t + 3,027 \cdot \ln U_t + 0,368 \cdot \ln SC_t + \varepsilon_t$	0,989
2	$\ln ZDO_t = -24,437 + 2,869 \cdot \ln RATO_t + 1,838 \cdot \ln ZO_t + \varepsilon_t$	0,957
3	$\ln ZDO_t = -35,379 + 2,059 \cdot \ln SC_t + 1,864 \cdot \ln DR_t + \varepsilon_t$	0,951
4	$\ln ZDO_t = -11,204 + 2,098 \cdot \ln DOL_t + 1,557 \cdot \ln SC_t + \varepsilon_t$	0,941
5	$\ln ZDO_t = -10,137 - 0,538 \cdot \ln PET_t + 1,556 \ln ZO_t + \varepsilon_t$	0,973

*U* – уровень безработицы, %;  
*RATO* – средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями нефинансовым организациям в рублях;  
*DEBO* – кредиторская задолженность организаций на конец года, млн руб.;  
*DOL* – курс доллара к рублю, руб.  
*SC* – средние цены на вторичном рынке жилья на конец года за кв. метр, руб.;  
*DR* – просроченная кредиторская задолженность организаций, млн руб.;  
*ZO* – объем задолженности по кредитам в рублях и иностранной валюте, предоставленным кредитными организациями юридическим лицам, млн руб.;  
*PET* – цена на нефть Brent, USD/баррель

Отметим, что такие показатели, как «уровень безработицы», «средние цены на вторичном рынке жилья», «средневзвешенные процентные ставки по кредитам» и «цена на нефть» оказывают влияние и на просроченную задолженность по кредитам, предоставленным кредитными организациями РФ

физическим лицам, и на просроченную задолженность по кредитам, предоставленным кредитными организациями РФ юридическим лицам.

### Выводы

Построенные математические модели просроченной задолженности по кредитам, предоставленным кредитными

ми организациями РФ юридическим и физическим лицам, позволившие выявить ключевые макроэкономические факторы повышения кредитного риска, способствуют более глубокому пониманию межсекториальных зависимостей в экономике и выявлению сильных сторон и уязвимых мест банковского сектора. Представляется, что данные модели можно использовать в практических целях для изыскания резервов снижения кредитного риска.

### Библиографический список

1. Батищева, Г. А., Терехов, Н. А. Исследование влияния макроэкономических факторов на эффективность деятельности кредитных организаций // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2017. — № 3 (59). — С. 107–113.
2. Зеленский, Ю. Б. Взаимодействие банковской системы России и реального сектора экономики : автореф. дис. д. э. н. — Саратов, 2003.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gks.ru>.
4. Банки.ру [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.banki.ru>.

5. Эконометрика / под ред. И.И. Елисейевой. — М., 2015.

6. *Batishcheva, G. A., Denisov, M. Yu., Rybchinskaya, I. V., Stryukov, M. B.* Influence of social and economic development of region on functioning of regional banking system // *European Research*. — 2017. — Vol. XX. — Issue 3B. — P. 490–499.

### Bibliographic list

1. *Batishcheva, G. A., Terekhov, N. A.* Study of impact of macroeconomic factors on efficiency of credit institutions // *Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH)*. — 2017. — № 3 (59). — P. 107–113.
2. *Zelenskiy, Yu. B.* Interaction of Russian banking system and real economy : of thesis of dis. of PhD. — Saratov, 2003.
3. Official website of Federal state statistics service of Russian Federation [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.gks.ru>.
4. Bank.ru [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.banki.ru>.
5. *Econometrics* / ed. by I. I. Yeliseyeva. — M., 2015.
6. *Batishcheva, G. A., Denisov, M. Yu., Rybchinskaya, I. V., Stryukov, M. B.* Influence of social and economic development of region on functioning of regional banking system // *European Research*. — 2017. — Vol. XX. — Issue 3B. — P. 490–499.

*Д. А. Букланов*

## ИССЛЕДОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПОРТФЕЛЬНОЙ ТЕОРИИ Г. МАРКОВИЦА

### Аннотация

В статье представлены результаты анализа устойчивости налоговых поступлений России с позиций портфельного подхода; на основе математической модели Г. Марковица рассчитаны и интерпретированы оптимальные параметры налогового «микса», способствующие минимизации его дисперсии; сделаны выводы о направлениях трансформации фискальной политики России в целях повышения устойчивости налоговых доходов.

### Ключевые слова

Портфельная теория, устойчивость, налоговые доходы, структура, дисперсия, темпы прироста, стандартное отклонение, коэффициент Шарпа.

## STUDY OF TAX REVENUES STABILITY IN RUSSIAN FEDERATION FROM THE POINT OF VIEW OF H. MARCOWITZ' PORTFOLIO THEORY

### Annotation

Article presents the results of tax revenues stability analysis from the standpoint of portfolio approach; on the basis of H. Markowitz' mathematical model the optimal parameters of tax portfolio in order to minimize its variance are designed and interpreted; conclusions about directions of fiscal policy transformation to increase the stability of tax revenues are made.

### Keywords

Portfolio theory, stability, tax revenues, structure, variance, growth rates, standard deviation, Sharp ratio.

### Введение

Налоговые доходы бюджета любого государства представляют собой уникальный «микс», структура которого детерминирована как исторически сложившимися приоритетами использования определенных фискальных инструментов, так и экономическими условиями, предпочтениями властей и избирателей. Несмотря на многообразие взимаемых налогов, перечень их наиболее значимых видов ограничен и включает в себя: косвенные налоги (НДС, налог с продаж, акцизы), прямые налоги на доходы граждан и прибыль корпораций, поимущественные налоги. В некоторых странах, обладающих запасами полезных ископаемых, значительная роль может принадлежать налогам на природные ресурсы, которые фактически являются фискальной формой изъятия природной ренты. Перечисленные доходные источники в каждом конкретном случае формируют специфические структуры налоговых поступлений, которые отличаются друг от друга не только в пространстве (между государствами), но и во времени (в пределах одного территориального образования).

Не вдаваясь в дискуссию по поводу целесообразности импликации тех или иных налоговых инструментов, отметим, что своеобразие фискальной архитектуры каждого из них специфици-

рует различный уровень «отклика» формируемых с их помощью доходов бюджета на динамику макроэкономических показателей. Исходное разнообразие взимаемых налогов является важным фактором обеспечения устойчивости доходов бюджета на основе диверсификации финансовых источников, вследствие чего предметом научного поиска становится формирование такой структуры налоговых поступлений, которая будет удовлетворять требованиям устойчивости с одной стороны и обеспечивать достаточный темп прироста доходов бюджета, с другой.

Актуальность изложенной проблематики для Российской Федерации определяется как недостаточной теоретической разработанностью механизмов поддержания устойчивости налоговых поступлений, так и наличием прикладной необходимости снижения флуктуаций доходов бюджетной системы в условиях «новой нормальности».

### Материалы и методы

В основе используемой в настоящей статье методики лежит классическая портфельная теория Г. Марковица, позволяющая оптимизировать структуру активов инвестора с точки зрения компромисса между доходностью и риском [1]. Основные положения данной теории могут быть с успехом адаптированы к специфике функционирования фискаль-



ной сферы, в частности, к исследованию и определению количественных пропорций «портфеля» налоговых доходов, обеспечивающих их минимальную вариацию (колеблемость) во времени.

Опираясь на базовые постулаты портфельного подхода, можно констатировать, что совокупная устойчивость налоговых доходов государства детерминирована как устойчивостью поступлений отдельных налогов, так и структурным соотношением между ними. Учитывая тот факт, что параметры волатильности конкретного источника доходов являются инерционными, именно корректировка структуры налоговых поступлений с учетом критерия максимизации ее устойчивости представляется одним из значимых направлений фискальной политики государства.

Анализ теоретических источников [2, с. 3–4] дает основания для акцентирования на следующих базовых методических положениях портфельной те-

$$GR_T = w_1 GR_1 + w_2 GR_2 + \dots + w_i GR_i, \quad (1)$$

где  $GR_T$  — темп прироста совокупных налоговых поступлений, %;

$GR_i$  — темп прироста поступлений по  $i$ -го налога, входящего в «портфель» доходов, %;

$w_i$  — доля  $i$ -го налога в «портфеле» доходов в период времени.

При решении задачи оптимизации доли  $i$ -го налога, способствующей минимизации риска снижения устойчивости совокупных доходов бюджета, формула (1) упрощается и представляется в

$$GR_T = w_i GR_i + (1 - w_i) GR_{T-i}, \quad (2)$$

где  $GR_{T-i}$  — темпы прироста совокупных налоговых поступлений за вычетом  $i$ -го налога, %.

Уровень риска в моделях Марковица оценивается через статистические показатели дисперсии или стандартного отклонения, которые также характеризуют устойчивость налоговых доходов.

$$D_T = w_i^2 D_{Ti} + (1 - w_i)^2 D_{T-i} + 2w_i(1 - w_i) cov(T_i, T - T_i), \quad (3)$$

где  $D_{Ti}$  — дисперсия  $i$ -го налога,

$D_{T-i}$  — дисперсия совокупных налоговых доходов за вычетом  $i$ -го налога,

$Cov(T_i, T - T_i)$  — ковариация между показателями поступлений  $i$ -го налога и совокупных налоговых доходов за вычетом изучаемого налога.

Повышение устойчивости налоговых доходов предполагает расчет таких оптимальных показателей доли  $i$ -го

налога и специфике расчета ее показателей для налоговой проблематики. Любой налог может быть охарактеризован с позиций его «доходности», определяемой по средним темпам прироста за год, и устойчивости, идентифицируемой по стандартному отклонению. Указанные показатели, являясь уникальными для каждого из используемых налогов, оказывают разнонаправленное влияние на устойчивость совокупных налоговых поступлений. Базовая цель оптимизационных процедур в рамках портфельного подхода ориентирована на поиск такой структурной комбинации доходов бюджета, которая обеспечивает минимизацию их общей дисперсии при заданном уровне «доходности» (плана по приросту налоговых поступлений).

Годовой прирост «портфеля» налоговых доходов государства (доходность) определяется как взвешенное значение темпов прироста отдельных налогов:

виде суммы темпов прироста  $i$ -го налога, доля которого будет оптимизирована, и остальных налогов, рассматриваемых как единое целое:

Принимая во внимание правило сложения дисперсий, совокупная устойчивость налоговых поступлений ( $D_T$ ) может быть представлена в виде следующей формулы:

налога ( $w_i^*$ ), при которых дисперсия совокупных налоговых поступлений будет минимальна, т. е. с математической

точки зрения необходимо определить локальный минимум функции, описываемой формулой (3). В целях решения

$$\frac{dD_T}{dw_i} = w_i D_{T_i} + (w_i - 1) D_{T-T_i} + (1 - 2w_i) \text{cov}(T_i, T - T_i), (4)$$

Полученную функцию в целях идентификации ее «критических» точек следует приравнять к нулю и решить полученное уравнение относительно  $w_i$ .

$$w_i^* = \frac{D_{T-T_i} - \text{cov}(T_i, T - T_i)}{D_{T_i} + D_{T-T_i} - 2\text{cov}(T_i, T - T_i)}. (5)$$

Критическая точка, рассчитанная по формуле (5), будет являться локальным минимумом функции (3), если выполняется дополнительное условие, а

$$\frac{d^2 D_T}{d^2 w_i} = D_{T_i} + D_{T-T_i} - 2\text{cov}(T_i, T - T_i) > 0, (6)$$

Согласно формуле (5) на оптимальное значение  $w^*$  оказывают влияние величины дисперсии рассматриваемых показателей, а также ковариация между ними, причем взаимодействие между факторными признаками описывается нелинейной функциональной зависимостью.

Представленный алгоритм будет использован в качестве методической основы для последовательного исчисления оптимального значения доли отдельного налога, способствующего минимизации совокупной дисперсии, а, следовательно, максимизации устойчивости валовых налоговых доходов бюджетной системы. В качестве эмпирической базы осуществления расчетов использованы временные ряды поступ-

данной задачи необходимо найти первую производную выражения  $D_T$  по  $w_i$ :

В результате можно получить формулу, дающую возможность исчисления «критического» значения  $w_i^*$ :

именно значение второй производной искомой функции (3) должно быть больше нуля:

лений по отдельным налогам и их совокупности в период 2009–2018 гг., который характеризуется относительной стабильностью фискального законодательства и отсутствием резких флуктуаций доходов бюджета вследствие влияния внешних шоков.

### Результаты

Исходным этапом анализа налоговых доходов в рамках портфельной теории является исчисление и интерпретация показателей доходности и устойчивости, которые в нашем случае представлены среднегодовыми темпами прироста и стандартным отклонением соответственно. Результаты расчета указанных параметров для налоговых поступлений в период 2009–2018 гг. отражены в таблице 1.

Таблица 1 — Основные статистические характеристики налогового «портфеля» Российской Федерации в период 2009–2018 гг.\*

Вид налога	Средние темпы прироста, %	Стандартное отклонение, %	Коэффициент Шарпа
НДС	13,48	9,35	1,44
Акцизы (А)	19,18	14,59	1,31
Налог на прибыль (НП)	14,89	15,32	0,97
Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)	9,15	2,89	3,17
Налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ)	22,72	19,77	1,15
Налоги на имущество (НИ)	10,54	3,76	2,80
Прочие налоги (ПрН)	20,21	17,38	1,16
Совокупные налоговые поступления ( $\Sigma$ Н)	12,37	6,84	1,81

\* Рассчитана по данным [3].

Согласно данным таблицы средне-годовые темпы роста совокупных налоговых поступлений в 2009–2018 гг. составили 12,37 % при стандартном отклонении 6,84 %. Отдельные налоги характеризуются более выраженным размахом изучаемых показателей: минимальные темпы прироста наблюдаются по подоходному налогу 9,15 %, максимальные — по налогу на добычу полезных ископаемых — более 22 %. Симптоматично, что стандартное отклонение изменяется вслед за индикаторами динамики, что эмпирически подтверждает наличие в фискальной сфере имманентного портфельной теории компромисса между волатильностью и ростом (рис. 1). В соответствии с информацией, представленной на рисунке 1, прирост стандартного отклонения на один процентный пункт сопряжен с увеличением налоговых поступлений на 0,725 процентных пункта. Наличие статистически

значимой константы свидетельствует, что ежегодные темпы прироста, не связанные с динамикой волатильности, составляют 7,16 %. Анализ поля корреляции позволяет констатировать, что пять из семи исследуемых доходных источников обладают параметрами волатильности и роста, превышающими средние значения для совокупных налоговых поступлений, следовательно, они генерируют дополнительные риски снижения устойчивости «в обмен» на более интенсивный поток доходов. Построенное уравнение регрессии свидетельствует о наличии статистически значимой линейной связи между устойчивостью и темпами прироста налоговых поступлений; единственный «выброс» представлен налогом на прибыль, фактические темпы прироста которого «отстают» от предсказанного моделью значения для заданного уровня стандартного отклонения.

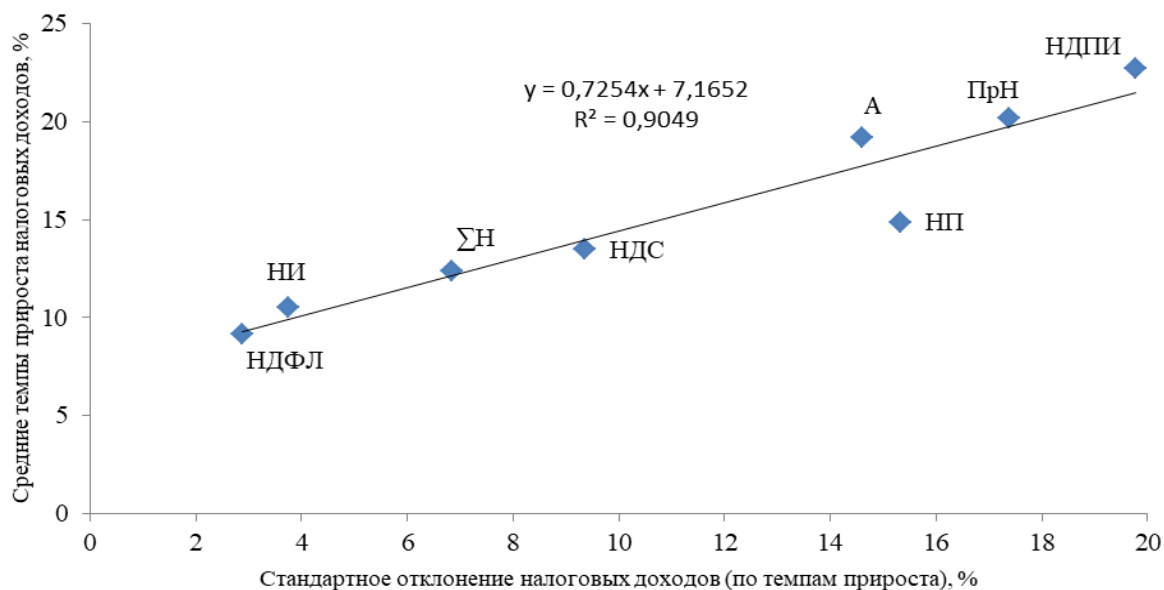


Рисунок 1 — **Взаимосвязь между устойчивостью налоговых доходов и темпами их прироста в 2009–2018 гг.\***

\* Рассчитан по данным [3].

Соотношение между темпами роста и стандартным отклонением характеризуется так называемым «коэффициентом Шарпа» [4, с. 22], который в нашем случае отражает величину до-

полнительных налоговых доходов в расчете на один процент прироста стандартного отклонения, что позволяет ранжировать применяемые налоги по критерию их «рисковой» эффективно-

сти. Минимальное значение искомого коэффициента наблюдается по налогу на прибыль, максимальное — по подоходному налогу, причем разница между ними превышает три раза.

Оптимальная доля отдельного налога ( $w^*_i$ ), способствующая минимизации дисперсии совокупных налоговых

доходов, была рассчитана по эмпирическим данным 2009–2018 гг. по формуле (5) с учетом ограничения (6). Для анализа степени «близости» фактической структуры налоговых поступлений с их оптимальными значениями исходные данные и полученные расчетные параметры ( $w^*_i$ ) сгруппированы в таблицу 2.

Таблица 2 — Структура налоговых доходов РФ в 2009–2018 гг. и оптимальные значения долей отдельных налогов, способствующие максимизации устойчивости доходов бюджета\*

Вид налога	Годы										Среднее значение, %	Расчетное значение $w^*_i$ , %
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
НДС	14,18	13,74	14,95	14,54	14,01	14,85	15,49	16,11	16,72	15,31	14,99	22,28
Акцизы	3,95	4,56	5,15	6,04	7,14	6,80	6,42	7,84	7,86	6,40	6,22	21,88
Налог на прибыль	15,24	18,35	19,36	18,16	15,53	16,17	16,45	16,79	16,99	17,56	17,06	-9,48
НДФЛ	20,08	18,51	17,01	17,43	18,74	18,31	17,77	18,29	16,80	15,65	17,86	95,22
НДПИ	13,03	14,90	17,77	19,15	19,48	19,98	20,57	17,89	21,50	26,25	19,05	-15,57
Налоги на имущество	6,87	6,49	5,78	6,05	6,75	6,50	6,76	6,77	6,46	5,98	6,44	77,96
Прочие налоги	2,45	2,67	2,84	3,10	3,27	3,66	3,79	4,09	3,25	4,21	3,34	0,60

\* Рассчитан по данным [3].

