

Экономические исследования и разработки

Выпуск 4, Апрель 2020 год

Научно-
исследовательский
электронный журнал

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 4/2020

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2020

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №4– 2020. – 175 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.edrj.ru

УДК 33

ББК 65

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

Балашова Раиса Ивановна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры “Экономика предприятия” Донецкого национального технического университета.

Глебова Анна Геннадьевна – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

Кожин Владимир Александрович – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

Мазин Александр Леонидович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

Бикеева Марина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

Лаврентьева Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБОУ ВО “Нижегородская государственная медицинская академия” Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

Тиндова Мария Геннадьевна – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.

Шагалова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и государственного управления ННГУ им. Н.И. Лобачевского. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2019

Оглавление

ЛОГИСТИКА.....	7
Почекаев Д.А. Анализ состояния нефтяной отрасли и экспортных перевозок нефти в России	7
МАРКЕТИНГ	15
Матвеев П.П., Матвеев П.Н. Интегральный метод прогнозирования сроков проведения рекламных кампаний	15
МЕНЕДЖМЕНТ	20
Емельянова Е.В., Харчикова Н.В. Особенности диагностики персонала промышленного предприятия	20
Пинчук Е.А. Особенности систем менеджмента и маркетинга «Toyota», обеспечивающие данной компании лидирующее место в сегменте автомобилестроения	28
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	36
Казимагомедова З.А., Атемова А.З. Электронные деньги в современном мире	36
Карелина Е.А. Практические шаги по решению поставленных задач экономического роста и развития	43
СТАТИСТИКА.....	48
Вологдин Е.В. Оценка состояния правонарушений в Алтайском крае в период 2002 – 2018гг. (статистический аспект)	48
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ	54
Баранов А.Г., Гармашова Е.П., Дребот А.М. Совершенствование организационно-экономического механизма управления инновационным развитием г. Севастополь	54
Клименко Т.И. Специфика субъект-объектных отношений в процессе оказания услуг инновационной инфраструктуры.....	61
Муллина В.Я. Особенности инвестирования высокотехнологичных проектов Национальной технологической инициативы	66
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	71
Зернова Л.Е. Анализ способов продвижения розничных банковских услуг	71
Магомедова С. З., Ахмедова Ф.М. Функционирование коммерческих банков на рынке ценных бумаг	79

Фешина С.С., Славянов А. С. Стабилизация рынка капитала посредством ограничения трансграничных операций с криптовалютами	83
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ	88
Тиндова М. Г. К вопросу об использовании эконометрического анализа на рынке мотоциклетного транспорта	88
ЭКОНОМИКА ТРУДА	93
Баттайван Б., Ганчимэг Ж. Проблема методики оценки микротравмы на производстве (на примере горнодобывающего Предприятия с государственной собственностью (далее – ПГС) “Предприятие Эрдэнэт”)	93
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	102
Гагарина М.В. Устойчивое развитие предприятий в условиях цифровой экономики	102
Глуценко В.М., Пронькин Н.Н. Междисциплинарный подход в исследовании сложных систем	106
Дудкина О.В., Макарова О.А. Практика проведения дня открытых дверей в детско-юношеских спортивных организациях в Ростовской области	114
Дудкина О.В., Сафронова В.В. Особенности организации гостиничного бизнеса в России	121
Дудкина О.В., Соколова Е.С. Специфика совершенствования корпоративной культуры в учебной организации	127
Чу Сюэхань, Чжан Найвэнь. Управленческий анализ как обоснование для принятия управленческих решений	136
Шевченко Ю. С. Малука М. С. Эффективность формирования денежных потоков как основа платежеспособности организации	147
Шевченко Ю. С. Филипова О. С. Факторный анализ как элемент управления формированием прибыли корпорации	154
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ	161
Батьковский А.М., Кравчук П.В., Фомина А.В. Военно-гражданская интеграция в условиях ухудшения социально-экономического развития страны	161
Магомедова С.З., Казимагомедова А.С. Сущность и социальная опасность финансовых пирамид	171

Логистика

УДК 33

Почекаев Д.А. Анализ состояния нефтяной отрасли и экспортных перевозок нефти в России

Analysis of the state of the oil industry and export transport of oil in Russia

Почекаев Дмитрий Александрович¹

Научный руководитель **Ничипорук Андрей Олегович²**

¹ Студент 5 курса факультета судовождения ФГБОУ ВО «Волжский государственный университет водного транспорта», Нижний Новгород

² доктор технических наук, доцент, профессор кафедры логистики и маркетинга, ФГБОУ ВО «Волжский государственный университет водного транспорта», Нижний Новгород

Pochekaev Dmitry Alexandrovich¹

Scientific adviser Nichiporuk Andrey Olegovich²

¹ 5th year student of the Faculty of Navigation, «Volga State University of Water Transport», Nizhny Novgorod

² Dr.Sci.Tech, the associate professor, the professor of department of logistic and marketing, «Volga State University of Water Transport», Nizhny Novgorod

Аннотация. В статье рассматривается состояние нефтяной отрасли в России. На основе статистических данных проанализирована динамика добычи и экспорта российской нефти. Уделено внимание экспортным перевозкам нефти различными видами транспорта, сделан акцент на перевозках нефти морским транспортом.

Ключевые слова: нефтяная отрасль, анализ, транспортировка, морской транспорт

Abstract. The article analyzes the state of the oil industry in Russia, and on the basis of statistical data analyzes the dynamics of production and export of Russian oil. Attention has been paid to the export of oil by various means of transport; emphasis has been placed on the transportation of oil by sea.

Keywords: oil industry, analysis, transportation, sea transport

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

Нефтегазовая отрасль имеет колоссальное влияние на экономику России. На территории России располагаются огромные запасы нефти и природного газа. По данным INTERFAX.RU [4], запасы нефти в России в 2018 году выросли на 8,7% и составили 9,83 млрд тонн (рисунок 1). Стоимость запасов нефти, по оценке Минприроды, составила на конец 2018 года 74,511 трлн рублей.

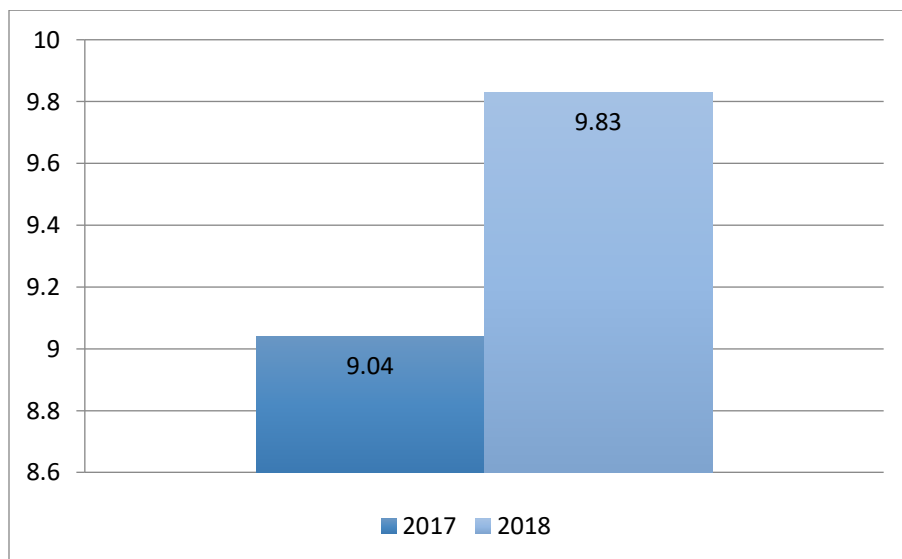


Рисунок 1. Запасы нефти в России в 2017-2018 году

Источник: составлено по данным Интерфакс

В мире Россия занимает второе место по экспорту нефти (рисунок 2) [5].

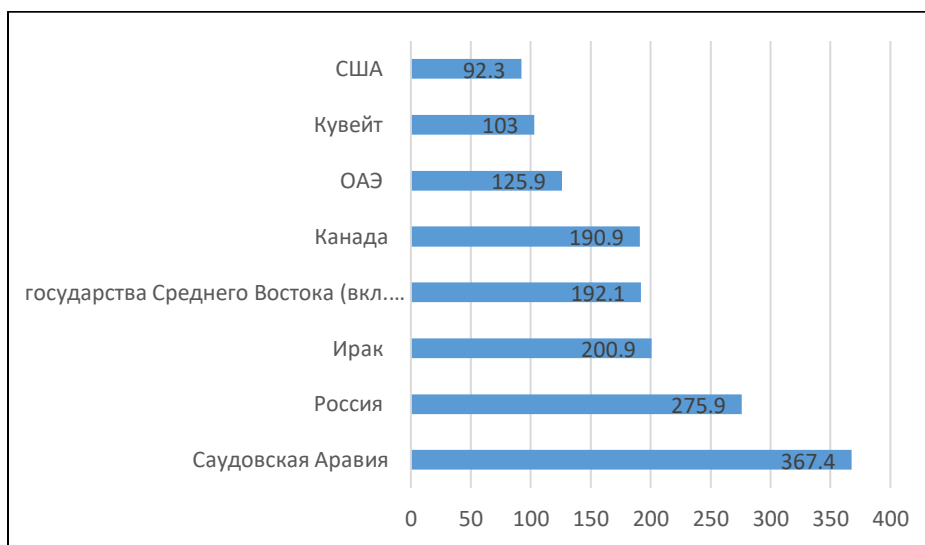


Рисунок 2. Крупнейшие страны – экспортеры нефти (млн. тонн) в 2018 году

Рассмотрим структуру экспорта Российской Федерации в 2019 году. По данным Федеральной таможенной службы [1] в 2019 году наибольший удельный вес в экспорте России занимают нефть сырая и нефтепродукты (рисунок 3). Также страной экспортируются природный газ, дизельное топливо, уголь каменный.

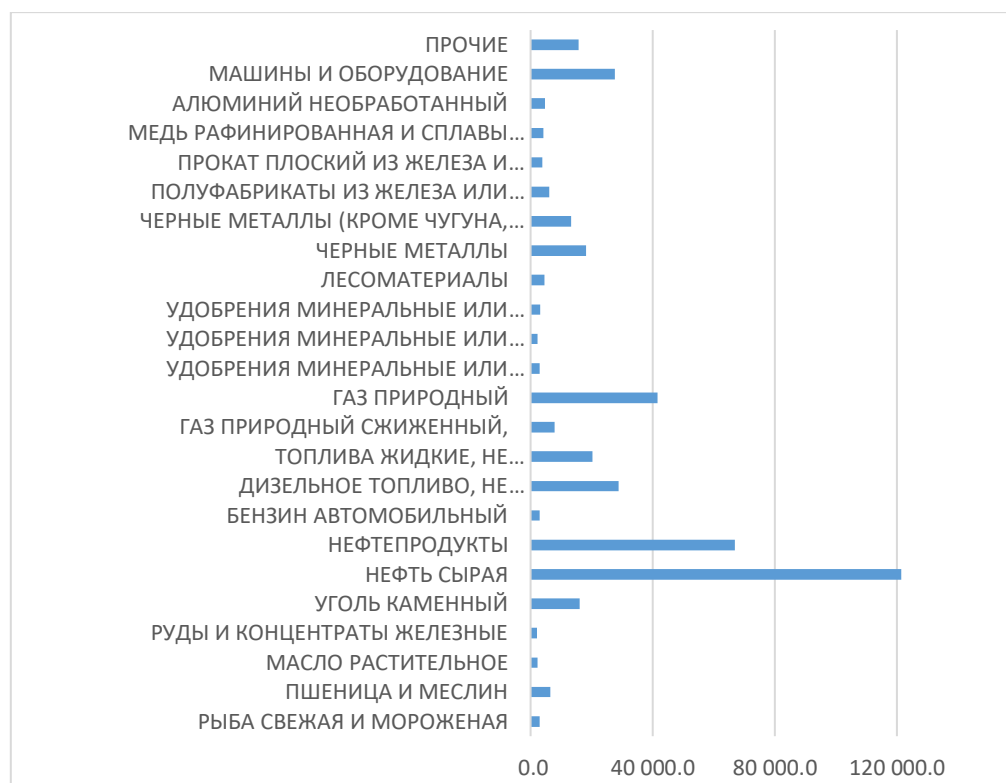


Рисунок 3. Экспорт России в 2019 году, млн. долл. США

Источник: составлено по данным Федеральной таможенной службы РФ

По данным Министерства энергетики Российской Федерации [2] в 2019 году добыча нефти и газового конденсата составила 560256,7 тыс. тонн, а экспорт, соответственно, 266096,2 тыс. тонн (рисунки 4 и 5). Как видно, и добыча нефти, и ее экспорт за период с 2016 по 2019 годы растут, причем экспорт нефти занимает около 48% от добычи нефти и газового конденсата.

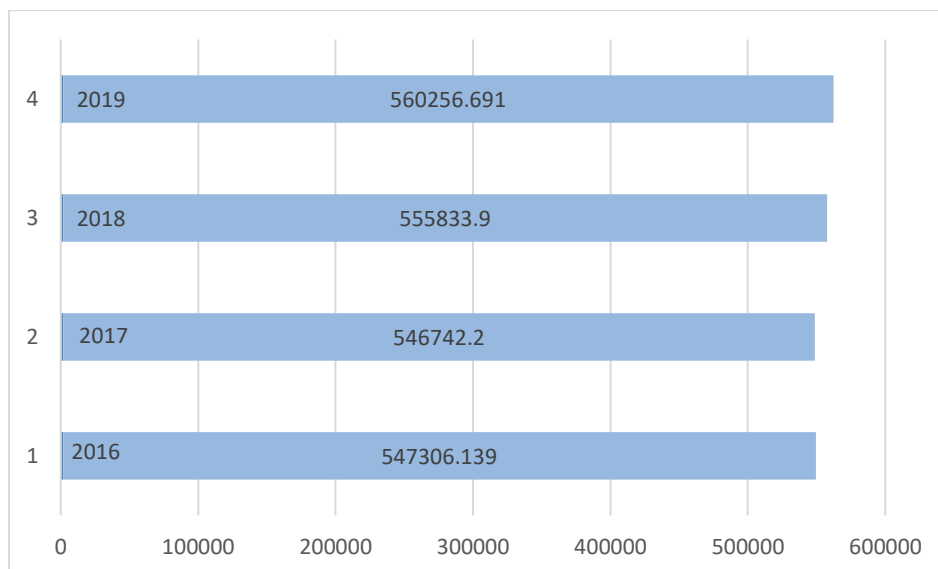


Рисунок 4. Добыча нефти и газового конденсата, тыс. тонн

Источник: составлено по данным Министерства энергетики РФ

По данным Интерфакс, на увеличение добычи нефти в 2019 году оказала влияние деятельность таких компаний, как:

- ПАО «НК "Роснефть"» (добыча в 2019 году составила 195,11 млн тонн);
- ПАО "ЛУКОЙЛ" (добыча в 2019 году составила - 82,12 млн тонн);
- ПАО "Сургутнефтегаз" (добыча в 2019 году составила 60,76 млн тонн);
- ПАО "Газпром нефть" (добыча в 2019 году составила 39,15 млн тонн);
- ПАО "Татнефть" (добыча в 2019 году составила - 29,8 млн тонн);
- ПАО АНК "Башнефть" (добыча в 2019 году составила 18,67 млн тонн);
- ПАО «НГК "Славнефть"» (добыча в 2019 году составила 13,97 млн тонн);
- ПАО "НОВАТЭК" (добыча в 2019 году составила 8,41 млн тонн);
- ПАО НК "РуссНефть" (добыча в 2019 году составила 7,12 млн тонн).

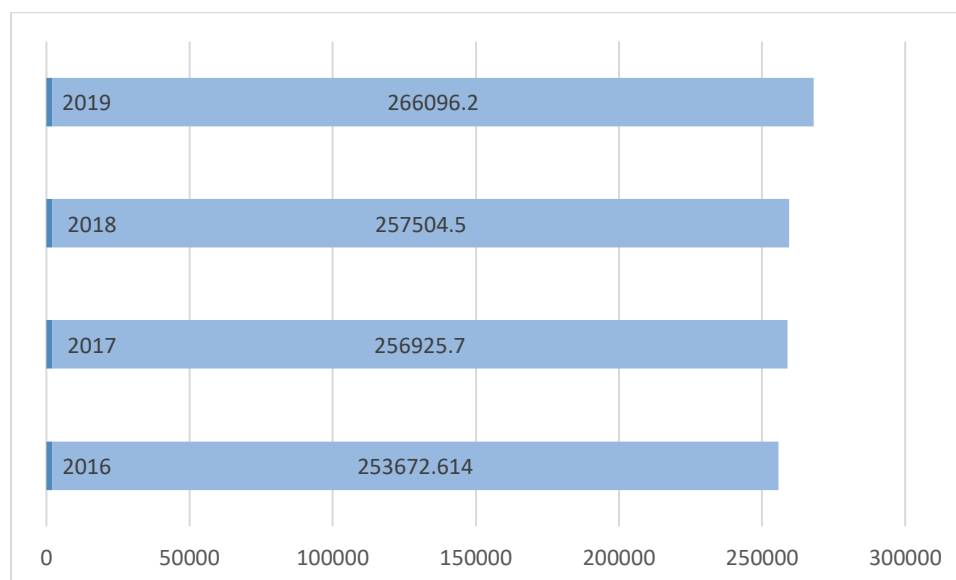


Рисунок 5. Экспорт нефти, тыс. тонн

Источник: составлено по данным Министерства энергетики РФ

Основные направления поставок нефти в 2018-2019 годах представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные страны – импортеры российской нефти

Страны - импортеры	2019, млн. т	2018, млн. т	Отклонение, млн. т
Китай	69,6	66,9	2,7
Нидерланды	46,2	42,2	4
Германия	18,9	23,5	-4,6
Белорусия	18	18,2	-0,2
Республика Корея	15,3	15,3	0
Италия	14,6	13,1	1,5
Польша	13,3	17,7	-4,4
Финляндия	9,9	10,2	-0,3
Турция	8,2	2,2	6

Как видно, основными направлениями экспорта были и остаются Китай и Нидерланды, откуда больше половины нефти фактически идёт в другие страны ЕС.

На территории России насчитывается более десяти крупных месторождений нефти [6]. Основные месторождения нефти в России это: Самотлорское (Ханты-Мансийский автономный округ – Югра), Ромашкинское (Республика Татарстан, г. Альметьевск), Приобское (Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, с. Селярово), Лянторское (Ханты-Мансийский автономный округ, Сургутский район, на реке Пим вблизи города Лянтор, в 90 км от г. Сургут), Федоровское (Ханты-Мансийский автономный округ, вблизи города Сургут), Мамонтовское (Ханты-Мансийский автономный округ, вблизи города Пыть-Ях), Салымская

группа (Ханты-Мансийский автономный округ, в 120 км к юго-западу от Сургута и в 30 км на запад от поселка Салым), Сахалин-5 (Охотское море, северо-восточная часть шельфа острова Сахалин), Краснотеннинская группа (Ханты-Мансийский автономный округ, центр нефтедобычи в г. Нягань).

От места добычи нефть необходимо доставить потребителю. Для этого используют следующие виды транспорта: железнодорожный, водный, автомобильный и трубопроводный. Доля перевозок нефтяных грузов различными видами транспорта по территории России показана в таблице 2.

Таблица 2

Доля перевозок нефтяных грузов в структуре перевозок различными видами транспорта, % [3]

Вид транспорта и род груза	Годы				
	2005	2010	2015	2016	2017
Железнодорожный транспорт					
нефтяные грузы	17,2	21,0	20,6	19,2	18,6
Морской транспорт					
нефть и нефтепродукты наливом	20,8	17,6	29,0	19,3	16,3
Внутренний водный транспорт					
нефть и нефтепродукты наливом	15,9	12,5	13,1	15,8	14,4
Трубопроводный транспорт					
	2000	2010	2016	2017	2018
газ	61,1	52,9	47,4	49,7	50,1
нефтяные грузы	38,9	47,1	52,6	50,3	49,9
в том числе:				0	0
нефть	37,5	45,5	50,7	48,4	47,8
нефтепродукты	1,41	1,64	1,85	1,91	2,06

Как видно, в 2017 году перевозка нефти и нефтепродуктов по России в структуре трубопроводного транспорта занимает порядка 50%, в структуре перевозок водного транспорта – 30,7%, железнодорожного транспорта – 18,6%. Таким образом, водный транспорт (как морской, так и внутренний водный) играет существенную роль в перевозках нефти и нефтепродуктов.

Часто используются смешанные перевозки – например, нефть перевозится морем при помощи танкеров, затем её перекачивают в баржу, и доставляют груз на головную станцию нефтепровода, по которому осуществляется транспортировка на распределительные нефтебазы. Оттуда железнодорожным транспортом нефть доставляется на НПЗ, а нефтепродукты – конечным потребителям автотранспортом.

Выбор логистической схемы перевозки нефти и нефтепродуктов зависит от нахождения месторождения нефти, то есть от географии добычи нефти и её переработки.

Экспорт нефти непосредственно за пределы Российской Федерации осуществляется следующими видами транспорта:

- трубопроводным транспортом;
- железнодорожным транспортом;
- морским транспортом (в порты нефтепродукты доставляются либо трубопроводным, либо железнодорожным транспортом, либо посредством их комбинации).

В России можно выделить три группы морских портов, осуществляющих перевалку нефти: черноморские (Новороссийск, Туапсе), балтийские (Приморск) и дальневосточные (Козьмино). Развитию перевозок нефти внутренним водным транспортом мешает отсутствие гарантированных глубин на протяжении следования судна, а также возраст судов – 89% наливных судов имеют срок службы более 30 лет. Возрастная структура морских нефтеналивных судов значительно лучше: в 2017 году 31% приходился на суда в возрасте более 30 лет, но 19% приходилось на суда сроком службы до 5 лет [3].

В 2018-2019 годах, по данным Министерства транспорта, объем экспорта нефти по трубопроводам снизился ввиду их перепрофилирования на транспортировку нефтепродуктов. Поэтому производителям пришлось воспользоваться смежными видами транспорта – железнодорожным и водным. Вследствие этого, а также вследствие введения пониженных железнодорожных тарифов на перевозку нефти на направлениях, дублирующих водные пути, увеличился объем погрузки нефти на железнодорожном транспорте. Объем перевалки нефти в морских портах незначительно увеличился как за счет снижения объема транспортировки нефти трубопроводным транспортом, так и за счет увеличения перевалки сахалинской, арктической и казахстанской нефти [7].

Текущая ситуация на рынке нефтяной отрасли может быть охарактеризована как самый сложный период с формирования его современного облика, что имело место в 60-х годах прошлого века. В настоящее время отрасль переживает очередной кризис, связанный с уменьшением потребления нефти в России и во всем мире. Предложение превышает спрос. Добыча нефти в 2020 году, скорее всего, будет снижаться, следовательно, уменьшится и объем перевозок нефти и нефтепродуктов. Тем не менее, в России приняты законодательные акты, направленные на развитие морской инфраструктуры, например, утвержден план развития инфраструктуры Северного морского пути. План сформирован исходя из существующих и перспективных грузопотоков, в состав которых входят грузы сырьевых проектов, реализуемых нефтяными компаниями ПАО «Новатэк», ПАО «Газпром нефть», АО «Независимая нефтяная компания», а также грузы, которые будут направлены дополнительно после расширения сети железных дорог за счёт оптимизации логистики единой транспортной системы России.

Библиографический список

1. Федеральная таможенная служба [сайт]. Режим доступа: <http://customs.ru/statistic/%D0%AF%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C%20-%D0%BC%D0%B0%D0%B9%202018>. Дата обращения 19 апреля 2020 года.
2. Министерство энергетики [сайт.] Режим доступа: (<https://minenergo.gov.ru/activity/statistic>). Дата обращения 19 апреля 2020 года.
3. Федеральная служба государственной статистики [сайт]. Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/B18_55/Main.htm. Дата обращения 19 апреля 2020 года.
4. Интерфакс [сайт]. Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/677310>. Дата обращения 19 апреля 2020 года.
5. Full report – BP Statistical Review of World Energy 2019. Режим доступа: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf>. Дата обращения 19 апреля 2020 года.
6. Каталог нефтяных и газовых месторождений России [сайт]. Режим доступа: <https://energybase.ru/oil-gas-field>. Дата обращения 19 апреля 2020 года.
7. Обзор отрасли грузоперевозок в России 2019 год. Электронный ресурс. Режим доступа: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/\\$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-transportation-services-2019-rus/$FILE/ey-transportation-services-2019-rus.pdf). Дата обращения 19 апреля 2020 года.

Маркетинг

УДК 33

Матвеев П.П., Матвеев П.Н. Интегральный метод прогнозирования сроков проведения рекламных кампаний Integral forecasting method of advertizing campaigns' timing

Матвеев Павел Павлович,

к.э.н., исполнительный директор ООО «ЦПР Эксперт»

Матвеев Павел Николаевич,

к.ф.-м.н., доцент СПбГЭУ

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Matveyev Pavel Pavlovich, PhD in Marketing,

chief executive at "PGC Expert", LLC

Matveyev Pavel Nikolayevich, PhD,

Russian Federation, St.-Petersburg

Аннотация. В статье изложен метод прогнозирования сроков проведения рекламных кампаний, основанный на интегральных вычислениях значений эффективности маркетинговых мероприятий. Предложенный метод обладает универсальностью и функцией «тонкой» настройки.

Ключевые слова: реклама, маркетинг, эффективность, срок проведения рекламной кампании, прогноз

Abstract. The paper deals with the forecasting method of advertising campaigns' timing based on integral calculations of marketing efficiency values. The method given has high versatility and "fine-tuning" function.

Keywords: advertising, marketing, efficiency, advertising campaigns' timing, forecast

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

В настоящее время существует множество исследований, посвящённых оптимизации рекламных кампаний. По результатам этих исследований сегодня представляется возможным комплексно спрогнозировать эффективность рекламных кампаний и интерпретировать их результаты. Использование опубликованных методов позволяет максимально точно подобрать целевую аудиторию и создать наиболее действенное рекламное предложение. Тем не менее, один из параметров проведения рекламных кампаний остаётся до сих пор теоретически не обоснованным – её продолжительность.

Данный факт совсем не означает, что срок завершения рекламной кампании определяется интуитивно. Напротив, специалисты по маркетингу отводят немалое время для прогнозирования оптимальной

точки «выхода». Однако такое прогнозирование основывается в большей степени на предыдущем опыте: исследовании сроков, бюджетов и целевой аудитории аналогичных маркетинговых мероприятий относительно аналогичных товаров и (или) услуг. Как раз в этом и заключается ряд проблем, связанных с отсутствием теоретического обоснования сроков рекламных кампаний. Иными словами, специалисты по маркетингу сталкиваются с проблемой нехватки информации при прогнозировании сроков следующей рекламной кампании, если:

- товар и (или) услуга, который уже представлен на одном из рынков, выводятся на *принципиально новый рынок*;
- на рынок, на котором присутствует компания, выводится *принципиально новый товар и (или) услуга*;
- *принципиально новый товар и (или) услуга* выводится на *принципиально новый рынок*.