Предваряя интерпретацию полученных результатов, отметим, что численные значения долей отдельных налогов не связаны между собой (их проверочное суммирование не дает 100 %), поскольку каждый расчет фиксирует специфическое минимально возможное значение дисперсии совокупных налоговых поступлений, имманентное ситуации оптимизации доли лишь одного налога при условии, что все остальные налоги рассматриваются как единое целое. В этой связи расчетные значения ( $w^*_i$ ) следует трактовать как предельные возможности увеличения доли одного налога в их общей структуре, отвечающие интересам стабилизации совокупных налоговых поступлений. С учетом указанных замечаний можно констатировать, что максимальная устойчивость налоговых доходов достигается в гипотетических условиях роста доли подоходного налога до

95,22 %. Для налогов на имущество указанные оптимальные пропорции составляют 77,96 %, для косвенных налогов — около 22 %. Отрицательные значения долей налога на прибыль и НДПИ, на первый взгляд, не имеют экономического смысла, однако фактически отражают принципиальную невозможность обеспечения устойчивости налоговых доходов с помощью указанных фискальных инструментов.

#### Обсуждение

Моделирование оптимальной структуры налоговых доходов, способствующих минимизации их общей дисперсии, а, следовательно, максимизации устойчивости, представляется весьма операциональным инструментом поддержки принятия управленческих решений в сфере государственной фискальной политики. Вместе с тем, оптимизация пропорций налоговых поступлений в координатах «один налог —

прочие поступления» в отсутствие дополнительных ограничений, например, на строго положительную долю отдельного налога, снижает эвристический потенциал портфельной теории.

Исчисленные пропорции позволяют идентифицировать актуальные фискальные инструменты, обеспечивающие максимизацию устойчивости в условиях текущей конфигурации налоговой системы: к ним относятся подоходный и имущественные налоги, являющие собой оптимальный компромисс между волатильностью и ростом.

### **Выводы**

Несмотря на некоторую противоречивость полученных результатов, количественные параметры оптимальной структуры налоговых поступлений позволяют сделать ряд принципиальных выводов относительно перспектив реформирования налоговой системы, направленной на повышение устойчивости доходов бюджета:

- наиболее тривиальной мерой обеспечения устойчивости можно признать увеличение ставки подоходного налога, при сохранении ее пропорционального характера;

- значительный потенциал стабилизации налоговых поступлений заключен в имущественных налогах, однако возможности его реализации ограничены их низкой фискальной «мощностью». Вследствие этого плавное повышение ставок поимущественных налогов можно признать стратегической мерой обеспечения устойчивости налоговых поступлений, что одновременно обеспечит сокращение искажающего воздействия на принятие предпринимательских решений;

- косвенные налоги, вопреки мировой практике, оказались более волатильными, чем подоходный налог, вследствие чего возможности их стабилизирующего воздействия, согласно нашим расчетам,

проявляются при доле в совокупных доходах, не превышающей 22 %;

- отрицательные значения оптимальных пропорций, полученные для налога на прибыль и НДС, демонстрируют принципиальную невозможность сокращения волатильности доходов бюджета в рамках актуальной фискальной архитектуры данных налогов. Естественно, это не является аргументом в пользу полного отказа от их использования, однако актуализирует проблему модернизации их отдельных элементов с целью снижения колеблемости поступлений в периоды экономической рецессии. Для налога на прибыль это может быть реализовано в виде тривиального снижения ставки при одновременном сокращении перечня расходов, учитываемых при обложении финансовых результатов, а также ликвидации института консолидированных групп налогоплательщиков, способствующего частичной эрозии налоговой базы.

Что касается налога на добычу полезных ископаемых, то в его случае предложить простую и эффективную модель трансформации не представляется возможным, ввиду специфичности исчисления налоговой базы, алгоритм которой по умолчанию должен учитывать благоприятную конъюнктуру рынка энергоносителей и превращать ее в дополнительные доходы бюджета. В связи с этим современная фискальная политика должна быть ориентирована на постепенное сокращение доли указанного налога в доходах бюджетной системы, что на современном этапе представляется трудно реализуемым предложением, а также на частичную или полную стерилизацию поступлений в специальных фондах, ориентированных на финансирование расходов с долговременным социально-экономическим эффектом.

**Библиографический список**

1. *Markowitz, H.* Portfolio Selection // Journal of Finance. — 1952. — № 7 (1). — P. 77–91.
2. *Garrett, T. A.* Evaluating state tax revenue variability: portfolio approach // Work Paper Series. — 2006. — № 008A.
3. Финансы России. 2018 : стат. сб. / Росстат. — М., 2018.
4. *Никитина, Т. В., Репета-Турсунова, А. В., Фреммель, М.* Основы портфельного инвестирования. — М., 2019.

**Bibliographic list**

1. *Markowitz, H.* Portfolio Selection // Journal of Finance. — 1952. — № 7 (1). — P. 77–91.
2. *Garrett, T. A.* Evaluating state tax revenue variability: portfolio approach // Work Paper Series. — 2006. — № 008A.
3. Finances of Russia. 2018 : stat. comp. / Rosstat. — M., 2018.
4. *Nikitina, T. V., Repeta-Tursunova, A. V., Fremmel, M.* Fundamentals of portfolio investment. — M., 2019.

*В. И. Гуссин, К. Ф. Механцева*

### ФУНКЦИОНАЛЬНО–СТОИМОСТНЫЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССОВ

**Аннотация**

Раскрываются особенности применения функционально стоимостного анализа при совершенствовании процессов производства матриц для холодновысадочных автоматов. Рассмотрены этапы последовательной реализации метода и алгоритм его проведения. В статье приведены исследования, направленные на повышение надежности (стойкости) изделия (матрицы холодновысадочных автоматов), с применением подходов ФСА в системе менеджмента качества.

**Ключевые слова**

Функционально-стоимостный анализ, качество, матрица, стойкость, процесс, выбор.

*V. I. Gissin, K. F. Mekhantseva*

### VALUE ANALYSIS AS METHOD OF INCREASING PROCESS EFFICIENCY

**Annotation**

Features of application of functional cost analysis for improvement of matrix production processes for cold heading machines are revealed. Stages of sequential implementation of method and algorithm for its implementation are considered. Article presents studies aimed at improving the reliability (durability) of product (matrix of cold heading machines) using VA approaches in quality management system.

**Keywords**

Value analysis, quality, matrix, stability, process, choice.

**Введение**

Использование системы менеджмента качества (СМК) позволяет регулировать процессы формирования каче-

ства продукции, услуг на всех этапах жизненного цикла. В связи с этим в центре внимания находится производимая продукция или предоставляемая



услуга. СМК рассматривает качество на всех стадиях процессов от производства до процессов распределения. Продукция, продвигаясь по технологическим маршрутам, качество формирует поэтапно. Каждый элемент продукции (материал изделия, геометрические характеристики, состояние поверхностного слоя изделия и т. д.) переходит из одного процесса к другому с применением операций контроля или испытаний.

### Материалы и методы

Для установления связей между элементами продукции и качеством выполняемых им функций следует использовать метод функционально-стоимостного анализа (ФСА), который

$$Q = (q_1 \cup q_2 \cup \dots \cup q_i \cup \dots \cup q_n) = \bigcup_{i=1}^n q_i, \quad (1)$$

где  $Q$  — качество продукции или услуги;

$q_i$  — качество элемента продукции или услуги по критерию выполнения функций;

1, 2, ...,  $i$ , ...,  $n$  — детали, комплектующие продукции или услуги.

В основе ФСА можно выделить четыре подхода, к которым следует отнести: функциональный, комплексный, системный и принцип иерархичности.

Функциональный подход состоит в изучении объекта и его составляющих комплекса функций, а также определения наиболее эффективных направлений выполнения рассматриваемых функций.

Комплексный подход изучает объект с позиций его жизненного цикла.

Системный подход рассматривает объект как систему, разделенную на набор подсистем.

Принцип иерархичности рассматривает постепенную детализацию анализируемых функций и затрат по составным частям объекта.

С помощью ФСА обеспечивается улучшение качества разработки продукции, снижение ее себестоимости, облегчается поиск оптимальных вариантов. На предприятиях металлообрабатывающей промышленности ФСА может применяться при выявлении ненужных технологических операций, позволяющих использовать резервы

производства, добиваясь снижения себестоимости продукции и улучшения ее потребительских свойств. «В основе ФСА лежит функциональный подход, который, прежде всего, рассматривает состав необходимых при эксплуатации оборудования или других объектом функций, задач, целей. Только после этого выявляются возможные способы конструктивной, технологической или организационной реализации элементов: узлов и блоков оборудования, операций технологического или производственного процесса, подразделений предприятий и объединений. Это позволяет либо выявить в рассматриваемой системе не несущие функциональной нагрузки элементы, либо совместить в одном элементе выполнение различных функций [1]».

ФСА представляет собой методологию оценки соответствия стоимости продукции по отношению к качеству выполняемых его элементами функций. Исходя из изложенного, следует, что качество продукции или услуги представляет собой объединение качеств составляющих его элементов, комплектующих и т. д. [1]:

производства, добиваясь снижения себестоимости продукции и улучшения ее потребительских свойств. «В основе ФСА лежит функциональный подход, который, прежде всего, рассматривает состав необходимых при эксплуатации оборудования или других объектом функций, задач, целей. Только после этого выявляются возможные способы конструктивной, технологической или организационной реализации элементов: узлов и блоков оборудования, операций технологического или производственного процесса, подразделений предприятий и объединений. Это позволяет либо выявить в рассматриваемой системе не несущие функциональной нагрузки элементы, либо совместить в одном элементе выполнение различных функций [1]».

В теории ФСА употребляется термин «потребительная стоимость», которая, по сути, отражает совокупность функций требуемого качества. Она может определяться одним или несколькими свойствами [1]. Например, главное потребительское свойство матрицы для

холодной высадки — время бездефектного формообразования объекта с заданными характеристиками. Матрица для холодной высадки должна иметь два важных потребительских свойства: заданную стойкость и обеспечение в этот период геометрических и размерных характеристик. «Зачастую при проведении ФСА потребительная стоимость определяется с учетом условий функционирования систем. Количественная оценка функций может быть осуществлена с помощью одной или нескольких тесно связанных эксплуатационных характеристик. Например, производительность металлорежущего оборудования зависит от различных факторов, таких как: жесткости СПИД, химического состава материала, твердости, геометрической точности обрабатываемых изделий, геометрических параметров режущего инструмента, условий работы и др. Количественное определение функций дает возможность сравнить одинаковые в качественном отношении потребительские свойства и их совокупность — потребительные стоимости.

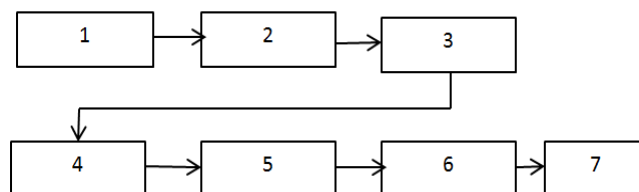
Потребительная стоимость изделия ( $F$ ), его функциональность может быть количественно определена выражением (коэффициент качества) (2):

$$F = p_i n_i, \quad (2)$$

где  $p_i$  — эксплуатационно-техническая характеристика  $i$ -го потребительского свойства, рассчитываемая в относительных величинах;

$n_i$  — коэффициент значимости  $i$ -го потребительского свойства в общей эксплуатационно-технической характеристике изделия (т. е. в общей функциональной полезности или потребительной стоимости)» [1].

При решении технических задач, можно использовать различные методы активизации поиска новых решений, например, таких как мозговой штурм, морфологический анализ, метод контрольных вопросов, синектику и т. п. «Указанные способы активизации технического творчества являются различными модификациями метода проб и ошибок и не всегда позволяют найти оптимальное решение задачи. В таких случаях применяют теорию решения изобретательских задач (ТРИЗ)» [1].



1 — предварительный — определение проблемы, цели, объекта; 2 — информационный — формулирование цели, сбор исходной информации; 3 — аналитический — формулирование функций изделий, построение модели, оценка значимости; 4 — творческий — поиск идей и решений по реализации основных и вспомогательных функций; 5 — исследовательский — укрупненная оценка вариантов решений; 6 — рекомендательный — выбор варианта построения модели изделия; 7 — внедрение результатов.

Рисунок 1 — Алгоритм проведения ФСА [3]

Проведение ФСА осуществляется по определенному алгоритму (рис. 1), заключается в том, что последующая процедура опирается на результаты предыдущей процедуры. Предварительный этап является важной ступенью, от которой зависят последующие принятые

решения. На следующем — информационном этапе осуществляется процесс систематизации данных об условиях работы рассматриваемого объекта. На данном этапе окончательно определяются цели, способствующие совершенствованию объекта, строится структурная мо-

дель, уточняются затраты по ее элементам, а также элементов, определяющих уровень качества системы. На третьем — аналитическом этапе проводится функциональный анализ фактического состояния выбранного объекта и определяется перечень функций согласно структурной схеме конструкции и технологической схеме изготовления объекта анализа. «После этого производят разделение функций на: главные, основные, вспомогательные, ненужные и вредные. Разделение функций производится по следующим правилам: если главная функция не может быть осуществлена без какой-либо функции, то эта функция — основная; если главная функция может быть осуществлена без какой-либо функции, то эта функция — вспомогательная» [1]. Если выявлена ненужная функция, не содействующая выполнению основного назначения объекта, то ее устраняют, что является основной целью ФСА.

На творческом этапе решаются технические и другие задачи, сформулированные на предыдущем, которые завершается предварительным отбором вариантов решений.

На рекомендательном этапе проводится отбор эффективных технических решений, на основе которых разрабатываются мероприятия по совершенствованию конструкции, процессов объекта анализа. Технические решения, принятые на рекомендательном этапе, позволяют разработать мероприятия и составить план по их внедрению [1].

Этап внедрения заключается в реализации рекомендации ФСА: разработка процесса, изготовление специализированного инструмента, изготовление и закупка необходимых режущих элементов, выбор оборудования и т. п. — т. е. все то, что соответствует управляющим мероприятиям в СМК.

При оценке качества выполнения функций строится таблица, представленная примером (табл. 1). При рассмотрении сложных изделий подобные таблицы составляются для отдельных узлов, комплекующих, используя имеющуюся информацию, качество выполнения функций оценивается различными показателями или баллами (например, геометрическая точность, надежность, стойкость и т. п.).

Таблица 1 — Оценка качества функций [1]

Детали и узлы	Назначение функций		Вид функции	Качество выполненной функции	
	«глагол»	«существительное»		Существующее	Необходимое
Оборудование в целом	формирует	изделие	Г		
Станина	обеспечивает	устойчивость	О		
Эл. двигатель	приводит	движение	О		
Матрица сборная	деформирует	изделие	О		
Тормозная система	фиксирует	механизм	В		
Отрезной нож	отрезает	заготовка	В		
Цифровая система контроля	обеспечивает	контроль	В		
Вытравливатель	обеспечивает	удаление	В		
Крышка	защищает	разрушение	Н		
и т. д.					

Вид функции: Г — главная, О — основная, В — вспомогательная, Н — ненужная

### Результаты

В представленной статье выполнены исследования, направленные на повышение надежности (стойкости) изделия (матрицы холодновысадочных

автоматов), с применением подходов ФСА в системе менеджмента качества. В качестве иллюстрации рассмотрим один из объектов процесса высадки изделий — матрицу (табл. 2).

Таблица 2 — Оценка функций матрицы

Детали и узлы	Назначение функций		Вид функции
	«глагол»	«существительное»	
Матрица	формирование	детали	Г
Точность геометрических параметров	обеспечивает	требования	О
Состояние рабочей поверхности	отсутствие	прижоги	О
Твердость поверхностного слоя	соответствуют	требования	О
Геометрическая форма нерабочей поверхности	соответствует	требования	В
Фаски на рабочих поверхностях	соответствуют	требования	В
Плавный переход на нерабочих поверхностях	соответствует	требования	Н

При обработке металлов методами холодной высадки производительность оборудования, качество изделий их себестоимость во многом зависят от стойкости инструментов.

При холодной высадке изменение формы заготовки, происходит за счет пластической деформации. Нагрузки, величина деформации высаживаемой заготовки, качество рабочих поверхностей матриц определяют, характер и механизм износа.

#### Обсуждение

Высадочные матрицы, изготовленные из инструментальных сталей, и прошедшие термообработку выходят из строя не из-за поломок, которые очень редки, а из-за изменения их размеров. Изменение размеров матрицы происходит вследствие трения поверхностей детали и инструмента при пластическом деформировании изделия и частоты циклических нагрузок, при таких условиях износ матриц имеет адгезионно-абразивный характер [1].

Была поставлена задача увеличения стойкости объекта.

Для определения причин влияющих на стойкость матриц проведен анализ способов обработки, конструктивных особенностей, параметров матриц и применяемых инструментов при ее изготовлении.

Анализ конструкции показал, что только три основные функции матрицы

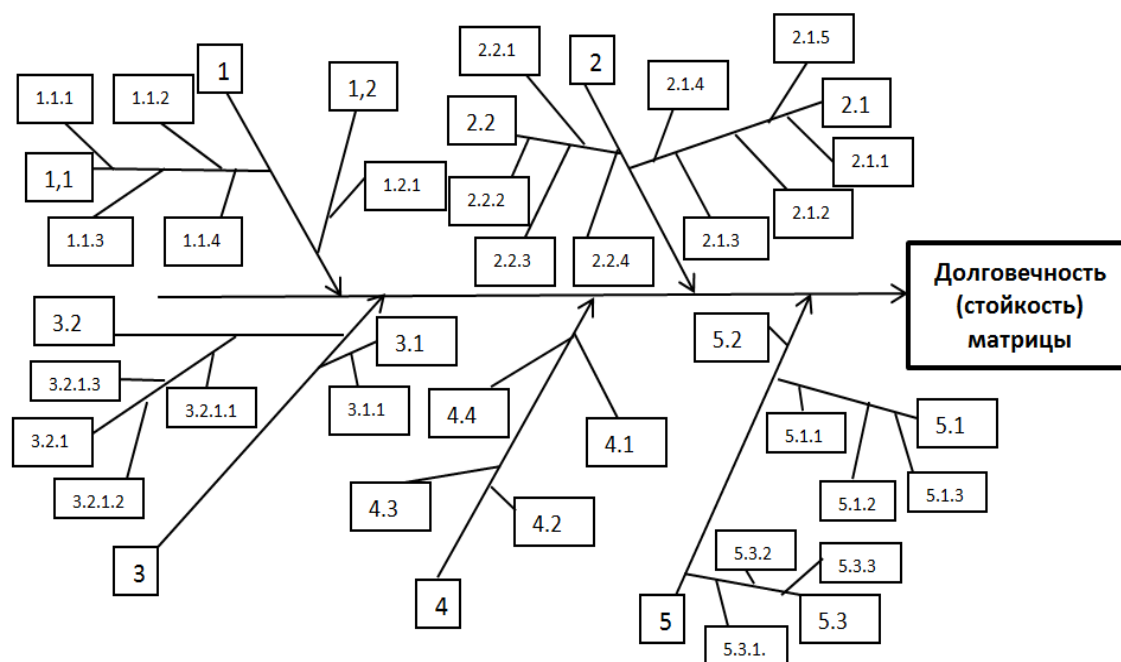
оказывают значительное влияние на качество (стойкость) ее работы.

Для определения действия причин на процесс формирования изделия, нами была использована причинно-следственная диаграмма (рис. 2), которая помогла выявить наиболее существенные факторы, оказывающие влияние на стойкость матриц. К ним можно отнести: прижоги поверхностного слоя матриц, колебания геометрических характеристик размеров и формы, поверхностную твердость инструмента, шероховатость рабочей поверхности матриц, способ обработки рабочих поверхностей использование материалов заменителей. Построенная причинно-следственная диаграмма позволила использовать метод экспертных оценок для выяснения влияния основных групп факторов на работоспособность матриц. Задача решалась по сопоставлению важности таких показателей, влияющих на качество объекта, как: материал матриц ( $Q_1$ ), процесс изготовления объекта ( $Q_2$ ), способ обработки канала матриц ( $Q_3$ ), персонал ( $Q_4$ ), оборудование ( $Q_5$ ).