В последнем из указанных случаев наблюдается максимальная неопределённость, что подчеркивает необходимость формирования нового метода прогнозирования сроков рекламной кампании.

Целью данной статьи является попытка теоретического обоснования сроков проведения рекламной кампании. При помощи математического аппарата мы построим динамическую модель, на основе которой предложим новый инструмент расчёта и прогнозирования сроков рекламной кампании.

Считаем должным уточнить: в данной статье нас интересует именно момент перехода от предыдущей рекламной кампании к новой (следующей). Иначе говоря, мы не берёмся рассуждать, сколько времени длится рекламная кампания. Этот параметр и без того зависит от множества факторов: средняя длительность принятия решения о покупке, планируемые объёмы сбыта, сам товар и (или) услуга, выбор средств массовой информации и так далее.

В основе нашего предположения лежит закон предельно убывающей производительности. Согласно закону, применение одного нового производственного фактора со временем приводит к снижению объёмов выпускаемой продукции [1]. Его интерпретация к исследуемой ситуации может быть следующей: настаёт определённая точка во времени, когда рекламная кампания всё менее эффективно воздействует на потенциального потребителя товара и (или) услуги. Именно в этот момент специалисты по маркетингу принимают решение о качественных изменениях рекламной кампании. Причём способы таких изменений достаточно вариативны: кампания может быть уменьшена в объёмах, может быть дополнена неопубликованным ранее материалом, или закрыта полностью. В описанном нами контексте наибольший интерес представляет собой точка C (см. рисунок №1). Значения параметра времени (t) могут быть просчитаны заранее. Иначе говоря, представляется возможным заранее спрогнозировать момент времени необходимости качественного изменения рекламной кампании. Тем не менее, в прямом применении этой модели есть противоречия.

Во-первых, кривая TP , как правило, строится в режиме реального времени. Это означает, что буквальное использование настоящей модели доступно только в случае обладания специалистами по маркетингу статистической информацией. Иначе говоря, только накопленный опыт ведения аналогичных

рекламных кампаний в данном случае способствует точному прогнозированию ситуации. Более того, для принятия решения остановки (или качественного изменения) рекламной кампании остаётся минимальное количество времени, что крайне негативно сказывается на её эффективности.

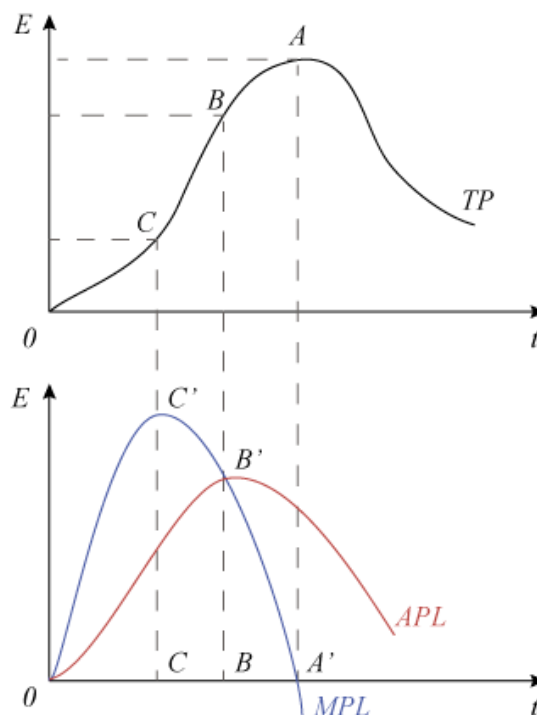


Рисунок 1. Интерпретация закона предельной убывающей производительности относительно сроков проведения рекламной кампании

Во-вторых, напомним, что указанный выше закон действует лишь в краткосрочном периоде, когда модель подразумевает изменение только одного фактора при неизменности всех остальных. Это добавляет сложности в применение данного закона в текущей ситуации, поскольку тот же самый технологический прогресс (использование, например, новых форматов медиа, или качества видеосъемки) может существенно изменить среду применения закона.

Поэтому в настоящее время требуется более универсальный инструмент для прогнозирования сроков рекламных кампаний. За отправную точку создания такого инструмента мы взяли запланированную эффективность рекламной кампании в момент времени. В уточнение приведём пояснения к экономическому показателю *ROI* (англ. *Return on investment* – возврат от маркетинговых инвестиций):

$$ROI = \frac{\Delta R \times P}{C}, \quad (1)$$

где ΔR – изменение показателей выручки к моменту времени, P – рентабельность продаж рекламируемого товара и (или) услуги, C – затраты на рекламную кампанию [2].

Таким образом, в определённый момент времени показатель ROI будет принимать определённые значения, графически представляя собой кривую. Такая кривая отображает зависимость эффективности рекламной кампании от времени (длительности) её проведения. Как только кривая начинает приближаться к своему асимптотическому значению на заданную величину, этот момент будет сигналом к остановке рекламной кампании.

Точка A , с определенной погрешностью интерполяции, принадлежит некому подобию «определяющей» функции

$$ROI = \frac{m}{t^n - t_{\max}}, \quad (2)$$

где $t_{\max}$ – момент времени, определяемый максимальной отдачей рекламной компании, m и n – параметры, отражающие индивидуальные особенности компании, которые достаточно просто вычисляются по небольшому набору исходных данных.

Далее задаем точку $B_{\min}$ как предельно допустимое значение ROI ($B_{\min} = ROI_{\min}$) и по заданному значению $B_{\min}$ находим $A_{\min}$, которое обязательно больше $t_{\max}$ ($A_{\min} > t_{\max}$), именно

$$A_{\min} = \left(\frac{m}{ROI_{\min}} + t_{\max} \right)^{\frac{1}{n}}. \quad (3)$$

На самом деле погрешность этой простой формулы весьма незначительна.

Методологическая особенность состоит в том, что мы задаем $B_{\min}$ и по заданному значению вычисляем $A_{\min}$ – реальное время условного конца компании.

Кривая может быть другой, но все равно по заданной кривой или по отдельным точкам мы всегда сможем вычислить $A_{\min}$.

Далее мы сможем построить функциональную зависимость

$$A = A(m, n, t_{\max}, B_{\min}). \quad (4)$$

Здесь переменная $B_{\min}$ и задав эту зависимость в дифференциальной форме, мы сможем перейти к реальному закону о «разумной предельной продолжительности рекламной кампании».

Таким образом, для того чтобы реализовать методику расчета реального времени условного конца рекламной компании по отдельному изделию необходимы дискретные данные по зависимости значения ROI от длительности проведения компании. Для формирования локального дифференциального закона для данной компании дискретные данные по группе товаров. Общий дифференциальный закон будет основываться на дискретных данных по выделенной группе компаний.

Предлагаемый нами метод интегрального прогнозирования сроков рекламной кампании достоин внимания, как минимум, по двум причинам. Во-первых, это универсальность использования относительно

различных показателей эффективности. В случае использования специалистами по маркетингу иных показателей эффективности метод будет всё также результативен. Во-вторых, предлагаемый метод имеет функции так называемой «тонкой» настройки: представляется возможным отрегулировать прогноз окончания рекламной кампании. Иначе говоря, специалистам даётся возможность заранее выставить величину приближения к асимптотическому значению.

Таким образом, предложенный метод прогноза окончания рекламной кампании поможет наиболее точным образом спланировать маркетинговые действия, а значит, сократить затраты на рекламу.

Библиографический список

1. Днепров, М. Ю. Экономическая теория : учебник для вузов / М. Ю. Днепров, О. В. Михайлюк, В. А. Николаев. – М.: Издательство Юрайт, 2019 – 216 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2е изд./ Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук - СПб.: Питер, 2011. - 464 с.
3. Панкратов Ю.К. Рекламная деятельность /Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т.К. Серегина, В.Г. Шахурин. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2018 – 364 с.
4. Матвеев, П.Н., Матвеев П.П. Маркетинг запланированного устаревания товаров // Инновации в науке. – 2017. – №12 (73). – С. 59 – 61.
5. Юрасов И.А. Теоретико-методологические основы когнитивного маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №6. – С. 47 – 53.
6. Taneja, Girish & Vij, Sandeep. (2019). Dynamics of a Digital Advertising Campaign. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.3308035.

Менеджмент

УДК 331.108

Емельянова Е.В., Харчикова Н.В. Особенности диагностики персонала промышленного предприятия Features of diagnostics of personnel of an industrial enterprise

Емельянова Евгения Валерьевна,
к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента
Харчикова Наталья Валентиновна,

к.э.н., доцент кафедры общенаучных дисциплин

Калужский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

E.V. Emeljanova, Associate professor chair of economics and management

N.V. Kharchikova, Associate professor chair of general science

Kaluga branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Аннотация. В статье представлен пример характеристики персонала промышленного предприятия с целью проведения диагностики. Выявлены основные проблемы и особенности системы управления персоналом. Рассмотрены такие показатели, как образовательная структура персонала, особенности стажа работы, показатели эффективности, рассчитан коэффициент абсентеизма. Отмечены основные положительные и негативные стороны персонала по результатам диагностики.

Ключевые слова: персонал, диагностика, абсентеизм, эффективность персонала, стаж работы, система управления персоналом.

Abstract. The article presents an example of the characteristics of the personnel of an industrial enterprise for the purpose of diagnostics. The main problems and features of the personnel management system are identified. We consider such indicators as the educational structure of the staff, features of work experience, performance indicators, calculated the coefficient of absenteeism. The main positive and negative sides of the staff according to the results of the diagnosis are noted.

Keywords: personnel, diagnostics, absenteeism, personnel efficiency, work experience, personnel management system.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Диагностика персонала представляет собой инструмент изучения персонала организации. Это современный подход, который гарантирует, что при поиске персонала будет определен подходящий кандидат на работу, позволяющий более эффективно управлять кадровыми процессами в организации. При грамотном использовании диагностических методов люди могут лучше оценивать себя и извлекать мотивацию из новых задач.

Диагностика персонала осуществляется в сферах планирования карьеры, преемственности, оценки сотрудников и развития людей с высоким потенциалом [1,2,3].

Рассмотрим основные характеристики персонала для проведения диагностики на примере одного из промышленных предприятий Калужской области – ООО «Калужский автомобильный завод»¹. Итак, в таблице 1 представлены показатели численности сотрудников по категориям.

Таблица 1

Численность персонала по категориям работников.

Категория персонала	2016	% от общего количества	2017	% от общего количества	2018	% от общего количества
Рабочие	719	0,66	734	0,66	779	0,66
Руководители	142	0,13	145	0,13	154	0,13
Специалисты	196	0,18	200	0,18	213	0,18
Служащие	33	0,03	33	0,03	35	0,03
Итого	1089	1	1112	1	1181	1

Общее количество сотрудников в организации – 1181 человек. За 3 года численность персонала выросла почти на 100 человек.

Большая часть сотрудников - это рабочие. Они составляют 66% от общего количества персонала. Наименьшее количество – это служащие. Из всего 3% - 35 человек.

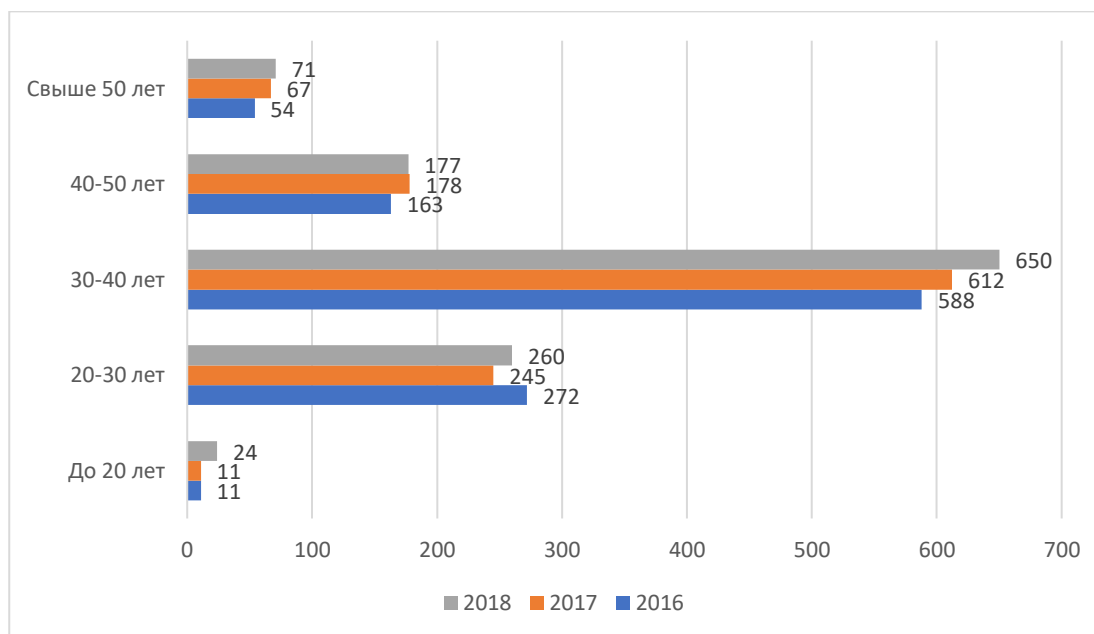


Рисунок 1. Характеристика возраста персонала ООО «Калужский автомобильный завод»

¹ Название организации в статье изменено.

В связи с тем, что производство было открыто в Калуге сравнительно недавно, более половины всех струнников – это персонал в возрасте от 30 до 40 лет (55%), а также значительная доля – это персонал в возрасте от 20 до 30 лет (22%).

При этом 72% всего персонала -мужчины. Это связано, как раз со спецификой работы завода.

Таблица 2

Образовательная структура персонала

Показатель	2016		2017		2018		2018/2016, +/-	2018/2016
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
Численность персонала, всего	1089	1,00	1112	1,00	1181	1,00	92,00	1,08
высшее образование	425	0,39	445	0,40	472	0,40	47,69	1,11
неоконченное высшее	152	0,14	156	0,14	177	0,15	24,69	1,16
среднее профессиональное образование	414	0,38	411	0,37	437	0,37	23,15	1,06
среднее общее образование	98	0,09	100	0,09	94	0,08	-3,53	0,96

Анализ образовательной структуры персонала показал, что значительная доля сотрудников имеет высшее образование (40%). Это связано также и с общероссийскими тенденциями населения Росси получать высшее образование независимо от вида работы. Помимо этого, 15% персонала – это люди, на сегодняшний день обучающиеся в ВУЗах, либо просто имеющие неоконченное высшее образование.

Уровень среднего профессионального образование в ООО «Калужский автомобильный завод» от общего числа сотрудников за период с 2016 по 2018 годы снизился на 1% и составил 39% против 38% в 2016 году. Однако если учесть динамику изменения общего количества персонала, то стоит отметить повышение сотрудников со средним профессиональным образованием на 6%, и снижение персонала со средним общим образованием на 4%.

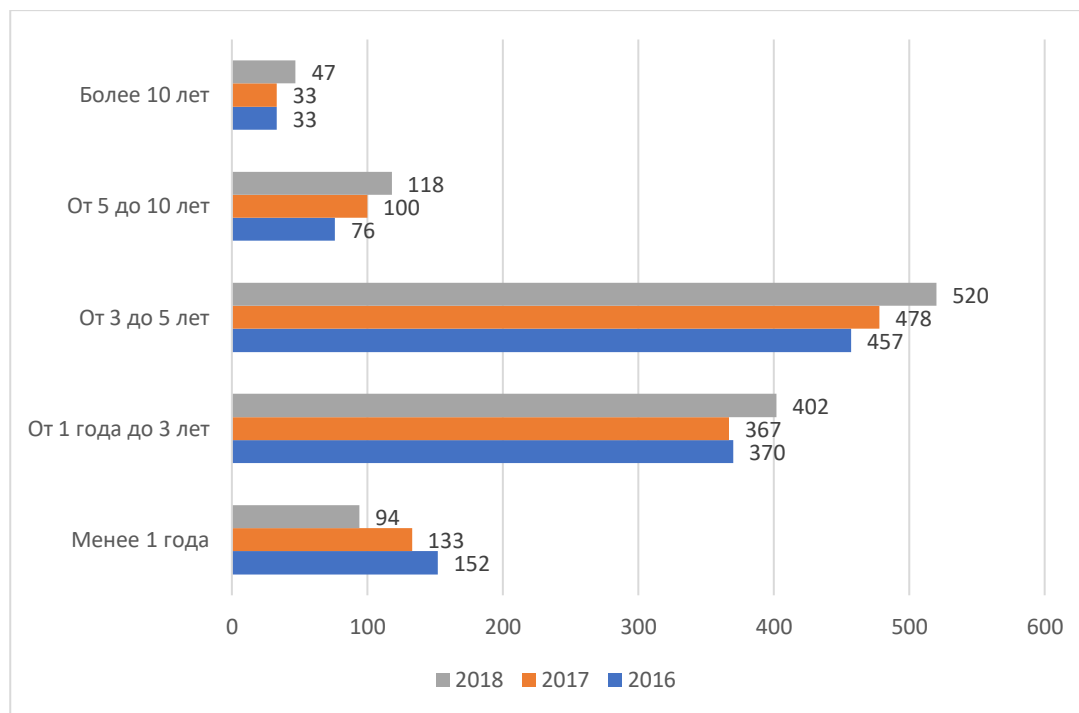


Рисунок 2. Показатели стажа работы сотрудников

Из рисунка видно, что 44% сотрудников работают в организации от 3 до 5 лет. 34% - доля сотрудников, проработавших от 1 года до 3 лет. И 8% сотрудников были приняты на работу в последний год.

Таблица 3

Динамика коэффициентов эффективности управления кадровым составом ООО «Калужский автомобильный завод»

Показатель	2017	2018	2019	2018/2017	2019/2018	2018/2017, %	2019/2018, %
Численность на начало года	1089	1112	1181	23	69	1,02	1,06
Приняты на работу	36	71	29	35	-42	1,97	0,41
Выбыли	11	19	12	8	-7	1,73	0,63
В том числе: по собственному желанию	9	9	21	0	12	1,00	2,33
Уволены за нарушения трудовой дисциплины	2	5	3	3	-2	2,50	0,60
Численность персонала на конец года	1112	1181	1193	69	12	1,06	1,01
Среднесписочная численность персонала	1101	1147	1187	46	40,5	1,04	1,04
Коэффициент оборота по приему	0,03	0,06	0,02	0,03	-0,04	1,89	0,39
Коэффициенты оборота по выбытию	0,01	0,02	0,01	0,01	-0,01	1,66	0,61

Показатель	2017	2018	2019	2018/2017	2019/2018	2018/2017, %	2019/2018, %
Коэффициент замещения рабочей силы	0,02	0,05	0,01	0,02	-0,03	2,00	0,32
Коэффициент текучести кадров, %	1,00%	1,66%	1,01%	0,01	-0,01	1,66	0,61
Коэффициент постоянства кадров	0,98	0,95	0,98	-0,03	0,03	0,97	1,03

Анализ показателей производим за период с 2017 по 2019 год, так как один из ключевых показателей оценки эффективности - это численность персонала на начало года. Данные за 2019 год взяты на 20.12.2019 года.

Стоит отметить, что коэффициент оборота по приёму несколько выше коэффициента оборота по выбытию персонала. Коэффициент постоянства достаточно высок. Согласно общепринятым значениям показателей эффективности персонала, данный коэффициент достаточно высок и свидетельствует о необходимости обновления кадров [4]. Однако, учитывая тот факт, что организация сравнительно недавно образована, то в диагностике персонала этот показатель стоит учитывать как положительный фактор.

Полнота использования трудовых ресурсов может быть оценена количеством дней и часов, отработанных одним работником за анализируемый период времени, а также степенью использования фонда рабочего времени.

В таблице 4 проанализируем баланс времени работы одного сотрудника в ООО «Калужский автомобильный завод» за 2016-2018гг.

Таблица 4

Баланс времени работы одного сотрудника ООО «Калужский автомобильный завод» за 2016-2018гг.

Показатели	Период анализа			Изменения	
	2016г.	2017г.	2018г.	За 2018-17 гг.	За 2017-16 гг.
Календарное время T_k (дни)	366	365	365	0	-1
Выходные и праздничные дни $T_{вых}$ (дни)	104	106	104	-2	2
Номинальный фонд рабочего времени (дни)	262	259	261	2	-3
Невыходы $T_{невых.}$	58	52	53	1	-6
Основные и дополнительные отпуска (дни)	38	34	37	3	-4
Болезни (дни)	16	13	14	1	-3
Пропуски (дни)	2	1	0	-1	-1
Прочие (дни)	2	4	2	-2	2
Эффективный фонд рабочего времени $\Phi_{РВ}$ (дни)	204	207	208	1	3
Средняя продолжительность рабочего дня (час.)	11	10,7	11,3	0,6	-0,3
Бюджет рабочего времени (час.)	2244	2214,9	2350,4	135,5	-29,1

Бюджет рабочего времени в 2018 году рассчитан по формуле:

$$\text{Бр} = \text{Фрв} \times \text{Ср. дн.} = 208 \times 11.3 = 2350,4 \text{ часа} \quad (1),$$

где:

Бр – Бюджет рабочего времени (в часах);

Фрв - Эффективный фонд рабочего времени (в днях);

Ср.дн. - Средняя продолжительность рабочего дня (в часах).

Аналогично рассчитаем за 2017 год:

$$\text{Бр} = 207 \times 10.7 = 2214,9$$

$$\text{За 2016 год: Бр} = 204 \times 11 = 2244 \text{ часа}$$

По данным таблицы 9 отмечено, что вырос номинальный фонд рабочего времени в период 2017-2018 гг. на 2 дня, а в 2016-2017 гг. сократился на 3 дня. Сократилось в 2017 году на 6 единиц и увеличилось в 2018 году на 1 единицу количество невыходов, это связано с увеличением продолжительности отпусков и болезней работников. Также можно отметить увеличение эффективного фонда рабочего времени, в период 2016-2018 гг. на 3 дня и повышение рабочего времени в 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 135,5 часов.

Также для проведения диагностики персонал рекомендуется проводить расчет коэффициента абсентеизма. Это показатель позволяет провести оценку времени, которое сотрудники отсутствовали либо занимались личными делами. Чем выше коэффициент, тем больше времени сотрудники тратят впустую.

Таблица 5

Расчет коэффициента абсентеизма трёх подразделений ООО «Калужский автомобильный завод»

ФИО работника	сен.19			окт.19			ноя.19		
	Рабочие часы	Часы отсутствия	КА	Рабочие часы	Часы отсутствия	КА	Рабочие часы	Часы отсутствия	КА
Операционный отдел									
Смирнов И.И.	168	9	5,36	168	0	0,00	184	0	0,00
Хохлова П.А.	168	0	0,00	168	0	0,00	184	18	9,78
Строков А.С.	168	18	10,71	168	0	0,00	184	27	14,67
Итого по отделу:	504	27	5,36	504	0	0,00	552	45	8,15
Отдел продаж									
Яковлев А.А.	168	0	0,00	168	4	2,38	184	0	0,00
Кузнецов К.И.	168	0	0,00	168	2	1,19	184	4	2,17
Итого по отделу:	336	0	0,00	336	6	1,79	368	4	1,09
Финансовый отдел									
Попова А.П.	168	0	0,00	168	9	5,36	184	4	2,17
Васильева В.П.	168	9	5,36	168	0	0,00	184	4	2,17
Смирнова Н.О.	168	2	1,19	168	0	0,00	184	9	4,89
Михайлов М.Н.	168	63	37,50	168	0	0,00	184	18	9,78
Итого по отделу:	672	74	11,01	672	9	1,34	736	35	4,76
Итого по организации:	1512	101	6,68	1512	15	0,99	1656	84	5,07

Таким образом, больше всего в сентябре коэффициент абсентеизма в финансовом отделе ООО «Калужский автомобильный завод» (11,01%): в общей совокупности сотрудники пропустили 74 рабочих часа. В октябре пропусков было крайне мало, в целом показатель равен 0,99%. В ноябре КА оказался выше в операционном отделе – 8,15%, ниже всего – в отделе продаж (1,09%).

В целом за 3 месяца все сотрудники пропустили 200 рабочих часов из 4 680. Коэффициент абсентеизма составил 4,27%. То есть 4,27% рабочего времени было потрачено впустую. В идеале он должен быть равен нулю. Ноль означает, что сотрудники в рабочее время занимались только своими непосредственными задачами и не тратили время на решение личных вопросов, не было заболевших и отсутствующих [5, 6].

Попробуем выявить основные причины столь низкого уровня коэффициента. Первая причина – пол сотрудников. Согласно проведённому исследованию, женщины составляют 28% от общего количества сотрудников организации. В связи с этим, данный показатель довольно слабо влияет на коэффициент.

Следующая причина – новый персонал. Анализ показал, что значительное количество сотрудников – это люди, проработавшие в организации до 3 лет. Кроме того, ежегодно принимается достаточно большое количество новых сотрудников.

Стоит отметить, что когда перед организацией встаёт необходимость найти сотрудника на вакантную должность, отдел кадров чаще всего обращается в кадровое агентство, либо самостоятельно ищет сотрудников со стороны [7].

Рассмотрим на примере соотношение показателей принятия на работу лиц со стороны и лиц, обратившихся внутри организации.

Таблица 6

Диагностика показателей приема на работу

Метод поиска и подбора персонала	Результат от общей суммы всех видов (%)	Коэффициент принятия разосланных предложений	Коэффициент принятия предложений на работу
Лица, самостоятельно обратившиеся в поисках работы	37	6	58
Поиск сотрудников через анализ имеющихся объявлений	34	1	40
Различные агентства	14	2	32
Через взаимодействие с учебными заведениями	8	2	13
Набор внутри компании	7	10	65

Таким образом, поиск сотрудников внутри организации составляет всего лишь 7% от общего числа принятых на работы сотрудников.

В связи с этим, для улучшения значения показателя абсентеизма необходимо делать акцент на развитии сотрудников внутри должности [8].

В статье были рассмотрены некоторые показатели диагностики персонала организации. Стоит отметить, что коэффициент оборота по приёму несколько выше коэффициента оборота по выбытию персонала. Коэффициент постоянства достаточно высок. Согласно общепринятым значения показателей эффективности персонала, данный коэффициент свидетельствует о необходимости обновления кадров. Однако, учитывая тот факт, что организация сравнительно недавно образована, то в диагностике персонала этот показатель стоит учитывать как положительный фактор. Основным недостатком системы управления персоналом в результате диагностики выявлены недостаточность внимания к росту персонала в пределах компетенций, а также низкие возможности карьерного роста сотрудников.

Библиографический список

1. Емельянова Е.В. Трошенкова В.П. Анализ состава и структуры персонала Калужского отделения №8608 ПАО «Сбербанк России» // Economics. - 2019. - № 1 (39). - С. 26-29.
2. Емельянова Е.В. Наставничество как метод решения проблемы адаптации молодого специалиста медицинского учреждения // Вестник науки и образования. - 2018. - № 11 (47). - С. 23-26.
3. Банникова В.В. Совершенствование процесса отбора и набора персонала организации // В сборнике: ВЕСТНИК КАЛУЖСКОГО ФИЛИАЛА РАНХиГС - Калуга, - 2017. - С. 19-22.
4. Киселёва Ю. О. Иконникова И.В. Управление кадровым ресурсом в дошкольной образовательной организации // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2019. - № 6-1. - С. 148-151.
5. Емельянова Е.В. Проблемы адаптации молодого специалиста в медицинской организации // Менеджмент в России и за рубежом. 2016. №4., с. 113-118.
6. Иконникова И.В. Свременные подходы к формированию и развитию человеческого капитала наукоёмких предприятий // Kant. - 2018. - № 1 (26). - С. 175-177
7. Lesina T.V. Efficiency of reengineering. assessment tools [Text] / T.V. Lesina, E.V. Emelyanova // Modern European researches. — 2017. — No. 2. — Pp. 78-87.
8. Lesina T.V. Tax planning. options of management [Text] / T.V. Lesina, E.V. Emelyanova // Modern European researches. — 2016. — No. 1. — Pp. 35-39.

УДК 33

Пинчук Е.А. Особенности систем менеджмента и маркетинга «Toyota», обеспечивающие данной компании лидирующее место в сегменте автомобилестроения

Peculiarities of «Toyota» management and marketing systems providing this company with the highest position in the automobile industry

Пинчук Е.А.

Нижегородский государственный лингвистический университет

им. Н.А. Добролюбова

Pinchuk Evgeniy

The Linguistic University of Nizhniy Novgorod

***Аннотация.** Данная статья посвящена проблеме эффективности бизнеса в сфере производства, на примере рассмотрения системы маркетинга и менеджмента компании «Toyota». В центре внимания находится система TPS и маркетинговые концепции данной японской компании.*

***Ключевые слова:** маркетинг, менеджмент, производство, качество, эффективность.*

***Abstract.** This article is about the problem of business effectiveness in the production sphere as an example of studying Toyota marketing and management system. Emphasis is put on TPS and marketing concepts of this Japanese company.*

***Keywords:** marketing, management, production, quality, effectiveness.*

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

В современном мире с глобализирующейся рыночной экономической системой новые передовые тенденции в маркетинге и управлении одной страны быстро становятся всемирно популярными при условии их эффективности. Однако наибольшую выгоду они приносят именно основателю той или иной концепции потому, что очень часто новые системы управления и маркетинга скрывают за собой культурно исторический бэкграунд. Другими словами, любая всемирно известная концепция менеджмента или маркетинга может быть использована с большей эффективностью при условии ее адаптации под особенности национального менталитета. Отчетливым примером данного явления является неудачная попытка США внедрить японскую управленческую систему «кайдзен» на свое производство во второй половине 20 века [6]. Однако в Японии в то же время данная система демонстрировала уникальные результаты. Наряду с системой «кайдзен» двигателем «Японского экономического чуда» стала система производства с минимизацией потерь, впервые появившаяся на одном из крупнейших японских предприятий «Toyota». Основателями данной концепции «Toyota Production System» являются Тайити Оно и Сигео Синго, которым удалось создать и реализовать на практике такую управленческую систему, которая не только способствует повышению эффективности производства, но и за счет следования концепциям управления маркетингом в большей степени добивается поставленных финансовых целей. Задачей данного сообщения является структурирование принципов TPS и

маркетинговых концепций компании «Toyota», которые обеспечили данной японской компании лидирующие позиции в мире в своем сегменте рынка.

Безусловно, главной отличительной особенностью производственного управленческого менеджмента на предприятии «Toyota» является внедренная в 1950-е гг. концепция, которая получила название «Toyota Production System». Уникальность данной системы невозможно отрицать потому, что в ее основе находился принцип не только минимизации затрат, но и более эффективный маркетинговый подход. Производство функционировало не ради выполнения поставленного плана, производство начало работать на реализацию конкретных заказов. То есть, производство ради производства превратилось в производство ради удовлетворения потребительских нужд, что является одной из целей системы маркетинга. Точная оценка маркетинговых возможностей, правильный выбор рынков сбыта, ориентированность на достоверно выбранного клиента вместе с инновационным подходом в производстве позволили компании «Toyota» достичь конечных маркетинговых целей по завоеванию существенной доли рынка не только в национальном, но и мировом сегменте автомобилестроения. Также, необходимо отметить, что популярная в настоящее время концепция маркетинга, направленная на удовлетворение нужд потребителя гармонично сочеталась с другими маркетинговыми концепциями. Во-первых, по своей сути TPS – это концепция совершенствования производства, которая была разработана ввиду большой себестоимости высококачественных товаров и существенных потерь от перепроизводства. Тем самым компания добилась снижения производственных затрат и увеличения прибыли с заказа. Во-вторых, совершенствование производства и внедрение новых технологий сопровождалось совершенствованием свойств и качеств самого товара, что позволило «Toyota» предложить наилучший подбор преимуществ и выгод по конкурентной цене. Тем самым мы можем наблюдать эффективное смешивание маркетинговых концепций в деятельности японской компании. Данное явление во многом объясняется культурно-исторической склонностью японцев к консенсусу и континуитету традиции. Поэтому новая концепция маркетинга основывалась не на отрицании предшествующих концепций совершенствования производства и товара, а развивается вместе с ними. Особенности национального менталитета также являются обоснованием отсутствия столь популярной на Западе маркетинговой концепции интенсификации коммерческих усилий. Дело в том, что японский менеджмент направлен на долгосрочную перспективу (завоевание рынка), а не на кратковременные задачи (получение краткосрочной прибыли) [3]. Ввиду данной культурной особенности приоритет отдавался концепции маркетинга, где ключевое значение имеет удовлетворение потребностей потребителя, а не продавца, что, с моей точки зрения, намного эффективнее, как минимум в долгосрочной перспективе. Безусловно, маркетинговые решения «Toyota», как один из главных компонентов развития компании, нельзя оставлять без внимания. Однако особое место традиционно предоставляется системе производства с минимизированными затратами, на основе которой была создана одна из наиболее распространенных в современности концепций менеджмента, получившей название «Lean Production» (бережное производство). Возможно, главной причиной традиционно более высокого интереса не к маркетинговой системе «Toyota», а к концепции

менеджмента TPS, является уникально эффективное новаторство в системе производственного менеджмента. В то время как комплекс маркетинговых мер, несмотря на свою первоначальную значимость и эффективность, был основан на сочетании существующих практик, нежели создании качественно новых подходов в анализе потребителя и рынка.

В любом случае следует выделить основные положения TPS, которые начали использоваться не только большинством японских, но в настоящий момент и мировых компаний. Основой данной системы производственного менеджмента «Toyota» является минимизация или полное исключение убытков, которое достигается путем своевременной поставки всех комплектующих частей на конечное сборочное предприятие «точно вовремя». Для оптимизации данного процесса используется производственная система «камбан», обеспечивающая быструю и точную передачу информации. Неотъемлемым элементом TPS является автоматизация, благодаря которой компании Toyota удалось значительно повысить производительность труда, при этом, не потеряв позиций в качестве. Данная маркетинговая концепция по совершенствованию производства сыграла большую роль в эффективном удовлетворении новых потребностей клиентов и позволила компании стремительно завоевать рынок легкого машиностроения. Система TPS базирующаяся на выполнении только готовых планов и заказов была разработана по двум причинам. Первое и самое очевидное – это минимизация затрат на производство и хранение готовых комплектующих или продукта, один из основных компонентов «бережного производства». Второе, менее очевидное, но, с моей точки зрения, более важное – это усилившаяся клиентоориентированность с акцентом не на интенсификации коммерческих усилий, а на решении запросов потребителя. На самом деле, в данном случае не столько важна долевая пропорции вышеуказанных причин, сколько наличие и сосуществование обоих компонентов потому, что самые выдающиеся экономические достижения всегда основываются на системе, состоящей из комплекса эффективных внутренних концепций компании. Также большую роль в экономическом процветании компании или в целом государства играет благоприятная внешняя конъюнктура рынка. В любом случае, ориентация на заказы имела одно из ключевых значений для достижения маркетинговых целей компании «Toyota». Для предотвращения всевозможных потерь производство выстраивалось на основе системы «вытягивания», когда процедура сборки готового изделия проходит не снизу вверх, а, наоборот, сверху вниз [2]. Другими словами, заказ на изготовление конечного продукта поступает в главное сборочное предприятия, а затем, уже исходя из нужного количества комплектующих частей, отправляются обращения на поставку узлов для сборки конечного продукта. На первый взгляд, подобная система не может не столкнуться с большим недостатком: колоссальной потерей времени, потому, что не только головной конвейер, но и сборщики важных узлов также действуют по данному принципу. Такая система может состоять из большого количества звеньев. Например, рассмотрим только один компонент автомобиля: тормозную систему. Для ее установки на финальной ступени сборки автомобиля необходимо направить запрос на поставку тормозной системы. Производство, занимающееся изготовлением тормозных систем, для выполнения заказа должно направить несколько заказов на поставку металлических деталей, резиновых патрубков и сложных компьютерно-

вычислительных датчиков. Производство датчиков тормозной системы в свою очередь направляет запросы на поставку базовых материалов для корпусов и вычислительных чипов. Тем самым каждая подобная цепочка может достигать несколько десятков звеньев. В чем же причина быстрой эффективной работы по изготовлению конечного продукта? Во-первых, большое значение имеет концепция «точно вовремя», которая позволяет производить процесс поставки и сборки за сопоставимые сроки по сравнению с производством, когда сборка всего продукта и большинства частей происходит в одном месте. Во-вторых, большую роль в эффективности данной практики сыграла японская макроэкономическая структура, основанная на плодотворных, долгосрочных отношениях головной и дочерних компаний в системе «кейрэцу» [1]. Таким образом, все звенья общей цепочки оперативно справляются с поставленными конкретно для них задачами. Ключевое значение в TPS отводится ликвидации потерь, которыми являются бесполезные действия на регулярной основе: временные затраты или, к примеру, переизбыток и складирование комплектующих частей. Любое производство сложных электромеханических товаров, каким и является автомобиль, подразумевает выстраивания потока работ, на каждом из этапов которых у продукта повышается его добавочная стоимость. Тем самым одной из основных заслуг производственной системы «Toyota» является организация производственного потока с максимальной ликвидацией потерь. Происходит предварительное систематизирование потерь по категориям и одновременная сегментация данных категорий по качественным признакам. Из основных групп выделяют потери: временные, производственные, транспортировочные, обработочные, а также потери в результате излишек запасов, ненужных перемещений и производства товара с браком или не идеального качества. Новая производственная система компании «Toyota», минимизирующая данные потери, позволяла ликвидировать излишнюю рабочую силу и запасы товара, что привело к выстраиванию более эффективной работы производства. Особое внимание нужно обратить на принципы борьбы с потерями и непосредственно устранением ситуаций, которые влекут за собой потери. За основу для решения данных задач Таити Оно взял научную концепцию 5W (five why). Суть данной концепции заключается в том, что при возникновении проблемы нужно 5 раз спросить себя: «Почему она появилась?». Безусловно, это усредненное количество повторений, однако, как правило, его бывает достаточно, чтобы добраться до истинной причины, которая очень часто скрывается за очевидными триггерами, на которые обращается внимание в первую очередь. К примеру, была выявлена такая проблема, как незначительные лишние звуки при 1 запуске двигателя. Мы задаем первый вопрос «Почему?». Ответ – одна свеча зажигания дает недостаточную искру. 2 вопрос «Почему свеча зажигания не дает достаточную искру?». Ответ – этот элемент неисправен. 3 вопрос «Почему этот элемент неисправен?». Ответ – свеча зажигания выполнена из некачественного материала. 4 вопрос «Почему на конечную сборочную линию поступила запчасть из некачественного сырья?». Ответ – была предложена самая низкая цена именно этим производителем свечей. 5 вопрос «Почему мы закупили комплектующую часть не по лучшей, а по низшей цене?». Ответ – потому, что доход агентов по закупкам напрямую зависит от краткосрочной экономии, а не долгосрочных результатов их работы. Тем самым мы

имеем, на первый взгляд незначительную проблему: лишние звуки при первом запуске двигателя. Если бы мы не следовали данной концепции, то можно было бы ограничиться заменой одной свечи или вообще «закрытием глаз» на не мешающие работе незначительные звуковые отклонения. Однако решила ли бы замена 1 свечи повторное возникновение данной проблемы? Безусловно, нет. Так как свечи низкого качества продолжили бы закупаться. А изменение структуры денежного вознаграждения агентов по закупкам? Можно с точностью сказать: «да». Таким образом, внедренная Таити Оно система «5 Why» позволила эффективно устранять главную составляющую затрат: повторяемость потерь. На приведенном примере отчетливо видно устранение потерь, связанных с производством некачественной продукции. Подобная система «5 Why» также минимизировала потери и в других областях деятельности компании.

Основными задачами производственной системы менеджмента компании «Toyota» является ликвидация потерь. Концепция TPS построена на полном исключении повторных ошибок и потерь. Данная система как раз способствовала повышению качества продукции, и в целом предотвращала возникновение перепроизводства, что стало логичным достижением практики «точно вовремя». В японском менеджменте компании «Toyota» данная практика реализуется благодаря концепции «канбан», при которой каждая последующая стадия производства (сборки) вовремя получает все необходимые элементы от предыдущей стадии [4]. В теории практике производственного менеджмента не существует единого всеобъемлющего определения концепции «канбан». Однако его можно отчетливо понять, разобравшись в этимологии данного термина и непосредственно его функциях в производственной системе. Закрепившееся в международном менеджменте определение «kanban» является последствием неправильной латинской транскрипции японского слова «камбан», которое имеет дословное значение (информационная) табличка-дощечка. Дело в том, что данная концепция получила названия как раз из-за того, что для реализации практики «точно вовремя» в процессе производства стали использоваться данные информационные таблички с целью оперативной поставки комплектующих, деталей, узлов и т.д. от одной ступени производства к соседнему этапу. В задачи «канбана» входит широкий информативный перечень функций о непосредственно продукции, месте получения товара для перехода к дальнейшему этапу, транспортировке, а также количестве заказов и, следовательно, уровне интенсивности производства. Кроме того к функциям «канбана» относится своевременное выявление и устранение дефектов и проблем, которые негативно сказываются на качестве конечной продукции. Одно из главных в производственной системе «Toyota» – это следование правилу пресечения повторяемости потерь. Данному правилу служит и система «канбан». Тем самым «канбан» – это японская концепция производственного менеджмента, основанная на организации эффективной коммуникации и информационного обеспечения между всеми пограничными звеньями производственного процесса, для своевременной поставки комплектующих частей от одного этапа к последующему с целью устранения повторяющихся потерь. Таким образом, «канбан» является основополагающей концепцией расчетливого и экономного производства, где все операции проводятся «точно вовремя».

Необходимо отметить, что подобное бережное производство базировалось не только на инновационных концепциях и методах Таити Оно. Как уже говорилось выше роль маркетинга нельзя недооценивать. Перед компанией «Toyota», которая первая начала эффективно бороться с перепроизводством стояла задача точного или максимально точного определения потребительского спроса на свою продукцию. Исходя из данных целей, составлялись планы по объемам производства на определенный срок, основанные на актуальных маркетинговых данных и грамотно составленных прогнозах. Таким образом, на головное предприятие компании поступали точные данные по количеству необходимого готового товара из расчета потребительского спроса или непосредственно заказов. Производственная система «Toyota» не занималась утверждением и тем более прогнозированием финального объема продукции. Перед TPS стояла задача расчета временного такта (такт – это отрезок времени, затрачиваемый на производство одной единицы товара). Тем самым после получения плана по производству производился расчет путем деления действительного количества времени на необходимое суточное количество деталей. С помощью этого определялись темпы производства, которые требовались для выполнения конкретного плана.

Особую роль для компании «Toyota», как известно, играет стопроцентное качество. Однако для достижения наилучшего качества недостаточно одного использования наилучших материалов и механизмов сборки. Поэтому были разработаны новые концепции и практики производственного менеджмента. Во-первых, на производстве появилась система, позволяющая контролировать положение дел – «андон». Другими словами, «андон» – это визуальная система оповещения о ходе работы конвейера. Она представляет собой электронное табло с лампочками 3 цветов: зеленый – штатный режим работы, желтый – незначительные неполадки и красный – остановка линии производства. При необходимости исправления неполадок, дефекта и вызове помощи рабочий включает желтый сигнал (с установленным промежутком времени на исправление), если этого времени недостаточно включается красный сигнал, который оповещает об остановке всей производственной линии. В маркетинговой концепции «Toyota» нет цели производства максимально возможного количества продукции, следуя принципу «чем больше, тем лучше». К тому же этот принцип идет в разрез с традиционной японской философией минимализма «ваби». Основная маркетинговая цель – завоевание своего рынка клиентов за счет удовлетворения их потребностей посредством высокого качества. Тем самым любой рабочий «Toyota» не должен бояться остановить производство потому, что главный акцент делается на качество, а не на количество. Остановка производства, безусловно, крайне не приятна, так как это ведет к задержкам. Однако более неприятным является дефектная продукция, возвраты для устранения брака и повторное возникновение потерь. Кроме того понятие «дефект» в TPS не ограничивается материальными рамками и распространяется также на рабочий процесс. Ввиду этого появилась система 3М для рационализации всего производственного процесса. Суть данной системы состоит в исключении «муда» (бесполезные потери), «мура» (несогласованность) и «мури» (нецелесообразность) в процессе и методах организации рабочего времени [5]. Для достижения данной цели проработка производственных графиков также проходит «точно вовремя». К примеру, данные по количеству

необходимых моделей автомобилей для производства на июнь сообщаются от 2 месяцев ранее. А в мае принимается детальный график производства. После этого обобщенный и детальный графики направляются сем поставщикам, от которых требуется своевременная поставка комплектующих на конечную сборочную линию. Безусловно, одно из ключевых мест в TPS занимала автоматизации, которая позволила не только ускорить процессы сборки продукции, обнаружения, устранения дефектов, но и устранить причины перепроизводства. Дело в том, что, во-первых, амортизационные отчисления покрывают стоимость затрат на высокотехнологичное оборудование, а во-вторых, единица времени работы станка в любом случае стоит дешевле единицы времени работы человека. Тем самым для исключения потерь требуется также грамотное распределение трудовых ресурсов. Поэтому в настоящее время все, что может быть автоматизировано, с большой долей вероятности, рано или поздно, будет автоматизировано на самом деле.

Таким образом, проанализировав маркетинговые концепции «Toyota» и ставшую основой настоящей управленческой концепции «Lean Production» производственную систему компании (TPS), можно систематизировать главные постулаты успеха данной японской организации. Во-первых, когда речь идет о производящем бизнесе особую роль играет эффективное взаимодействие маркетинга и всех уровней и видов менеджмента. Без качественного и максимально точного анализа потребительского спроса производственная часть организации обречена на потери. «Toyota» удалось не только наиболее эффективно выявить и удовлетворить потребности клиентов своего сегмента рынка, но и добиться продуктивной работы комплекса маркетинг - менеджмент. Из расчета на долгосрочное развитие и завоевание рынка, а не на получение максимальной краткосрочной прибыли, в маркетинговой системе акцент был сделан не на интенсификацию коммерческих усилий, а на такие маркетинговые концепции как: удовлетворение потребностей покупателя, совершенствование производства и товара. Достижения маркетингового комплекса в японской компании подкрепляется эффективной работой инновационной системы TPS, основанной на следующих концепциях и практиках. Во-первых, TPS – это, в действительности, и есть бережное производство, базирующееся на исключении перепроизводства. Для этого необходимо все процессы совершать «точно вовремя». Все виды потерь должны быть ликвидированы. Одно из основных правил – повторное возникновение проблемы недопустимо! Для этого используется продуктивная система поиска настоящей причины проблемы, основанная на концепции «5W». Кроме того в условиях «вытягивания» производства большое значение имеет оперативная информационная система «канбан». Достижение стопроцентного качества реализуется с помощью системы визуального контроля «андон», а также благодаря исключению «дефектов» на материальном и нематериальном уровнях. Все вышеперечисленные теории и практики маркетинга и менеджмента позволяют добиваться желаемых целей в комплексе с автоматизацией, основанной на последних достижениях науки и техники. В заключении остается привести статистические данные Jato Dynamics, подтверждающие лидирующее положение компании «Toyota» на рынке автомобилестроения. За 2018 год компания «Toyota» реализовала 8 091 277 штук автомобилей, что более

чем на 1 000 000 штук больше немецкой компании «Volkswagen» и более чем на 2 500 000 штук больше первого в мире конвейерного производителя автомобилей «Ford» [7].

Библиографический список

1. Дружинин Н. Л. Дуализм японской экономики и послевоенная система кейрэцу // Вестник Санкт-Петербургского Университета, 2008. – № 5.
2. Злыгостев В. Ю. Управление по-японски. – М.: Издательский дом академии естествознания, 2016.
3. Лебедева И. П., Кравцевич А. И. Япония: смена модели экономического роста. – М.: Институт востоковедения АН СССР, 1990.
4. Лебедева И. П. Отличительные черты управленческой системы японских компаний // Японский феномен. – М.: РАН, 1996.
5. Молодякова Э. В. Марккарьян С. Б. Японское общество: книга перемен. – М.: Институт востоковедения РАН, 1996.
6. Матрусова Т. Н. Японский тип экономики // Японский феномен. – М.: РАН, 1996
7. Статистика 2018: мировой рейтинг популярности //AUTOREVIEW // [Электронный ресурс Интернет]. Адрес доступа: <https://autoreview.ru/news/statistika-2018-mirovoy-reyting-populyarnosti>

Мировая экономика

УДК 33

Казимагомедова З.А., Атемова А.З. Электронные деньги в современном мире

Electronic money in the modern world

**Казимагомедова З. А.
Атемова А.З.**

1. кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Налоги и денежное обращение»
Дагестанский государственный университет
республика Дагестан, г. Махачкала

2. бакалавр 2 курс
кафедра «Региональная экономика»
Дагестанский государственный университет
республика Дагестан, г. Махачкала

Kazimagomedova Z. A.
Atemova A. Z.

1. PhD in economics,
Docent of the Department «Taxes and money circulation»
Dagestan State University

Republic of Dagestan, Makhachkala
2. bachelor's degree 2nd year
Department of «Regional Economics»
Dagestan State University
Republic of Dagestan, Makhachkala

Аннотация. В статье изучается роль электронных денег в современном мире, их влияние на те или иные сферы жизнедеятельности людей. Для наиболее полного понимания состояния рынка электронных денег в России на современном этапе, приводится рейтинг электронных платежных систем в стране за 1 кв. 2020г. Затрагиваются перспективы и проблемы развития электронных денег в будущем.

Ключевые слова: электронные деньги, сервис, платежная система, рынок, правовое обеспечение, развитие.

Abstract. The article examines the role of electronic money in the modern world, its impact on various spheres of human life. For the most complete understanding of the state of the electronic money market in Russia at the present stage, the rating of electronic payment systems in the country for Q1 2020 is given. Prospects and problems of development of electronic money in the future are touched upon.

Keywords: electronic money, service, payment system, market, legal support, development.

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва.

В современном мире интернет помимо глобальной сети развлечений и общения становится ещё и неотъемлемым элементом в сфере оплаты товаров и услуг. В условиях роста потребностей людей, изменения экономики и научно-технического прогресса, возникает необходимость в быстрой и эффективной платёжной системе, способной удовлетворять запросы как покупателей, так и продавцов. С этой целью собственно и были придуманы электронные деньги и электронные платёжные системы. Существует множество взглядов исследователей на происхождение электронных денег, но все они в конечном итоге сводятся именно к этому.

Что касается роли электронных денег, то она заключается прежде всего, в создании универсальной платёжной среды, способной объединить покупателя и продавца товаров и услуг. Можно дать следующее простое определение понятию электронных денег – это виртуальная валюта, хранящаяся в электронных платёжных системах (например, электронный кошелек). С точки зрения денег как экономической категории, можно прийти к выводу, что это достаточно гибкий платёжный инструмент, перенимающий на себя функции чеков и банковских карт и способный полностью заменить (вытеснить) наличные деньги.

Хочу также упомянуть, что рынок электронных денег в России ещё не до конца развит в связи с различными проблемами, связанными с охватом аудитории и безопасностью, а также особенностями их формирования и правового регулирования.

Тема данной статьи достаточно актуальна на сегодняшний день, так как электронные деньги становятся неотъемлемым атрибутом рыночной экономики и с развитием человечества их роль только растёт.

Целью исследования является определение роли и места, степени влияния электронных денег на ход развития экономики, на жизнь и деятельность людей, а также анализ особенностей данной денежной формы.

Цель работы диктует необходимость решения следующих задач:

- изучение сущности и предпосылок развития электронных денег, исследование их видов и функций;
- изучение состояния рынка электронных денег в России, определение проблем и перспектив их развития.

Объектом исследования является российский рынок электронных денег, предметом исследования – электронные деньги и электронные платёжные системы в современном мире.

Появление и внедрение электронных денег происходит на фоне общей либерализации денежного обращения в развитых странах и создания благоприятной среды, стимулирующей инновационную деятельность в сфере платёжных и расчётных технологий.

Термин «электронные деньги» не имеет единого общепризнанного и общепринятого определения. Разные авторы дают различные трактовки этому понятию.

Так, председатель Ассоциации «Электронные деньги», объединяющей ключевых операторов электронных платежей и денежных переводов в России – Достов В. А. считает их инструментом оптимизации платёжного оборота.

По мнению же Белоглазовой Г. Н., электронные деньги – это средство электронного хранения денежной стоимости, которое не требует использования в транзакциях банковских счетов.

Мнение Овсейко С. В. сводится к тому, что электронные деньги – это денежные средства, которые предварительно предоставлены одним лицом другому лицу, учитывающему информацию о размере предоставленных денежных средств без открытия банковского счета, для исполнения денежных обязательств лица, предоставившего денежные средства, перед третьими лицами и в отношении которых лицо, предоставившее денежные средства, имеет право передавать распоряжения исключительно с использованием электронных средств платежа.

На современном этапе электронные деньги, несмотря на свою дематериализацию, выполняют функции единицы стоимости, средства обращения, средства платежа и средства сохранения стоимости. Именно поэтому, моя точка зрения на определение их сущности такова, что «электронные деньги – это выпущенные эмитентом единицы стоимости, существующие исключительно в электронной, цифровой форме».

Что касается истории развития электронных денег, то она проходит в следующие четыре этапа:

1. 60-е - начало 70-х гг. 20 века. Внедряются в обращение магнитные кредитные дебетовые карты, начинают широко использоваться электронные системы платежей;
2. вторая половина 80-х гг. 20 века. В обращении появляются смарт-карты или «карты с хранимой суммой»;
3. середина 90-х гг. 20 века. Появляется новый вид электронных денег – «сетевые деньги», которые позволили индивидуальным пользователям осуществлять платежи в режиме реального времени или «онлайн» в компьютерных сетях. Эти платежи стали возможны благодаря специально разработанному программному обеспечению.
4. первая половина 21 века. Дальнейшее развитие электронных денег и по сей день. На современном этапе в некоторых развитых странах ведется работа по приданию электронным деньгам статуса законного платежного средства.