Оценка меры согласованности мнений экспертов определялась с помощью коэффициента конкордации:

$$W = \frac{12S}{n^2(m^3 - m)} \quad (3)$$

Результаты мнения, высказанные экспертами, представлены в таблице 3.



1. Материал матриц: 1.1 — Инструментальная сталь: 1.1.1 — химический состав, 1.1.2 — твердость — HRC св. 64, 1.1.3 — HRC = 62 — 64, 1.1.4 — HRC ниже 64, 1.2 — Твердый сплав, 1.2.1 — химический состав; 2 — Процесс изготовления объекта: 2.1 — Режимы: 2.1.1 скорость, 2.1.2 — подача, 2.1.3 — глубина резания, 2.1.4 — величина деформации, 2.1.5 — применение СОЖ, 2.2 — Контроль: 2.2.1 — операционный, 2.2.2 — приемочный, 2.2.3 — универсальные средства измерения, 2.2.4 — специальные средства измерения; 3. Способ окончательной обработки канала объекта: 3.1 — Шлифование: 3.1.1 — абразивный инструмент; 3.2 Развертывание: 3.2.1 — режущая часть инструмента, 3.2.1.1 — твердый сплав, 3.2.1.2 — СТМ, 3.2.1.3 — быстрорежущая сталь; 4. Персонал: 4.1 — Квалификация, 4.2 — Мотивация, 4.3 — Стаж работы, 4.4 — Физическое состояние; 5 — Оборудование: 5.1 — Время эксплуатации: 5.1.1 до 5 лет, 5.1.2 — от 5 до 10 лет, 5.1.3 — св. 5 лет, 5.2 — Виброустойчивость, 5.3 — Вид: 5.3.1 — автоматическое, 5.3.2 — полуавтоматическое, 5.3.3 — универсальное.

Рисунок 2 — Причинно-следственная диаграмма долговечности матрицы

Таблица 3 — Данные экспертного анализа долговечности матрицы

	Эксперты					$R_{\Sigma}$		$\Delta$	$\Delta^2$
	1	2	3	4	5				
$Q_1$	1	1	1	2	1	6		-9,0	81
$Q_2$	4	4	3	4	4	19		4,0	16
$Q_3$	5	5	5	5	5	25	15	10	100
$Q_4$	3	3	4	3	3	16		1,0	1
$Q_5$	2	2	2	1	2	9		-6,0	36
Итого:						75			234

Расчет коэффициента конкордации показал высокую согласованность мнений экспертов ( $W=0,93$ ). Можно утверждать, что важность оцениваемых приоритетов распределились следующим образом:

$$Q_3 > Q_2 > Q_4 > Q_5 > Q_1.$$

Исходя из экспертной оценки, следует отметить, что наибольшее влияние на состояние поверхности канала матрицы, форму отверстия, размеры оказывает способ обработки ( $Q_3$ ).

## Выводы

Для улучшения качества изготовления и увеличения срока работы матриц было предложено обработку каналов матриц проводить вместо шлифования развертыванием с использованием инструментов — разверток, оснащенных режущей частью из сверхтвердых материалов (СТМ).

Для выбора метода окончательной обработки матриц были проведены исследования, в которых проводили оценку точности размеров и шероховатости поверхности, полученных после окончательной обработки отверстий шлифованием и развертыванием [2].

«Сравнивая шлифование и развертывание, следует отметить, что процесс шлифования приводит к возникновению на шлифованной поверхности трещин, прижогов, которые и оказывают негативное воздействие на величину износостойкости матриц. Обработка отверстий развертками из эльбора-Р исключает образование дефектов в поверхностном слое. Измерение микротвердости поверхностного слоя матриц после развертывания выше, чем после шлифования в 1,25 раза» [2].

Экспериментальные исследования позволяют для холодновысадочного инструмента рекомендовать величину шероховатости поверхности, в пределах  $R_a = 0,16 - 0,32$  мкм.

«Проведенные испытания отдают предпочтение окончательной обработке отверстий матриц — использованию разверток из эльбора-Р, взамен шлифования. Развертывание отверстий матриц обеспечивает сжимающие остаточные напряжения в поверхностном слое, увеличение микротвердости поверхности и отсутствие прижогов, что приводит к увеличению работоспособности холодновысадочного инструмента, по сравнению с обработкой поверхности отверстия шлифованием» [2].

Считаем, что при совершенствовании процессов производства различного вида продукции, работе с рекламациями потребителей ФСА может эффективно применяться при оценке результатов, которые позволят специалистам предприятия найти решения, повышающие качество и надежность анализируемых объектов.

## Библиографический список

1. *Гиссин, В. И.* Проблемы формирования логистической системы управления качеством. — Ростов н/Д, 2000.
2. *Гиссин, В. И.* Повышение качества матриц холодновысадочных автоматов // Современные инновации в науке и технике : сб. науч. трудов 9-й Всерос. науч.-тех. конф. с междунар. участием. — Курск, 2019. — С. 67–70.
3. *Земсков, С. А.* Практика применения функционально-стоимостного анализа. — М. : Финансы и статистика, 1987.
4. *Механцева, К. Ф.* Информационная концепция повышения качества // Качество и жизнь. — 2004. — № 4. — С. 193–199.

## Bibliographic list

1. *Gissin, V. I.* Problems of formation of a logistic system of quality management. — Rostov-on-Don, 2000.
2. *Gissin, V. I.* Improving the quality of matrices of cold heading machines // Modern innovations in science and technology : collection of scientific articles of 9th All-Russian scientific and technical conf. with international participation. — Kursk, 2019. — P. 67–70.
3. *Zemskov, S. A.* Practice of using functional cost analysis. — M. : Finance and Statistics, 1987.
4. *Mekhantseva, K. Ph.* Informational concept of quality improvement // Quality and life. — 2004. — № 4. — P. 193–199.



*С. В. Грицунова, Ю. А. Седых*

**ИНСТРУМЕНТЫ ИЗМЕНЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КОНФИГУРАЦИИ  
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ:  
АНАЛИЗ И СИНТЕЗ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФОРМ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Аннотация**

Функционально-стоимостной анализ широко применяется при исследовании производственно-хозяйственных систем, в первую очередь, как технология оценки реальной стоимости продукта. Исследование, представленное в статье, позволяет использовать анализ и синтез как инструмент для формирования новых способов конфигурации производственно-хозяйственных систем. Происходит описание синтеза процедур ФСА в рамках производственно-хозяйственной системы. Предложенный подход конкретизирован с точки зрения формирования новых способов организации производственно-хозяйственных систем. Особое место в статье отводится функционально-стоимостному синтезу.

**Ключевые слова**

Производственно-хозяйственная система, функциональный синтез, анализ и синтез, функционально-стоимостной анализ, управление, предпринимательские структуры.

*S. V. Gritsunova, Yu. A. Sedykh*

**INSTRUMENTS OF CHANGE OF ORGANIZATIONAL CONFIGURATION  
OF PRODUCTION AND ECONOMIC SYSTEM: ANALYSIS AND SYNTHESIS  
OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FORMS OF BUSINESS**

**Annotation**

Functional and cost the analysis is widely applied at a research of production and economic systems, first of all, as technology of assessment of actual cost of a product. Research, giving in article, allows to use the analysis and synthesis as a tool for formation of new ways of configuration of production and economic systems. There is a description of synthesis of FSA procedures within a production and economic system. Offered approach is concretized in terms of formation of new ways of organization of production and economic systems. Special place in article is allocated functional cost to synthesis.

**Keywords**

Production and economic system, functional synthesis, analysis and synthesis, functional and cost analysis, management, enterprise structures.

**Введение**

Процесс регулирования сложных систем, а также их исследования неразрывно связан с синтезом и анализом. Такие методы исследования заключаются в последовательной реализации этапов структурирования и разложения на отдельные части более сложных процессов и систем. Это происходит с це-

лью более детального раскрытия составных частей в рамках функционирования целостной системы.

При разработке и исследовании организационно-технических систем широко применяется функционально-стоимостной анализ, позволяющий разделить объект на отдельные первостепенные и второстепенные функции и

части. Как методологический подход синтез слабо применяется для решения такого рода вопросов, особенно по установлению ключевой компетенции функционирования всей производственно-хозяйственной системы и использования ее функции конечным потребителем.

Исследование, представленное в статье, позволяет использовать анализ и синтез как инструмент для формирования новых способов конфигурации производственно-хозяйственных систем.

### **Материалы и методы**

В качестве основных методов исследования выступили анализ и синтез, научная абстракция, функционально-стоимостной анализ. Для проведения исследования в качестве информационной базы выступили исследования ряда авторов по теме [1, 3–7], в частности Р. А. Фатхутдинова [9].

### **Результаты и их обсуждения**

Системный процесс экономического управления основан на единстве анализа и синтеза. Синтез можно рассматривать как взаимосвязь экономических оценок, которые могут быть отнесены к конкретной области хозяйственной деятельности. К тому же синтез позволяет допускать объединение конкурирующих, или противоположных подходов.

Синтез может быть рассмотрен как самостоятельная фаза развития системы, тогда он рассматривается не только как механистическое объединение явлений, процессов и характеристик, но и как процесс образования нового качества — для больших систем данный эффект можно назвать синергетическим. Итак, синтез позволяет в результате совместных действий подсистем получить результат выше, чем при индивидуальных усилиях.

Рассматривая единство и различие анализа и синтеза в области экономиче-

ского управления, можно отметить, что в направлении функционально-стоимостного анализа уже существуют достаточно широкие и глубокие разработки. Однако эти исследования применительно к производственному процессу встречаются, в первую очередь, с точки зрения управления уровнем затрат и качества товара [8]. Проблематика синтеза раскрыта недостаточно, хотя эти два подхода неизбежно должны взаимодействовать, что уже сформулировано в самом понятии функционально-стоимостного подхода, указывающего на единство и противоположность качеств. К тому же исследование вопросов ФСА применительно к производственным предпринимательским структурам не проводилось.

Синтез, в рамках данного исследования, рассматривается как объединение в единое целое полученных результатов нескольких процедур анализа на разных этапах производства и функционирования продукции. На рисунке 1 изображена технологическая схема производства автомобиля с применением функционально-стоимостного анализа на каждом отдельном этапе его изготовления и функционирования. Процесс синтеза будет применен с целью образования единой конфигурации как связующая часть осуществляемого анализа участников производственно-хозяйственной системы. Рассматриваемый методологический подход интересен с точки зрения формирования новых способов организации производственно-хозяйственных систем, также он позволяет разрабатывать новые производственно-технические решения. Заключительному этапу функционально-стоимостного анализа — синтезу — уделено в научной литературе и в практической деятельности незначительное внимание.



Рисунок 1 — Синтез процедур ФСА в рамках производственно-хозяйственной системы

Не только функционально-стоимостной анализ, но и функциональный синтез может быть использован для принятия управленческих решений о способе конфигурации производственно-хозяйственных систем, реализовать это можно следующими вариантами:

- в форме вертикально структурированной производственно-хозяйственной системы как сетевой структуры крупной предпринимательской структуры с заключением договор аутсорсинга по ряду выполняемых функций;

- создание сети предпринимательских структур, сосредоточивающих и управляющих основными процессами производственно-хозяйственной системы; их деятельность становится возможной благодаря тесной кооперации небольших по размеру предпринимательских структур.

Каждый из рассматриваемых выше вариантов организации работы производственно-хозяйственной системы

уже встречается в отечественной практике, однако, на наш взгляд, они не являются достаточно развитыми, особенно сетевая организация производственно-хозяйственной системы. Все большее развитие форм взаимодействия предпринимательских структур в производственной сфере является действительным механизмом конкретизации ключевой компетенции каждого звена производственно-хозяйственной системы. Такой механизм, как аутсорсинг при вертикально структурированной производственно-хозяйственной системе, позволяет крупному производственному бизнесу сосредоточить свое внимание в хозяйственной деятельности на реализации ключевой компетенции, не затрачивая время и другие ресурсы на всю технологическую цепочку производства. Для крупной предпринимательской структуры аутсорсинг позволяет добиться высокой гибкости на рынке, повысить скорость реакции на конъюнктурные изме-

нения в окружающей среде [2, 3]. Предпринимательским структурам, выступающим в качестве поставщиков аутсорсинговых услуг, это также позволяет реализовать свою узкую, конкретную ключевую компетенцию выполнения второстепенных функций изделия. В том случае если инструмент аутсорсинга применяется при изготовлении комплектующих и узлов изделия, предприятия-аутсорсеры участвуют в реализации ключевой компетенции всей производственно-хозяйственной системы.

При втором варианте конфигурации производственно-хозяйственных систем — создании сети — происходит также участие предприятий аутсорсеров в реализации ключевой компетенции всей производственно-хозяйственной системы. В такой сетевой производственно-хозяйственной системе участвуют, как правило, предприятия небольших размеров, преимущественно субъекты малого и среднего бизнеса. При сетевой организации нет безусловного доминирования крупного производственного процесса, т. к. он становится взаимозависимым от эффективности процессов разработки, реализации и сопровождения продукции. Такая организация в наибольшей степени отражает значимость повышения роли промышленного сервиса и обеспечения потребителя требуемой функциональностью. Подобного рода взаимодействие малых и средних предпринимательских структур позволяет решить ряд трудностей, которые испытывают субъекты малого и среднего бизнеса в производственной сфере, а именно: сложность в поиске потребителя, недостаточный объем свободных средств, некоторые технологические трудности и др.

#### **Выводы**

Функционально-стоимостной анализ является всеобъемлющим инструментом оценки производственно-хозяйственных систем, в первую очередь оценки стоимости продукта. Применяется для рационального распре-

ления средств на производство ключевой функции производственно-хозяйственной системы. Системный подход, основанный на единстве анализа и синтеза, позволяет по-новому взглянуть на изменение организационной конфигурации производственно-хозяйственной системы. Функциональный синтез может быть использован для принятия управленческих решений в отношении способа конфигурации производственно-хозяйственных систем, формы вертикально структурированной производственно-хозяйственной системы и создания сети предпринимательских структур. Выбор определенной формы организации производственно-хозяйственной системы должен основываться на использовании методологии ФСА, что делает необходимым развитие методических основ ФСА как инструмента организационного совершенствования предпринимательства.

#### **Библиографический список**

1. *Гусева, Г. В.* Особенности взаимодействия малого и крупного бизнеса в России // *Baikal Research Journal*. — 2016. — № 2. — Т. 7.
2. *Гришунова, С. В., Филиппова, В. Д., Скапенко, В. М.* Анализ эффективности деятельности малого и среднего бизнеса в Ростовской области // *Модернизация экономики России: отраслевой и региональный аспект: материалы междунар. науч.-практ. конф.* — Ростов н/Д, 2018.
3. *Иванов, И. А.* Повышение эффективности работы малых производственных предприятий на основе функционально-стоимостного анализа // *Организация производства*. — 2013. — № 4. — С. 23–26.
4. *Молев, М. В., Молев, А. М.* Совершенствование управления предприятием с использованием методик функционально-стоимостного анализа // *Горная книга. Честное еврейское*. — Вып. 1. — С. 311–313.

5. *Семенова, С. В.* Разработка механизмов повышения эффективности интеграционных преобразований корпоративных структур : автореф. дисс. — М., 2009.

6. *Сосновский, Я. Ш., Ткаченко, П. Г.* Функционально-стоимостной анализ. — Киев : Техника, 1986.

7. *Шарашикина, Т. П.* Организация проведения функционально-стоимостного анализа производственного процесса на предприятии // *Экономический анализ: теория и практика.* — 2014. — № 40 (391). — С. 41–47.

8. *Джаубаева, Ф. Ю.* Функционально-стоимостной анализ: сущность и этапы реализации // *Вестник Университета.* — 2015. — № 7. — С. 180–211.

9. *Фатхутдинов, Р. А.* Управленческие решения. — М. : Инфра-М, 2004.

#### Bibliographic list

1. *Guseva, G. V.* Feature of interaction of small and large business in Russia // *Baikal Research Journal.* — 2016. — № 2. — Т. 7.

2. *Gritsunova, S. V., Filippova, V. D., Skapenko, V. M.* Analysis of efficiency of activity of small and medium business in Rostov region // *Modernization of econo-*

*my of Russia: branch and regional aspect : materials of International scientific and practical conf.* — Rostov-on-Don, 2018.

3. *Ivanov, I. A.* Increase of overall performance of small manufacturing enterprises on the basis of functional and cost analysis // *Organization of production.* — 2013. — № 4. — P. 23–26.

4. *Molev, M. V., Molev, A. M.* Improvement of business management with use of techniques of functional and cost analysis // *Mountain book. The honest Jewish.* — Vol. 1. — P. 311–313.

5. *Semyonova, S. V.* Development of mechanisms of increase in efficiency of integration transformations of corporate structures : thesis of diss. — М., 2009.

6. *Sosnovskiy, Ya. Sh., Tkachenko, P. G.* Functional and cost analysis. — Kiev : Equipment, 1986.

7. *Sharashkina, T. P.* Organization of carrying out the functional and cost analysis of production at enterprise // *Economic analysis: theory and practice.* — 2014. — № 40 (391). — P. 41–47.

8. *Dzhaubayeva, F. Yu.* Functional and cost analysis: essence and stages of realization // *Bulletin of University.* — 2015. — № 7. — P. 180–211.

9. *Fatkhutdinov, R. A.* Management decisions. — М. : Infra-M, 2004.

*Е. А. Данченко*

## ПАРАДИГМА ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МОДЕЛИ ВЕДЕНИЯ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

### Аннотация

Модель ведения банковского бизнеса постоянно поддается изменениям, которые связаны как в целом с конъюнктурой рынка, так и с изменениями финансового поведения субъектов экономики. В статье рассмотрены основные модели ведения банковского бизнеса, выявленные на российском банковском рынке, приведена их краткая характеристика. Выявлена парадигма развития модели ведения банковского бизнеса, преобладающая на банковском рынке, которая позволяет сделать вывод о направлении дальнейшего развития, при условии минимального вмешательства контрольно-надзорных органов в формирование бизнес-модели рынка. Сделано предположение, что развитие модели ведения банковского бизнеса направлено на удовлетворение потребностей субъектов экономики и тем самым имеет сходство с пирамидой потребностей А. Мас-

лоу. Модель ведения банковского бизнеса, способная удовлетворять потребности всех участников экономических отношений и отвечающая основным этическим и экологическим принципам определена как эффективная модель ведения банковского бизнеса.

### **Ключевые слова**

Бизнес-модель банка, эффективная модель ведения банковского бизнеса, спекулятивная модель банковского бизнеса, клиентоориентированная модель.

*E. A. Danchenko*

## **PARADIGM OF FORMATION OF EFFECTIVE MODEL OF BANKING BUSINESS**

### **Annotation**

Model of banking business is constantly amenable to changes, which are associated with the overall market conditions and changes in financial behavior of economic entities. Article considers the main models of banking business identified in Russian banking market, provides a brief description of them. Paradigm of development of model of banking business, prevailing in banking market, which allows to draw a conclusion about direction of further development, subject to minimal intervention of regulatory authorities in formation of business model of market, is revealed. It is assumed that development of banking business model is aimed at meeting the needs of economic entities and thus has similarities with pyramid of needs of A. Maslow. Model of banking business that can meet the needs of all participants in economic relations and meets the basic ethical and environmental principles is defined as effective model of banking business.

### **Keywords**

Business model of the Bank, effective model of banking business, speculative model of banking business, customer-oriented model.