Полное понимание сущности электронных денег возможно на основе изучения выполняемых ими функций. Они выполняют все те же функции, что и обычные деньги: меры стоимости, средства платежа, средства обращения, средства накопления и мировых денег.

Касаемо первой функции, следует отметить, что при использовании электронных денег исчезает внутренняя стоимость материальных денег, поэтому по мнению некоторых ученых, они выполняют только функцию масштаба цен, а не меры стоимости.

Функция средства обращения выполняется электронными деньгами при их обращении между эмитентами, получателями и плательщиками.

При выполнении же ими функции средства платежа, выделяют следующие характерные для них свойства: универсальность (возможность использования электронных денег в интернете в отличие от наличных денег) и безопасность (по сравнению с пластиковыми картами и депозитными деньгами).

Реализация электронными деньгами функции средства накопления связана с их сохранением после продажи товаров и услуг и обеспечением ими покупательской способности своего владельца в будущем.

Что касается функции мировых денег, то электронные деньги, как правило, не используются в расчетах между странами, но с их помощью проводятся расчеты не только на территории государства, к которому принадлежит эмитент, но и за его пределами. Такое применение имеет некоторые ограничения, связанные с уровнем распространения используемой сети или работой с иным носителем информации. Хочу также отметить, что потенциал для выполнения электронными деньгами функции мировых денег достаточно большой и по мнению В. В. Жириновского, «электронные деньги могут быть только мировыми по форме и по существу».

Различают множество классификаций электронных денег и единого мнения по этому поводу не существует.

Глобально электронные деньги делят на два основных вида, первым из которых являются платежные сертификаты или чеки, эмитированные в электронном виде. Они подписаны электронной подписью эмитента и имеют определенный номинал, который хранится в зашифрованном виде (электронный аналог денежных средств).

Второй вид представлен в качестве записей на расчетном счету участника системы и представляет собой достаточно точный аналог безналичных средств. Расчеты осуществляются путем списания средств с одного счета и записи их на другой.

В действительности, оба эти вида практически неотличимы и используются приблизительно одинаково.

Как уже было упомянуто выше, рынок электронных денег в России ещё находится на стадии развития. В отличие от зарубежных стран, в России этот рынок начал своё функционирование гораздо позже. В момент, когда в стране появились такие негосударственные платежные системы, как WebMoney, Яндекс.Деньги, «Единый кошелек», Рапида, Кредит пилот и др., российский потребитель уже обладал некоторыми представлениями об электронных деньгах. Перечисленные платежные системы начали стремительно развиваться наряду с электронными денежными системами.

На сегодняшний день лидерами российского рынка электронных денег являются WebMoney и Яндекс.Деньги, совокупная доля которых составляет около 46%. На рисунке 1 представлена диаграмма, характеризующая рейтинг платежных систем в России за первый квартал 2020г. Как видно, самым известным и часто используемым сервером среди пользователей является WebMoney, доля которого на рынке

электронных денег составляет около 25%. Порядка 21% жителей крупных городов с начала 2020г. хотя бы раз осуществляли платежи через Яндекс.Деньги, через Qiwi-кошелек – 18%, Payeer – 13%, PayPal – 11%, AdvCash – 7%, ePayments – 5%. Несмотря на это, среди подростков всё ещё популярными остаются Яндекс.Деньги и Qiwi-кошелек, а пользователи в возрасте от 46 до 55 лет чаще всего выбирают именно WebMoney.

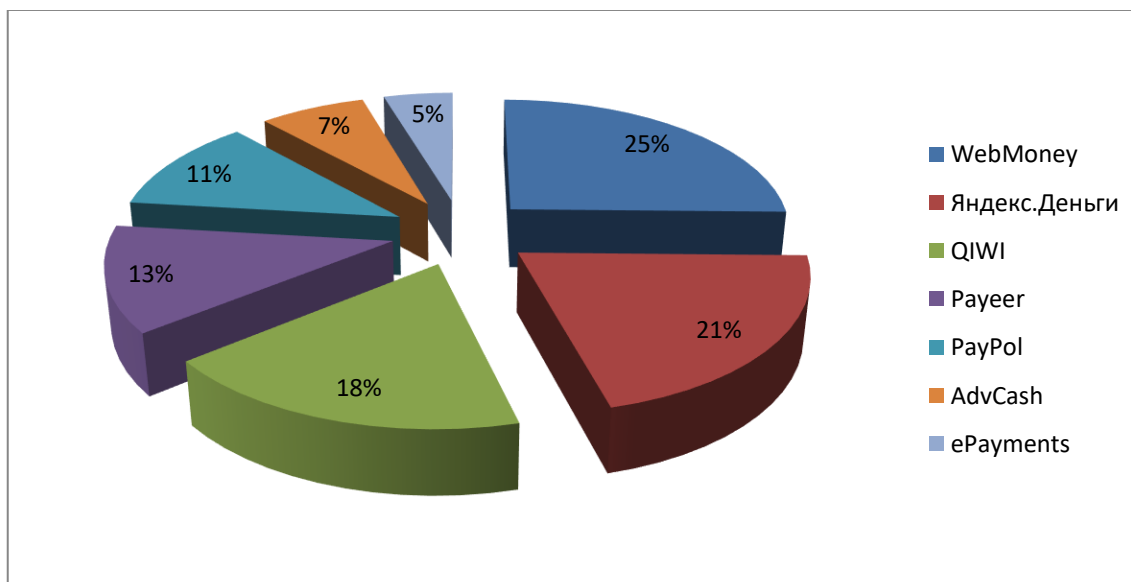


Рисунок 1. Рейтинг платежных систем в России за 1 кв. 2020г.

Согласно данным исследования Mediascope, такой способ оплаты в интернете, как электронные деньги, с каждым годом набирает всё большую популярность. Так, согласно проведенным исследованиям, в 2019 году им пользуются уже около 75% опрошенных. Аудитория сервисов электронных денег стремительно растет и в 2019г. по сравнению с предыдущим годом, их доля выросла на 31,5%.

Подобный рост рынка электронных денег в России является следствием влияния таких факторов, как расширение возможностей использования электронных денег (улучшение функциональности мобильных версий, расширение списка услуг и т.д.), а также растущее доверие населения к средствам безналичной оплаты.

Но, не смотря на все преимущества электронных денег и электронных платежных систем, существует немало нерешенных проблем и вопросов, связанных, прежде всего, со сбором налогов, обеспечением эмиссии, обращением электронных денег. Прямое следствие правовой неурегулированности сферы эмиссии электронных денег – это незащищенность пользователя (возможность востребования размещенных в платежных системах средств, соблюдение конфиденциальности предоставленных личных данных, получение компенсации в случае программных сбоев и др.).

Кроме этого, одной из проблем развития рынка электронных денег в России является мошенничество. Данную проблему можно решить путем разработки специального законодательства, стандартов, регулирующих деятельность в сфере электронных денег, тем самым обеспечив безопасность и конфиденциальность осуществления расчетов.

Необходимо также отметить, что в России правовые проблемы касаясь безопасности использования электронной наличности (в т. ч. криптозащита электронных денег) не до конца решены, рынок средств защиты информации слабо развит, а их импорт не представляется возможным.

Проблемы развития рынка электронных денег в России вызваны как внешними (например, запрет на экспорт определенных технологий в нашу страну), так и внутренними факторами (лицензирование импорта или отсутствие одновременно надежных, удобных и адаптируемых систем отечественной разработки).

Однако несмотря на все проблемы и недостатки, которые были перечислены, можно с уверенностью сказать, что с ростом технологий и развитием человечества, платежи через интернет будут развиваться и дальше. Практически все проводимые в данной отрасли исследования свидетельствуют о том, что популярность электронных денег в стране с каждым годом растет, а аудитория стремительно увеличивается.

Большинство платежных систем в России находятся лишь на начальной стадии внедрения, однако их разработчики уже вступили в жесткую конкурентную борьбу. И всё же, по моему мнению, необходимо уделить большее внимание правовой базе, которая смогла бы в должной мере регулировать сферу электронных денег и электронных платежных систем. Это в свою очередь, приведет к стремительному росту и расширению сферы использования электронной наличности.

По мнению аналитиков, в скором времени электронные средства расчетов полностью вытеснят с рынка наличные деньги, поскольку они представляют более удобный способ оплаты товаров и услуг. Онлайн-оплата счетов достигнет значительных объемов, поскольку большинство пользователей начнет использовать или увеличит использование этой платежной опции, вместе с этим значительно сократится использование «бумажных» платежей.

В заключение хочу ещё раз отметить, что на современном этапе в России всё большую популярность набирает тенденция широкого использования электронных денег в качестве платежного инструмента, число их пользователей стремительно растет. На фоне постоянного совершенствования информационных и финансовых технологий, развития телекоммуникационной структуры и роста объемов электронной коммерции, формируются новые, действительно надежные, эффективные и малорискованные системы электронных денег.

Однако необходимо также упомянуть, что несмотря на это, немалая часть населения всё же предпочитает пользоваться наличностью, не доверяя электронным платежным системам, тем самым защищая себя от различного рода рисков.

По моему мнению, как бы не развивались сервисы электронных денег, всё население России никогда не сможет полностью перейти на электронную наличность, и прежде всего, мы не будем делать этого из соображений безопасности и сохранности собственных денежных средств.

Библиографический список

1. Кортаева Н.В. Электронные деньги: сущность, функции и роль в экономике. Журнал: Социально-экономические явления и процессы. Выпуск No 12 / 2011.С. 39-41.
2. Электронный ресурс.
https://studwood.ru/699523/ekonomika/evolyutsiya_elektronnyh_deneg - Эволюция электронных денег (дата обращения 03.03.2020г.)
3. Кисляк Д. Г. Электронные деньги в системе электронного бизнеса // Экономика, право и проблемы управления. 2012г. №2.С. 53-57.
4. Электронный ресурс. <https://aflife.ru/platezhnye-sistemy/rejting-platezhnyh-sistem> - Рейтинг платежных систем в России за 1 кв. 2020г. (дата обращения 04.04.2020г.)
5. Янов В. В. Деньги, кредит, банки / учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Экономика" (для бакалавров) / - М. 2014г.С.55-57.
6. Профессор д. ю.н. Курбатов А. Я. «Правовое регулирование ЭПС по законодательству РФ». С. 79-81.

УДК 339.5

Карелина Е.А. Практические шаги по решению поставленных задач экономического роста и развития

Practical steps addressing the challenges of chinese economic growth and development

Карелина Е.А.

к. экон. н., доцент кафедры иностранных языков

ФГБОУ ВО «Московский государственный технологический университет «СТАНКИН»

Россия, Москва

Karelina E.A.

Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor at

Department "Foreign Languages"

Moscow State University of Technology «STANKIN»

Russia, Moscow

***Аннотация.** В статье проведен анализ задач и конкретных мер по их решению для развития экономики Китая в связи с последствиями экономического кризиса. Показаны основные направления динамично развивающейся экономики Китая, в том числе место Китая в системе мирохозяйственных связей.*

***Ключевые слова.** Китайская народная республика, мировая экономика, экономический кризис.*

***Abstract.** The article analyzes the tasks set for the development of the Chinese economy in connection with the consequences of the economic crisis and also specific measures to solve them. The basic directions of the dynamically developing economy of China, including the place of China in the system of world economic relations, have been shown.*

***Keywords.** People's Republic of China, world economy, economic crisis.*

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

На развитие Китая повлиял мировой финансовый кризис 2008 года. Глобальная рецессия не могла не отразиться на ситуации в Китае, являющемся одной из крупнейших национальных экономик, а также одним из крупнейших реципиентов иностранного капитала и основным экспортёром готовой промышленной продукции в мире.

Если в 2007 г. прирост ВВП Китая составил 13%, то в 2008 г. - только 9%, в том числе в первом полугодии - 10,4%, а в 3 и 4 кварталах - 9% и 6,8% соответственно. Прирост производства сократился в ноябре 2008 года до самого низкого за десятилетие уровня в 5,4%.

Характерной особенностью политики Китая в период кризиса стал больший акцент на широкое международное взаимодействие, прежде всего в рамках G-20, БРИК, других международных организаций, в которых Китай пытается взять на себя роль представителя интересов развивающихся стран [1].

Инициативы руководства КНР по реформированию мировой валютной системы и международных финансовых организаций получили широкий резонанс в мире и по своим базовым параметрам во многом корреспондировали и с российскими подходами к данному комплексу вопросов [2].

Развитие торговли, увеличение качественного и количественного спектра товаров импорта и экспорта – одно из приоритетных направлений развития экономики Китая [3].

Основные торговые партнеры КНР - в основном, нефтедобывающие страны. Главный поставщик – Ангола (14%), сменившая Саудовскую Аравию в качестве лидера по объемам поставок нефти в Китай и ставшая с апреля 2008 г лидирующим экспортером нефти Африки. На долю КНР приходится 40% ее нефтяной продукции. China Petroleum and Chemical Corporation (Sinopec), одна из крупнейших китайских нефтяных корпораций, входящая в десятку ведущих азиатских фирм, подписала в 2006 г. соглашение о поставках нефти с ангольской компанией Sonangol. Sinopec и Sonangol совместно работают по строительству в Анголе нового нефтеочистительного завода. Корпорация Sinopec перекупила часть акций у компании Shell в одном из ангольских оффшорных блоков.

Второй по значению африканский поставщик нефти Китаю - Судан. В Китай идут от 50 до 60% суданской нефти. В свою очередь, Судан удовлетворяет 9% потребностей Пекина в этом виде сырья. Главный инвестор в суданскую нефть - Китайская Национальная Нефтегазовая Корпорация - China National Petroleum Corporation (CNPC), имеющая самую крупную долю (40%) в смешанном предприятии Great Nile Petroleum Operating Company.

Грамотная и рассчитанная на десятилетия стратегия Китая по продвижению на Африканский континент способствовала с помощью искусной дипломатии, пакетов помощи, выгодных торговых соглашений получению доступа к африканским ресурсам.

Потребность Китая в энергоресурсах, в первую очередь, в нефти растет ежегодно на 3,2% , что определяет рост интереса китайских инвесторов к сфере добычи и переработки этого вида сырья. Руководство страны сумело приспособить внешнюю политику и внутреннюю стратегию к потребностям растущей экономики, побудив государственные компании устанавливать контакты со странами - производителями минерально-сырьевых ресурсов.

Так, в Африке действуют 11 китайских центров содействия инвестициям и развитию торговли, в функции которых входит обеспечение платежей, таможенных сборов, страховка, консультации предпринимателей. Китайский экспортно-импортный банк и Банк Китая учредили «Группу торгово-экономического и технико-экономического сотрудничества и координации отношений со странами Африки», действующую под эгидой Госсовета КНР, которая несет ответственность за планирование, организационную и координационную работу по развитию торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества с Африкой. В ряде африканских стран действуют постоянные торговые миссии КНР, работают биржи с участием местных и китайских бизнесменов. В 2005 г. в Пекине была открыта китайско-африканская торговая палата. В 2006 г. объем торговли Китая со странами Африки составил 55,5 млрд. дол., в 2007 г. 70 млрд. дол.

Руководство страны прогнозирует, дальнейший рост китайско-африканской торговли, которая уже составляет 100 млрд. дол.

Финансовая политика китайского правительства включает страховку займов и кредитов, а также создание международных маркетинговых фондов для малых и средних предприятий. Работают частные компании, в чьи функции входит содействие процессу инвестирования в Африку и оказание консалтинговых услуг инвесторам. С 28 африканскими странами подписаны соглашения о взаимной защите капиталовложений, с 8 странами - об отмене двойного налогообложения.

Объектом интереса китайских компаний является не только нефть. Еще недавно он полагался на собственные запасы угля; больше того был крупным его экспортером. Однако, весомая доля в экономике промышленного сектора, работающего на угле, обусловила рост потребностей в этом виде сырья (сегодня на Китай приходится 38% мирового потребления угля), что превратило страну в его импортера.

Почти вся китайская мебель изготавливается из древесины, значительная часть которой поступает из африканских стран. На Китай приходится 46% потребления габонского экспорта леса, 60% древесины, экспортируемой Экваториальной Гвинеей, и 11% древесины, вывозимой Камеруном.

Несмотря на то, что китайская активность на этом направлении вызвала неоднозначную реакцию во многих странах, в течение последних лет китайским компаниям при активной поддержке государства удалось провести ряд успешных сделок, как в энергетическом секторе, так и в ряде высокотехнологичных отраслей. Государство при этом оказывает помощь в виде льготного кредитования китайских предприятий, благоприятного налогообложения и иногда субсидирования [4].

Китайское руководство при получении Китаем зарубежных инвестиций планирует разрабатывать графики оценок последних для того, чтобы сделать этот процесс своевременным и прозрачным. Если же сама КНР будет выступать инвестором, ей необходимо активно участвовать в международных дискуссиях вокруг разработки правил управления суверенным фондом благосостояния, а также ознакомиться с законами и правилами о слиянии капиталов в государствах, получающих инвестиции.

Текущие тенденции развития мировой экономики и торговли постоянно учитываются китайским руководством при осуществлении внутриэкономической политики. При этом оно исходит из того, что несмотря на определенное улучшение мировой экономической ситуации в последней по-прежнему существуют значительные факторы неопределенности, а база для восстановления мировой экономики остается слабой [5].

Значительное место в антикризисной политике китайского руководства отводится увеличению внутреннего спроса. Стимулирование спроса рассматривается в КНР как долгосрочная и многоаспектная задача, конечное решение которой будет зависеть от развития социальной сферы, включая системы здравоохранения, социальных гарантий, образования и профессиональной подготовки [6]. Одновременно для увеличения потребления был осуществлен ряд мер, призванных дать эффект уже в краткосрочной перспективе. К их числу относятся повышение закупочных цен на зерно, увеличение субсидий для крестьянских хозяйств, повышение зарплат учителям начальных и средних школ, увеличение размеров пособий для лиц с низкими доходами. В качестве примера можно привести повышение размера пособия по

обеспечению прожиточного минимума в таких городах, как Далянь, Шанхай и Гуанчжоу; кроме того, правительство Китая продолжит субсидировать сельское хозяйство, а также отрасли общественного транспорта, что должно компенсировать рост цен на топливо [7].

В условиях кризиса основной движущей силой роста китайской экономики по праву можно назвать инвестиции.

Совокупные инвестиции в основные фонды увеличились на 30,1%, составив 22,48 трлн. юаней (около 3,3 трлн. долл.).

Министерство коммерции КНР выпустило Правила управления зарубежными инвестициями, поощряющие вывоз капитала и трансграничные поглощения, осуществляемые отечественными компаниями. Путем активного наращивания экспорта капитала Китай реализует стратегию выхода на зарубежные рынки, суть которой составит в «продвижении инвестиций за рубежом и содействии деловому сотрудничеству с китайскими компаниями за пределами КНР». Внимание Китая к инвестированию за рубеж привело к тому, что китайские инвестиции за рубежом растут, хотя в целом в мире масштабы прямых иностранных инвестиций сократились на 20%. В настоящее время Китай занимает 6-ю позицию в списке крупнейших мировых экспортёров капитала. Китай приобрёл в Азии, Европе, Африке и Австралии целую серию подешевевших в условиях кризиса активов. При этом 8,5 тыс. китайских компаний - инвесторов опираются на реальную поддержку правительства, которое не только выделяет крупные средства (ежегодно - более 2,0 млрд. долл.) для стимулирования инвестиционной экспансии крупных государственных корпораций на внешних рынках, но и последовательно совершенствует и либерализует корпоративную базу экспорта капитала.

Одновременно Китай развивает уже сложившееся направления экономического сотрудничества с Россией [8].

Ретроспектива тенденций развития экономики Китая показывает, что несмотря на различные периоды в политическом взаимодействии с Россией, торгово-экономические отношения поддерживались [9]. Проблемы и ограничители в развитии двухсторонних отношений России и Китая в настоящее время практически сняты [10]. Этому, способствует совместные усилия Китая и России в борьбе с пандемией COVID-19. Кроме того, даже в условиях настоящего времени для поддержания экономики двух стран осуществляется взаимодействие по ряду значимых для обеих стран проектов.

Выводы. Экономика Китая является устойчивой и интенсивно развивающейся. Китайские компании на внешнем и внутреннем рынке получают активную поддержку государства. Текущие тенденции развития мировой экономики и торговли учитываются китайским руководством при осуществлении внутренней и внешней экономической политики, для построения наиболее оптимальной и эффективной модели развития.

Библиографический список

1. Карелина Е.А. Модернизация стратегии экономического развития Китая в условиях нестабильности мировой экономики: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.14. - Москва, 2016. - 166 с.
2. Карелина Е.А. Перспективные направления в развитии внешнеторговых связей России и Китая // Казанская наука. - 2011. - №4. - С. 59-61.
3. Карелина Е.А. Экономика КНР в системе мирохозяйственных связей современности в свете перспектив развития китайско-российских экономических отношений // Экономика и предпринимательство. - 2015. - №3-2 (56). - С. 41-43.
4. Карелина Е.А. Изменение роли Китая в международной торговле товарами и услугами // Вестник университета. - 2017. - №7-8. - С. 108-113.
5. Карелина Е.А., Чанин Е.В. Особенности развития экономики Китая в начале XXI века // Казанская наука. - 2014. - №3. - С. 98-103.
6. Карелина Е.А. Современное состояние социально-экономического развития китайской народной республики // Экономика и предпринимательство. - 2015. - №4-1 (57). - С. 119-128.
7. Карелина Е.А. Социально-экономическое развитие Китая: прогнозы и перспективы // Экономические науки. - 2015. - №123. - С. 97-101.
8. Карелина Е.А. Особенности внешнеэкономических связей России с Китаем // Экономические науки. - 2015. - №122. - С. 127-130.
9. Карелина Е.А. Ретроспективные тенденции развития экономики китайской народной республики в XX в. как основополагающая база макроэкономического роста страны // Вопросы экономики и права. - 2015. - №79. - С. 55-57.
10. Карелина Е.А. Проблемы и ограничители в развитии двусторонних отношений России и Китая // Казанская наука. - 2014. - №12. - С. 74-76.

Статистика

УДК 311.3

Вологдин Е.В. Оценка состояния правонарушений в Алтайском крае в период 2002 – 2018гг. (статистический аспект)

Assessment of the state of offences in the Altai Territory in the period 2002- 2018 (statistical aspect)

Вологдин Е. В.

доцент, к.э.н.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Россия, г. Барнаул

Vologdin E. V.

assistant professor, Candidate of Economic Sciences

Altai State University, Russia, Barnaul

Аннотация. В статье представлен статистический анализ правовой статистики в Алтайском крае в период 2002 – 2018 гг. В этой связи были исследованы основные статистические показатели, характеризующие ее состояние: количество зарегистрированных преступлений; количество выявленных лиц, совершивших преступления; несовершеннолетняя преступность и т.д.; приводится соответствующий сравнительный анализ с применением отдельных статистических методов. По ряду показателей автор приводит ранжирование субъектов по Российской Федерации.

Ключевые слова: преступность, Алтайский край, количество зарегистрированных преступлений, правовая статистика, грабеж, преступность несовершеннолетних.

Abstract. The article presents a statistical analysis of legal statistics in the Altai Territory in the period 2002 - 2018. In this regard, the main statistical indicators characterizing her condition were investigated: the number of recorded crimes; the number of identified persons who committed crimes; juvenile delinquency, etc.; the corresponding comparative analysis using separate statistical methods is given. For a number of indicators, the author gives a ranking of the subjects of the Russian Federation.

Keywords: crime, Altai Territory, the number of recorded crimes, legal statistics, robbery, juvenile delinquency.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Преступления совершаются во всех обществах всех типов. Не существует общества, не сталкивающегося с проблемой преступности. Ее формы меняются. Деяния, квалифицируемые в качестве преступных в одном месте, не являются таковыми везде. Однако всегда и повсюду есть люди, которые ведут себя таким образом, что это навлекает на них уголовное наказание. Сложно спорить с Э. Дюркгеймом, который пришел к выводу, что «...нормальным является само существование преступности при условии, что она достигает, но не превышает уровня, характерного для общества определенного типа; этот уровень, быть может, не невозможно установить» [1]. Другими словами, общество без преступности абсолютно невозможно:

она была, есть и будет. Вопрос может стоять только в одном: где та верхняя граница уровня преступности, перейдя которую можно утверждать об ухудшении или улучшении криминальной обстановки, что будет характеризовать изменения состояния общества в ту или иную сторону.

Как и любое массовое социально – экономическое явление преступность подвергается статистическому её изучению как в статике, так и в динамике.

Статистический анализ уровня преступности по стране, региону начинается, как правило, с общего числа зарегистрированных преступлений, как в абсолютном выражении, так и в перерасчёте на 100000 чел. населения, Однако именно в перерасчёте на 100000 чел. населения (просантимилле), зарегистрированных преступлений является наиболее объективным показателем по причине резкой дифференциации численности населения по субъектам Российской Федерации (разница достигает десятки раз). Например, в 2018г. в Омской области зарегистрировано 26927 преступлений, в Республике Хакассия – 10946. С одной стороны, в абсолютном выражении в Омской области преступлений зарегистрировано почти в 2,5 раза больше, чем в Хакассии. Однако, расчёт через численность населения (относительный показатель в просантимилле) дает совершенно другой результат – в Омской области, наоборот, численность зарегистрированных преступлений более чем в 2 раза ниже, чем в Хакассии, т.к. средняя численность населения в этих регионах соответственно 1952,2 млн. чел. и 536 тыс. чел.

Ниже представлен ряд динамики по России, Сибирскому федеральному округу и его субъектам по их числу (табл.1) [2,3,4,5].

Таблица 1

Число зарегистрированных преступлений на 100000 чел. населения в период 2002 – 2018гг.

	2002	2005	2010	2015	2017	2018
Российская Федерация	1756	2477	1840	1631	1402	1356
СФО	2051	2914	2376	2189	1887	1632
Республика Алтай	1816	2690	2483	2480	2129	2105
Республика Бурятия	2391	3131	2731	2835	2399	-
Республика Тыва	2408	3394	1947	2682	3645	2878
Республика Хакассия	1898	3596	2204	2568	2144	2030
Алтайский край	2058	2995	1981	2041	1699	1640
Забайкальский край	-	2932	2618	3075	2509	-
Красноярский край	1869	2860	2508	2176	1776	1596
Иркутская область	2572	3413	2707	2219	1913	1875
Кемеровская область	1595	1853	2375	2304	2112	1978
Новосибирская область	2121	3349	2490	1934	1593	1709
Омская область	1930	2720	1685	1554	1448	1383
Томская область	2017	3133	2786	2148	1744	1660

Анализ таблицы показывает, что динамика числа зарегистрированных преступлений за рассматриваемый период по Российской Федерации, СФО и его регионам сложилась неоднозначно. По России их сократилось почти на 23%, по СФО – на 20,5%, что говорит о том, что темпы снижения преступлений

по СФО несколько отстают от среднероссийского показателя. Соответственно, если в 2002г. по СФО данный показатель превышал показатель по России на 16%, то к 2018г. – на 20%. По Алтайскому краю темп снижения преступности составил около 20%, что соответствует среднему показателю по округу, но при этом это менее интенсивно, чем по Российской Федерации в целом. Обращает внимание, что с минимальными отклонениями (разницу в 1-2% можно считать незначительной) схожая ситуация сложились в Томской, Омской, Новосибирской, Иркутской областях. В республиках Алтай, Тыва и Хакассия, наоборот, заметен рост преступлений на 16 – 20%. Как результат, Республика Тыва по зарегистрированным преступлениям на 100000 чел. населения упрочило своё «лидерство» по СФО, а Алтай и Хакассия – оказались на втором и третьем местах соответственно, Алтайский край по абсолютному показателю постоянно находится в 20-ке наименее благополучных регионов, а на 100000 чел. – в третьем десятке.

За 2018 г. данные по Республике Бурятия и Забайкальскому краю не приводятся, т.к. Указом Президента Российской Федерации «О внесении изменений в перечень федеральных округов, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2000 г. № 849» от 03.11.2018 г. № 632 Республика Бурятия и Забайкальский край исключены из состава Сибирского федерального округа.

Следующим показателем правовой статистики в Российской Федерации является количество выявленных лиц, совершивших преступление с разделением по полу, возрасту (отдельно несовершеннолетние), по отношению их к общественному труду. В части полового разделения статистический анализ имеет незначительный интерес, т.к. для Российской Федерации и её субъектов характерна устойчивая тенденция уже на протяжении длительного периода, когда среди совершивших преступления женщины составляют ежегодно 15- 20%. Ниже представлен ряд динамики лиц, совершивших преступления по России, СФО и его субъектам (табл. 2) [2,3,4,5].

Таблица 2

Выявлено лиц, совершивших преступление за период 2002 – 2018гг., чел.

	2002	2005	2010	2015	2017	2018
Российская Федерация, тыс. чел.	1258	1297	1111	1075	967	931
СФО, тыс. чел.	212	242	418	204	185	151
Республика Алтай	2111	3620	5910	3123	3210	3130
Республика Бурятия	11747	15870	26047	14347	11742	-
Республика Тыва	3781	5028	8275	4407	4977	5094
Республика Хакассия	5883	7540	11776	7718	6822	6466
Алтайский край	24685	31416	53337	26665	23465	22786
Забайкальский край	-	-	28176	15602	13894	-
Красноярский край	32837	35032	63588	28800	26316	23509
Иркутская область	34702	29750	49140	24854	23453	21952
Кемеровская область	33621	30604	66844	31539	28798	27372
Новосибирская область	28603	30834	49100	20902	18259	17543
Омская область	21339	22180	35040	15790	14518	14358
Томская область	12651	12990	20434	10130	9775	9284

Из таблицы видно, что по Российской Федерации за рассматриваемый период в абсолютном выражении более чем на четверть сократилось лиц, совершивших преступления. Темпы снижения по выявлению таких лиц по СФО (17%) отстают от общероссийского показателя, т.к. в республиках Тыва, Алтай, Хакассия наблюдается рост такой категории граждан на 10 – 50% (в данном случае автор не ставит своей целью установления взаимосвязи между ростом лиц, совершившими преступления и эффективностью работы МВД в республиках или ростом преступности как таковой). Достаточно существенное сокращение по СФО наблюдается в Омской, Новосибирской, Кемеровской, Иркутской областях, Красноярском крае (в отдельных случаях – до 35%).

В Алтайском крае, несмотря на сокращение на 7% абсолютной численности совершивших преступление, доля края в СФО при этом возросла с 11,7% в 2002г. до 15,1% в 2018г. Необходимо заметить, что по данному показателю край постоянно входит в десятку регионов с наибольшим количеством лиц, совершивших преступления.

Как уже было сказано выше, более объективная оценка возможна с применением относительного показателя (в пересчёте на 100000 чел. населения). Ниже представлены соответствующие данные (табл.3) характеризующие динамику по количеству лиц, совершивших преступления по Российской Федерации, СФО и его субъектам [2,3,4,5].

Таблица 3

Выявлено лиц, совершивших преступление на 100000 чел. населения за период 2002 – 2018гг.

	2002	2005	2010	2015	2017	2018
Российская Федерация	896	907	1541	738	681	613
СФО	1121	1230	2166	1056	958	965
Республика Алтай	1034	1810	2955	1446	1471	1419
Республика Бурятия	1192	1587	2605	1459	1189	-
Республика Тыва	1242	1676	2758	1398	1562	1578
Республика Хакассия	1081	1508	2355	1436	1265	1210
Алтайский край	947	1229	2222	1121	997	974
Забайкальский край	-	-	2562	1438	1291	-
Красноярский край	1106	1208	2271	1006	914	863
Иркутская область	1344	1190	2048	1032	977	916
Кемеровская область	1159	1033	2387	1158	1066	1021
Новосибирская область	1062	1142	1818	759	657	627
Омская область	1024	1109	1752	799	737	737
Томская область	1214	1299	1858	939	909	835

Анализ таблицы показывает, что выявленных преступников по Российской Федерации сократилось не на 25% (табл.2), а почти на 32%. В Алтайском крае фактически произошел хоть и незначительный, но рост данной категории лиц (около 3%), но не сокращение на 7%, как было сказано выше. Данный относительный показатель определил край на 13 – 15 места по Российской Федерации. Не так часто встречается ситуация, когда Алтайский край занимает достаточно высокие места по отдельным показателям в рейтинге по

Российской Федерации, но, справедливости ради, речь не идёт, например, об объемах ВРП на душу населения или об уровне средней заработной платы. В тех же самых республиках Алтай, Хакассия, Тыва ситуация выглядит ещё более сложной.

Отдельно в правовой статистике выделяется малолетняя преступность. Ежегодно по Российской Федерации количество преступлений, совершённых несовершеннолетними или при их участии составляет 2 – 2,5%.

Динамика преступлений, совершёнными несовершеннолетними представлена ниже (табл. 4) [2,3,4,5].

Таблица 4

Число преступлений, совершёнными несовершеннолетними или при их участии в период 2002 – 2018гг.

	2002	2005	2010	2015	2017	2018
Российская Федерация, тыс.	140	155	79	62	45	44
СФО	25189	27514	14817	12007	8476	8306
Республика Алтай	258	471	265	172	165	160
Республика Тыва	451	511	353	291	303	350
Республика Хакассия	956	1208	534	541	270	268
Алтайский край	2381	3083	1670	1369	1134	1081
Красноярский край	4613	5105	2670	2437	1412	1248
Иркутская область	3898	4030	1932	1946	1570	1461
Кемеровская область	4627	4289	2494	1832	1406	1569
Новосибирская область	4076	4530	2635	1750	1135	1162
Омская область	2186	2503	1408	869	534	518
Томская область	1743	1784	856	806	547	489

Данные таблицы показывают, что по Российской Федерации и СФО число преступлений, совершёнными несовершеннолетними сократилось почти на 70%. Темпы снижения малолетней преступности по Алтайскому краю несколько ниже, чем по СФО и РФ – на 55%, соответственно малолетняя преступность несколько выше общероссийской и составляет около 3% от всех совершённых преступлений. Примерно на таком же уровне малолетняя преступность в Кемеровской области, Красноярском крае, Республике Хакассия. Выше 4% - в республиках Алтай, Тыва, что выше в 2 раза, чем по Российской Федерации.

По количеству лиц среди несовершеннолетних, совершивших преступления в Алтайском крае произошло сокращение с 3056 чел. в 2002г. до 1067 чел. в 2018г. (на 65%), по Российской Федерации – уменьшение на 70% (со 140 тыс. чел в 2002г. до 41 тыс. в 2018г).

Что касается возрастного состава преступников, то по всем территориям Российской Федерации характерна общая тенденция – это лица в возрасте 30 – 49 лет (до 55 %), что вполне объяснимо.

В рамках одной статьи не представляется возможным дать полную характеристику состояния преступности в обществе. Отдельного анализа требуют совершённые по видам степени тяжести правонарушения отдельными категориями лиц, состав осуждённых по основным мерам наказания и т.д.

Библиографический список

1. Дюркгейм Э. Норма и патология Социология преступности (Современные буржуазные теории). М.: Издательство «Прогресс», 1966. С. 39-44.
2. Преступность и правопорядок в России. Статистический аспект. 2003: Стат. сб. / Госкомстат России. - М., 2003. - 85 с.
3. Россия в цифрах. 2019: Крат. стат. сб./Росстат- М., 2019 - 549 с.
4. Статистический ежегодник. Алтайский край. 2004-2009: Стат. сборник./ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. - Б.,2010. - 364 с.
5. Статистический ежегодник. Алтайский край. 2014-2018: Стат. сборник./ Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. - Б., 2019. - 330 с.

Управление инновациями

УДК 332.146.2

Баранов А.Г., Гармашова Е.П., Дребот А.М. Совершенствование организационно-экономического механизма управления инновационным развитием г. Севастополь

Improving of the organizational and economic mechanism of managing of innovative development of Sevastopol

Баранов Алексей Геннадьевич

Кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Гармашова Елена Петровна

Кандидат экономических наук, доцент
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Дребот Александр Михайлович

Старший преподаватель
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Baranov Alexey
PhD, associate professor, Sevastopol State University

Garmashova Elena

PhD, associate professor, Sevastopol State University

Drebot Alexander

Senior Lecturer, Sevastopol State University

Аннотация. В статье рассматривается организационно-экономический механизм управления инновационным развитием региона. Раскрываются подсистемы и основные элементы организационного и экономического механизмов инновационного развития. Выделены резервы и пути совершенствования механизма управления инновационным развитием региона на примере г. Севастополь.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие региона, организационно-экономический механизм, инновационная инфраструктура.

Abstract. The article is devoted to organizational and economic mechanism of managing of innovative development of the region. The subsystems and the main elements of organizational and economic mechanisms of innovative development are revealed. Reserves and ways of improving of the mechanism of innovative development of Sevastopol are highlighted.

Keywords: innovations, innovative development of the region, organizational and economic mechanism, innovative infrastructure.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

Инновационное развитие региона представляет собой социально-экономический процесс формирования эффективно действующей региональной инновационной системы, в рамках которой возрастает научно-технический и инновационный потенциал региона, увеличивается валовый региональный продукт за счет производства инновационных товаров и услуг. Целевой функцией управления инновационным развитием региона является активизация всех этапов инновационного процесса путем создания всех элементов организационно-экономического механизма и поддержания высокого уровня эффективности их взаимодействия. Низкая активность инновационной деятельности в регионах во многом связана именно с несовершенством организационно-экономического механизма освоения инноваций. Как результат: снижается эффективность производственно-хозяйственной деятельности, растет себестоимость производства, снижается конкурентоспособности выпускаемой продукции, что, в целом, значительно снижает качество жизни. Основными экономическими и внутренними факторами, сдерживающими инновации, по-прежнему, остаются высокая стоимость нововведений, нехватка собственных денежных средств, высокий экономический риск и слабое развитие инфраструктуры. В связи с этим, целью статьи является разработка и обоснование ключевых направлений активизации научно-технической и инновационной деятельности в городе федерального значения Севастополь на основании анализа и совершенствования механизма управления инновационным развитием региона.

Вопросам инноваций и инновационного развития посвящены труды значительного числа экономистов, таких как: Й. Шумпетер [1], Г. Менш [2], К. Фриман [3], Р. Нельсон [4], Б. Твисс [5], Дж. Бернал [6], С. Кузнец [7], Ю. В. Яковец [8] и др. Следует отметить, что многие вопросы, связанные с практикой инновационной активности, особенно на уровне регионов требуют дальнейшей доработки. Так, не решенным и требующим теоретического, методологического и практического уточнения является проблема системного подхода к активизации инновационной деятельности и механизма ее стимулирования на уровне региона. Проведенный в ранее опубликованных трудах [9] анализ инновационной деятельности в г. Севастополь показал низкую активность в сфере инноваций.

Теоретический анализ факторов инновационного развития позволяет сформировать организационно-экономический механизм управления инновационным развитием региона, который предусматривает использование целого ряда форм и методов стимулирования научно-технической и инновационной деятельности в регионе как государственными и муниципальными органами власти, так и со стороны частного, иностранного сектора и сектора некоммерческих организаций (рисунок 1).

УПРАВЛЯЮЩАЯ ПОДСИСТЕМА: – Федеральные и муниципальные органы власти; – Международные организации поддержки и развития инновационной деятельности; – Коммерческие и некоммерческие организации.		
ЭЛЕМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА: 1 Нормативно-правовые инструменты управления инновационным развитием региона. 2 Инфраструктурные инструменты управления инновационным развитием региона.	ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА	ЭЛЕМЕНТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА: 3 Прямые инструменты управления инновационным развитием региона. 4 Косвенные инструменты управления инновационным развитием региона.
УПРАВЛЯЕМАЯ ПОДСИСТЕМА: – Фундаментальные исследования; – Прикладные исследования; – Производство инновационной продукции (коммерциализация научных исследований)		

Рисунок 1. Организационно-экономический механизм управления инновационным развитием региона

Данный организационно-экономический механизм активизации инновационной деятельности на уровне региона включает (таблица 1):

- во-первых, организационный механизм содействия научно-технической и инновационной деятельности на основании создания и поддержания соответствующих благоприятных условий, в частности: действенной нормативно-правовой базы (1) и эффективно действующей инновационной инфраструктуры (2);
- во-вторых, экономические механизмы активизации научно-технической и инновационной деятельности на основании активизации прямых (3) и косвенных инструментов (4).

Таблица 1

Элементы организационно-экономического механизма инновационного развития региона

ЭЛЕМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА	
1 Нормативно-правовые инструменты управления инновационным развитием региона	1.1 Региональные законы об инновационной деятельности 1.2 Стратегии инновационного развития региона 1.3 Прочие нормативно-правовые акты в инновационной сфере 1.4 Патентование, лицензирование и сертифицирование
2 Инфраструктурные инструменты управления инновационным развитием региона	2.1 Технологическая инфраструктура: 2.1.1 Научоград 2.1.2 Технопарк 2.1.3 Бизнес-инкубатор

	2.1.4 Центр коллективного пользования научным оборудованием 2.2 Информационная инфраструктура 2.2.1 Инжиниринговый центр 2.2.2 Центр трансфера технологий 2.2.3 Научно-технические библиотеки 2.2.4 Мониторинговый центр 2.3 Финансовая инфраструктура 2.3.1 Венчурные и инвестиционные фонды 2.3.2 Лизинговые компании 2.3.3 Страховые компании 2.4 Кадровая инфраструктура 2.4.1 Образовательные программы в сфере инновационного менеджмента 2.4.2 Образовательные программы в сфере высоких технологий 2.4.3 Программы повышения квалификации в сфере инноваций
ЭЛЕМЕНТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА	
3 Прямые инструменты управления инновационным развитием региона	3.1 Государственные закупки 3.2 Федеральные целевые программы 3.3 Субсидии, гранты, премии, стипендии 3.4 Финансирование инновационных проектов
4 Косвенные инструменты управления инновационным развитием региона	4.1 Льготы по налогам и сборам 4.2 Применение пониженных тарифов страховых взносов 4.3 Упрощенный способ списания расходов на НИОКР 4.4 Ускоренная амортизация 4.5 Предоставление гарантийных обязательств 4.6 Льготное кредитование 4.7 Страхование инновационных рисков 4.8 Таможенные льготы

Анализ элементов организационно-экономического механизма в г. Севастополь по предложенной схеме и в рамках рассмотренной структуры (см. рисунок 1, таблицу 1) позволяет сделать следующие выводы:

1. В вопросе развития нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности на региональном уровне следует отметить отсутствие единой логики правового регулирования инновационной деятельности в регионах и на федеральном уровне. В частности, не четко формулируются цели, задачи и принципы инновационной политики, отсутствует единый подход к выбору приоритетов научно-технической и инновационной деятельности, не доработаны правовые механизмы взаимодействия государства с предпринимательским сектором в сферах науки и инноваций. Также, стоит отметить низкую нормативно-правовую активность в сфере инноваций муниципальных органов местного самоуправления ввиду ограниченности их полномочий и объемов финансирования.

2. Отсутствие отдельной (специальной) государственной программы г. Севастополь, связанной с научно-техническим и инновационным развитием, а также системности и взаимных связей между отдельными разделами государственных программ в вопросах инноваций.

3. В г. Севастополь и Республике Крым практически не развита технологическая (производственная) инновационная инфраструктура, в частности отсутствуют технополисы, бизнес-инкубаторы и эффективно действующие технопарки. В г. Севастополь зарегистрировано три центра коллективного пользования

оборудованием. В Севастопольском регионе не представлены ни головные офисы, ни филиалы крупных венчурных фондов. Международное сотрудничество, финансирование, проведение конференций и форумов ограничено санкционными неблагоприятными условиями региона, что может быть частично компенсировано лишь государственной поддержкой либо выходом за пределы санкционного давления, т.е. за территорию Крыма. Низкий уровень развития инновационной инфраструктуры связан во многом с условиями и слабой инвестиционной активностью, отсутствием системного подхода и инновационной стратегии региона, недостаточным финансированием (из-за малых объемов частного и практически полного отсутствия иностранного инвестирования), проблемами интеграции региона в институциональную систему Российской Федерации в целом.

Ряд вышеуказанных трудностей в работе организационно-экономического механизма управления инновационным развитием города Севастополь, по нашему мнению, определяют основные направления совершенствования данного механизма.

Выбор ключевых направлений совершенствования опираются на существующие в Российской Федерации инструменты управления инновационным развитием региона, поскольку они достаточно многообразны, могут влиять на все аспекты инновационной активности региона и могут формировать все виды инновационного потенциала региона. В краткосрочной перспективе главной задачей (направлением совершенствования) государственных органов будет обеспечение согласованности при использовании косвенных, прямых, инфраструктурных и нормативно-правовых инструментов управления инновационным развитием города Севастополь. Реализация данной задачи предполагает согласованное взаимодействие всех элементов организационно-экономического механизма управления инновационным развитием города Севастополь:

1. Согласованное развитие нормативно-правовых и косвенных инструментов может быть реализовано путем:

1.1. Разработки в рамках программы «Инновационное развитие г.Севастополя» косвенных инструментов: льготное кредитование, гарантийные обязательства и страхование.

1.2. Разработки Положения об использовании косвенных инструментов управления инновационным развитием региона.

1.3. Установления льготных ставок местных налогов для предприятий, выпускающих инновационную продукцию и организаций, относящихся к инновационной инфраструктуре.

2. Согласованное развитие нормативно-правовых и прямых инструментов предлагается реализовать на основании:

2.1. Разработки в рамках программы «Инновационное развитие г.Севастополя» прямых инструментов: субсидии, гранты, премии, стипендии.

2.2. Разработки Положения о субсидиях, грантах, премиях, стипендиях инноваторам.

2.3. Создания гражданского экспертного совета для проведения инновационной экспертизы.

3. Согласование нормативно-правовых и инфраструктурных элементов организационно-экономического механизма управления инновационным развитием города Севастополь может быть реализовано путем:

3.1. Разработки Закона города Севастополя «Об инновационной инфраструктуре».

3.2. Создания реестра организаций инновационной инфраструктуры г.Севастополя.

3.3. Составления рейтинга и проведения конкурса «Инноватор Севастополя».

4. Для согласования инфраструктурных элементов и прямых инструментов организационно-экономического механизма управления инновационным развитием города Севастополь предлагается применить прямую финансовую поддержку флагманов инновационной инфраструктуры города:

4.1. Технологической - Технопарку «Маяк».

4.2. Информационной - Центру трансфера технологий ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет».

4.3. Финансовой – Фонду микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства в г.Севастополе.

4.4. Кадровой – ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет».

5. Согласованное развитие инфраструктурных элементов и косвенных инструментов может быть реализовано за счет:

5.1. Использования технопарком «Маяк» косвенных инструментов управления инновационным развитием города Севастополь.

5.2. Обучения сотрудников инновационных организаций на льготных условиях на базе ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет».

5.3. Учета в концепции «Умный город» потребностей инновационных предприятий.

Уже не раз отмечалось, что в городе Севастополь отсутствует целенаправленная программа инновационного развития, которая помимо формирования долгосрочных целевых показателей и показателей объема финансирования может решить проблемы с оптимизацией отраслевой структуры путем выбора приоритетов инновационного развития, формирования необходимой городу инновационной инфраструктуры и другими средствами.

Наиболее слабым местом в системе управления инновационным развитием региона остается инновационная инфраструктура, а точнее ее низкий уровень ее развития. Законодательство Российской Федерации позволяет создавать и развивать различные элементы инновационной инфраструктуры, такие как технопарки, наукограды, центры трансфера технологий, кластеры, инжиниринговые центры, бизнес-инкубаторы, свободные экономические зоны и так далее. Однако по факту в городе Севастополь функционирует только свободная экономическая зона, которая создает условия для повышения инвестиционной активности хозяйствующих субъектов без привязки к росту инновационности производства.

Исследование выполнено при финансовой поддержке внутреннего гранта ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет» в рамках научного проекта № 38/06 –31.

Библиографический список

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры: пер. с нем. В.С. Автономова и др.; общ. ред. А. Г. Милейковского. – Москва: Прогресс, 1982. – 455 с. [Shumpeter I. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya: issledovanie predprinimatel'skoi pribyli, kapitala, kredita, protsenta i tsikla kon'yunktury: per. s nem. V. S. Avtomovoi dr.; obshch. red. A. G. Mileikovskogo. – Moskva: Progress, 1982. – 455 s.]
2. Mensch G. Das Technologische Patt: Innovationen überwinden die depression / G. Mensch. – Frankfurt am Main: Umschau, Verlag, 1975. – 115 s.
3. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan / C. Freeman. – London: Frances Printer Publishers, 1987. – 168 p.
4. Nelson R. National Innovation Systems: A Comparative Analysis / R. Nelson. – New York: Oxford University Press, 1993. – 560 p.
5. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс; авт. предисл., науч. ред. К. Ф. Пузыня. – Москва: Экономика, 1989. – 217 с. [Tviss B. Upravleniye nauchno-tekhnicheskimi novovvedeniyami / B. Tviss; avt. predisl. nauch. red. K. F. Puzynya. – Moskva: Ekonomika, 1989. – 217 s.]
6. Бернал Дж. Наука в истории общества / Дж. Бернал. – Москва: Изд-во иностранной литературы, 1956. – 735 с. [Bernal Dzh. Nauka v istorii obshchestva / Dzh. Bernal. – Moskva: Izd-vo inostrannoy literatury, 1956. – 735 s.]
7. Кузнец С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений. Нобелевская лекция / С. Кузнец; под ред. Ю. В. Яковца. Санкт-Петербург: Гуманистика, 2003. – 548 с. [Kuznets S. Sovremennyy ekonomicheskiy rost: rezultaty issledovaniy i razmyshleniy. Nobelevskaya lektsiya / S. Kuznets; podred. Yu. V. Yakovtza. – Sankt-Peterburg: Gumanistika, 2003. – 548 s.]
8. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века / Ю. В. Яковец; Международный институт Питирима Сорокина Николая Кондратьева. – Москва: Экономика, 2004. – 444 с. [Yakovets Yu. V. Epokhal'nye innovatsii XXI veka / Yu. V. Yakovets; Mezhdunarodnyi institut Pitirima Sorokina Nikolaya Kondrat'eva. – Moskva: Ekonomika, 2004. – 444 s.]
9. Гармашова Е.П., Дребот А.М., Баранов А.Г., Митус А.А. Анализ и определение ключевых проблем инновационного развития г. Севастополь // Вопросы инновационной экономики. – 2019. – Том 9. – № 3. – С.905-920. – doi: 10.18334/vinec.9.3.40984 [Garmashova E.P., Drebot A.M., Baranov A.G., Mitus A.A. Analiz i opredeleniye klyuchevykh problem innovatsionnogo razvitiya g. Sevastopol // Voprosy innovatsionnoy ekonomiki. – 2019. – Tom 9. – № 3. – S.905-920. – doi: 10.18334/vinec.9.3.40984/]

УДК 33

Клименко Т.И. Специфика субъект-объектных отношений в процессе оказания услуг инновационной инфраструктуры²

The specifics of subject-object relations in the process of providing innovative infrastructure services

Клименко Т.И.,

кандидат экономических наук, Казанский национальный исследовательский технологический университет
Klimenko T.I.,

PhD in Economics, Kazan National Research Technological University

Аннотация. Цель статьи заключается в изучении субъект-объектных отношений, формируемых по группе основных и вспомогательных бизнес-процессов при оказании услуг инновационной инфраструктуры. Объектом исследования в статье является сфера услуг инновационной инфраструктуры. В качестве методов используются описание, сравнительный анализ, системный анализ, морфологический анализ, позволяющие раскрыть цель и объект исследования. Представленный в статье подход к формируемым субъект-объектным отношениям в процессе оказания услуг инновационной инфраструктуры основан на системном и процессном подходах к управлению и является первичной ступенью для исследования специфики и разработки методологических принципов и моделей управления сферой услуг инновационной инфраструктуры.

Ключевые слова: услуги инновационной инфраструктуры, субъект, объект, промышленный комплекс, бизнес-процессы.

Abstract. The purpose of the article is to study the subject-object relations formed by a group of main and auxiliary business processes in the provision of innovative infrastructure services. The object of research in the article is the sphere of innovative infrastructure services. As methods, description, comparative analysis, system analysis, morphological analysis are used to reveal the purpose and object of study. The approach to the formed subject-object relations in the process of providing innovative infrastructure services presented in the article is based on the system and process approaches to management and is the primary step for studying the specifics and developing methodological principles and models for managing the innovative infrastructure services sector.

Keywords: innovation infrastructure services, subject, object, industrial complex, business processes.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

Введение. В модели инновационной экономики, которая заявлена как приоритетная в российской экономической системе, одним из факторов инновационного развития является сфера услуг инновационной инфраструктуры, призванная обеспечить промышленный комплекс перечнем стандартных и инновационных услуг для повышения его конкурентоспособности, роста инновационной активности и ускорения процессов диффузии инноваций. Проблематика управления сферой услуг инновационной инфраструктуры в настоящее время еще только начинается изучаться в научных кругах и остается множество нерешенных вопросов,

² Исследование выполнено в рамках гранта Президента РФ по государственной поддержке ведущих научных школ РФ № НШ-2600.2020.6.

которые требуют глубинного исследования. Несмотря на то, что вопросы инновационного развития промышленных предприятий, формат их бизнес-процессов анализируются в работах российских и зарубежных авторов, например, публикации [1-6], данная предметная область имеет широкий потенциал для дальнейшего исследования. В этой связи цель данной статьи, заключающаяся в изучении субъект-объектных отношений, формируемых по группе основных и вспомогательных бизнес-процессов при оказании услуг инновационной инфраструктуры, видится как актуальная и дискуссионная.

Объект и методы исследования. Объектом исследования в статье является сфера услуг инновационной инфраструктуры. В качестве методов используются описание, сравнительный анализ, системный анализ, морфологический анализ, позволяющие раскрыть цель и объект исследования.