### **Введение**

Банковская система на этапе проведения политики, ориентированной на ускоренное экономическое развитие, становится частью финансового форсажа, инициирующего сверхбыстрый экономический рост. Аккумуляция и распределение необходимых для субъектов экономики финансовых ресурсов, их доступность и своевременность позволяет наращивать объемы производства, переходя из стадии стагнации в развитие. В данных условиях деятельность банка всегда отвечает определенной модели, которую принято называть моделью ведения банковского бизнеса. Под бизнес-моделью банка будем понимать «конфигурацию деятельности банка по созданию ценности, которая

осознается собственниками бизнеса как позволяющая получить оптимальную отдачу на вложенный капитал» [4].

### **Материалы и методы**

Учитывая развитую систему взаимосвязей между элементами экономики, предположим, что под влиянием изменения экономической ситуации меняется и модель ведения банковского бизнеса. Рассмотрим парадигму моделей ведения банковского бизнеса, преобладающих в Российской банковской системе с начала 2000-х гг.

Обозначим, что банковская модель зависит, во-первых, от менталитета, преобладающего среди населения, во-вторых, от экономической конъюнктуры рынка, в-третьих, целеполагания и направленности банковского бизнеса.



Если оценивать конъюнктуру рынка российского в начале 2000-х гг., можно заметить, что переходный период от кризиса к восстановлению экономики характеризовался значительным развитием банковской системы, в том числе ориентацией коммерческих банков на работу с менее рисковыми клиентами. В данном случае многие ученые и практики считают, что работа с физическими лицами является рискованной деятельностью для коммерческих банков, однако, на наш взгляд, в начале 2000-х годов относительно стабильное положение населения на рынке труда, а также уровень доходов населения формировал более устойчивый клиентский ресурс именно среди физических лиц. Позиция, принимаемая по поводу преимущества физических лиц, как клиентов над юридическими лицами, также характеризуется тем, что физические лица берут в кредит на незначительные суммы, что наиболее предпочтительно для банков. Сложившиеся тенденции ориентации на привлечение физических лиц как клиентов с целью максимальной реализации накопленных финансовых ресурсов коммерческими банками с минимальными рисками, связанными в основном с диверсификацией небольших сумм между большим количеством клиентов. Данная тенденция сформировала на банковском рынке так называемую спекулятивную модель банковского бизнеса, которая в условиях становления экономики, провоцирует значительный дисбаланс путём перераспределения и аккумуляции денежных средств в определенных финансовых кругах, что снижает доверие клиентов физических лиц к коммерческим банкам. В свою очередь, она стимулирует развитие микрофинансового кредитования. Несмотря на то что микрокредиты являются более затратным для клиентов – физических лиц, они становятся более доступными. Снижение уровня доверия клиентов к кредитным организациям ставят перед

коммерческими банками задачу привлечения клиентов, утративших доверие к кредитным организациям. Модернизация банковских продуктов и банковского процесса становится необходимостью в банковском деле. Основа модернизации закладывается не столько в изменении самих продуктов или механизмов предоставления этих продуктов, сколько в изменении направленности всей деятельности кредитных организаций, которая переориентируется с чисто спекулятивной модели ведения банковского бизнеса на клиентоориентированную модель, предполагающую в своей основе предложение продукта максимально полезного для клиента и отвечающего его потребностям.

Клиентоориентированная модель подразумевает изучение потребностей клиента, формирование и предугадывание его желаний и предпочтений. Формируются различные теории, позволяющие коммерческим банкам формировать портрет потенциального клиента. Исходя из политики банка на основе выстроенного портрета потенциального клиента разрабатываются мероприятия по привлечению клиентов. Так, исследования по портрету потенциального клиента выявляют, что среди индивидуальных предпринимателей наиболее ответственными заемщиками являются женщины-предприниматели. На основе этого исследования некоторыми банками сформированы особые условия для привлечения бизнес-леди в качестве заемщиков.

Указанные модели ведения банковского бизнеса постепенно смещаются новыми, более совершенными и современными моделями ведения банковского бизнеса в силу того, что имеют ряд недостатков, а также негативных последствий для экономики в целом. Рассмотрим некоторые из недостатков этих моделей.

Спекулятивная модель банковского бизнеса характеризуется значительным

наращиванием денежной массы за счет коротких и дорогостоящих операций. Спекуляции, в том числе на банковском рынке, не создают конечный продукт, но усиленно разгоняют инфляцию. Именно поэтому Центральный банк Российской Федерации активно занялся сокращением спекулятивных операций, как на финансовом, так и на банковском рынке. С другой стороны, спекулятивная модель банковского бизнеса совершенно не направлена на стимулирование развития реального сектора экономики. В основном это связано с рисками, которые несет кредитор в процессе кредитования реального сектора экономики. В условиях функционирования спекулятивной модели ведения банковского бизнеса постоянное стимулирование потребления не сопровождается стимулированием развития реального сектора экономики, что провоцирует дисбаланс в экономике и, как следствие, кризисы.

Еще одной негативной чертой функционирования спекулятивной модели является повышение закредитованности населения. Данная черта свойственна и клиентоориентированной модели. Формируя портрет потенциального клиента, кредитные организации отвечают всем потребностям, которые клиент хотел бы получить, однако это не гарантирует того, что клиент финансово может эти потребности обеспечить. Многие ученые и практики уже отмечают тот факт, что на рынке банковского кредитования преобладает тенденция выдачи кредитов на предметы роскоши. Приобретая предметы не первой необходимости в кредит, определенная группа заёмщиков формирует так называемый «ложный образ», подразумевающий приобретение большего количества товара. Участвовавшие случаи повышенной финансовой нагрузки на население, заставила кредитные организации пересмотреть модель ведения банковского бизнеса и учесть существующие недочёты.

## Результаты

Постоянная модернизация и трансформация банковской модели всё больше начинает отвечать принципу «трех Э»: этика — экономика — экология. Этика подразумевает наличие правил банковской модели, которые отвечают за этические компоненты взаимодействия «банк — клиент». Экономика определяет тесную взаимосвязь между субъектами в процессе экономической деятельности. Экология формирует ответственность за каждое принятое решение, а также необходимость оценки нагрузки на общество и природу в целом. Принцип «трех Э» формирует новую модель ведения банковского бизнеса как на мировом, так и на Российском банковском рынке. Данную модель можно называть эффективной моделью ведения банковского бизнеса. Отличительной её чертой является клиентоориентированность, так и ответственность за принятие решения кредитными организациями. Таким образом, основываясь на сформированном портрете потенциального клиента в зависимости от специфики деятельности, кредитная организация оценивает нагрузку принятого решения на экономику, общество и окружающую среду. По своей сути эффективная модель ведения банковского бизнеса включает в себя лучшие черты клиентоориентированной модели, экологического банкинга и социально ориентированного бизнеса.

Эффективный банкинг ориентируется на потребителя с низким уровнем финансовой грамотности, так как принимает гипотезу о том, что достижение абсолютной финансовой грамотности невозможно. Это способствует формированию упрощенных и понятных механизмов ведения банковского бизнеса. В то же время эффективный банкинг основывается на сбалансированном развитии социальной сферы, сферы реального сектора экономики с учетом экологического аспекта.

Эффективная модель ведения банковского бизнеса в своей направленности отражает идеи «третьей фундаментальной теоремы экономики благосостояния, которая заключается в том, что при замене агента, ставящего свои потребности выше общеэкономических, на социально ориентированного агента возможно развитие справедливого эффективно-компромисса в экономике» [1].

#### Выводы

Рассмотренная парадигма развития модели банковского бизнеса можно считать пирамидой Маслоу для кредитных организаций, где низший уровень — спекулятивная модель — отвечает лишь потребностям кредитной организации в получении прибыли, а вершина пирамиды — это потребность кредитных организаций в своей социальной значимости. Таким образом, каждая кредитная организация, а может быть и в целом финансовые институты, должны пройти определенные этапы своего развития от основания пирамиды к её вершине.

#### Библиографический список

1. *Khan, H.* Islamic economics and third fundamental theorem of welfare economics // *World Economy*. — 2017.
2. *Семенюта, О. Г., Дудко, К. В.* Устойчивый социально ответственный банковский бизнес как новая модель развития банковского дела // *Финансовые исследования*. — 2015. — № 4 (49). — С. 113–123.

3. *Данченко, Е. А., Лисютенко, О. Ю., Курбанов, И. А.* Анализ поведения потребителя на рынке банковских продуктов и услуг: тенденции и направления // *Финансовые исследования*. — 2017. — № 2 (55). — С. 38–46.

4. *Соколова, Е. М.* Перспективы трансформации бизнес-моделей банков РФ // *Финансовые исследования*. — 2019. — № 1 (62).

5. *Данченко, Е. А., Семенюта, О. Г.* Трансформация современного банковского дела на основе исламского банкинга : моногр. — Ростов н/Д, 2017.

#### Bibliographic list

1. *Khan, H.* Islamic economics and third fundamental theorem of welfare economics // *World Economy*. — 2017.
2. *Semenyuta, O. G., Dudko, K. V.* Sustainable socially responsible banking business as new model of banking development // *Financial studies*. — 2015. — № 4 (49). — P. 113–123.
3. *Danchenko, E. A., Lisutenko, O. Yu., Kurbanov, I. A.* Analysis of consumer behavior in market of banking products and services: trends and directions // *Financial research*. — 2017. — № 2 (55). — P. 38–46.
4. *Sokolova, E. M.* Prospects of transformation of business models of Russian banks // *Financial research*. — 2019. — № 1 (62).
5. *Danchenko, E. A., Semenyuta, O. G.* Transformation of modern banking on the basis of Islamic banking : monogr. — Rostov-on-Don, 2017.

*Л. Р. Магомаева*

### НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И РИСКИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

#### Аннотация

В статье проводится анализ современной инновационной банковской экосистемы России. Подробно рассмотрены все стадии репрессии отечественного банковского сектора с выделением их специфических особенностей. Выявлены новые вызовы и риски для банковского бизнеса в условиях цифровой трансформации всех экономических

процессов и жизни общества в целом. Особое внимание уделено инновационной системе «Открытый банк», которая полностью меняет бизнес-архитектуру, инфраструктуру и все бизнес процессы традиционной банковской деятельности, выводя на первый план сотрудничество кредитного-финансовых организаций с FinTech-компаниями не только для повышения конкурентоспособности банковского сектора, но и в целях сохранения своих позиций на рынке банковских продуктов и услуг. На основе проведенного исследования автором выработаны основные принципы новой архитектуры банковского сектора в условиях цифровизации, а также комплекс мер, направленных на развитие нового типа кросс-канальный банковской инфраструктуры России.

#### **Ключевые слова**

Банковский сектор, вызовы и риски развития, цифровизация, кросс-канальная банковская инфраструктура, Открытый банк, FinTech-компания.

*L. R. Magomaeva*

### **NEW CHALLENGES AND RISKS OF BANKING SECTOR OF RUSSIA IN CONDITIONS OF DIGITALIZATION**

#### **Annotation**

Article analyzes the modern innovative banking ecosystem of Russia. Considered in detail all the stages of repression of domestic banking sector, highlighting their specific features. New challenges and risks for banking business have been identified in context of digital transformation of all economic processes and life of society as a whole. Particular attention is paid to innovative system «Open Bank», which completely changes the business architecture, infrastructure and all business processes of traditional banking activities, bringing to the forefront the cooperation of credit and financial organizations with FinTech-companies not only to increase the competitiveness of banking sector, but also to maintain its position in market of banking products and services. Based on the study, author developed the basic principles of new banking sector architecture in terms of digitalization, as well as a set of measures aimed at developing a new type of cross-channel banking infrastructure in Russia.

#### **Keywords**

Banking sector, challenges and development risks, digitalization, cross-channel banking infrastructure, Open bank, FinTech-company.

#### **Введение**

Возможности роста и инновационного развития мировой экономики определяют новые технологии, активно внедряемые в банковскую деятельность. С подобными выводами вполне согласны некоторые эксперты [1, 2], полагая, что современное развитие институтов финансового рынка невозможно без использования новаторских подходов, что связано с реструктуризацией модели мировой экономики, требующей применения новых комбинаций, где кросс-канальным информационным системам

уделено особое внимание, поскольку они являются важнейшим звеном между поставщиками и получателями финансовых ресурсов.

#### **Материалы и методы**

Важно учитывать, что недостаточность развития банковского сектора экономики, его информационная слабость может являться не только причиной низкого экономического роста, но и основанием для возникновения «банковской репрессии», под которой подразумевается разрушение традиционной банковской системы, обусловленной

изменениями в характере потребления клиентов. На сегодняшний день в научной и деловой литературе принято выделять 4 ключевые стадии репрессии традиционной банковской системы:

- широкое развитие финансовых технологий и социальных сетей, предопределяющее расширение предложения банковских продуктов и услуг для клиентов, в том числе за счет создания и внедрения инновационных продуктов кросс-канальной банковской инфраструктуры;

- наличие персонифицированного банковского сервиса, под которым в первую очередь подразумевается использование индивидуальных средств коммуникаций, выполняющих функцию платежной системы;

- использование мобильных средств оплаты за товары и услуги, что определяет отказ клиентов от традиционного банкинга (например, мобильные кошельки и бесконтактные средства платежа);

- уход клиентов от использования традиционного банковского счета в конкретном банке и его замена на виртуальные счета, позволяющие совершить транзакции без использования функций финансового посредника (например, виртуальные валюты).

В рамках указанных ключевых стадий банковской репрессии, предопределившей новые вызовы и угрозы для традиционной модели банковского сектора России, рассмотрим последовательно каждую из них.

Первая стадия, ознаменованная появлением финансовых технологий на глобальном рынке банковских продуктов и услуг определила изменение общих подходов и принципов обслуживания клиентов и их доступа к финансовым ресурсам. Достаточно сказать, что наряду с возможными угрозами стабильности банковской системы появились новые способы и возможности использования платежей и расчетов, что кардинально изменило и психологическое поведение потенциальных клиен-

тов, в первую очередь за счет появления ранее недоступных сервисов и способов совершения операций.

С развитием Интернета появился новый импульс для развития транзакционного направления в банковской деятельности на дистанционной основе. Интернет, по сути, стал главным катализатором изменения потребительского спроса и предпочтения на банковские продукты и услуги.

По окончании первой стадии стали возникать новые каналы — социальные сети, которые фактически изменили представление банков о потенциальных способах их применения. Социальные сети формируют не только портрет потенциального клиента, но и дают возможность их использовать для осуществления финансовых операций. Фактически с момента появления социальных сетей стал формироваться новый взгляд на персонифицированный финансовый сервис в банковской сфере, что и послужило началу развития новой стадии, определившей возможности использования индивидуальных средств коммуникаций, выполняющих функцию платежной системы.

Третья стадия репрессии традиционной банковской системы стала следствием отказа большинства потребителей от традиционного банкинга ввиду более активного использования мобильных средств оплаты за товары и услуги. Именно эта стадия спровоцировала развитие технологического процесса в банковской деятельности, который набирает обороты, что обусловлено значительным сокращением среднего временного промежутка от создания нового банковского продукта до его массового внедрения. С нашей точки зрения, от способности быстро трансформироваться и скорости внедрения новых банковских продуктов и услуг путем активного использования кросс-канальной банковской инфраструктуры зависит конкурентоспособность отечественного банковского сектора экономики.



Четвертая стадия репрессии банковской системы, с нашей точки зрения, пока носит начальный характер и не проникает во все сферы банковской деятельности. Безусловно, использование виртуальных счетов отчасти уже затронуло розничный бизнес в банковском секторе, однако требования отечественного и зарубежного законодательства, регулирующего глобальный финансовый сектор, пока не предусматривают возможности полного отказа от использования классического расчетного счета, что предопределяет возможности для сохранения ниши традиционного банкинга, однако сегмент моментальных платежей и расчетов уже полностью охвачен технологиями бесконтактных платежей. Считаем, репрессия банковского сектора России в ближайшей перспективе будет определяться скоростью внедрения новых информационных технологий, которые кардинально изменят состояние кредитно-финансового сектора, его будущее и дальнейшие перспективы развития.

#### **Результаты**

Несмотря на свой потенциал, стремительное развитие новых информационных технологий в банковском секторе определяет перспективу возникновения новых проблем и уязвимостей ввиду недостаточности или отсутствия альтернативных систем безопасности в бизнес-моделях банков; недостаточной защиты в использовании персональных данных клиентов; проблем в выявлении электронных способов мошенничества и пр. Таким образом, в условиях тотальной цифровизации банковской деятельности в России возрастает необходимость развития дополнительного контроля для обеспечения национальной безопасности, что связано с необходимостью решения следующих основных проблем [3]:

– недостаточной рентабельностью банков, обусловленной низкой отдачей инвестиций или прибыли от собственного капитала;

– завышенными ожиданиями клиентов, связанными с развитием дистанционных технологий и сервисом для обеспечения необходимого качества обслуживания;

– повышением конкуренции со стороны цифровых банков и компаний, занимающихся финансовыми технологиями. Растущая популярность FinTech-компаний нарушает равновесие сложившейся инфраструктуры рынка банковских продуктов и услуг, что создает проблемы и трудности для традиционных банков, поскольку они не могут быстро адаптироваться к изменениям не только в области технологий, но также в операциях, культуре и других аспектах деятельности;

– повышением регуляторных требований ввиду того, что банкам приходится тратить значительную часть своего бюджета на контроль их соответствия, а также на разработку систем и процессов их развития с учетом растущих потребностей клиентов.

Учитывая растущие вызовы и риски рынка банковских продуктов и услуг в условиях развития кросс-канальной банковской инфраструктуры возникает необходимость использования альтернативной и более адаптированной информационной системы, соответствующей запросам рынка.

#### **Обсуждение**

В научной и деловой литературе [4] подобная система получила название «Открытый банк» (Open Banking), и в ее основе лежит комбинация различных банковских и финансовых услуг с использованием общего интерфейса для повышения качества клиентского обслуживания. Потенциальные преимущества открытого банковского дела существенны: улучшенный опыт работы с клиентами, новые потоки доходов и устойчивая модель обслуживания для традиционно недостаточно обслуживаемых рынков. Т. Б. Моргоев [5] обращает внимание на необходимость развития и обновления модели отечественной



банковской системы, однако важно учитывать, что, наряду с неоспоримыми преимуществами системы «Открытого банка», модель его развития несет в себе существенные риски, прежде всего сконцентрированные в области обмена данными, что предопределяет необходимость разработки новых управленческих бизнес процессов.

Идеологическая концепция системы «Открытого банка» состоит не только в изменении региональной, но и в мировой модели операционной деятельности и бизнес-модели, что предопределяет дальнейшее эволюционное развитие банковской деятельности. Следуя этой концепции, отечественные банки сегодня вынуждены менять свою структуру, бизнес-архитектуру, они должны сделать цифровые технологии основой своей системы, а также осуществить переход от традиционного банка к новому банку будущего. Для того, чтобы успешно реализовать данную концепцию, банкам необходимо сформировать собственное видение дальнейшей деятельности, изменить стратегию и команду для дальнейшего развития. Иными словами, Open Banking представляет собой не теоретические положения развития будущего банковской деятельности, а является общемировой стратегией развития на ближайшие десятилетия с целью успешной конкуренции с FinTech-компаниями и ассоциациями. В данной связи рассмотрим основные проблемы, возникающие в процессе осуществления технических связей банков с различными посредниками (FinTech-компании, провайдеры и проч.) для цели защиты конфиденциальности и безопасности информационных данных, включая личные данные клиентов. Примечательно, что банки традиционно рассматривают хранение и защиту информационных данных своих клиентов как ответственность, стоимость которой выше, чем актив, подлежащий коммерциализации. Обмен информационными данными в процессе предостав-

ления банковских продуктов и услуг клиенту, как правило, связан с высокими рисками, что предопределяет необходимость придерживаться политики информационной безопасности в банке в части регулирования и управления рисками. Дополнительным звеном, нейтрализующим риски, может стать использование внутреннего стандарта KYC (от англ. know your customer — знай своего клиента) или KYE (от англ. know your employee — знай своего сотрудника) для цели дополнительной проверки личности и превентивных мер по выявлению мошеннических действий. Сформированная экосистема должна предусматривать внедрение алгоритма развития кросс-канальной банковской инфраструктуры нового поколения, обеспечивающая интеграцию нематериальных активов в монетизированные банковские продукты с учетом разработки готовых технологий и бизнес решений для управления и развития интеллектуальных систем в банковском секторе. Закладывается основа для совершенно новой банковской системы, фактически создавая фундамент для замены традиционной расчетной системы на новые платежные сервисы.

Многие специалисты [6] разделяют вполне объективные опасения о возможности «переформатирования» отдельных финансовых отраслей в суверенные корпорации, размещающиеся в наиболее развитых и технологически активных странах мира. Различные научные гипотезы и сценарии дальнейшего развития банковского сектора определенно связывают с новой технологической революцией, задачей которой является имплементация и создание единой мировой расчетной и платежной системы, имеющей единый сертификат информационной безопасности.

Развитие глобальной кросс-канальной банковской инфраструктуры, аккумулирующей расчетные и платежные сервисы, фактически определяет новые вызовы и проблемы для мирового и отечественного рынка банковских

услуг. С нашей точки зрения, рассмотренные нами глобальные тенденции создают наиболее серьезные проблемы для традиционных банков, а именно:

1. Активное развитие технологических инноваций (например, цифровые платежи и облачные приложения) оказывают влияние на ценообразование банковских продуктов и услуг, а также определяют необходимость повышения информационной безопасности.

2. Создание и развитие кросс-канальной банковской инфраструктуры, с одной стороны, способствует распространению платежных и расчетных инструментов посредством совершенствования электронных платежей и карточных сервисов, с другой, способствует созданию новой цифровой экосистемы, требующей дополнительной адаптации и регулирования, разрушая традиционные сервисы и платежную банковскую систему в стране.

3. Развитие модели Открытого банка и других международных регуляторных изменений, способствующих

инновациям и развитию международной конкуренции в банковской деятельности, определяет жесткую зависимость банков от крупнейших FinTech-компаний, а также создает высокое поле неопределенности и рисков для внутреннего рынка банковских продуктов и услуг в контексте глобальной угрозы.

Из всех перечисленных глобальных угроз, с нашей точки зрения, именно последняя определяет изменение архитектуры банковского сектора России на ближайшие десятилетия, поскольку крупные технологические компании, банки и другие финансовые посредники стремятся к взаимовыгодному сотрудничеству в условиях необходимости снижения затрат и повышения безопасности проводимых операций, а также предоставления большей гибкости в обслуживании клиентов. Основные принципы новой архитектуры банковского сектора в условиях цифровизации можно представить в виде многоуровневой основы (рис. 1).

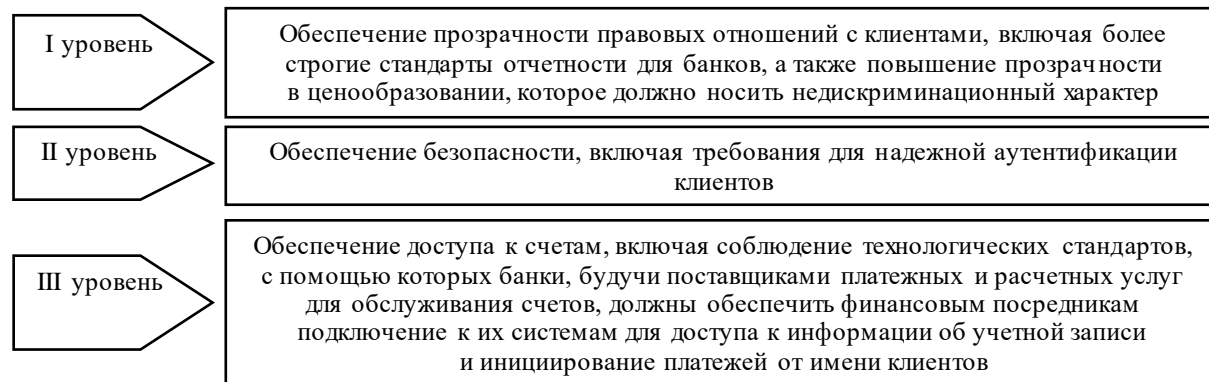


Рисунок 1 — Многоуровневая основа новой архитектуры банковского сектора России в условиях цифровизации

В то время как развитие новой кросс-канальной банковской инфраструктуры создает новые серьезные угрозы для современных бизнес-моделей традиционных банков, одновременно возникают новые возможности для конкуренции в кредитно-финансовой сфере в области технологий, с учетом наличия мощных аналитических инструментов для извлечения ценной информации — Big Data из

клиентских данных. Учитывая эти тенденции, банки должны активно перестраивать существующие бизнес-модели для того, чтобы быстро и эффективно использовать собственные возможности. В худшем случае на рынке банковских продуктов и услуг могут появиться новые экосистемы с замкнутым циклом, которые фактически нивелируют роль банков или полностью ограничат их возможности

взаимодействия с клиентами, поскольку провайдеры — третья сторона — будут самостоятельно обрабатывать все транзакции и накапливать данные, связанные с деятельностью клиента. Отчасти снижение роли традиционного банкинга может быть связано с появлением новых сервисных предложений, объединяющих интеллектуальную аналитику, искусственный интеллект и расчетные операции с целью расширения потребительских и бизнес-предложений для клиентов.

### Выводы

Постепенная интеграция кросс-канальной банковской инфраструктуры с различными приложениями на открытой цифровой платформе, поддерживающей новую экосистему, позволит не только «выжить» традиционным банкам в конкурентной борьбе с FinTech-компаниями, но и повысить свою клиентоориентированность путем увеличения частоты взаимодействия со своими клиентами.

Стратегия для развития кросс-канальной банковской инфраструктуры нового типа при формировании новых вызовов и рисков банковского сектора России в условиях цифровизации требует выполнения следующих шагов:

- разработки нормативной основы для совместного использования кросс-канальных информационных данных о клиентах между банками и FinTech-компаниями;

- определения новых форм и политики информационной безопасности банка для передачи и обмена данными о клиентах в условиях перехода от традиционного банковского обслуживания к экосистеме нового типа;

- проведения всесторонней оценки стратегического воздействия потенциальных возможностей для бизнеса, возникающих вследствие введения модели Открытого банка в части увеличения хранилищ клиентских данных, увеличения объема рынка банковских продуктов и услуг, увеличения расходов на модернизацию технологий, а также изменения в банковской структуре и системе внутренних коммуникаций;

- оценки потенциала кросс-канальных информационных данных в качестве основного актива с учетом применения передовой аналитики для управления отношениями с клиентами и оценки их кредитоспособности; использования кросс-канальных информационных данных для реализации кросс-продаж и оптимизации стоимости банковских продуктов и услуг;

- определения потенциальных партнеров по реализации технологических решений и разработки «песочниц» для апробации отдельных совместных проектов.

Традиционные банки должны использовать сильные стороны FinTech-компаний, созданных для внедрения гибких технологических решений в области финансов. Подчеркнем, внедрение указанных шагов определяет разработку адаптивной модели кросс-канальной банковской инфраструктуры отечественных банков, учитывающей потребности Российского рынка банковских продуктов и услуг, законодательства.

### Библиографический список

1. Цветков, В. А., Сухарев, О. С. Экономический рост России: новая модель управления. — М., 2017.
2. Сухарев, О. С. Теория реструктуризации экономики. — М., 2016.
3. Bloom, N., Baker, S., Davis, S. Measuring economic policy uncertainty // Quarterly journal of economics. — 2016. — Nov.
4. Осипов, Д. С. Тенденции развития банковского сектора и модернизация кредитных продуктов // Банковское кредитование. — 2013. — № 4. — С. 87–96.
5. Моргоев, Т. Б. Неравномерность рыночной корпоратизации банковского сектора в РФ // Финансы региона. — 2007. — № 6 (45). — С. 143–148.
6. Data Flow Diagramming: особенности построения моделей описания управления потоками данных в организационных системах / В. Е. Петеляк, Т. Б. Новикова, О. Е. Масленникова, М. В. Махмутова, А. М. Агдавлетова. —

Фундаментальные исследования. — 2016. — № 8. — С. 323–327.

7. *Галазова, С. С., Магомаева, Л. Р.* Новые вызовы и проблемы финансового рынка в условиях системы открытого банка // *Управление.* — 2018. — № 3. — Т. 6. — С. 66–71.

8. *Tashtamirov, M. R., Tavbulatova, Z. K., Galazova, S. S., Abaev, R. M.* Current instability in monetary and credit system of Russia // *Journal of Applied Economic Sciences.* — 2017. — № 1 (47). — Т. 12. — С. 303–311.

### Bibliographic list

1. *Tsvetkov, V. A., Sukharev, O. S.* Russia's economic growth: new management model. — М., 2017.

2. *Sukharev, O. S.* Theory of economic restructuring. — М., 2016.

3. *Bloom, N., Baker, S., Davis, S.* Measuring economic policy uncertainty // *Quarterly journal of economics.* — 2016. — Nov.

4. *Osipov, D. S.* Development trends of banking sector and modernization of credit products // *Bank crediting.* — 2013. — № 4. — P. 87–96.

5. *Morgoyev, T. B.* Unevenness of market corporatization of banking sector in Russian Federation // *Finance of region.* — 2007. — № 6 (45). — P. 143–148.

6. Data Flow Diagramming: Features of Building Models for Description of Data Flow Control in Organizational Systems / *V. E. Petelyak, T. B. Novikova, O. E. Maslennikova, M. V. Makhmutova, A. M. Agdavletova* // *Fundamental research.* — 2016. — № 8. — P. 323–327.

7. *Galazova, S. S., Magomaeva, L. R.* New challenges and problems of financial market in open bank system // *Management.* — 2018. — № 3. — Т. 6. — P. 66–71.

8. *Tashtamirov, M. R., Tavbulatova, Z. K., Galazova, S. S., Abaev, R. M.* Current instability in monetary and credit system of Russia // *Journal of Applied Economic Sciences.* — 2017. — № 1 (47). — Т. 12. — P. 303–311.

*Е. Н. Смертина, Э. Ю. Демьяненко*

## СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ УЧЕТА ЗАТРАТ В СЕЛЬХОЗОРГАНИЗАЦИЯХ

### Аннотация

В статье рассматриваются особенности осуществления деятельности в сельскохозяйственных организациях, оказывающие значительное воздействие на постановку учета затрат на производство продукции данной отрасли, а также проблемы с которыми сталкиваются компании при разработке системы учета данного сегмента. Во-первых, понимание сущности затрат дает возможность установить уровень доходности того или иного вида деятельности в установленной экономической ситуации, результативен ли действующий порядок функционирования производства, что должно быть изменено, а также направление дальнейшего развития. Во-вторых, величина затрат на производство продукции сельхозорганизации — один из основных параметров, который необходим для исчисления обязательных выплат по налогам, главным образом, налога на прибыль. Погрешности при исчислении себестоимости могут вызвать серьезные налоговые последствия для хозяйствующего субъекта. Поэтому существенную роль играет полный, точный, правильно организованный и своевременный учет затрат, который занимает значительное место в системе бухгалтерского учета.

### Ключевые слова

Затраты, расходы, издержки, сельское хозяйство, управленческий учет, себестоимость, калькулирование.

## SPECIFICS AND PROBLEMS INFLUENCING CREATION OF SYSTEM OF ACCOUNTING OF EXPENSES IN AGRICULTURAL ORGANIZATIONS

### Annotation

In article features of implementation of activity in agricultural organizations making considerable impact on statement of accounting of costs of production of this industry and also problems which face the companies at development of system of accounting of this segment, are considered. First, understanding of essence of expenses gives the chance to establish, level of profitability of this or that type of activity in established economic situation whether the operating production functioning order is productive that has to be changed and also the direction of further development. Secondly, the size of costs of production of agricultural organization — one of key parameters which is necessary for calculation of obligatory payments for taxes, mainly — income tax. Errors at calculation of prime cost can cause serious tax consequences for economic entity. Therefore an essential role is played by full, exact, correctly organized and timely accounting of expenses which takes an important place in system of accounting.

### Keywords

Expenses, costs, expenses, agriculture, management accounting, prime cost, calculation.

### Введение

Производство является основным источником получения доходов сельскохозяйственными предприятиями, а ценовая конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции на рынке, как внутреннем, так и внешнем, зависит от уровня производственных затрат. Эффективная организация учета производственных затрат и калькулирования позволяет обеспечить действенный контроль за применением ресурсов, получить учетную информацию необходимую для достижения управленческих целей: установления показателей эффективности деятельности предприятия, принятия стратегических решений по формированию цен, составу продукции. Развитие технологий и организационных аспектов функционирования хозяйствующих субъектов, которые произошли в последний временной период, оказали значительное воздействие на качественный состав затрат и его структуру. Однако данное развитие не позволило в достаточной мере обеспечить значительного роста эффективности

экономической деятельности сельскохозяйственного производства.

### Материалы и методы

Данные из практической деятельности свидетельствуют, что выбор наиболее рациональных способов постановки учета расходов существенно повлиял у многочисленных сельскохозяйственных организациях на значительное улучшение результатов финансово-хозяйственной деятельности. Это произошло поскольку, достаточный объем и точность информации о затратах и величине себестоимости в современном хозяйственном мире является одним из способов приобретения преимуществ в конкурентной борьбе с прочими сельхозпредприятиями, сведения об исчислении себестоимости которых не обладают большей информативностью, уровнем достоверности, гибкости. Производство сельхозпродукции, реализация, которой будет осуществлена в дальнейшем, залог получения наибольшей прибыли, а это и является главной целью хозяйственной деятельности организации. Однако, вероятность полу-



чения ее в наибольших суммах, ограничивается величиной расходов. И соответственно, будет отсутствовать возможность предопределять размер прибыли, если не предполагается достаточного объема данных о затратах производства.

Расходы как экономическую категорию в научной литературе исследуют многие ученые. Издержки производства, как утверждает Головачко В., это «потребленные в результате производства средства, которые воплощают в себе прошлый труд» [3]. Завгородний В. рассматривает расходы с точки зрения себестоимости: «В процессе производства продукции затрачивается труд, используются средства производства и предметы труда. Все затраты предприятия на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме, составляют себестоимость продукции» [3]. По мнению Бугынца Ф.: «Издержки производства — это выражение в денежной форме текущих затрат трудовых, материальных, финансовых и других видов ресурсов на производство продукции. Эти текущие расходы учитываются и планируются как себестоимость продукции» [3]. По нашему мнению, последнее определение ученого наиболее полно определяет сущность расходов, раскрывает их содержание.

#### **Результаты и обсуждение**

Определение сути учета производственных затрат должно охватывать разнообразие методов организации управленческого учета производственной деятельности и преобразования учета затрат на производственные процессы. Учет, как большой массив информации, воспроизводит не только реально существующую действительность, но и предоставляет сведения для планирования развития экономической деятельности сельхозорганизации на будущее. Если представить себе учет издержек производства как результат отражения понесенных расходов, а так-

же итога уже осуществленной, протекающей и прогнозируемой финансово-хозяйственной деятельности, то данный способ организации учета будет наиболее полно отвечать важнейшим целям при управлении себестоимостью. На этапе исчисления себестоимости продукции важное значение имеет не только полнота и своевременное отражение результатов, а также и качество предоставленной информации. Для объективной оценки деятельности необходимо обеспечить полное отражение в учете выпуск продукции в различных подразделениях организации, объективную, достоверную и полезную информацию, отображаемую в первичной документации и регистрах учета при управлении производственным процессом.

Для того чтобы эффективно предоставлять своевременную информацию каждому уровню управления необходимо наличие четкой информационной системы экономического субъекта, содержащей различные массивы информации. Особое место занимает управленческая информация, которая предназначена для помощи в решении управленческих задач. К стержневому элементу информации для управления следует отнести экономические данные, которые применяются в планировании, управлении, анализе и прогнозировании развития хозяйственной деятельности сельхозорганизаций.

Управленческий учет является одной из частей управленческой информационной системы, зоной пересечения которых выступает первичный учет — первичная регистрация фактов, процессов в формулярах наблюдения и иной первичной учетной документации. В условиях нестабильной экономики управление производством требует решения многих вопросов, которые возникают под влиянием разнообразных внутренних и внешних факторов. Помочь в решении этих вопросов может система управленческого учета, как



подсистема единой информационной системы управления предприятием, что свидетельствует об актуальности нашего исследования [4].

Среди ученых-экономистов продолжаются дискуссии относительно сущности понятия «управленческий учет», существования системы управленческого учета, ее роли и значения в управлении затратами. Исследованию этих вопросов уделяли внимание в своих трудах такие авторы как З. Гуцайлюк, В. Ластовецкий, Л. Нападовская, В. Сопко и многие другие. Считаем, что целесообразно согласиться с теми авторами, которые считают, что система управленческого учета существует, даже учитывая то, что на большинстве отечественных предприятий управленческий учет не ведется или недостаточно развит. По нашему мнению, управленческий учет нужно понимать не только как учет затрат и калькулирования себестоимости, но и как систему управления затратами и доходами предприятия для принятия управленческих решений и достижения эффективных

результатов финансово-хозяйственной деятельности.

После появления в международной и российской практике такого понятия, как «биологические активы» у сельскохозяйственных предприятий, отпала необходимость расчета фактической себестоимости единицы продукции, поскольку сельскохозяйственная продукция и дополнительные биологические активы при их первичном признании должны оцениваться по справедливой (рыночной) стоимости, которая снижается на возможные в будущем затраты при реализации. Однако опыт развитых стран мира указывает на то, что вопросы измерения затрат и определения себестоимости могут быть отнесены к неотложным на высшем управленческом уровне.

Основанием при принятии многих решений в части управления выступают данные о себестоимости единицы продукции. В зависимости от разновидности себестоимости можно отметить следующее разделение решений в сегменте управления (табл. 1).

Таблица 1 — Структуризация направлений управленческих решений в зависимости от видов себестоимости [1]

Виды себестоимости	Состав расходов	Направление управленческих решений
Технологическая (прямая) себестоимость	Прямые производственные затраты	Принятие управленческих решений по формированию ассортимента безубыточной продукции и для других оперативных решений в специфических обстоятельствах
Производственная себестоимость	Прямые и накладные производственные расходы, распределенные в соответствии с выбранной базой	Определение себестоимости отдельных наименований продукции, производственных участков и содействие своевременному анализу и внутреннему контролю расходов, осуществляемых на содержание аппаратов управления подразделений
Полная себестоимость готовой продукции	Производственные прямые и накладные расходы и расходы, не связанные с производством, распределенные в соответствии с выбранной базой	Ценообразование готовой продукции предприятия и ее мониторинг, контроль расходов аппарата управления, стоимости привлеченных финансовых средств и других производственных расходов
Себестоимость по центрам ответственности	Производственные и непроизводственные расходы, которые могут быть отнесены к определенному центру ответственности	Планирование и контроль деятельности отдельных подразделений предприятия и ответственных исполнителей

Установление себестоимости единицы продукции обуславливает базу для определения политики государства за контролем ценовой политики и торговлей, субсидированием, налогообложением. По нашему мнению, данные о себестоимости можно эффективно применять во внутренней деятельности сельхозорганизаций с целью повышения эффективности управления производственным процессом, анализа экономической результативности применения активов, определения наиболее рациональных условий технологического процесса, улучшения экономических взаимосвязей. Показатель себестоимости, как совокупный и обобщающий, обязан предельно обобщить и отразить в стоимостном виде организационное, хозяйственное и техническое состояние производственного процесса согласно уровню интенсивного развития сельхозорганизации. Погрешности и ошибки в исчислении себестоимости выпускаемой продукции очень негативно влияют на принятие решений в сфере управления.