Результаты исследования. Классическая модель бизнес-процессов любого промышленного предприятия содержит такие компоненты, как система материально-технического снабжения и прочего обеспечения производства, собственно производство, распределение готовой продукции по каналам продаж и проведение маркетинговых мероприятий, послепродажное обслуживание, которое в условиях формирования циклической экономики предполагает проведение ремонта, гарантийного обслуживания, утилизации, возврат использованных товаров для повторной переработки и т.п. Аналогичные бизнес-процессы характерны и для производства инновационных товаров, которые в дополнение к основным процессам требуют использования услуг инновационной инфраструктуры в части ускорения процессов разработки инновационных товаров и их коммерциализации. К таковым вспомогательным бизнес-процессам оказываемыми услугами инновационной инфраструктуры для промышленного производства, по нашему мнению, относятся следующие: производственно-технологические, связанные с проведением работ по инжинирингу, технологическому проектированию, дизайну и т.п.; консалтинговые в части инженерных, маркетинговых, управленческих консультаций; кадровые – повышение квалификации персонала промышленных предприятий, развитие профессиональных компетенций, аутстаффинг; информационные – предоставление аналитической отчетности, разработка программ промышленного и инновационного развития, проведение стратегических сессий и т.п.; финансовые – венчурное финансирование, инвестиционные вложения в инновационные проекты и др. Указанные основные и вспомогательные бизнес-процессы призваны обеспечить прирост формируемой валовой добавленной стоимости за счет ускорения инновационного развития. Схема формирования добавленной стоимости с учетом основных и вспомогательных бизнес-процессов услуг инновационной инфраструктуры отражена на рисунке 1.

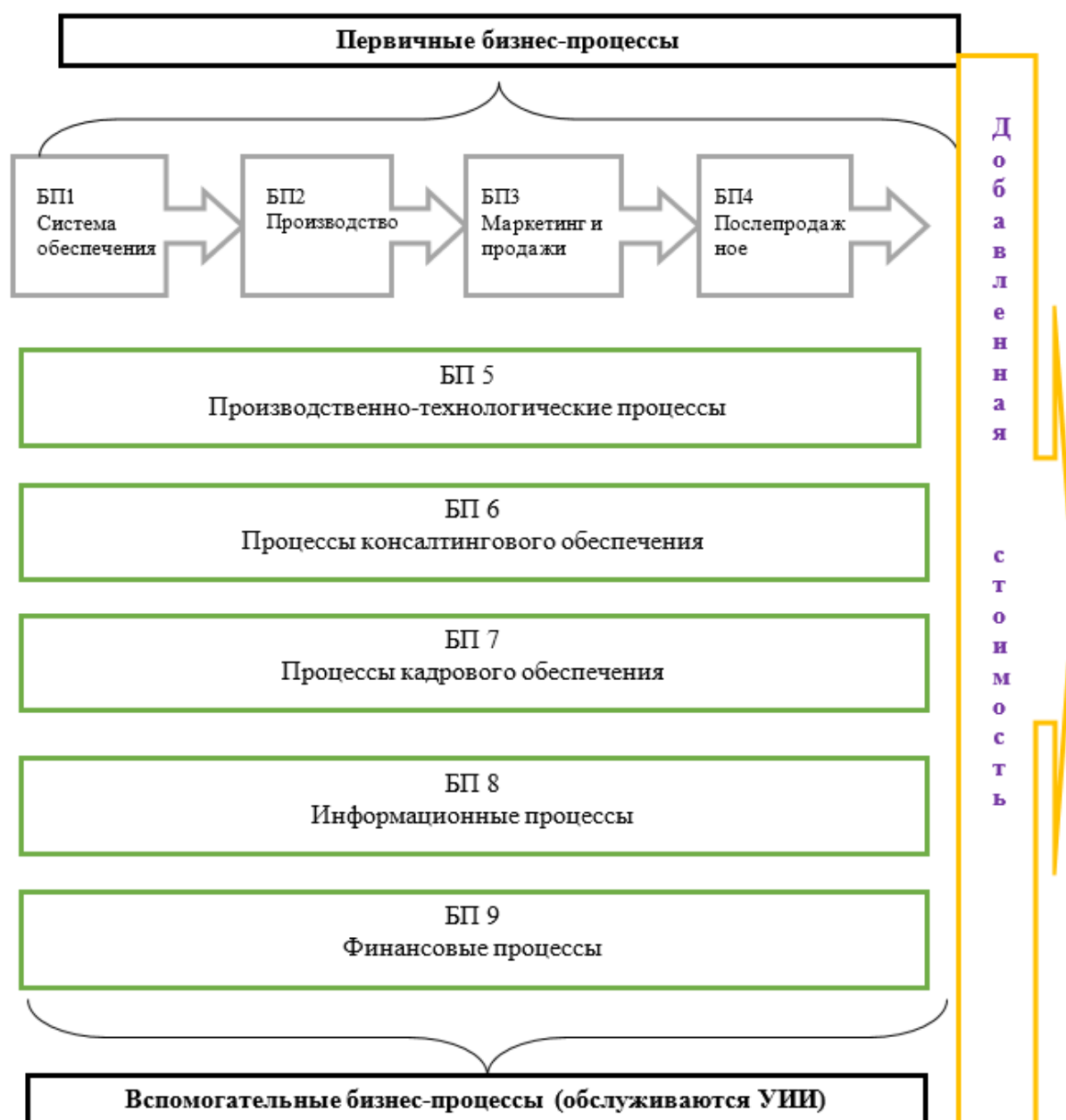


Рисунок 1. Схема формирования добавленной стоимости с учетом основных и вспомогательных бизнес-процессов услуг инновационной инфраструктуры [предложено автором]

Основные и вспомогательные бизнес-процессы, оказываемые услугами инновационной инфраструктуры, порождают субъект-объектные отношения, где субъектами выступают субъекты хозяйствования, индивидуальные предприниматели или частные лица, предоставляющие услуги технологического, финансового, кадрового, информационного и консультационного характера. При этом

услуги могут быть как стандартные, так и инновационные для предприятий промышленного комплекса. В перечень субъектов услуг инновационной инфраструктуры нами предлагается относить научно-исследовательские организации, инжиниринговые центры, инвестиционно-венчурные фонды, проектные институты и т.п. Среди объектов инновационной инфраструктуры следует выделять материальные и нематериальные активы, финансовые потоки субъектов инновационной инфраструктуры, которые используются ими в процессе оказания услуг для промышленного комплекса.

Исходя из субъект-объектных отношений процесс оказания услуг инновационной инфраструктуры может быть описан в виде логической цепочки. Входной поток представляет собой заказ на услуги инновационной инфраструктуры со стороны промышленного предприятия. Он адресован субъектам инновационной инфраструктуры, которые исходя из потребности промышленного предприятия, определяют виды и объем требуемых объектов инновационной инфраструктуры для оказания услуг. При этом системный подход к данному процессу накладывает определенные виды ограничений – временные, финансовые, кадровые, логистические, производственные, которые должны быть учтены субъектами сферы услуг инновационной инфраструктуры (рис. 2).



Рисунок 2. Субъект-объектные отношения в процессе оказания услуг инновационной инфраструктуры
[предложено автором]

Заключение. Таким образом, представленный в статье подход к формируемым субъект-объектным отношениям в процессе оказания услуг инновационной инфраструктуры основан на системном и процессном подходах к управлению и является первичной ступенью для исследования специфики и разработки методологических принципов и моделей управления сферой услуг инновационной инфраструктуры.

Библиографический список

1. Giovanis A. Tsoukatos E. An integrated model of the effects of service evaluation, corporate image, and switching barriers on customer loyalty // Journal of Transnational Management. – 2017. – Т. 22. – №. 1.– P. 4-24.
2. Godin B. Innovation: A Conceptual History of an Anonymous Concept, Project on the Intellectual History of Innovation // Summer School and Graduate Conference on Innovation. – 2015. – №1. – P. 19-23.
3. Kudryavtseva S.S., Shinkevich A.I., Ostanina S.S., Vodolazhskaya E.L., Khairullina E.R., Chikisheva N.M., Lushchik I.V., Shirokova L.V. The methods of national innovation systems assessing // International Review of Management and Marketing. – 2016. – Т. 6. – № 2. – С. 225-230.
4. Tucker R. Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms Are Transforming Their Futures (Business) / R. Tucker. – San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers. 2008. – 263 p.
5. Вайкок М. А. Особенности влияния бизнес-процессов на эффективность деятельности предприятия // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. – 2014. – № 4. – С. 172-176.
6. Кудрявцева С.С. Экономический рост и интеллектуальный капитал: институциональные аспекты взаимосвязи // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – Т. 15. – № 6. – С. 222-226.

УДК 33

Муллина В.Я. Особенности инвестирования высокотехнологичных проектов Национальной технологической инициативы³

Features of investing in high-tech projects of the National Technology Initiative

Муллина В.Я.

Казанский национальный исследовательский технологический университет
Mullina V.Ya.
Kazan National Research Technological University

Аннотация. Цель статьи заключается в изучении трендов высокотехнологичных секторов российской экономики и систематизации ключевых направлений инвестирования высокотехнологичных проектов при реализации программ Национальной технологической инициативы. Объектом исследования выступает сфера высокотехнологичных проектов инновационной экономики и механизмы их инвестирования. В качестве методов исследования применяются сравнение, обобщение, описательный и сравнительный анализ, анализ трендов. Материалы статьи могут быть использованы при разработке программ развития высокотехнологичного бизнеса и активизации инновационной деятельности предприятий промышленности.

Ключевые слова: инвестиции, высокотехнологичный проект, национальная технологическая инициатива, высокотехнологичное производство, инновационная экономика.

Abstract. The purpose of the article is to study the trends in high-tech sectors of the Russian economy and systematize key areas for investing in high-tech projects in the implementation of the programs of the National Technology Initiative. The object of the research is the sphere of high-tech projects of the innovative economy and the mechanisms of their investment. As research methods, comparison, generalization, descriptive and comparative analysis, trend analysis are used. The materials of the article can be used in developing programs for the development of high-tech business and enhancing the innovation activity of industrial enterprises.

Keywords: investments, high-tech project, national technology initiative, high-tech production, innovative economy.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

Введение. В российской экономике при освоении модели инновационного развития одним из государственно значимых институтов поддержки инноваций и высокотехнологичного производства является Национальная технологическая инициатива (НТИ) [8]. Данный институт развития охватывает широкий спектр поддержки инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе в высокотехнологичной промышленности. Среди их форм – консалтинговые услуги, программы и стратегии инновационного развития, профессиональная подготовка и переподготовка кадров, финансирование высокотехнологичного

³ Исследование выполнено в рамках гранта Президента РФ по государственной поддержке ведущих научных школ РФ № НШ-2600.2020.6.

бизнеса в рамках утвержденных рынков НТИ. Одним из ключевых направлений деятельности НТИ является разработка программ поддержки малых инновационных предприятий, ориентированных на освоение высокотехнологичных производств, в частности, экспорт НТИ, Спин-офф НТИ, технологический прорыв НТИ и инфраструктура НТИ.

Следует отметить, что вопросам инвестирования в высокотехнологичные проекты в научной литературе уделяется должное внимание. Многие аспекты данной деятельности широко представлены в работах российских и зарубежных ученых [1-7,10]. Однако проблема повышения уровня технологичности российской промышленности заявлена как одна из ключевых для повышения ее конкурентоспособности и эффективности, что позволяет рассматривать тематику данной статьи как актуальную и востребованную.

Объект и методы исследования. Объектом исследования выступает сфера высокотехнологичных проектов инновационной экономики и механизмы их инвестирования. В качестве методов исследования применяются сравнение, обобщение, описательный и сравнительный анализ, анализ трендов.

Результаты исследования. Одним из индикаторов уровня технологичности экономики является доля выпуска высокотехнологичной продукции в ВВП. В российской экономике за период 2011-2019 гг. отмечается положительный тренд данного показателя, значение которого возросло с 19,6% в 2011 г. до 21,6% в 2019 г., при этом максимальный уровень отмечался в 2017 г. – 21,8% (рис. 1) [9].

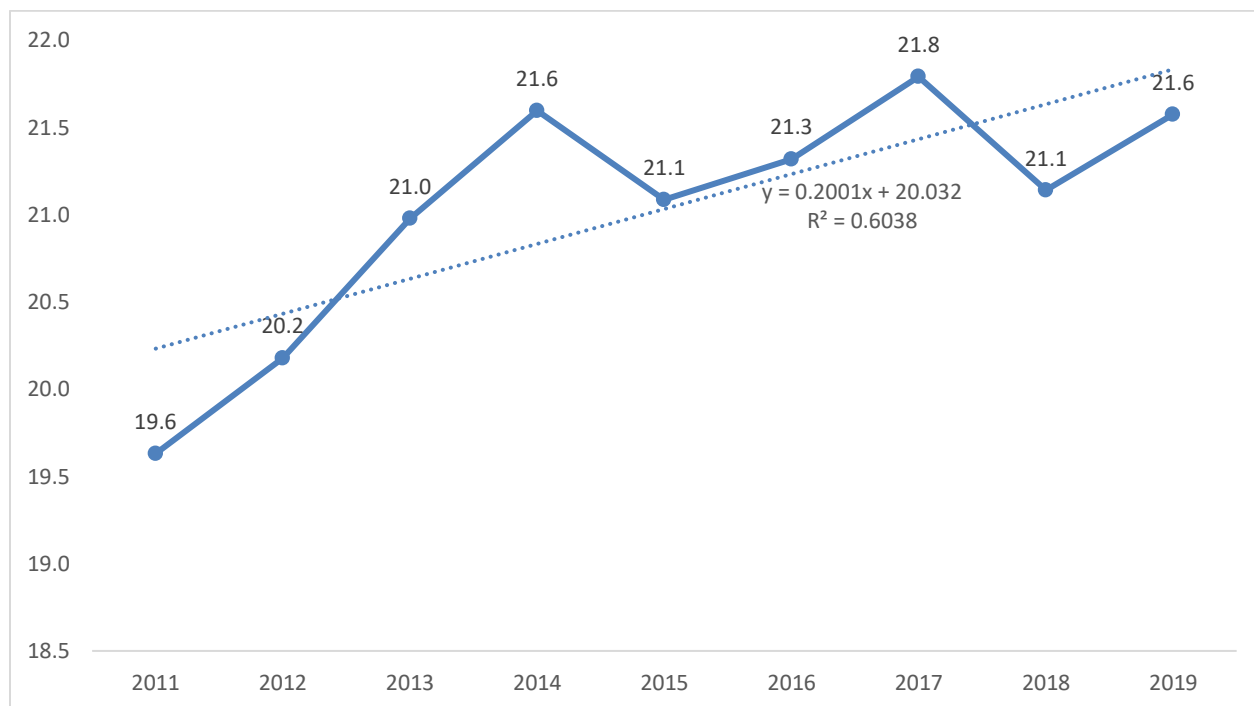


Рисунок 1. Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей (в процентах)

В региональном разрезе в силу специфики концентрации промышленного производства лидерами были такие регионы, как Калужская область – 37,8%, Ульяновская область – 33,3%, Чувашская Республика – 33%, г. Санкт-Петербург – 32,8%, Нижегородская область – 31,3%.

Реализация высокотехнологичных проектов во многом зависит от квалификации персонала, занятых в высокотехнологичных и наукоемких секторах экономики. По итогам 2019 г. число высокопроизводительных рабочих мест составило 20735,6 тысяч, увеличившись по сравнению с 2018 г. на 1088,3 тысячи, или на 5,5% (рис. 2) [9].

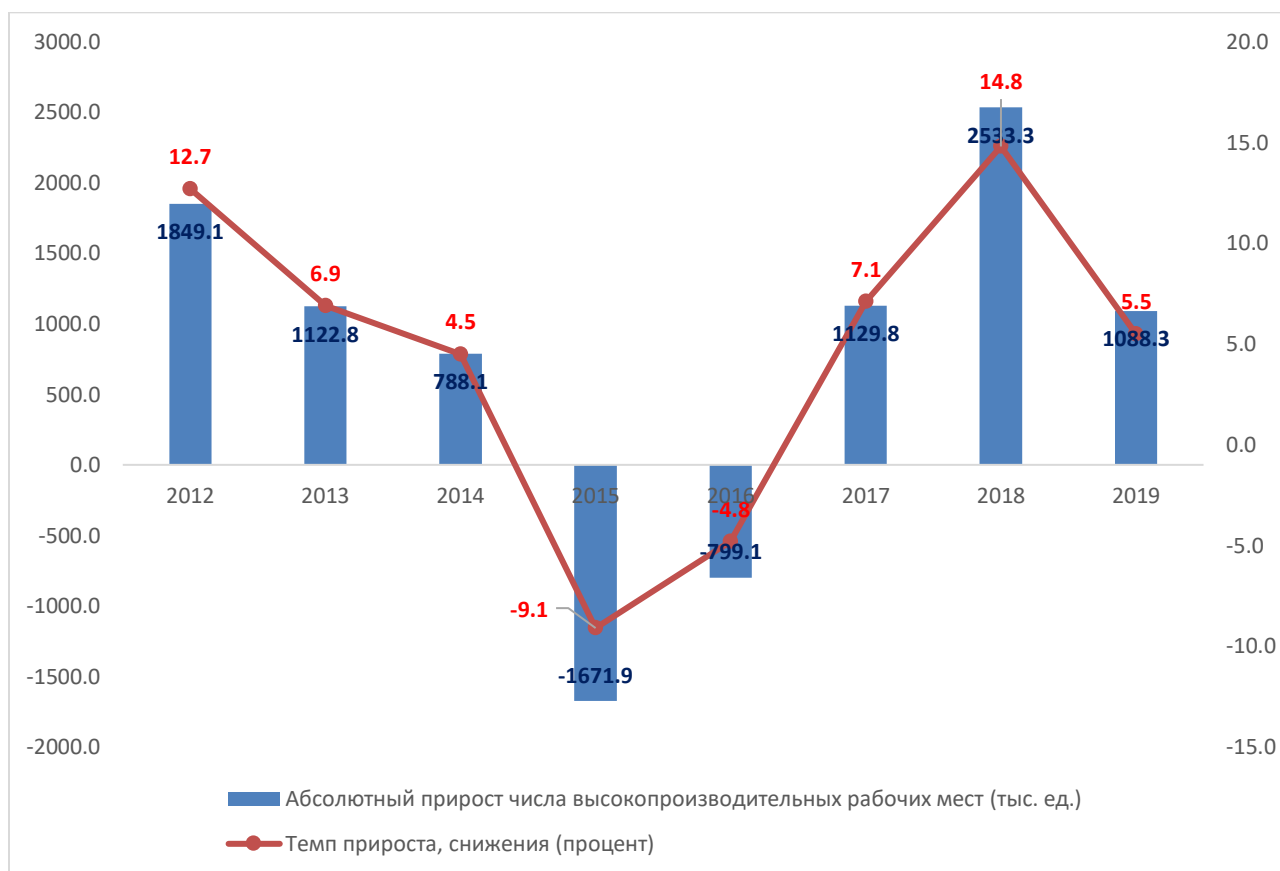


Рисунок 2. Динамика изменения числа высокопроизводительных рабочих мест

В реальном секторе экономики структура числа высокопроизводительных рабочих мест в зависимости от вида экономической деятельности предприятия распределилась следующим образом:

- обрабатывающие производства – 20,1% от общего числа высокопроизводительных рабочих мест,
- транспортировка и хранение – 8,6%,
- научная и техническая деятельность – 7%,
- строительство – 5,2%,

- добыча полезных ископаемых – 4,8%,
- обеспечение электроэнергией – 4,7%,
- деятельность в области информатизации и связи – 3,8% (рис. 3) [9].

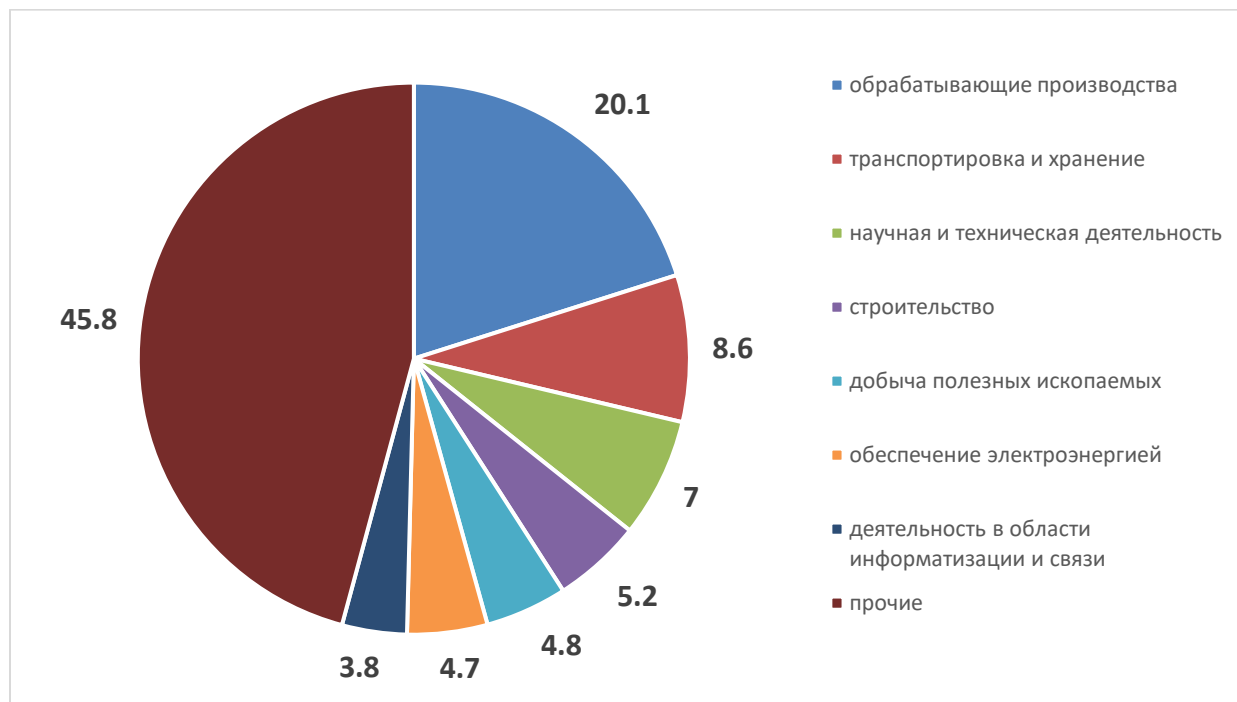


Рисунок 3. Структура высокопроизводительных рабочих мест (в процентах)

В рамках финансирования проектов НТИ, как базовой государственной программы поддержки ключевых секторов инновационной экономики, следует указать на следующие особенности реализации высокотехнологичных проектов:

- 1) уровень технологической готовности (зрелости) продукта – от TRL 6 и выше;
- 2) значительный экспортный потенциал или реализации технологии импортозамещения;
- 3) присутствие сквозных технологий в проекте;
- 4) привлечение наряду с государственным финансированием внебюджетного финансирования, доля которого должна составлять не менее 50% от общего объема инвестиций;
- 5) ориентация минимум на один рынок НТИ;
- 6) масштабирование результатов высокотехнологичных проектов;
- 7) потенциал коммерциализации результатов проектной деятельности в высокотехнологичные сектора экономики;
- 8) наличие возможности преодоления технологических барьеров в отрасли за счет реализации высокотехнологичных проектов;

9) развитие инфраструктурных сервисов и инфраструктурных объектов НТИ.

Заключение. Таким образом, инвестирование высокотехнологичных проектов при реализации программ НТИ ориентировано на высокорисковый технологичный бизнес, способный стать прорывом в формировании новых рынков инновационной продукции и технологических инноваций, отличающихся высоким уровнем производительности, экспортного потенциала, возможностью преодоления технологических барьеров и использованием открывающихся технологических окон возможностей.

Библиографический список

1. Ganguli I. Saving Soviet science: The impact of grants when government R and D funding disappears // American Economic Journal Applied Economics. – 2017. – № 9(2). – P. 165-201.
2. Kudryavtseva S.S., Galimulina F.F., Zaraychenko I.A., Barsegyan N.V. Modeling The Management System Of Open Innovation In The Transition To E-Economy // Modern Journal of Language Teaching Methods. – 2018. – Vol. 8. – Issue 10. – P.163–171.
3. Pelizzon, L., Riedel, M., Tasca, P. Classification of crowdfunding in the financial system // New Economic Windows. – 2016. – № 3. – P. 5-16.
4. Брижак О.В. Динамика технологических укладов в российских корпорациях: потенциал развития высокотехнологичного производства // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 1. – С. 24-35.
5. Кандилов В.П., Краснова О.М., Кудрявцева С.С. Инновационная активность и конкурентоспособность экономики Республики Татарстан // Вопросы статистики. – 2013. – № 4. – С. 61-69.
6. Кудрявцева С.С. Перспективы внедрения модели открытых инноваций в сфере нанотехнологий // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – Т. 17. – № 9. – С. 394-399.
7. Ленчук Е. Национальная технологическая инициатива как стратегический вектор промышленной политики России // Проблемы теории и практики управления. – 2016. – № 2. – С. 8-19.
8. Национальная технологическая инициатива. – Режим доступа: <https://nti2035.ru/program/infrastructure.php> (дата обращения 6.04.2020).
9. Росстат. – Режим доступа: <https://www.gks.ru> (дата обращения 2.04.2020).
10. Щукина Т.В. Процедура разработки и реализации национальных проектов и национальная технологическая инициатива // Вопросы экономики и права. – 2018. – № 125. – С. 15-18.

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 336.71

Зернова Л.Е. Анализ способов продвижения розничных банковских услуг Analysis of ways to promote retail banking services

Зернова Л.Е.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
доцент кафедры Коммерции и сервиса

Zernova L.E.

Russian State University by the name of A. N. Kosygin,
Associate Professor of the Department of Commerce and service

***Аннотация.** В данной статье представлены основные способы продвижения банковских услуг и дан их анализ. Дана систематизация инструментов привлечения клиентов в различных дистанционных и традиционных каналах банковского обслуживания, их функций и возможностей. На основе проведенного анализа выявлены достоинства и недостатки традиционных и дистанционных каналов обслуживания клиентов, а также направления их развития.*

***Ключевые слова:** коммерческий банк, банковская розничная услуга, способ продвижения*

***Abstract.** This article presents the main ways to promote banking services and analyzes them. The systematization of tools for attracting customers in various remote and traditional banking channels, their functions and capabilities is given. Based on the analysis, the advantages and disadvantages of traditional and remote customer service channels, as well as the need for their development, were identified.*

***Keywords:** commercial bank, retail banking service, promotion method*

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Розничный сегмент российского финансового рынка испытывает в настоящее время влияние множества негативных факторов, определяющих усиление конкурентной борьбы банков и снижение спроса клиентов на банковские услуги [1,2].