Для успешного преодоления кризисных явлений на современном этапе необходим детальный анализ себестоимости производства. Однако, по мнению авторов, эти реальные данные утаиваются работниками, поэтому о действительных затратах на производство можно только догадываться. Подчеркнем, что себестоимость продукции не должна быть засекречена для ученых и государства. На некоторых предприятиях дошли до того, что даже из информации финансового учета, которая предназначена для внешних пользователей, делают коммерческую тайну, что, считаем, вообще не допустимо. При сложившихся в настоящее время условиях достоверно установить структуру себестоимости и экономическую эффективность производства не представляется возможным, и государство не будет иметь фактической информации о реальном состоянии своей экономики.

Функционирование сельхозорганизаций отличается присутствием значительного количества различных отраслей, которые, в свою очередь, характеризуются своей спецификой. Проблематичность построения алгоритма учета определяется обязательным присутствием у специалистов в сфере бухгалтерского учета умений и познаний специфики работы в конкретной сфере с определенной специализацией. Проблемности учета способствует непропорциональное распределение масштаба работ в отдельные периоды и особое деление затрат по различным группам. Так, затраты на содержание животных или выращивание растений должны распределяться относительно определенных групп и видов продукции. А от конкретного вида растения или породы животного может быть получено одновременно два и более вида готовой продукции, которые в соответствии с принятыми в сельхозорганизации управленческими решениями могут быть использованы в различных направлениях и на различные цели. Функционирование системы бухгалтерского учета в сельскохозяйственных организациях обязано быть в строгом согласовании с особенностями осуществления хозяйственной деятельности данных производств. На каждую стадию технологического цикла максимальное воздействие оказывают причины естественно-го происхождения:

- неосуществимость разделения между производственными циклами и земельными ресурсами, их состояния и размера площадей;

- постоянная зависимость от здоровья и формирования живых биологических активов;

- сезонность производственного процесса, которая подчиняется климатическим условиям.

Сезонность производственной деятельности вызывает необходимость разработки и использования специальной

классификационной системы учета затрат и расходов, которые могут быть представлены затратами будущих периодов, активами и текущими расходами. В межсезонный период производства, связанного с климатическими условиями и технологическими особенностями производства, прямые затраты по реализации не возникают. К отчетному периоду текущие производственные затраты могут не относиться и не привязываться. Все расходы, которые сельскохозяйственная организация понесла в прошлом периоде, приносят эффективные результаты деятельности сегодня. Затраты текущего периода могут окупиться лишь в следующем году после сбора урожая и получения продукции.

Особенности бухгалтерского учета расходов и затрат связаны с многообразием производственно-технологических циклов данной отрасли. Обязательно учетный работник организует контроль за движением и эксплуатацией сельскохозяйственной техники и инвентаря. Учетные операции отображаются в бухгалтерских регистрах с разбивкой по производственным подразделениям (отделениям, фермам, бригадам).

Ведение учета возделываемых культур сопряжено со сложностями при распределении полученного урожая на группы с различным назначением:

- отдельно отражают готовую продукцию, которая предназначена для дальнейшей продажи;

- определенная часть собранного урожая может направляться на корм животным, находящихся на выращивании и откорме;

- часть готовой продукции может использоваться как семенной фонд в посевной компании следующего года.

Технологические особенности производственного цикла, системы основного производства и специфики выпускаемой продукции затраты имеют отличительные характеристики. С этим и связана различная классификация

(разделение) таких затрат. Можно выделить часто используемые в экономической литературе следующие виды расходов производства: постоянные и переменные; внешние и внутренние; явные и неявные; вмененные; бухгалтерские и т. д. Их виды позволяют отражать отличительные признаки их формирования и возмещение затрат, суммарное их выражение и др. Так, если оплата расходов производится вне сельскохозяйственной организации — это внешние издержки, а если за активы, принадлежащие самой организации, то — внутренние. Расходы могут быть как разовыми выплатами, так и постоянными (регулярными). Поэтому различные формы и разнообразие расходов не меняют их основной сущности — оплата использованных и привлеченных в производственный процесс продукции активов и ресурсов.

«Начинается сельскохозяйственное производство с вовлечения экономических ресурсов. Они состоят из затраты на рабочее время, семена, корма, удобрения, топливо и смазочные материалы и т. д. Данные затраты имеют денежное выражение. Кроме того, в состав затрат входят:

- стоимость потреблённых в процессе производства материальных ресурсов;

- расходы на заработную плату работников сельхозпредприятия; индивидуальные издержки соответствуют себестоимости продукции;

- издержки упущенных возможностей, связанные с выбором производимой продукции (той или иной разновидности растений, породы животных)» [2].

Отличительной особенностью деятельности сельскохозяйственных организаций является наличие и использование основного главного ресурса — земли, которая одновременно является и средством производства, и предметом труда. Не нужно забывать, что только сельское хозяйство в значительной степени зависит от природно-климатических и зо-

нально-региональных условий [2]. Так же обращает на себя внимание тот факт, что при учете земельных ресурсов на них не начисляется амортизация. Сельскохозяйственные угодья не подвержены износу и не могут морально и физически устаревать. При правильной агротехнической и рациональной эксплуатации земельных ресурсов, они не только не утрачивают своих качественных характеристик, но может наблюдаться и улучшение качественных и плодородных свойств. При бухгалтерском учете земельных ресурсов они подразделяются по стадиям эксплуатации и целевому назначению. Выделяются земли, которые находятся под паром или мелиорацией. Структура построения аналитического учета позволяет отдельно учитывать земельные участки под дорогами, общественными постройками, лесозащитными полосами, прудами и т. д.

Длительный экстенсивный путь развития сельского хозяйства Российской Федерации отбросил эту отрасль на многие годы назад. Отечественные сельскохозяйственные производители при низком уровне автоматизации и механизации производственных процессов, при отсутствии высокопродуктивных пород животных и сортов растений продолжают поднимать и восстанавливать прежний уровень объемов производства, что подтверждают исследования последних лет. Поэтому для более быстрого достижения эффективности производства необходима интенсификация и техническое перевооружение производственных мощностей сельскохозяйственной отрасли, внедрение новых передовых технологий при поддержке государства, что конечно приведет к значительному увеличению расходов в данной отрасли экономики, но в перспективе даст положительный эффект.

#### **Выводы**

Сельское хозяйство специфическая отрасль экономики страны и его издерж-

ки состоят из расходов, связанных с использованием земельных, трудовых и других ресурсов, которые учитываются при формировании себестоимости произведенной продукции несмотря на полное или частичное их потребление. Построение бухгалтерского учета в сельском хозяйстве позволяет получать своевременные и достоверные данные о затратах и расходах, позволяющие руководству в полном объеме оценивать эффективность вложения средств в производственный оборот и с высокой долей ответственности принимать правильные управленческие решения.

Система и организация построения первичного, аналитического и синтетического учета затрат на производство сельскохозяйственной продукции, используемые методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, эффективно обоснованное распределение затрат оказывают существенное влияние на величину затрат и себестоимость произведенной продукции.

Важной проблемой является то, что способы исчисления себестоимости продукции отождествляются с методами учета затрат, не имеют четко выраженного разделения. В то же время, на предприятиях не всегда понимают, что при использовании разных способов величина себестоимости каждого конкретного вида продукции будет отличаться, хотя общая сумма затрат не изменится. На практике бухгалтера даже не знают какую систему затрат и метод калькулирования себестоимости они используют, а просто выполняют доведенный до автоматизма за годы работы расчет. Поэтому для получения необходимой информации для принятия управленческих решений так важно определиться с выбором конкретного метода калькулирования. Применяемые методы учета затрат должны непосредственно способствовать отражению процесса их формирования при осуществлении производственного процесса.

**Библиографический список**

1. Демьяненко, Э. Ю., Смертина, Е. Н. Финансовые инструменты в агропромышленном комплексе и перспективы развития рыночной экономики // Университеты: Наука и просвещение. — 2016. — № 21.
2. Издержки сельскохозяйственного производства [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://spravochnick.ru>.
3. Оноприенко, Е. Сущность учета затрат на производство и основные пути его совершенствования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [rep.bsatu.by](http://rep.bsatu.by).
4. Смертина, Е. Н. Управленческий учет как составная часть информационной системы организации // Проблемы учета, анализа, аудита и статистики в условиях рынка : уч. зап. — Ростов н/Д, 2016. — Вып. 19.

**Bibliographic list**

1. Demyanenko, E. Yu., Smertina, E. N. Financial instruments in agroindustrial complex and prospects of development of market economy // Universities: Science and education. — 2016. — № 21.
2. Expenses of agricultural production [Electronic resource]. — Mode of access : <https://spravochnick.ru>.
3. Onopriyenko, E. Essence of accounting of costs of production and main ways of its improvement [Electronic resource]. — Mode of access : [rep.bsatu.by](http://rep.bsatu.by).
4. Smertina, E. N. Management accounting as component of an information system of organization // Problem of account, analysis, audit and statistics in conditions of market : scientific notes. — Rostov-on-Don, 2016. — Vol. 19.

*С. А. Уразова*

**БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ  
И ЕГО ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА  
В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Аннотация**

В статье исследуется российский опыт банковского кредитования малых и средних предприятий, а также опыт стран Европейского союза. Уделено внимание мерам государственной поддержки данного кредитования. Охарактеризованы возможные перспективы развития банковского кредитования малых и средних предприятий. Представленное в статье исследование позволило сформулировать предложения, направленные на активизацию банковского кредитования МСП в России с учетом опыта Европейского союза.

**Ключевые слова**

Банк, малые и средние предприятия, кредит, государственная поддержка, Европейский союз.

*S. A. Urazova*

**BANK LOANING OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES  
AND ITS STATE SUPPORT IN EUROPEAN UNION AND RUSSIAN FEDERATION**

**Annotation**

Article examines the Russian experience of bank lending to small and medium-sized enterprises, as well as the experience of countries of European Union. Attention is paid to measures of state support for this lending. Possible prospects for development of bank lending to small and medium enterprises describes. Research in article made it possible to formulate proposals aimed at enhancing bank lending to SMEs in Russian Federation, taking into account the experience of European Union.



### Keywords

Bank, small and medium enterprises, credit, state support, European Union.

#### Введение

Мировой опыт свидетельствует о том, что малые и средние предприятия являются значимой категорией клиентов для банков. И это в полной мере касается как стран ЕС, так и Российской Федерации. Нарращиванию объемов банковского кредитования МСП во многом содействует реализация государственных программ, ориентированных на поддержку МСП и их кредитования банками, а также поддержка национальных [1] и многосторонних банков развития [2]. Такое пристальное внимание банков и государственных органов к деятельности МСП обусловлено не только большой численностью МСП, но и их ролью в обеспечении занятости населения, а также значимым влиянием на формирование ВВП различных стран [3, с. 256–257], в том числе в ЕС [4].

Целью исследования, результаты которого представлены в данной статье, являлось выявление перспектив развития банковского кредитования МСП в ЕС и РФ, а также разработка предложений, направленных на активизацию данного кредитования в РФ, базирующихся на проведении сравнительного анализа современного состояния банковского кредитования МСП и его государственной поддержки в РФ и ЕС.

#### Материалы и методы

Одним из двух основных критериев отнесения предприятий к числу МСП как в РФ, так и в ЕС является численность занятых. При этом и в ЕС [5], и РФ [6] в целом к сегменту МСП относятся предприятия с численностью сотрудников до 250 человек. Это создает возможности для проведения сравнительного анализа современного состояния банковского кредитования МСП и его государственной поддержки в РФ и

ЕС. В связи с этим в ходе исследования использовался метод сравнительного анализа динамики процентных ставок по кредитам, предоставленным МСП, объемов кредитования, структуры портфеля банковских кредитов, предоставленных МСП в РФ и странах ЕС. Наряду с этим рассматривались меры государственной поддержки банковского кредитования МСП в ЕС и РФ.

Для проведения исследования использовались: нормативные документы ЕС и РФ, отражающие подход к определению МСП; официальные материалы European Commission, содержащие статистические данные о банковском кредитовании МСП в странах ЕС; статистические данные ЦБ РФ о кредитовании МСП в РФ; статистические данные Organisation for Economic Co-operation and Development; данные аккредитованных Банком России рейтинговых агентств АКРА (АО) и АО «Эксперт РА»; материалы Корпорации МСП и АО «МСП Банк».

#### Результаты

С 2017 г. в России наблюдается восстановление тенденции к росту объемов кредитов, предоставленных МСП российскими банками (рис. 1). При этом, согласно подсчетам «Эксперт РА», за период с 2016 по 2018 г. доля кредитов, предоставленных МСП тридцатью крупнейшими по размеру активов банками в общем объеме кредитов, выданных МСП, увеличилась на 28 %, и к концу 2018 г. составила 74 %. По состоянию на 01.01.2019 объем кредитов, выданных банками, не входящими в топ-30 по размеру активов, снизился, составив лишь 1,8 трлн рублей. Меньший объем кредитов (1,5 трлн руб.) банки, не входящие в топ-30 по активам, выдали МСБ только в 2009 г. [7].



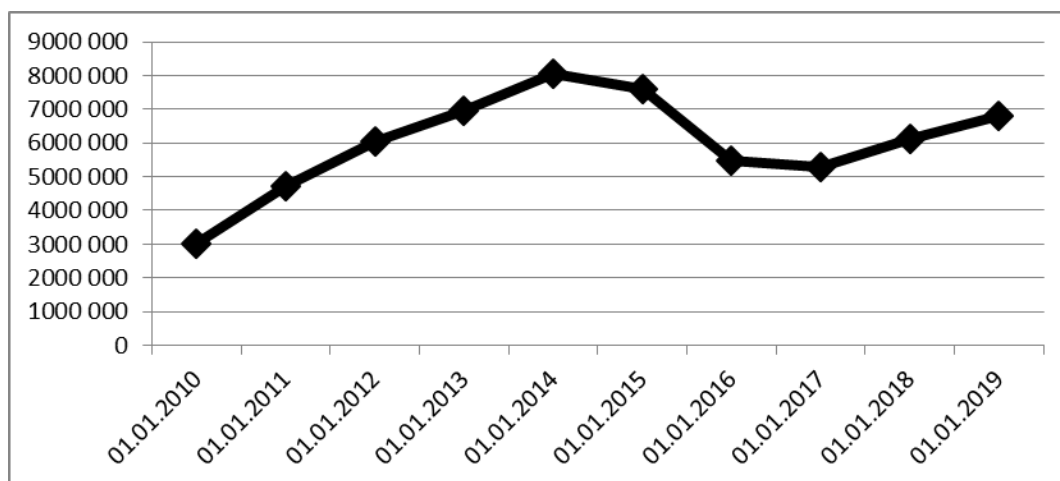


Рисунок 1 — Динамика объемов кредитов, предоставленных российскими банками субъектам малого и среднего предпринимательства в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах, млн руб. [8]

Сравнительный анализ динамики процентных ставок по банковским кредитам, предоставленным МСП в стра-

нах ЕС и РФ, свидетельствует о значительно более высоких процентных ставках, применяемых в РФ (табл. 1).

Таблица 1 — Динамика процентных ставок по банковским кредитам, предоставленным МСП в странах ЕС и в России с 2007 по 2017 г., % [9]

Страна	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Австрия	5,11	5,47	2,89	2,43	2,92	2,46	2,28	2,27	2,02	1,92	–
Бельгия	5,45	5,7	3,01	2,51	2,88	2,32	2,06	2,09	1,83	1,72	1,66
Чешская республика	–	5,57	4,64	4,01	3,73	3,48	3,13	3,76	2,7	2,5	2,5
Дания	5,97	6,59	5,33	4,39	4,38	3,91	3,78	3,44	2,99	2,74	2,49
Эстония	6,11	6,71	5,34	5,06	4,92	4,02	3,41	3,36	3,04	2,96	2,99
Финляндия	5,39	5,58	3,02	2,66	3,23	2,86	2,81	2,94	2,96	2,76	2,75
Франция	5,1	5,42	2,86	2,48	3,11	2,43	2,16	2,08	1,78	1,5	1,4
Греция	6,57	6,82	4,62	5,53	6,77	6,87	6,51	5,8	5,38	5,32	4,91
Венгрия	10,19	11,25	12,31	8,99	9,38	9,7	7,4	5,1	4,7	4,2	3,3
Ирландия	6,23	6,67	3,98	3,88	4,68	4,34	4,3	4,78	4,77	4,65	4,28
Италия	6,3	6,3	3,6	3,7	5	5,6	5,4	4,4	3,8	3,2	3,1
Латвия	8,3	8,9	7,9	7,1	5,8	4,5	4,5	4,7	4,5	4,4	3,8
Люксембург	5,51	5,72	2,81	2,71	2,68	2,22	2,05	2,08	1,88	1,75	1,76
Нидерланды	5,4	5,7	4,5	6	6,4	5,1	4,3	4,1	4,4	3,7	2,9
Португалия	7,05	7,64	5,71	6,16	7,41	7,59	6,82	5,97	4,6	3,83	3,42
Словацкая республика	5,5	4,6	3	3,2	3,2	3,8	3,6	3,8	3,4	3,1	3
Словения	7,11	7,51	7,09	5,8	6	5,89	5,84	5,14	3,66	2,93	2,73
Испания	5,96	5,51	3,63	3,78	4,95	4,91	4,79	3,86	3,01	2,44	2,15
Швеция	4,86	5,66	2,42	2,59	4,17	4,07	3,29	2,71	1,75	1,56	1,5
Объединенное королевство	–	4,54	3,47	3,49	3,52	3,71	3,6	3,43	3,33	3,22	3,16
Россия	–	–	–	–	–	–	–	16,09	16,4	13,03	10,8

Вместе с тем следует отметить, что доля просроченной задолженности до 90 дней по предоставленным кредитам у российских МСП значительно выше, чем в среднем по Европе. Причем такой вывод можно сделать как при рассмотрении данных в отраслевом разрезе, так и в разрезе масштабов деятельности (микро-, малый и средний бизнес) [10, с. 9, 11].

Одной из наиболее важных проблем, стоящих перед МСП в ЕС и РФ, является затруднительность их доступа к кредитам. В связи с этим и проводится активная политика, направленная на решение данной проблемы.

Органом, координирующим в ЕС поддержку МСП, в том числе поддержку банковского кредитования подобных предприятий, является Европейская комиссия, уделяющая значимое внимание разработке и реализации мер поддержки роста и инновационного развития МСП. Европейская комиссия работает с финансовыми, в том числе банковскими, учреждениями с целью расширения финансирования, доступного для МСП, путем стимулирования предоставления кредитов и венчурного капитала. Осуществляется поддержка данной политики в странах ЕС. Программы финансирования МСП в ЕС, как правило, предполагают направление помощи через местные, региональные или национальные органы власти или через финансовых посредников, таких как банки и организации венчурного капитала.

Наращиванию объемов кредитования МСП в странах ЕС содействует реализация представленных ниже программ.