С одной стороны, проводимая Центральным банком РФ политика по оздоровлению банковского сектора, не внушает доверия многим людям, принимающим решение об обращении в банк. С другой стороны, экономический кризис, действие экономических санкций, значительное сокращение экономической активности из-за пандемии, колебания валютного курса вызывают снижение уровня реальных доходов населения, ухудшение платежеспособности значительной его части и сокращение той части доходов, которая может тратиться на банковские услуги. В то же время, за последние годы сформировалась определенная часть банковского рынка, спрос на котором практически не подвержен колебаниям в связи с кризисом [3,4]. Это, например, регулярные платежи, безналичная оплата с использованием банковских карт

и других розничных платежных инструментов, использование кредитных и дебетовых карт и т.д. Кроме того, даже в кризисные времена отдельные банковские услуги, такие как краткосрочные потребительские и некоторые средне- и долгосрочные кредиты и депозиты остаются востребованными.

На основе предоставления этих услуг банки получают возможность развивать перекрестные и совмещенные продажи, что особенно важно в условиях снижения общего уровня спроса.

Соответственно, актуализируется проблема верного позиционирования услуг на рынке, придания им таких отличительных характеристик, которые с одной стороны, позволили бы выделить их из ряда аналогичных услуг, предлагаемых всеми банками, а с другой стороны - способствовали бы формированию клиентской лояльности и созданию стабильной клиентской базы. Подобные задачи стоят перед банками постоянно с учетом высокой степени однородности предлагаемых услуг. Сегодня в условиях сжатия рынка проблема грамотного позиционирования обостряется, и одновременно открывается масса новых возможностей, с помощью которых эти задачи можно решать успешнее и легче. В рамках данной работы нам бы хотелось остановиться на тех возможностях продвижения розничных банковских услуг, которые становятся доступными банкам по мере все более широкого применения ими и их клиентами дистанционных каналов обслуживания.

Рассматривая продвижение розничных банковских услуг, стоит отметить, что сегодня банковское обслуживание населения превратилось из предоставления простых банковских услуг, связанных с заимствованием и размещением средств клиентов и осуществлением расчетов, в сложный процесс продажи комплексных дифференцированных банковских продуктов, удовлетворяющих разнообразные финансовые и иные потребности частных лиц [5,6].

Банки стали уделять огромное внимание привлечению и удержанию клиентов - физических лиц. Все это потребовало системной маркетинговой поддержки и способствовало закреплению комплексного понимания розничных банковских продуктов как совокупности операций, выполняемых банком в целях удовлетворения конкретной потребности определенного клиентского сегмента и направленных на развитие отношений с клиентами, а также формирование клиентской лояльности. Подобный взгляд на розничные продукты предполагает, что их продвижение осуществляется не только за счет рекламы или связей с общественностью. Каждый этап работы с продуктом (или услугой) - от разработки до предложения клиенту, должен нести определенную смысловую нагрузку по укреплению рыночных позиций банка, повышению степени его узнаваемости, стимулированию сбыта его продуктов.

Продвижение услуг - традиционное направление маркетинговой работы банка. Банковские услуги обладают такими характеристиками, которые формируют специфические особенности программ маркетинга, и в частности, планов и инструментов продвижения услуг, используемых банками [7,8,9].

Действие этих характеристик определяют тот факт, что в процессе продажи и продвижения услуг порядок и характер взаимоотношений банка с клиентами приобретают первостепенное значение, а важность

социальных аспектов маркетинга усиливается. В процессе разработки программ продвижения банковских услуг и реализации конкретных инструментов продвижения учет данных характеристик способствует тому, что комплекс маркетинговых коммуникаций банка ориентирован на формирование благоприятного имиджа банка как финансового института; реклама приобретает разъяснительный, в определенной мере просветительский характер. Все предпринимаемые банком действия направлены на то, чтобы сформировать вокруг него атмосферу доверия, комфорта и надежности.

В коммуникативном комплексе, доступном к использованию всем экономическими субъектами, в том числе коммерческим банкам, как правило, выделяют следующие инструменты, с помощью которых обеспечивается воздействие на внешнюю среду: организационная культура; реклама; спонсорство; меценатство и благотворительность; лоббирование; паблисити; стимулирование сбыта; прямой маркетинг; сервис.

Перечень традиционных инструментов коммуникаций, используемых банками, за последние годы значительно расширился за счет включения в него новых маркетинговых приемов и инструментов, объединенных понятием «интегрированные маркетинговые коммуникации», а также событийного, нестандартного, нейро- и других направлений маркетинга.

Маркетинговые коммуникации имеют вспомогательное, поддерживающее значение по отношению ко всем остальным маркетинговым инструментам, применяемым банками. Основная функциональная нагрузка при этом ложится на рекламу и стимулирование сбыта. Реклама, являясь наиболее массовым неличным средством коммуникаций, позволяет донести до огромной аудитории необходимую информацию о банке, его услугах и выгодах при их приобретении. Именно это зачастую оказывается особенно важно с учетом характерных свойств стандартных розничных продуктов. В то же время, эти характеристики создают определенные сложности при разработке рекламных кампаний. Абстрактность банковских услуг и их идентичность у разных банков определяют тот факт, что рекламное обращение должно не просто нести информацию, но вызывать у клиентов положительные эмоции и ассоциации, которые сформируют позитивное отношение к определенному банку и его услугам, выделяют его в ряду других.

Особенности продвижения розничных банковских услуг определяются не только спецификой самих услуг банков, но и особенностями целевого клиентского сегмента. Для большинства розничных услуг характерны такие качества, как высокая стандартизация, понятность для простых клиентов и широкая доступность. Поскольку выручка от реализации услуг каждому отдельному клиенту, как правило, небольшая, финансовый интерес банка возникает при широком тиражировании унифицированных, похожих продуктов для большого числа клиентов. Именно это позволяет банкам реализовать возможности эффекта экономии на масштабе. Стандартизация, кроме того, формирует основу для активного использования дистанционных каналов сбыта услуг.

Выбор банка большинством розничных клиентов осуществляется не столько на основе глубокого анализа финансово-экономических показателей его работы или наличия контактов с менеджментом, сколько интуитивно, на основе личного восприятия банковского бренда, и прошлого опыта. Это требует от банков

грамотного сочетания различных инструментов продвижения услуг и влияния не только на рациональные, но и на эмоциональные мотивы представителей клиентского сегмента.

Традиционные маркетинговые инструменты банков, позволяющие им влиять на клиентов - потенциальных и действующих, на целевые группы и на окружающую среду в целом достаточно разнообразны, широко известны а эффект от них во многом предсказуем. Однако постепенно возможности применения традиционных инструментов исчерпывают свой потенциал, не будучи встроенными в основной тренд развития розничного банковского бизнеса - расширение и развитие функционала дистанционных каналов обслуживания.

Сегодня значительная вовлеченность в использование разнообразных технических новинок - важная особенность розничного банковского сегмента, которая усиливается год от года. Именно в рознице банки наиболее активно внедряют технологические и технические инновации, и именно розница наиболее отзывчива на расширение дистанционных каналов банковского обслуживания.

При планировании долгосрочных отношений с банком такие факторы, как разветвленность и удобство сбытовой сети, наличие различных точек продажи услуг долгое время считались ключевыми. Но постепенно роль традиционных каналов сбыта снижается. Для проблемных услуг, требующих интенсивного взаимодействия банка с клиентом, такие каналы сбыта по-прежнему важны. Однако большинство стандартных рутинных услуг все чаще реализуется с использованием альтернативных каналов сбыта - дистанционных и косвенных.

По мере расширения возможностей дистанционных каналов именно на них перекладывается основная нагрузка по распознаванию предпочтений и желаний клиентов, по повышению уровня комфорта и удобства при обслуживании.

Ключевое отличие дистанционных каналов с позиции маркетинга состоит в том, что клиент сам выбирает и определяет режим и технологию обслуживания, прикладывает определенные усилия для поиска определенного банка и необходимых ему услуг и соответственно, более самостоятельно и ответственно подходит к выбору. Клиент имеет возможность определить удобный для него канал - традиционный или дистанционный и располагает широкими возможностями выбора времени обращения к услугам, спектра необходимых услуг и устройства, с которого он будет обращаться к банковским услугам.

Перечисленные особенности способствуют тому, что оценка результата предоставления услуги производится клиентом через призму оценки собственных действий и соответственно, клиент выше ценит результат, отдавая себе отчет в том, что это его собственный осознанный выбор. Использование данной и других возможностей дистанционных каналов сбыта банковских услуг не только для их реализации, но одновременно и для их продвижения, позволяет многократно увеличить результативность маркетинговой работы, обеспечить высокий уровень удовлетворенности клиента банком, качеством обслуживания, доступностью услуг и другими характеристиками.

Это становится возможным благодаря тому, что большинство дистанционных каналов не только обеспечивают для клиентов банков возможность приобретения услуг, но и выполняют информационную, просветительскую и рекламную функции. Используя различные каналы сбыта банки могут донести до клиентов информацию о новых сервисах и услугах, об акциях и интересных предложениях, предложить клиенту ознакомиться с информацией о рыночном положении банка, о важных фактах и событиях в его деятельности, сформировать индивидуальные предложения. Причем, делается это намного менее навязчиво, чем в случае с личной беседой с сотрудником банка, так как клиент всегда имеет возможность не рассматривать ту информацию, которую находит для себя ненужной. Сравнительный анализ инструментов привлечения, доступных банкам в традиционных и дистанционных каналах сбыта, представлен в табл. 1.

Таблица 1

Инструменты привлечения клиентов в различных дистанционных и традиционных каналах банковского обслуживания

Каналы обслуживания	Функции канала сбыта	Инструменты и возможности
Официальный сайт банка	Рекламная, информационная, просветительская	Рекламные обращения Ссылки на страницы с описанием продуктов Ссылка на Интернет-банк
Интернет-банк	Рекламная, информационная, просветительская, сбытовая	Персональные льготные рекламные обращения Управление счетами и денежными средствами, дополнительные скидки, бонусы и льготы Заранее одобренные кредитные карты, кредиты и др. предложения Оценка качества банковского обслуживания
Банкоматы и платежные киоски	Рекламная, информационная, просветительская, сбытовая	Рекламные ролики (в неиспользуемом состоянии) Персональные льготные предложения Реклама связанных услуг
Мобильный банкинг	Рекламная, информационная, просветительская	Персональные льготные рекламные обращения Заранее одобренные кредитные карты, кредиты и др. предложения Информационные услуги
Социальные сети	Рекламная, информационная, просветительская	Получение откликов о банке от клиентов Ответы на замечания и вопросы клиентов Формирование имиджа банка Целевые предложения в зависимости от тематики постов
Приложения для мобильных телефонов	Рекламная, информационная, просветительская, сбытовая	Персональные льготные предложения Сервисы для сравнения услуг разных банков Заранее одобренные кредитные карты, кредиты и др. предложения

Каналы обслуживания	Функции канала сбыта	Инструменты и возможности
Отделения банка	Рекламная, информационная, просветительская, бытовая	Бумажные рекламные проспекты Тематические рекламные постеры Рекламные ролики на экранах Реклама связанных услуг Личное продвижение услуг менеджерами
Косвенные каналы - торговые центры, магазины и др.	Рекламная, информационная, просветительская, бытовая	Бумажные рекламные проспекты Тематические рекламные постеры Реклама на стойках, мебели, витринах и т.д.

Анализ материалов, представленных в таблице 1, позволяет сделать вывод о том, что дистанционные каналы обеспечивают банкам более широкие возможности для успешного сочетания продаж услуг с их продвижением, причем все маркетинговые инструменты будут выбраны и задействованы с одобрения самого клиента. Поэтому в большинстве случаев он не будет испытывать негативной реакции на предложения банка. В худшем случае, он просто не обратит на них внимания.

На основе проведенного анализа [10,11,12] выделим достоинства и недостатки традиционных и дистанционных каналов обслуживания (табл. 2).

Таблица 2

Достоинства и недостатки традиционных и дистанционных каналов обслуживания клиентов

Традиционные каналы	Дистанционные каналы
Достоинства	
Понятность, простота	Удобство, инновационность
Высокий уровень привыкания со стороны клиентов	Самостоятельный контроль всех счетов и операций
Реакция клиента на банк, услуги, качество видна сразу	Сокращение времени обслуживания, высокая скорость проведения операций
Адресность обслуживания	Свободный выбор времени, режима и технологии
Возможности для дополнительного общения	Более высокая оценка результатов обслуживания
Личное общение вызывает у клиентов больше доверия	Возможность автоматического сбора и систематизации информации о клиенте и его предпочтениях
	Сокращение затрат банка на освоение сегмента
	Более привлекательные тарифы и процентные ставки
Недостатки	
Время обслуживания - время работы банка	Недоверие к новым каналам и технологиям
Без альтернативности	Клиент должен обладать необходимыми знаниями для <u>пользования устройствами доступа</u>
Качество зависит от уровня профессионализма сотрудников	Качество зависит от удобства <u>интерфейса и безотказности устройств</u>
	Сокращение степени «привязанности» клиента к банку, отсутствие непосредственной коммуникации
	Усложнение рисков, появление новых их видов

Традиционные и дистанционные каналы обладают значительным количеством весомых достоинств с позиции продвижения банковских услуг, и это позволяет сделать вывод о том, что наилучший результат дает грамотное и оптимальное сочетание тех и других. Причем, с учетом высокой степени неоднородности розничного банковского сегмента и различного уровня финансовой и компьютерной грамотности клиентов разных возрастных и социальных групп, сочетание каждый раз будет неодинаковым.

Важным шагом в направлении расширения использования возможностей разных каналов обслуживания клиентов является внедрение омниканальности. Это вносит в процесс обслуживания дополнительное удобство и способствует закреплению клиента за банком. С одной стороны, клиенту импонирует, что ему не нужно каждый раз обращаясь в банк по новому каналу заново объяснять свою проблему, а с другой стороны, он понимает, что обратившись в банк каждый раз, он будет идентифицирован однозначно, и это повышает его самооценку как клиента банка. Омниканальность сочетает в себе достоинства всех дистанционных каналов банковского обслуживания и добавляет к ним дополнительную ценность - идентификацию клиента, сбор и систематизацию информации о широчайшем спектре его действий вне сферы взаимодействия с банком. Банк получает информацию о приоритетах и предпочтениях клиентов не только в банковской сфере, но и в других областях - покупки, развлечения, путешествия, хобби, и в результате складываются хорошие возможности для индивидуализации обслуживания.

Для клиента доступ к информации, ассортименту и услугам банка будет возможен независимо от его местонахождения. То есть процесс приобретения услуг становится более гибким и удобным: он может начаться в on-line точке входа (а их большое количество), а закончиться в off-line. Таким образом, у клиента формируется образ банка, как единого целого, объединяющего в себе множество разных каналов. Это, в свою очередь, создает широкие возможности для развития перекрестных продаж.

Таким образом, сегодня, когда по содержательной наполненности продуктового ряда деятельность большинства банков все больше сближается, очень важно использовать любые возможности для дифференциации услуг, повышения качества и удобства обслуживания. Дистанционные каналы как нельзя лучше подходят для решения этих задач. Одновременно, применение этих каналов обеспечивает банкам дополнительные возможности по продвижению своих услуг, начиная с всплывающих окон и заканчивая игровыми приемами и персональным обслуживанием. Большой перечень устройств, с помощью которых клиент может получить доступ к услугам банка, с одной стороны, привлекателен, с другой стороны, требует от банков постоянного отслеживания того, насколько они работоспособны, информативны и интегрированы друг с другом. Технологии, повысившие эффективность и удобство взаимодействия клиента со своим банком, дав возможность приблизиться к нему вплотную, сегодня, как никогда ранее, могут способствовать привлечению и удержанию клиентов.

Библиографический список

- 1.Зернова Л.Е. Проблемы и пути совершенствования деятельности коммерческих банков. // Монография. - 2018 – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 228 с.
- 2.Зернова Л.Е. Формы и методы ведения конкурентной борьбы на финансовом рынке // Modern Science - №1-1 -2020 – с.54-58
- 3.Зернова Л.Е., Стратюк А.А. Конкурентоспособность банка в условиях рыночной экономики // Наука и инновации. - 2018. - с. 131.
4. Зернова Л.Е., Титаренко К.А. Классификация факторов, влияющих на конкурентоспособность коммерческого банка // Сборник материалов Международной научной конференции молодых исследователей. - 2017.- с. 73-75.
- 5.Краснорепова И.В., Краснорепова О.В. Современные концепции банковского маркетинга // Научно-технический прогресс и современное общество: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции молодых ученых. - 2017. - с. 105-116.
- 6.Егизарян М.Р. Исследование потребителей в банковском маркетинге //Современный мир: опыт, проблемы и перспективы развития. - 2016. -. № 1. -с. 93-95.
- 7.Бакшина А.С. Влияние деятельности, связанной с банковской рекламой и PR, на имидж финансово-кредитной организации и необходимость ее оценки //Экономика и социум. - 2016.- № 6-1 (25). - с. 162-165.
- 8.Бондаренко В.А., Семерникова Е.А. Потребительская лояльность и маркетинг взаимоотношений в сфере оказания банковских услуг // Научно-методический электронный журнал Концепт. - 2016. - т. 2. - с. 656-660.
- 9.Боровский В.Н., Боровская Л.В., Муртазаев М.Э. Организационно-экономический механизм менеджмента банковских услуг // Science Time. -2016. - № 10 (34). - с. 23-27.
- 10.Быков В.А., Комаров Е.И., Управление конкурентоспособностью.- М.: РИОР, - 2018 – 242 с.
11. Бутина О.П., Звонов А.Г. Пути развития банковских продуктов и каналов их продвижения в современных условиях// Проблемы экономики, финансов и управления производством. - 2016. - № 38.- с. 7-11
- 12.Казимагомедов А.А. Банковское дело: организация деятельности центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций// М.: Инфра-М, 2018 – 502 с.

УДК 33

Магомедова С. З., Ахмедова Ф.М. Функционирование коммерческих банков на рынке ценных бумаг

The functioning of commercial banks in the securities market

Магомедова Сапият Загировна

Ахмедова Фатима Мурадовна

Бакалавр, 2 курс

Руководитель:

Казимагомедова Зарема Алияровна

к. э. н., Доцент кафедры «Налогов и денежного обращения»

Дагестанский государственный университет

Magomedova Sapiyat Zagirovna

Akhmedova Fatima Muradovna

Bachelor, 2 year

Head:

Kazimagomedova Zarema Aliyarovna

c. N., Associate Professor of the Department of Taxes and Money Circulation

Dagestan State University

Аннотация. В данной статье исследуется сущность, содержание деятельности коммерческих банков, в том числе и динамика их развития на рынке ценных бумаг. Также представлены объемы выпуска долговых ценных бумаг, рассмотрены виды деятельности коммерческих банков на рынке ценных бумаг, согласно Федеральному закону. Проведен анализ объема выпущенных долговых ценных бумаг за 2015-2019 гг.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, коммерческий банк, долговые бумаги, рынок финансов, акции, облигации.

Abstract. This article examines the essence and content of commercial banks' activities, including the dynamics of their development in the securities market. The volume of debt securities issuance is also presented, as well as the types of commercial banks' activities on the securities market, in accordance with Federal law. The volume of debt securities issued in 2015-2019 was analyzed.

Keywords: securities market, commercial Bank, debt securities, financial market, shares, bonds.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Коммерческие банки, представляя собой финансовых посредников, гарантируют перелив незанятого социального капитала к хозяйствующим субъектам, испытывающим временную нехватку средств, реализуют контроль за эффективностью применения финансовых ресурсов, содействуют переводу капиталов из менее продуктивных предприятий и отраслей в более конкурентоспособные, производят подавляющую долю расчетов в народном хозяйстве.

Коммерческий банк в качестве участника в операциях с ценными бумагами увеличивает их базу доходов, формирует дополнительные рычаги управления ликвидностью, упрощает адаптацию к преобразованиям рыночной обстановки и на этой базе обеспечивает совокупное увеличение стабильности банковских систем. Прототип банковской системы, принятый в РФ в период осуществления рыночных реформ, принимает разнообразные формы соучастия банков в операциях на рынке ценных бумаг. За годы реформ банки преобразовались в значительных операторов финансового рынка. На их долю требуется значительная часть портфелей ценных бумаг, сконцентрированных у официально установленных инвесторов. Отличительная черта роли банков России на рынке ценных бумаг состоит в том, что они осуществляют операции на этом рынке по единым правилам, действующим для всех игроков рынка ценных бумаг, но в то же время должны следовать дополнительным правилам, установленным Банком России. [1]

Законодательство России, а именно ФЗ «О рынке ценных бумаг», определяет следующие виды деятельности на рынке ценных бумаг как профессиональную деятельность [2]:

- брокерская – осуществление банком гражданских и правовых соглашений с ценными бумагами в качестве поверенного или комиссионера, работающего на основе договора поручения или комиссии.

- деятельность по организации торговли на рынке ценных бумаг – предоставление услуг, которые способствуют заключению гражданско-правовых соглашений с ценными бумагами между участниками рынка ценных бумаг.

- дилерская – осуществление банком сделок покупки и продажи ценных бумаг от собственного имени и за собственный счет путем гласного оповещения цен покупки и/либо продажи определенных ценных бумаг.

- функционирование в ведении перечня владельцев ценных бумаг – фиксация, хранение, сбор, обработка и предоставление данных, которые составляют структуру ведения списка владельцев ценных бумаг;

- функционирование в управлении ценными бумагами – совершение банком от собственного имени за вознаграждение в течение некоторого времени доверительного управления чужими ценными бумагами; денежными средствами, необходимыми для инвестирования в ценные бумаги; ценными бумагами и денежными средствами, которые получаются в ходе управления ценными бумагами;

- депозитарная – предоставление услуг по хранению сертификатов ценных бумаг и/либо учету и переливу их прав на ценные бумаги;

- клиринговая – определяются совместные обязательства и их зачет по поставкам ценных бумаг и расчетам по ним;

Нынешние вкладчики приобретают ценные бумаги или для получения вспомогательного дохода, или для получения допустимой возможности в управлении банком. Выпускать акции вправе коммерческие банки, которые образованы в качестве акционерного общества.

Главным риском при выпуске акций является неразмещение ценных бумаг коммерческих банков, но этот риск весьма мал. Процесс эмиссии акций достаточно кропотливый процесс для коммерческих банков, по

этой причине они размещают еще и облигации, и соответственно, разного рода средства и инструменты денежного рынка – депозитные и сберегательные сертификаты, векселя. [3]

Проведем исследование объема выпущенных долговых ценных бумаг.

Итого на 1 февраля 2020 г. всего было выпущено долговых ценных бумаг на сумму 24 769 931 млн руб. 1 февраля 2019 г. было выпущено на сумму 21 471 625 млн руб., а 1 февраля 2018 г. - 19 303 572 млн. руб.

Таким образом, объемы в течение длительного времени, в соответствии статистическим данным Центрального Банка России не переставая увеличиваются.

Таблица 1

Объем выпущенных на внутреннем рынке долговых ценных бумаг, млн руб.[4]

Показатель	На 01.02.16	На 01.02.17	На 01.02.18	На 01.02.19	На 01.02.20
Объем выпущенных долговых ценных бумаг в рублях, всего	13 265 885	15 263 946	18 836 763	20 909 835	24 285 720
Кредитные организации	1 547 348	1 465 343	1 737 793	1 844 758	2 336 065
Органы государственного управления	5 987 965	6 705 803	7 774 008	8 516 312	10 071 185
Объем выпущенных долговых ценных бумаг в иностранной валюте, всего	325 690	489 927	466 809	561 790	484 211
Нефинансовые организации	135 393	295 589	276 713	334 069	268 106
Кредитные организации	–	9 024	10 793	33 704	31 756

Таблица 2

Объем долговых ценных бумаг в собственности российских банков, переданных по сделкам РЕПО с Банком России, млн руб.[4]

Показатель	На 01.02.16	На 01.02.17	На 01.02.18	На 01.02.19	На 01.03.20
Итого	3 354 572	807 053	4 788	2 611	199
Долговые ценные бумаги резидентов (кроме государственных и муниципальных ценных бумаг)	1 095 122	673 997	2 864	–	93
Государственные и муниципальные ценные бумаги	956 519	66 975	518	1 999	106
Долговые ценные бумаги нерезидентов	653 163	66 081	1 406	612	–

Исследуя таблицу 2 «Объем долговых ценных бумаг в собственности российских банков, переданных по сделкам РЕПО с Банком России, млн руб.», можно сказать, что на 1 февраля 2020 г. количество долговых ценных бумаг резидентов (кроме государственных и муниципальных ценных бумаг), находящихся в собственности коммерческих российских банков значительно уменьшилось и составило 93 млн руб., а по состоянию на 1 февраля 2019 г. долговые ценные бумаги резидентов отсутствовали. Выходит, что с 2015 года их количество стремительно уменьшается с каждым годом. В свою очередь, с 956 519 млн. руб. до 106 млн руб. уменьшились государственные и муниципальные ценные бумаги, которые находятся в собственности коммерческих банков. Долговые ценные бумаги нерезидентов по состоянию на 1 февраля 2020 г. по сравнению с остальными проанализированными годами отсутствуют. [5]

Коммерческие банки обладают рядом преимуществ при выпуске облигаций:

- эмиссия облигаций дает возможность избежать резервирования в обязательном порядке, поскольку в фонд обязательных резервов отчислений от них нет;
- процесс эмиссии облигаций наиболее прост, чем эмиссия акций, поскольку не требуется открытие специального накопительного счета;
- коммерческим банкам нет необходимости создавать минимально оплачиваемую часть выпуска облигаций в отношении к первоначально заявленному его количеству, результат которого необходим для регистрации итогов выпуска;
- проценты, которые выплачиваются по облигациям, уменьшают базу налогообложения, что способствует снижению налогооблагаемой прибыли. [6]

В итоге, можно сказать, что коммерческие банки все время двигаются к эффективному, обоснованному, рациональному повышению собственных пассивов, предлагая юридическим и физическим лицам различные финансовые средства и инструменты для вложения свободных денежных средств.

Библиографический список

1. Электронный ресурс. Киреев В.Л. Банковское дело. Краткий курс: Учебное пособие/ В.Л. Киреев. – СПб: Лань, 2019. – 208 с. Режим доступа: <http://ml.miit-ief.ru/Методическая%20литература%20кафедры%20Финансы%20и%20кредит/БАНКОВСКОЕ%20ДЕЛО.%20ОУП.%20В.Л.%20Киреев.pdf> (дата обращения: 03.04.2020).
2. Законодательные материалы. Федеральный закон "О рынке ценных бумаг" от 22 апреля 1996 г. N 39-ФЗ.
3. Электронный ресурс. Аджиева А.Ю., Рева В.В. Роль коммерческих банков на рынке ценных бумаг// Электронная научная библиотека.. Режим доступа: <https://elibrary.ru> / (дата обращения: 03.04.2020).
4. Электронный ресурс. Официальный сайт Центрального Банка. Режим доступа: <http://www.cbr.ru> / (дата обращения: 03.04.2020).
5. Росстат [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://gks.ru/folder/313/document/60982> (дата обращения: 10.03.20).
6. Ольхова Р.Г. Банковское дело: управление в современном банке: Учебное пособие / Р.Г. Ольхова. – М.: КноРус. 2018. - 150с.