Программа повышения конкурентоспособности предприятий и малых и средних предприятий (COSME), рассчитанная на период с 2014 г. по 2020 г. и ориентированная на улучшение доступа к кредитам для МСП, использование механизма предоставления гарантий по кредитам. Гарантии предоставляются

малым и средним предприятиям по кредитам в основном до 150 000 евро. Программа COSME направлена на повышение конкурентоспособности МСП, ее запланированный бюджет составляет 2,3 млрд евро [11]. Цель Программы COSME — облегчить малым и средним предприятиям (МСП) доступ к денежным средствам на всех этапах их жизненного цикла (создание, расширение или передача бизнеса). Благодаря поддержке ЕС предприятия получают более легкий доступ к гарантиям, кредитам и акционерному капиталу. При этом денежные средства направляются через местные финансовые институты в странах ЕС. Наряду с этим действует программа финансирования цифрового преобразования. В данном случае Кредитный гарантийный фонд COSME поддерживает финансирование проектов цифрового преобразования МСП во всех секторах экономики, независимо от их текущего уровня цифровизации.

Рамочная программа по конкурентоспособности и инновациям (СІР) на 2007–2013 гг. была предшественником COSME и оказала значительную финансовую поддержку МСП. Хотя программа официально действовала до 2013 г., финансирование по-прежнему доступно через финансовых посредников, которые были отобраны и официально утверждены [12].

Финансовые инструменты COSME действуют совместно с рамочной программой исследований и инноваций Horizon 2020, предполагающей финансирование и поддержку инновационных проектов, которые помогают МСП расти и расширять свою деятельность в других странах. В реализации программы Horizon 2020 задействовано 5017 участников, для поддержки МСП, действующих в различных сферах, выделено 1960,05 млн евро. Если говорить о странах-лидерах в получении поддержки, то наибольшие объемы средств были направлены для поддержки МСП в

Испании, на втором месте — МСП Великобритании, чуть меньшие объемы финансирования получили МСП в Италии, Франции, Германии [13].

Программа InnovFin — ЕС «Финансы для новаторов» была запущена в 2014 г. Европейской комиссией и Группой Европейского инвестиционного банка с целью предложить финансовые инструменты и консультационные услуги нового поколения, чтобы помочь инновационным фирмам легче получать доступ к финансам в Европе и за ее пределами.

В РФ органом, координирующим реализацию мер государственной поддержки МСП, в том числе банковского кредитования подобных предприятий, является Корпорация МСП [14], реализующая широкий спектр мер поддержки, в том числе «Программу стимулирования кредитования субъектов МСП» [15], разработанную совместно с Минэкономразвития России и Банком России, в реализации которой участвует 71 уполномоченный банк. Значимый вклад в наращивание объемов банковского кредитования МСП вносит АО «МСП Банк» [16], принадлежащий Корпорации МСП. На этом фоне доступ МСП к финансированию в ЕС являлся наиболее важной проблемой для 7 % малых и средних предприятий в 2018 г. Следует отметить, что значение данного показателя снизилось с 16 % в 2009 г. [17]. При этом наиболее популярным источником финансирования для МСП в 2018 г. были кредитные линии (35 %). Банковские кредиты остаются актуальной формой внешнего финансирования для 47 % МСП ЕС. Например, с апреля по сентябрь 2018 г. 25 % МСП в Европейском Союзе обратились за банковским кредитом. В целом за 2018 г. в ЕС 5 % заявок на банковские кредиты, поданных МСП, были отклонены. 11 % компаний, которые успешно подали заявки, получили меньше, чем они просили, и 1 % МСП отклонили предложение

по кредиту от банка, потому что нашли стоимость кредита неприемлемой. Таким образом, в общей сложности лишь 18 % малых и средних предприятий ЕС не смогли получить в полном объеме банковские кредиты, которые они запланировали в 2018 г. Для сравнения: еще в 2009 г. процент отказов в ЕС составлял 13 %, при этом 34 % МСП не получали полностью запланированное финансирование [17].

По данным ежегодных опросов в 2018 г., как и в 2015, 2016 и 2017 г., МСП в ЕС в целом отмечают повышение доступности различных видов финансирования. В 2018 г. доля МСП в ЕС, которые сообщили, что их потребности в торговых кредитах, наращивании акционерного капитала, лизинге, покупке в рассрочку, других видах кредитов, была выше, чем доля МСП, сообщивших о снижении своих потребностей в финансировании, банковских кредитах. В 2018 г. в ЕС отмечено увеличение процентных ставок по кредитам, в 2014–2017 гг. все было наоборот. Кроме того, больше МСП сообщили об увеличении непроцентных затрат на финансирование и требований к обеспечению. В 2018 г. большая доля МСП сообщила об уменьшении размера кредита и срока погашения кредита [18].

В ЕС в 2018 г. 41 % МСП использовали финансирование для инвестиций в основной капитал, 37 % МСП направили в оборотный капитал, 20 % МСП использовали привлеченные средства для разработки новых продуктов и 22 % использовали для найма и обучения сотрудников, 14 % рефинансировали свои обязательства, а 9 % профинансировали другие цели [17].

Наблюдаются существенные различия в структуре портфеля кредитов, предоставленных МСП российскими и европейскими банками в зависимости от цели кредита: если в РФ на кредиты, предоставленные на пополнение оборотного капитала, составляют 87,4 % от

портфеля кредитов МСП, то в Европе доля этих кредитов составляет всего 2,38 %; по кредитам на инвестиции в строительство — 2,33 % и 24,84 % соответственно; по кредитам на приобретение оборудования / основных средств — 9,79 % и 53,58 % соответственно [10, с. 34]. Это свидетельствует о принципиально разной ориентированности в использовании кредитных средств у МСП в РФ и ЕС.

В России малым и средним предприятиям еще предстоит перейти к долгосрочному использованию кредитных средств на инвестиции в строительство и приобретение оборудования / основных средств. По всей видимости, для этого необходимо принятие соответствующих мер при формировании государственных программ поддержки банковского кредитования МСП.

#### **Обсуждение**

Исследование современного состояния и тенденций развития банковского кредитования МСП в РФ и ЕС позволяет сделать вывод о том, что в ближайшие годы для кредитования МСП коммерческими банками будет характерно: расширение спектра кредитных продуктов, предоставляемых банками дистанционно; активизация кредитования МСП небанками и финтех-компаниями, которые могут стать значимыми конкурентами банков при кредитовании МСП; значимое влияние деятельности небанков и финтех-компаний на изменение условий кредитного обслуживания МСП; сохранение тенденции к наращиванию объемов банковских кредитов для МСП, при продолжении реализации государственных программ поддержки банковского кредитования МСП.

Вместе с тем можно прогнозировать, что в ближайшие годы на выбор малыми и средними предприятиями банка-кредитора существенное влияние будет оказывать наличие специфических условий кредитования, а также до-

полнительных услуг, в том числе: возможность получения кредита дистанционно, без появления в банке; возможность предоставления мультивалютных кредитов; наличие особенных (специфических) условий установления процентных ставок по кредитным операциям (плавающие, ролловертные и др.); наличие услуг по ведению бухгалтерского учета; предложение такого нового продукта, как мезонинное финансирование; наличие у банка своей экосистемы, позволяющей предоставлять широкий спектр дополнительных услуг малым и средним предприятиям. Наряду с этим важным будет наличие связи предоставляемых продуктов с льготными программами. Так, в частности, выгодные условия по банковским кредитным продуктам для малых и средних предприятий зачастую являются результатом участия банка в реализации государственной программы поддержки банковского кредитования МСП или реализации программы поддержки со стороны какого-либо многостороннего банка развития, предоставившего кредитные ресурсы банку.

#### **Выводы**

С учетом преобразований, проводимых в настоящее время в банковской системе РФ, для наращивания объемов банковского кредитования российских МСП можно предложить следующий ряд мер:

- 1) разработать меры поддержки кредитования МСП банками с базовыми лицензиями. В условиях наращивания суммарных объемов кредитов, выдаваемых МСП крупнейшими банками, на фоне сокращения объемов кредитов, предоставляемых остальными банками, указанная мера будет способствовать активизации кредитования МСП небольшими банками;
- 2) уделить внимание государственной поддержке кредитования как молодых, так и пожилых предпринимателей, поддержке кредитов, ориентиро-

ванных на вложения МСП в строительство и приобретение оборудования / основных средств;

3) активизировать сотрудничество российских банков с многосторонними банками развития, ориентированными на кредитную поддержку МСП;

4) активное использование банками цифровых технологий для предоставления кредитных продуктов МСП, встроенное в экосистему банков и предполагающее не только кредитование, а кредитование с целью содействия росту предприятия, позиционирование банка как партнера предприятия.

### Библиографический список

1. Уразова, С. А. Зарубежный опыт поддержки малых и средних предприятий национальными банками развития // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2018. — № 4.

2. Уразова, С. А. Поддержка малых и средних предприятий как направление деятельности международных банков развития // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2018. — № 1 (61)

3. Цигелкова, Е., Платонова, И. Н., Фролова, Е. Д. Компаративный анализ поддержки малых и средних предприятий ЕС и Китая в целях повышения создаваемой ими добавленной стоимости // Экономика региона. — 2019. — Вып. 1. — Т. 15. — С. 256–257.

4. Annual report on European SMEs 2017/2018. SMEs growing beyond borders [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://publications.europa.eu>

5. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro-, small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance) (notified under document number C (2003) 1422) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://eur-lex.europa.eu>.

6. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : [Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 02.08.2019)] // Справочно-правовая система КонсультантПлюс

7. Кредитование малого и среднего бизнеса в России: итоги 2018 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://raexpert.ru>.

8. Объем кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства в рублях, иностранной валюте и драгоценных металлах. / Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.cbr.ru>.

9. Interest rate, SMEs [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://stats.oecd.org>.

10. Скрытые сокровища российского сектора МСП [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.acra-ratings.ru>.

11. COSME. Europe's programme for small and medium-sized enterprises [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ec.europa.eu>.

12. CIP Financial Instruments [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ec.europa.eu>.

13. EIC SME Instrument data hub [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://sme.easme-web.eu>.

14. Официальный сайт АО «Корпорация МСП» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://corpmsp.ru>.

15. Программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://corpmsp.ru>.

16. Официальный сайт АО «МСП Банк» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mspsbank.ru>.

17. SME access to finance conditions. 2018. SAFE results — EU [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ec.europa.eu>.



18. Survey on access to finance of enterprises (SAFE) Analytical Report 2018 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://ec.europa.eu>.

### Bibliographic list

1. *Urazova, S. A.* Foreign experience of supporting of small and medium enterprises by national development banks // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2018. — № 4.

2. *Urazova, S. A.* Support of small and medium-sized enterprises as direction of activities of international development banks // Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH). — 2018. — № 1 (61).

3. *Cihelkova, E., Platonova, I. N., Frolova, E. D.* Comparative analysis of supporting small and medium enterprises for enhancing created added value in EU and China // Economy of Region. — 2019. — № 15 (1). — P. 256–269.

4. Annual report on European SMEs 2017/2018. SMEs growing beyond borders [Electronic resource]. — Mode of access : <https://publications.europa.eu>.

5. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro-, small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance) (notified under document number C (2003) 1422) [Electronic resource]. — Mode of access : <https://eur-lex.europa.eu>.

6. On development of small and medium-sized enterprises in Russian Federation: [Federal Law № 209-ФЗ from 24.07.2007 (as amended on 02.08.2019)] // RLS Consultant Plus

7. Lending to small and medium-sized businesses in Russia: results of 2018

[Electronic resource]. — Mode of access: <https://raexpert.ru>.

8. Volume of loans granted to small and medium-sized enterprises in rubles, foreign currency and precious metals [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.cbr.ru>.

9. Interest rate, SMEs [Electronic resource]. — Mode of access : <https://stats.oecd.org>.

10. Hidden treasures of Russian SME sector [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.acra-ratings.ru>.

11. COSME. Europe's programme for small and medium-sized enterprises [Electronic resource]. — Mode of access : <https://ec.europa.eu>.

12. CIP Financial Instruments [Electronic resource]. — Mode of access : <https://ec.europa.eu>.

13. EIC SME Instrument data hub [Electronic resource]. — Mode of access : <https://sme.easme-web.eu>.

14. Official site of JSC «Corporation SMEs» [Electronic resource]. — Mode of access : <https://corpmsp.ru/about>.

15. Program to stimulate lending to small and medium-sized enterprises [Electronic resource]. — Mode of access : <https://corpmsp.ru>.

16. Official site of JSC «SME Bank» [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.mspbank.ru>.

17. SME access to finance conditions. 2018. SAFE results — EU [Electronic resource]. — Mode of access : <https://ec.europa.eu>.

18. Survey on access to finance of enterprises (SAFE). Analytical Report 2018 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://ec.europa.eu>.



**КНИЖНАЯ ПОЛКА**

---

**КОРРЕКЦИЯ**

---

*Э. А. Мамаев, М. В. Михайлюк*

**РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО АУТСОРСИНГА В РОССИИ:  
АНТИКРИЗИСНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ КАЧЕСТВЕННОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ<sup>1</sup>**

**Аннотация**

В статье рассматриваются предпосылки и тенденции трансформации современного рынка логистического аутсорсинга в РФ, носящие естественно-эволюционный характер. Показано, что современные тренды развития онлайн-форматов ритейла обуславливают ускорение товародвижения по каналам продаж, особенно в сегменте непродуктовой розницы, которое влияет на изменение структуры цепей поставок, что, в свою очередь, отражается на принятии решения предприятиями о передаче логистических процессов на аутсорсинг. Ключевыми факторами экономического роста предприятий рынка логистических услуг в существующих условиях жесткой конкуренции и продолжающейся ее роста должны стать комплексные отраслевые логистические решения, позволяющие усиливать потенциал роста логистических компаний.

**Ключевые слова**

Логистика, логистический аутсорсинг, трансформация, оптимизация, цепи поставок.

*E. A. Mamaev, M. V. Mikhailuk*

**DEVELOPMENT OF LOGISTICS OUTSOURCING IN RUSSIA:  
ANTI-CRISIS IMPERATIVES QUALITATIVE TRANSFORMATION**

**Annotation**

Article considers the prerequisites and trends of transformation of modern market of logistics outsourcing in Russian Federation, which are natural and evolutionary. It has been shown that modern trends in development of online-retail formats have caused the acceleration of goods movement through sales channels, especially in segment of non-product retail, which affects the change in structure of supply chains, which in turn affects the decision of enterprises to outsource logistics processes. The key factors for economic growth of logistics services market in current conditions of tight competition and its continued growth should be complex sectoral logistics measures, which would enhance the growth potential of logistics companies.

**Keywords**

Logistics, logistics outsourcing, competition, optimization, reduction of demand.

---

<sup>1</sup> Коррекция статьи: *Мамаев, Э. А., Михайлюк, М. В.* Развитие логистического аутсорсинга в России: антикризисные императивы качественной трансформации // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2015. № 4 (52). С. 28–33.

В современной России активное развитие сферы товарного обращения, ее не менее интенсивная институциональная трансформация, рост сетевого ритейла, дистрибуции, выход на рынок новых товаропроизводителей — факторы-драйверы развития логистики. Более того, появляются новые форматы сбыта, а развитие Интернет-торговли усиливает давление на онлайн-каналы продаж, особенно в сегменте не продуктовой розницы. Все это приводит к качественной трансформации цепей поставок и их логистической платформы, «работает» на образование новых стимулов передачи логистики на аутсорсинг.

Эволюция логистических провайдеров и рынка аутсорсинга в России отталкивается от возможностей современного технико-технологического развития, новаций в данной сфере и уровня цифровой трансформации всей отрасли в целом. Также следует отметить, что на развитие отечественного рынка логистического аутсорсинга сильно влияют общие макроэкономические сложности масштабирования данного бизнеса, рост которого вполне может быть поддержан спросом. Дороговизна кредитных ресурсов, неравномерность географии экономической экспансии и формирования цепей поставок, рыночные риски традиционно сужают потенциал роста транспортно-логистической отрасли [6].

Фактически мы рассматриваем некоторую эволюцию развития отечественной логистики, которая является производной от роста товарного сектора экономики, новых каналов продаж и форматов коммуникационного доступа к потребителю [2]. Подобные изменения являются стимулом для качественных изменений каналов продаж, что, в свою очередь, стимулирует развитие логистики на предприятиях, стимулирует разработку и внедрение новых технологий ведения бизнеса, формируя базис трансформации логистического аутсорсинга в России.

Несмотря на очевидные преимущества использования аутсорсинговых услуг, российский рынок пока развивается не самыми быстрыми темпами. При этом страны Европы, США, Китай и Индия отдают неключевые процессы на аутсорсинг уже более, чем на 50 %, что обусловлена существующими трендами развития современного транспортно-логистического рынка, развитием конкуренции между провайдерами, появлением новых бизнес-моделей развития компаний, быстро растущей цифровизацией и консолидацией.

Динамика изменения товарных портфелей в структуре предложения логистического аутсорсинга, обновление клиентского портфеля в 2007–2009 гг. и 2014–2015 гг. являются индикатором того, дестабилизация рынка способствует передаче непрофильных функций предприятиями и организациями на аутсорсинг. В этом смысле и сама логистика может рассматриваться в качестве релевантного рычага экономического роста, который понижает актуальное в кризис ценовое давление на конечную стоимость продукции [6]. Существующая волна кризиса породила снижение спроса населения на предоставляемый сервис, заставила покупателей более избирательно подходить к выбору поставщиков транспортных и логистических услуг. Все это стимулирует логистический рынок в России к качественным изменениям, созданию новых преимуществ, как ценовых, так и технологических, усилению конкуренции между компаниями. В условиях жесткой конкуренции основной ресурс прорывного роста бизнеса должны составить комплексные отраслевые логистические решения, разработка которых сегодня усиливает потенциал роста не только малых и средних логистических компаний, но и таких монополистов, как ОАО «РЖД» [4, 5]. Заметим, что сегодня эта компания развивается по пути создания транспортно-логистического холдинга,

расширяя спектр сквозных интегрированных услуг, разрабатывает новые логистические продукты, предоставляет грузоотправителям услуги перевозки груза по расписанию, что означает возможность выстраивания оптимальных логистических схем доставки продукции. Реализация новых систем аутсорсинга позволит постепенно трансформировать холдинг в мультимодальную логистическую компанию международного уровня, что составляет принципиально новую стратегическую новацию в системе корпоративного менеджмента, политика которого была менее эластичной к сигналам и запросам рынка [6].

Не менее серьезный трансформационный потенциал изменений сегодня локализован в товарном секторе экономики, логистика которого должна быть максимально адаптирована к текущему конъюнктурному тренду, который далеко не тривиален. Длительное ослабление рубля, не спадающая инфляция, санкционные ограничения в каналах внешней торговли, сокращение грузовой базы приводят к постепенной переориентации транспортно-логистического комплекса с западной части РФ в направлении юга и Дальнего Востока [7]. Это соответствует инерционному развороту товарных потоков в сторону Китая и стран Юго-Восточной Азии как новых приоритетных торгово-экономических партнеров России. Это означает переход к более широкому спектру мультимодальных схем перевозки, изменение маршрутов поставки и т. д. [6].

Однако более знаковые изменения будут происходить именно в сегменте логистики внутреннего рынка, процесс консолидации и укрупнения операторов которого наметился уже давно. Кризис вероятно лишь усилит этот процесс, повышая уровень требований к эффективности логистического сервиса. Наибольшая коррекция будет характерна для перевозчиков, рынок которых менее структурирован. Это значит, что

селекционный отбор пройдут те компании, которые оптимизировали затраты, персонал, имеют четкую стратегию развития и разумный леверидж [6].

Отметим, что появление новых, более высоких уровней провайдеров было обусловлено самим рынком, а именно с целью минимизации издержек товаропроводящей сети и включение большего числа услуг пакет предложений для потенциального клиента.

Реализация принципа «открытых затрат» (open costs) позволила понять, какая добавленная стоимость возникает на всей логистической цепи и договориться относительно ее оптимального распределения между всеми участниками. В условиях кризиса задача усиление конкурентоспособности товаропроизводителя обретает актуальность, особенно в реальном формате взаимодействия с торговыми сетями, часть которых не вкладываются в логистику, перекладывая эти проблемы на плечи поставщиков. Кроме того, развитие сетями программ выпуска продукции под собственной торговой маркой (СТМ) формирует дополнительный спрос на услуги 3PL операторов, поскольку создает прозрачную и предельно короткую цепь поставок: размещает заказ напрямую у нужного производителя и получает конкурентный товар в рамках системы прямых поставок, логистическое обслуживание которых провайдер должен взять на себя. Так как маркетинговые основы реализации этой стратегии только возрастают (доля СТМ в товарной массе сетей все еще не велика), перед логистическим бизнесом стоит задача максимально отточить свой функционал, потребность в котором ритейла не вызывает сомнений [6].

«Если вы — производитель продукции и ведете ваши продажи через ритейл-сети, то можете начать сотрудничество с логистическим провайдером, который помимо вас будет оказывать услуги этим же сетям. И тогда вы сразу

избавляетесь от огромного транспортного «плеча», связанного с доставкой продукции с вашего склада на склад ритейлера, а оттуда — в магазины. Конечно, это возможно только в том случае, если логистический провайдер работает одновременно с производителями и ритейлерами в конкретном секторе (косметика, пищевая продукция, электроника). Также вы можете объединить свои запасы на разных складах в одном регионе под одной крышей на более крупной площадке провайдера, и таким образом существенно снизить расходы на транспортировку для ваших клиентов» [3]. Данные факторы позитивным образом отражаются на операционном и технологическом совершенствовании логистических операторов. При этом более важной мы считаем систему изменений, которые происходят именно в системе товароснабжения внутреннего рынка страны. Новые формы взаимодействия производства и торговли, развитие электронной коммерции, многоканальной мультиформатной дистрибуции, возрастание роли логистики как фактора интенсификации товарообменных операций в торговле-розничной системе потребительского рынка расширяют предпосылки для прогрессивного обновления сервисов на рынке логистических услуг [6].

В целом, можно заключить, что российский рынок логистического аутсорсинга выходит на качественно новый уровень развития, обусловленный как внутренними факторами, такими как необходимость выживания на современном рынке, технологического роста и стремления быть прогрессивнее на фоне конкурентов, так и внешними, связанными с последствиями кризиса, общемировыми тенденциями и цифровой трансформацией глобальных бизнес-процессов. Отечественная логистика переходит на новый этап ее качественного развития, где обращение к ней со стороны операторов рынка становится страте-

гическим императивом их выживания на рынке. Низкий уровень концентрации в последнем будет скорректирован за счет консолидации 3PL операторов, которые поделят между собой грузовую базу крупных ритейлеров. Это означает переход на траекторию развития логистики в Европе, а также снижение стоимости логистических услуг в России, которые отвечают интересам и стратегическим потребностям корпоративного бизнеса и конкретно ритейла [6].

Развитие логистического аутсорсинга будет происходить под знаком его качественного преобразования, сближения клиентов и логистических операторов, которые должны максимально понять бизнес-модель первых, предлагая им наиболее оптимальные схемы доставки, лучшие условия по логистике складирования продукции.

Рынок логистики в России будет не эволюционировать, а совершать революцию в своем развитии, атрибутами которой станет консолидация бизнеса, комплексный характер услуг, интегрированные решения и т. д.

### Библиографический список

1. Михайлюк, М. В. Институциональная эластичность формационной структуры логистического рынка России в контексте влияния кризисных тенденций развития // *Экономические науки*. — 2014. — № 10. — С. 65–68.
2. Михайлюк, М. В. Направления и факторы институционального роста современного логистического рынка в России // *Экономические науки*. — 2014. — № 11. — С. 55–58.
3. Проценко, И., Лайков, Д. Технология SRM и ее роль в системе централизованных закупок предприятия // *Логистика*. — 2015. — № 5. — С. 44.
4. Мамаев, Э. А. Тенденции и перспективы развития рынка транспортных услуг // *Управление логистическими системами: глобальное мышление* —

эффективные решения: материалы междунар. науч.-практ. юбилейного X Южно-Российского логистического форума. — Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2014. — Т. I. — С. 255–260.

5. Поздняков, А. А. Пути развития логистических операторов на транспортном рынке России // Бюллетень транспортной информации. — 2013. — № 5. — С. 29–31.

6. Михайлюк, М. В. Логистический аутсорсинг в России: состояние и тенденции развития // Инновационная наука. — 2015. — № 11. — С. 110–114.

7. Эскин, В. Н. Прогнозы экономического ландшафта и влияние кризиса на развитие логистики в РФ // Logistics. — 2015. — № 6. — С. 20–23.

#### Bibliographic list

1. *Mikhailyuk, M. V.* Institutional elasticity of information structure of logistics market in Russia in context of impact of crisis tendencies of development // *Economics*. — 2014. — № 10. — P. 65–68.

2. *Mikhailyuk, M. V.* Directions and institutional growth factors of modern lo-

gistics market in Russia // *Economics*. — 2014. — № 11. — P. 55–58.

3. *Protsenko, I., Laikov, D.* Technology SRM and its role in system of trade of enterprise // *Logistics*. — 2015. — № 5. — P. 44.

4. *Mamaev, E. A.* Tendencies and prospects of development of market of transport services // *Management of logistics systems: Global thinking — effective decisions: proceedings of International scientific and practical Jubilee X South-Russian Logistics Forum*. — Rostov-on-Don: Publishing house of RSUE (RINH), 2014. — Vol. I. — P. 255–260.

5. *Pozdnyakov, A. A.* Ways of development of logistics operators in transport market in Russia // *Bulletin of transport information*. — 2013. — № 5. — P. 29–31.

6. *Mikhailyuk, M. V.* Logistics outsourcing in Russia: state and trends of development // *Innovation Science*. — 2015. — № 11. — P. 110–114.

7. *Eskin, V.* Forecasts of economic landscape and impact of crisis on development of logistics in Russia // *Logistics*. — 2015. — № 6. — P. 20–23.

**РЕТРАКЦИЯ**

---

***Джуха, В. М., Сааков, А. С.***

Уровень конкурентоспособности как интегральный показатель риска банкротства коммерческой организации. — 2013. — № 3. — С. 121–131

**Дата ретракции:**

**02.12.2019**

**Причины ретракции:**

Изъятие статьи вызвано неправомерным заимствованием Джухой В. М., Сааковым А. С. в недопустимом объеме статьи:

***Крупин, Н. Н., Бартков, Н. Н.***

Уровень конкурентоспособности предприятия как базовый результат эффективности использования ресурсов // Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право. — 2010. — № 11. — С. 66–71.



## НАШИ АВТОРЫ

Контактная информация авторов журнала  
«Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)»

№ 4 (68), ДЕКАБРЬ, 2019

### РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

**Блошенко М. В.** — к. э. н., к. ю. н., судья Второго кассационного суда общей юрисдикции.

E-mail: m.bloshenko@list.ru.

**Богданова Р. М.** — к. э. н., доцент кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Бондаренко В. А.** — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: b14v@yandex.ru.

**Ванюшкина В. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Гиссин В. И.** — д. э. н., профессор кафедры «Товароведение и управление качеством» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: givi41@mail.ru.

**Гомцян А. Д.** — д. э. н., профессор, Главный научный сотрудник Южного научного центра РАН.

**Ерохина Т. Б.** — д. э. н., профессор кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Камышанский В. П.** — д. ю. н., профессор, заведующий кафедрой «Гражданское право» ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина», почетный работник Высшего профессионального образования РФ, заслуженный деятель науки Кубани.

E-mail: vpkam@rambler.ru.

**Кузнецов Н. Г.** — д. э. н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, заведующий кафедрой «Экономическая теория» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: kuznecov@rsue.ru.

**Миронова О. А.** — к. э. н., доцент кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: lady.sensey2010@yandex.ru.

**Палант А. Я.** — аспирант кафедры «Мировая экономика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Пархоменко Т. В.** — д. э. н., профессор кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Погребная А. А.** — ст. преподаватель кафедры «Товароведение и управление качеством» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: allworldforme@mail.ru.

**Полиди А. А.** — д. э. н., профессор Департамента бизнес-образования НЧОУ ДО «Институт современных технологий и экономики».

E-mail: apolidi@mail.ru.

**Родионова Н. Д.** — д. э. н., доцент, профессор кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: ndrodionova@mail.ru.

**Смирнова Е. А.** — д. э. н., профессор кафедры «Логистика и управление цепями поставок» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

E-mail: smirnova-ea@list.ru.

**Федько В. П.** — д. э. н., профессор кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Чжао Дань** — аспирант кафедры «Логистика и управление цепями поставок» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

E-mail: kevinzhaodan@yandex.ru.

## РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

**Алексейчик Т. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: alekseychik48@mail.ru.

**Витченко О. В.** — к. п. н., доцент кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: owinf@mail.ru.

**Грекова И. Ю.** — директор Департамента комплаенса и финансового мониторинга ООО «Атон».

E-mail: irinagreкова@gmail.com.

**Грошев А. Р.** — д. э. н., профессор кафедры «Финансы, денежное обращение и кредит» БУ ВО Ханты-Мансийского автономного округа — Югры «Сургутский государственный университет».

**Гузенко Н. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Дадаян Н. А.** — доцент кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Ефременко И. Н.** — д. э. н., доцент, профессор кафедры «Финансовый мониторинг и финансовые рынки» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: efremenko@yandex.ru.

**Иванова Е. А.** — д. э. н., профессор, директор Института магистратуры ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: s888re@yandex.ru.

**Иванченко О. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: iovkmr@mail.ru.

**Ларионов В. А.** — к. э. н., соискатель кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Левина Я. В.** — аспирант кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Мамаев Э. А.** — д. т. н., профессор, заведующий кафедрой «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: luts@rgups.ru.

**Миргородская О. Н.** — к. э. н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: olyana\_mon@mail.ru.

**Миринова О. А.** — к. э. н., доцент кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Митько О.А.** — д. э. н., профессор кафедры «Коммерция и логистика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Предецкая Н. В.** — д. э. н., профессор кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: nvpr@bk.ru.

**Рябова К. А.** — студент гр. ЭК-441 ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Салтанова Т. А.** — к. э. н., доцент кафедры «Инновационный менеджмент и предпринимательство» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: saltanova-tatiana@mail.ru.

**Сахарова Л. В.** — д. ф.-м. н., доцент, профессор кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: l\_sakharova@mail.ru.

**Хамбурова Д. С.** — аспирант кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

E-mail: luts@rgups.ru.

**Чекмарёва Г. И.** — д. э. н., доцент, профессор кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения», доцент кафедры «Таможенные операции и таможенный контроль» Ростовский филиал государственного казенного образовательного учреждения высшего образования «Российская таможенная академия».

**Шевелева В. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Экономическая теория» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: belovedonika@yandex.ru.

### РАЗДЕЛ 3. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

**Асриев С. В.** — к. э. н., доцент, заведующий кафедрой «Экономические и гуманитарные дисциплины» филиала ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» в г. Кисловодске.

**Батищева Г. А.** — д. э. н., профессор кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Gbati@mail.ru.

**Букланов Д. А.** — ст. преподаватель кафедры «Экономика» ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет».

E-mail: buklanoff@mail.ru.

**Грицунова С. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Инновационный менеджмент и предпринимательство» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: Svetlana-06-84@yandex.ru.

**Данченко Е. А.** — к. э. н., доцент кафедры «Банковское дело» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: dear\_910@mail.ru.

**Демьяненко Э. Ю.** — к. э. н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: demellina21@yandex.ru.

**Журавлёва М. И.** — к. ф.-м. н., доцент кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: zhurmari@mail.ru.

**Лукьянова Г. В.** — к. т. н., доцент кафедры «Фундаментальная и прикладная математика» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: lukuynova.g@yandex.ru.

**Магомаева Л. Р.** — к. э. н., доцент Институт прикладных информационных технологий Грозненского государственного нефтяного технического университета имени акад. М. Д. Миллионщикова.

E-mail: rumanovna@gmail.com.

**Механцева К. Ф.** — д. э. н., доцент, заведующий кафедрой «Товароведение и управление качеством» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: mehantseva.karina@mail.ru.

**Мустафаева Г. К.-кызы** — магистрант 3-го курса НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов».

**Седых Ю. А.** — к. э. н., доцент кафедры «Инновационный менеджмент и предпринимательство» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

**Смертина Е. Н.** — к. э. н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: elesmertina@mail.ru.

**Стуженко Д. Н.** — магистрант 2-го курса факультета компьютерных технологий и информационной безопасности ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: dashastuzh@mail.ru.

**Уразова С. А.** — д. э. н., профессор кафедры «Банковское дело» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)».

E-mail: urazova@inbox.ru.

## КНИЖНАЯ ПОЛКА

**Михайлюк М. В.** — к. э. н., доцент кафедры «Логистика и управление транспортными системами» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения».

## ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ В ЖУРНАЛ «ВЕСТНИК РГЭУ (РИНХ)»

Согласно решению ПРЕЗИДИУМА ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ (ВАК) Минобрнауки РФ № 8/13 от 02.03.2012 «О перечне рецензируемых научных журналов и изданий для опубликования основных научных результатов диссертаций», в журнал принимаются статьи и материалы, соответствующие следующим требованиям.

1. Статьи должны содержать обоснование актуальности, четкую постановку целей и задач исследования, научную аргументацию, обобщение и выводы, представляющие интерес своей новизной, научной и практической значимостью; должны быть рекомендованы кафедрой (отделом) по месту учебы (работы) автора. Все статьи, представленные к печати в журнале «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)», в обязательном порядке проверяются по критериям корректности предоставления научной информации, учитывая правила ее заимствования, рецензируются редакционной коллегией журнала и возвращаются авторам для ознакомления. Статьи предоставляются в формате «\*.doc» или «\*.docx».

2. Рекомендуется указывать место работы всех авторов и контактную информацию для переписки в Интернете.

3. Требования к оформлению научной статьи:

а) текст статьи должен быть набран шрифтом Times New Roman, кегль — 14, полуторный интервал, отступ первой строки — 0,75. Формат листа А4 (210 × 297 мм). На странице рукописи должно быть не более 30 строк, в каждой строке не более 65 знаков, включая пробелы между словами. Поля рукописи: верхнее, правое, левое — 25 мм и нижнее — 30 мм. Нумерация страниц в правом верхнем углу листа;

б) рисунки должны быть качественными, четкими, все надписи должны хорошо просматриваться (шрифт исключительно Times New Roman), необходимо указать источник или авторство каждого рисунка с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

в) таблицы набираются 12 кеглем через один интервал без выделения колонок (без заливки), необходимо указать источник или авторство каждой таблицы с помощью подстрочной ссылки на использованную книгу, статью или другие материалы;

г) редактор формул — MS Word, шрифт — Times New Roman, переменные — курсивом, греческие — прямо, русские — прямо;

д) заглавие статьи печатается строчными буквами. Инициалы и фамилия автора(ов) пишутся над заглавием статьи (для рецензии и информационных материалов в конце статьи). Заглавие отбивается двумя интервалами сверху и снизу (от текста);

е) в тексте статьи следует использовать минимальное количество таблиц и иллюстративного материала. Круглые скобки употребляются только в тексте;

д) ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках, нумерация ссылок сквозная на протяжении статьи, подстрочные примечания помещаются в конце статьи (библиографический список) с точным указанием выходных данных;

е) иностранная литература оформляется по тем же правилам;

ж) статья обязательно должна содержать краткую аннотацию и ключевые слова, библиографический список. Указанные данные, Ф.И.О. авторов и название статьи приводятся на русском и английском языке;

з) общий объем статьи не должен превышать 12 листов в соответствии с указанными требованиями к оформлению.

4. К статье на бумажном носителе прилагается электронная версия, отдельным файлом сведения об авторе (имя, отчество, фамилия, место работы, учебы, должность, контактный телефон, e-mail, домашний адрес). Необходимо направить данные файлы также на электронный адрес — [vestnik.rsue@mail.ru](mailto:vestnik.rsue@mail.ru).

5. В соответствии с требованиями по включению номеров научного периодического издания «Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)» или его переводной версии на иностранном языке в системы цитирования Web of Science, Scopus, Web of Knowledge, текст статьи должен быть представлен в двух вариантах: на русском и английском языке.

Рукописи, оформленные без соблюдения приведенных выше правил, не рассматриваются. Редакционная коллегия оставляет за собой право при необходимости сокращать статьи, подвергать их редакционной правке и отсылать авторам на доработку. Датой поступления статьи, отправленной на доработку (если она была у автора), считается день ее возвращения в редакцию.



НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ВЕСТНИК  
РОСТОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА  
(РИНХ)**



**№ 4 (68), ДЕКАБРЬ, 2019**

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ**

**Главный редактор  
АЛЬБЕКОВ АДАМ УМАРОВИЧ**

**Заместитель главного редактора  
ВОВЧЕНКО НАТАЛЬЯ ГЕННАДЬЕВНА**

**Ответственный секретарь  
ПАРХОМЕНКО ТАТЬЯНА ВАЛЕРЬЕВНА**

**Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС77-76371 от 02.08.2019**

выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий  
и массовых коммуникаций

**Учредитель**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

**Адрес редакции журнала**

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 337.

Тел. (863) 237-02-75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

**Адрес издателя**

Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ)

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.

Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

**РЕДАКТИРОВАНИЕ, МАКЕТИРОВАНИЕ И ВЕРСТКА ШМЫГЛЯ Э. В.  
КОМПЬЮТЕРНЫЙ НАБОР ГУЗЕНКО Н. В.  
ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР АКИМОВА Л. И.**

---

Изд. № 188/3524. Подписано в печать 23.12.2019. Дата выхода в свет 10.01.2020.

Объем 15,0 уч.-изд. л., 26,0 усл. печ. л.

Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура «Times New Roman».

Заказ № 326. Тираж 1000 экз. Цена свободная.

---

**Отпечатано**

в ИПК РГЭУ (РИНХ)

344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.

Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

SCIENTIFIC EDITION

**VESTNIK  
OF ROSTOV STATE  
UNIVERSITY OF ECONOMICS  
(RINH)**



**№ 4 (68), DECEMBER, 2019**

**SCIENTIFICALLY-PRACTICAL JOURNAL**

**Editor-in-Chief**

**ALBEKOV ADAM UMAROVICH**

**Deputy Editor-in-Chief**

**VOVCHENKO NATALIA GENNADIEVNA**

**Executive Secretary**

**PARKHOMENKO TATIANA VALERIEVNA**

**Certificate on registration**

ПИ № ФС77-76371 from 02.08.2019

is granted by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology,  
and Mass Media

**Founder**

Federal state budgetary educational institution of higher education  
«Rostov State University of Economics (RINH)»

**Address of Editorial Board of Journal**

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 337.

Tel.: (863) 237-02-75.

E-mail: vestnik.rsue@mail.ru

**Publisher**

Publishing and printing complex of RSUE (RINH).

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 152.

Tel.: (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com

**EDITING, LAYOUT BY SHMYGLYA E. V.**

**COMPUTER SET BY GUZENKO N. V.**

**ISSUER EDITOR AKIMOVA L. I.**

---

**Ed. № 188/3524. Signed in print 23.12.2019. Date of print 10.01.2020.**

**Volume of accounting and publishing sheets 15,0, conditionally printed sheets 26,0.**

**Offset paper. Digital printing. Format 60×84/8. Font «Times New Roman».**

**Order № 326. Printing 1000 copies. Free price.**

---

**Printing by**

Publishing and printing complex of RSUE (RINH).

344002, Rostov-on-Don, B. Sadovaya st., 69, RSUE (RINH), a. 152

Tel.: (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34.

E-mail: ipkrinh@gmail.com