УДК 33

Фешина С.С., Славянов А. С. Стабилизация рынка капитала посредством ограничения трансграничных операций с криптовалютами Stabilization of the capital market by limiting cross-border operations with cryptocurrencies

Фешина С.С., Славянов А. С.

кандидат экономических наук, доцент

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Feshina S.S., Slavyanov A.S.

PhD in Economics, Associate Professor

Federal State Educational Budgetary Institution of Higher Education "Financial University under the Government of the Russian Federation"

Аннотация. Отток капиталов из страны в условиях надвигающегося мирового кризиса может оказать разрушительное воздействие на экономическую систему, в связи с чем органам управления следует принять решительные меры по стабилизации рынка капиталов. Необходимо не только осуществлять мероприятия по инвестиционной поддержке стратегических производств, сельского хозяйства и малого бизнеса, но и ограничивать вывоз капитала из страны. Использование криптовалют в нелегальных схемах вывоза капитала из страны является серьезной проблемой для экономики и от ее решения зависит стабильность финансовой и экономической системы России. Предложен ряд неотложных мер, направленных на усиление контроля за нелегальным вывозом капитала.

Ключевые слова: отток капитала, финансовые инструменты, финансовый мониторинг, иностранное инвестирование, криптовалюты.

Abstract. The outflow of capital from the country in the face of an imminent global crisis can have a devastating effect on the economic system, in connection with which the governing bodies should take decisive measures to stabilize the capital market. It is necessary not only to implement measures for investment support of strategic industries, agriculture and small business, but also to limit the export of capital from the country. The use of cryptocurrencies in illegal schemes for the export of capital from a country is a serious problem for the economy and the stability of the financial and economic system of Russia depends on its solution. A number of urgent measures have been proposed aimed at strengthening control over the illegal export of capital.

Keywords: capital outflow, financial instruments, financial monitoring, foreign investment, cryptocurrencies.

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва.

Введение Современный мир характеризуется высокой динамикой изменений. Появляются инновации технического, производственного, информационного типов. Все это, с одной стороны, ведет, к возникновению новых возможностей для развития фирм и компаний всех секторов экономики, экономик целых стран, мирового экономического пространства, но, с другой стороны, генерирует определенные риски и угрозы при их использовании в преступных целях отдельными лицами и группировками [1].

Мировое финансовое пространство в настоящее время также превратилось в глобальную систему,

требующую регулирования и контроля со стороны государства. Данное воздействие на финансовую сферу, прежде всего, направлено на либерализацию движения капиталов с целью, повысить инвестиционную привлекательность экономики. И в это же время, способствует возникновению новых возможностей для финансовых спекуляций и нелегального оттока капиталов из страны.

Анализ Традиционно, для незаконного перевода капитала за рубеж использовались трансграничные торговые операции, когда для реализации фиктивного контракта было необходимо перевести зарубежному партнеру (как правило оффшорной фирме) авансовые платежи, которые потом списывались как штрафы в убытки российской компании. Популярностью пользовались и схема оплаты фиктивных консалтинговых услуг, оказываемых иностранными фирмами. Для перевода капитала за рубеж использовался механизм иностранного инвестирования. Одна из схем предполагала использование ценных бумаги, права на которые учитывались в зарубежном депозитарии. При продаже таких бумаг деньги переходили на иностранные счета. Другая использовала установленную Законом РФ «Об иностранных инвестициях» возможность беспрепятственного перевода доходов иностранного инвестора (репатриация прибыли) от хозяйственной деятельности в России [2].

Созданный в 2002 г. Комитет Российской Федерации по финансовому мониторингу, в дальнейшем Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) совместно с Центральным Банком России провели ряд эффективных мероприятий по пресечению нелегального оттока капиталов [3], однако в посткризисный период 2008-2010 г.г. столкнулись с новой проблемой – схемы с применением криптовалюты.

Криптовалюты – это электронные деньги или цифровые активы, которые создаются частными компьютерными системами без контроля центральных банков. Самая известная криптовалюта на сегодняшний день – биткоин. Целью создания данной системы было введение в оборот нового средства платежа, при помощи которого его обладатели смогут обменивать добытые ими биткоины на товары и услуги. Продавцы этих товаров и услуг согласны принимать биткоины к оплате, потому что уверены в том, что в будущем также смогут тратить полученные ими биткоины на другие товары и услуги. То есть изначально биткоины создавался как альтернативная валюта. Как и другие современные валюты, биткоин не обеспечен реальными активами, а основан на доверии сторон, принимающих его в качестве оплаты.

На текущий момент Минфин РФ против жесткого запрета криптовалюты. Однако, согласно законодательству России, все товары и услуги должны продаваться в рублях. То есть на территории России нельзя деноминировать товары и услуги в другой валюте. Парадокс сложившейся ситуации заключается в том, что торговые сделки в биткоинах считаются нелегальными, а генерировать криптовалюту можно [4].

Результаты Возникает проблема, как максимально эффективно использовать инновационные финансовые инструменты и информационные технологии в развитии экономики России и полноценно интегрироваться в мировое финансовое пространство, не упуская возникающих возможностей [5]. И, в тоже время, как ограничить свободу мошенников, которые используют биткоины в нелегальных транзакциях. Кроме того, нельзя забывать и про возможное финансирование терроризма с помощью цифровых денег.

Следовательно, необходимо дополнительное обоснование введения ответственности за выпуск и оборот криптовалют, определение критериев степени их общественной опасности.

В этой связи стоит рассмотреть возможности адаптации зарубежного опыта в области развития инструментов финансового мониторинга, базирующегося на риск-ориентированном подходе, путем:

1) контроля внедряемых в повседневную практику финансово-информационных инноваций, с целью пресечения отмыывания незаконных доходов и финансирования терроризма;

2) выработки мер по оценке и минимизации новых угроз, связанных с развитием научно-технического прогресса в платежных системах (криптовалюты, биткойны, prepaid карты).

Сейчас UK National risk assessment of money laundering and terrorist financing присуждает цифровым деньгам нижний класс опасности в связи с их сложной процедурой быть украденными, переданными другими лицам и другим причинам. Тем не менее, считать это мнение оправданным не представляется возможным в силу отсутствия полноценной статистики по таким случаям, т.е. использования цифровых валют в криминальных целях⁴.

Рассмотрим отношение к криптовалютам Financial Crimes Enforcement Network (Система борьбы с финансовыми преступлениями США)⁵.

FinCEN дает такое определение криптовалютам: «виртуальная валюта - средство обмена, которое работает как обычная валюта в некоторых средах, но не имеет всех признаков реальной валюты. В частности, у виртуальной валюты нет статуса законного тендера ни в какой юрисдикции».

Поскольку криптовалюты не существуют в форме банкнот или монет, нет возможности оплатить ими мелкие повседневные услуги или продукты. Они только существуют как ряды цифровых символов [5]. Для использования виртуальной валюты нужно открыть счет в одном или нескольких электронных кошельках. Для других пользователей идентификация того, кто владелец, состоит только из адреса электронной почты поддающегося проверке (но при этом существует множество анонимных почтовых услуг), и в некоторых случаях телефона, с которого можно посылать сообщения или получить их (и который может быть анонимным заранее купленным телефоном). Платежи можно осуществлять в банке, который конвертирует реальную валюту в виртуальную, которую можно переслать в другой кошелек любую точку планеты. Виртуальную валюту можно потом обменять на валюту любой другой страны. Таким образом, необходим только адрес пользователя биткойна, чтобы провести финансовую операцию, которая не содержит информации об идентификации. Операция с биткойнами, принимает форму трансфера между биткойновскими кошельками и будет зарегистрирована в специальной структуре для записи группы транзакций, названной «blockchain» [6].

Заметим, что особенности криптовалют могут стать привлекательны для нелегального движения капитала

⁴ UK_NRA_October_2015_final_web.pdf (отчет с официального сайта <https://www.gov.uk>)

⁵ FinCEN Issues Advisory to Financial Institutions on Cyber-Events and Cyber-Enabled Crime, October 25, 2016 (с официального сайта <https://www.fincen.gov>)

в силу их:

- анонимности криптовалют;
- глобального распространения;
- мгновенности транзакции;
- невозможности отказа от выполнения обязательств;
- низкой стоимости транзакций;
- простоты использования;
- постоянного повышения технических стандартов безопасности и анонимности;
- практической невозможности государственного мониторинга транзакций;
- возможности смены адресов регистрации транзакций.

Однако, преувеличивать опасность цифровых валют несколько преждевременно, так как:

- курс криптовалют к официальным деньгам изменяется стремительно и непредсказуемо;
- онлайн-кошелек может стать мишенью для хакеров и воров;
- ещё не отработаны схемы конвертации денег в криптовалюты и их обмен на товары организациями, которым пользователи могут «доверять»;
- возрастающий интерес государств к мониторингу криптовалют.

Выводы Виртуальные валюты представляют собой реальную и находящуюся на стадии становления проблему для всего международного сообщества в части разработки инструментов обнаружения и предотвращения нелегального движения капиталов. К настоящему времени заинтересованные страны проявляют разные подходы к этой проблеме. Некоторые по существу запретили их использование. Другие начали интегрировать виртуальные валюты в существующие регулирующие режимы.

Следующие рекомендации помогут Федеральной службе по финансовому мониторингу решать эту существующую проблему:

1. Обновить рабочую группу по контролю за финансовыми операциями новыми специалистами в области исследования криптовалют.
2. Мотивировать развитие национальных (и международных) саморегулирующих организаций – это способ сбалансировать коммерческую возможность виртуальных валют с их потенциалом для злоупотреблений. Идея состоит в том, чтобы создать неправительственные, саморегулирующие организации, наделенные правом наблюдать за виртуальными валютными операциями в национальной юрисдикции. Саморегулирующие организации обеспечили бы независимость от правительственного контроля, при этом предусматривая защиту прав потребителей и транзакционную целостность.
3. Повышать уровень сотрудничества и обмена знаниями и навыками между бизнесом, агентствами и организациями, ответственными за операции по борьбе с отмыыванием денег и запрет терроризма.
4. Расширять диапазон законодательных актов, которые помогут в судебном преследовании

правонарушителей – иногда проще доказать такое экономическое преступление как отмывание денег в соответствии с существующими законами, чем непосредственно доказать, что фонды использовались для незаконного перевода средств за рубеж.

5. Поддерживать бдительность относительно направлений дальнейшего развития виртуальных валют.

Предложенные меры позволят стабилизировать рынок ценных бумаг и валютный рынок в России и повысят эффективность проводимых Правительством антикризисных мероприятий.

Работа подготовлена при поддержке РФФИ, проект №20-010-00350/

Библиографический список

1. Фешина С.С., Славянов А.С. Цифровизация экономики: проблемы и последствия // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 7. № 5. С. 159-163.
2. Славянов А. С., Хрусталева Е. Ю. «Налоговый механизм повышения эффективности иностранных инвестиций» // ЭНСР №1 (60) 2013, с. 72-80.
3. Безденежных В.М., Земсков В.В., Коновалова О.В., Николаев Д.А., Прасолов В.И., Фешина С.С. Финансовая и налоговая безопасность. Москва, 2019.
4. Клоков Д.В., Мосягин А.Б. Криптовалюты как финансовая составляющая теневой экономики на современном этапе // Вектор экономики. 2019. № 4 (34). С. 112.
5. Корнилов Д.А., Корнилова Е.В. Криптовалюты и токенизация бизнеса // Вестник НГИЭИ. 2019. № 5 (96). С. 107-118.
6. Горда А.С., Горда О.С. Криптовалюты как новый элемент мировой финансовой системы // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2019. Т. 5(71). № 1. С. 10-22.
7. Меркулов С.В. Правовое положение криптовалюты, с учетом анализа судебной практики // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2019. № 5. С. 67-73.

Ценообразование

УДК 519.237.5

Тиндова М. Г. К вопросу об использовании эконометрического анализа на рынке мотоциклетного транспорта

On the use of econometric analysis in the motorcycle transport market

Тиндова М. Г.

к.э.н., доцент кафедры прикладной математики и системного анализа
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.
Tindova M.G.

Candidat of Sciences (in Economics), Associate Professor
Department of Applied Mathematics and System Analysis
Yuri Gagarin State Technical University of Saratov

Аннотация. В работе проводится анализ рынка мотоциклов, основанный на методах эконометрики. На первом этапе исследования была составлена база исходной информации на основе прайс-листов первичного и вторичного рынков мототранспорта, где в качестве переменных использовались ценообразующие факторы. На следующем этапе, основываясь на методах корреляционного анализа, были выделены основные переменные, влияющие на стоимость мотоциклов различных категорий. Использование звезд Мейюса позволило наглядно представить силу влияния ценообразующих факторов на стоимость мотоциклов различных категорий. В результате на основе методов регрессионного анализа были построены модели оценки стоимости мотоциклов, на основе которых была проведена оценка стоимости конкретных транспортных средств, ошибка аппроксимации которых составила 8 – 12%.

Ключевые слова: эконометрический анализ; оценка мотоциклов; модели оценки стоимости

Abstract. In the article, the author carries out an analysis of the Russian motorcycle market based on econometric methods. At the first stage of the study, the author forms a base of initial information based on the price lists of the primary and secondary motor transport markets, where price-forming factors were used as variables. In the next step, based on correlation analysis methods, the author identifies the main variables affecting the cost of motorcycles of different categories. Using the methods of intellectual property valuation, the author makes a clear comparative analysis of the impact of price-forming factors on the cost of motorcycles of different categories. As a result, on the basis of regression analysis methods, the author builds models for the valuation of motorcycles, which were used to estimate the value of specific vehicles whose approximation error was 8 - 12%.

Keywords: econometric analysis; assessment of motorcycles; models of estimation of cost

Рецензент: Харитонова Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Введение. В последнее время наблюдается активное развитие рынка мототехники. Изменение климата в сторону потепления, развитие сети качественных дорог, позволяют увеличивать время сезонного использования мотоциклов, мопедов и прочей техники.

Целью работы является изучение рынка мототехники, а также выявление факторов, определяющих стоимость и построение ценообразующих моделей. В качестве основного объекта исследования были рассмотрены мотоциклы различного назначения.

На первом шаге исследования была составлена база исходной информации на основе мониторинга рынка новой техники, когда в качестве исходной информации рассматривались прейскуранты цен магазинов [1]; а также вторичного рынка мотоциклетной техники – на основе информации, представленной на сайтах купли-продажи подержанных мотоциклов [2].

В качестве эндогенной переменной исследования была выбрана y – цена мотоциклов (тыс.руб); в качестве экзогенных – факторы влияющие на стоимость техники. Переменная x_1 – страна производитель, в нашей базе рассматривались мотоциклы производства Китая, Индии, России, Германии и Японии. Следует отметить, что около половины рынка (48,5%) занимают мотоциклы производства Китая, Россия – 18%, Германия и Япония примерно по 13,5% доли общего рынка.

Переменная x_2 – система охлаждения, которая подразделяется на воздушную, жидкостную и воздушно-масленичную.

Переменная x_3 – фирма-производитель (в нашей работе рассмотрено 10 компаний). Переменные x_4 , x_5 и x_6 – размеры мотоцикла – длина (мм), ширина (мм) и высота по седлу (мм). Переменная x_7 – рабочий объем (куб.см); x_8 – емкость топливного бака (л); x_{10} – мощность мотоцикла (л.с.)

Переменная x_9 – тип мотоцикла. В нашей работе рассматривались мотоцикла пяти типов: кроссовый, дорожный, чоппер, эндуро и турист. Переменные x_{11} и x_{12} – диаметры переднего и заднего колеса (дюйм); x_{13} – вес мотоцикла (кг); x_{14} – тип трансмиссии, которая для целей исследования была разделена на механическую и все остальные.

Переменная x_{15} – расход топлива на 100 км (л); x_{16} – максимальная скорость (км/ч); x_{17} – состояние (новый и б/у).

Результаты корреляционного анализа. На следующем шаге исследования, проводя корреляционный анализ базы исходной информации, было показано [3], что наибольшее влияние на стоимость мотоциклов оказывают такие факторы как x_{10} мощность ($r_{yx_{10}} = 0,916$), x_7 рабочий объем ($r_{yx_7} = 0,908$), x_{13} вес ($r_{yx_{13}} = 0,887$), x_8 емкость топливного бака ($r_{yx_8} = 0,851$). Из габаритов мотоциклов влияющей на стоимость оказалась только длина x_4 ($r_{yx_4} = 0,601$). Несмотря на то, что в 80% случаев мотоциклы имеют разные размеры колес (задние колеса имеют меньший диаметр), влияющей на стоимость оказалась только переменная x_{11} – диаметр переднего колеса ($r_{yx_{11}} = -0,225$). Также анализ показал, что на стоимость более влияющим оказывается фирма-производитель ($r_{yx_3} = 0,538$), а не страна-производитель.

Кроме того, проведенный анализ показал, что от типа мотоцикла зависит его вес ($r_{x_9x_{13}} = 0,669$): самым тяжелыми являются дорожный мотоцикл и чоппер (от 150 до 460 кг), самым легким – кроссовый (от 85 до 105 кг); и емкость топливного бака ($r_{x_9x_8} = 0,609$): самыми вместительными являются эндуро (до 14

л) и турист (до 26,7 л). На эти же показатель оказывает влияние и фирма-производитель ($r_{x_3x_8} = 0,757$ и $r_{x_3x_{13}} = 0,781$ соответственно).

Проведенный анализ также выявил связь между расходом топлива и емкостью топливного бака ($r_{x_7x_{15}} = 0,692$) и рабочим объемом ($r_{x_7x_{15}} = 0,591$).

Результаты регрессионного анализа. Оставляя в базе только значимые переменные и проводя регрессионный анализ [4], на следующем шаге исследования, была построена модель оценки стоимости мотоциклов:

$$y = -727,2 + 14,1 \cdot x_3 + 0,1 \cdot x_4 + 0,3 \cdot x_7 + 18,4 \cdot x_8 + 15,8 \cdot x_9 + 6,2 \cdot x_{10} + 17,3 \cdot x_{11} - 0,3 \cdot x_{13} - 68,5 \cdot x_{14} - 6,1 \cdot x_{17} + \varepsilon.$$

Заключительным этапом исследования является оценка качества полученной модели. В данном уравнении незначимыми переменными по критерию Стьюдента являются x_3 , x_4 , x_9 и x_{13} , остальные – значимы. Коэффициент детерминации равен $R^2=0,856$ и он значим по критерию Фишера [5]. Остатки модели удовлетворяют условиям нормальности (что было проверено по показателям асимметрии и эксцесса), гомоскедастичности (что было проверено по тесту Гольдфелда-Квандта) и отсутствию автокорреляции (тест Дарбина-Уотсона), а ошибка аппроксимации составляет $A=12,2\%$.

В качестве примера работы модели оценим кроссовый мотоцикл Honda 2015 г.в., длиной 2012 мм, с рабочим объемом 286 куб.см, с емкостью топливного бака 10 л, мощностью 30 л.с., диаметр переднего колеса которого составляет 22 дюйма, весом 140 кг, механической трансмиссией. В результате работы модели его цена составляет 167,2 тыс.руб. Цена на рынке подобного мотоцикла 190 тыс.руб, т.е. ошибка прогноза составила 12%.

Результаты анализа по категориям мотоциклов. Если рассмотреть отдельно новые и подержанные мотоцикла, то для первой категории значимыми переменными являются x_7 , x_{10} , x_{13} , x_8 , x_1 , x_4 , x_3 и x_{15} . Для второй – только x_{17} ($r_{yx_{17}} = -0,764$) и x_9 ($r_{yx_9} = 0,502$). На рисунке 1А, используя метод оценки и сравнения объектов интеллектуальной собственности, а именно звезды Мейюса [6], представлена схема влияния на стоимость указанных переменных для новых мотоциклов.

Модель оценки стоимости новых мотоциклов имеет вид:

$$y = -915,9 + 24,2 \cdot x_1 + 5,4 \cdot x_3 + 0,38 \cdot x_4 + 0,37 \cdot x_7 + 7,9 \cdot x_8 + 4,9 \cdot x_{10} + 0,008 \cdot x_{13} - 13,6 \cdot x_{15} + \varepsilon.$$

Здесь незначимы по критерию Стьюдента x_1 , x_8 и x_{15} ; коэффициент детерминации $R^2=0,945$ и он значим по критерию Фишера; ошибка аппроксимации $A=8,9\%$.

Если рассмотреть мотоциклы отдельно по странам-производителям, то для транспорта, произведенного в Китае, влияющими на стоимость являются x_{15} , x_{10} , x_6 , x_8 и x_{12} (рис. 1Б). Для мотоциклов, произведенных в России: x_7 , x_{13} , x_{10} , x_{15} и x_4 ; для Германии: x_7 , x_8 , x_{13} . Для мотоциклов производства Японии и Индии влияние переменных на стоимость составляет около 20 -30% каждая.

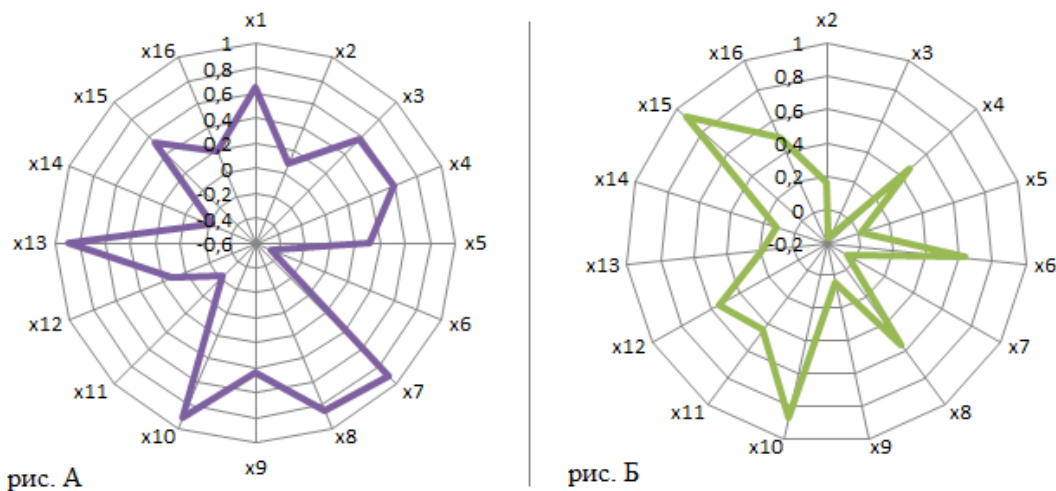


Рисунок 1. Звезды Мейюса для оценки влияния на стоимость переменных:

А) для новых мотоциклов;

Б) для мотоциклов, произведенных в Китае

Оценочные модели по странам имеют вид:

- для Китая: $y = -258,4 + 0,006 \cdot x_6 + 26,7 \cdot x_8 + 8,3 \cdot x_{10} + 2,4 \cdot x_{12} - 2,4 \cdot x_{15} + \varepsilon$, $R^2 = 0,831$, $A = 11,2\%$;

- для России: $y = -990,8 + 0,45 \cdot x_4 + 0,47 \cdot x_7 + 7,09 \cdot x_{10} + \varepsilon$, $R^2 = 0,754$, $A = 12,4\%$;

- для Германии: $y = -621,6 + 158,5 \cdot x_7 + 8,6 \cdot x_8 + 56,1 \cdot x_{13} + \varepsilon$, $R^2 = 0,873$, $A = 10,7\%$.

Модели для Японии и Индии получились полностью незначимыми.

Заключение. Таким образом, проведенное исследование позволило выделить основные ценообразующие переменные на российском рынке мотоциклетной техники. Ими оказались мощность в лошадиных силах, рабочий объем в кубических сантиметрах, емкость топливного бака в литрах. Также исследование показало, что сила влияния данных параметров меняется, если отдельно рассматривать сектор новых мотоциклов, сектор мотоциклов, произведенных в разных странах. Использование методов оценки интеллектуальной собственности, а именно звезд Мейюса, позволило наглядно увидеть различие в силе влияния ценообразующих факторов на стоимость мотоциклов различных категорий.

В результате исследования были построены модели оценки стоимости мотоциклов, прогнозная сила которых составила около 8 – 12%.

Библиографический список

1. Мотосалон Дилер-мото [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dealer-moto.ru/catalog> (дата обращения: 15.02.2020)
2. Сайт Авито.ру: мотоциклы и мототехника в России [Электронный ресурс]. URL: http://www.m.avito.ru/rossiya/mototsikly_i_mototehnika (дата обращения: 15.02.2020)
3. *Тиндова М.Г.* Экономико-математическое моделирование / Саратов, 2013
4. *Тиндова М.Г.* О возможности использования ГИС-технологий в решении задач оценки недвижимости // Экономический анализ: теория и практика. 2005. №4. С. 60-64.
5. *Тиндова М.Г.* Затратный подход в оценке природных ресурсов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. №1 (55). С. 101-103.
6. *Тиндова М.Г., Хоркина В.Д.* Математическое моделирование процесса экономической оценки авторских прав // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2013. №4(8). С. 298-302
7. *Носов В.В.* Теория экономического анализа / Саратов. 2003.

Экономика труда

УДК 33

Баттайван Б., Ганчимэг Ж. Проблема методики оценки микротравмы на производстве (на примере горнодобывающего Предприятия с государственной собственностью (далее – ПГС) “Предприятие Эрдэнэт”) Methodological issues to assess industrial accidents and minor injury cases (On the example of “Erdenet mining corporation” State-Owned Enterprise)

Баттайван Б.

Университет продвинутой ступени бизнеса

Монгольский университет науки и технологии город Улан Батор, Монголия

Ганчимэг Ж.

Университет продвинутой ступени бизнеса

Монгольский университет науки и технологии город Улан Батор, Монголия

B. Battaivan

Graduate School of Business Mongolian University of Science and Technology

Ulaanbaatar, Mongolia

J. Ganchimeg

Graduate School of Business Mongolian University of Science and Technology

Ulaanbaatar, Mongolia

Аннотация. “Безопасность человека” – это область науки, исследующая, снижающие и устраняющие все виды опасности, возникающие во всех сферах жизнедеятельности человека, а также разрабатывающая принципы и методы защиты от опасностей⁶. Принцип предупреждения, предположения и распознавания травмы тесно связана с теорией ученого Хайнриха. Он предположил, что за одним тяжелым несчастным случаем скрывается 30 случаев, приведших к легким травмам. А за этими случаями следуют 300 случаев “близких” к травмам, но без последствий, кроме “шока” работников. Учёный Хайнрих В.Г. упоминал о том, что эти данные как раз и не регистрируются и не ведется их учёт в статистике травм⁷.

В нашей стране действует правило расследования и учёта несчастных случаев, острых отравлений на производстве, целью которого является регулировка отношений расследования, учёта, отчётности и информирования несчастных случаев, острых отравлений на производстве, и действие этих правил распространяется на все хозяйственные единицы, предприятия, независимо от формы собственности⁸. Основной целью деятельности расследования несчастных случаев является детальное установление обстоятельств и коренных причин, приведших к опасному происшествию, а также повлиявших на них факторов, разработка необходимых мероприятий исправления, предупреждения и непрерывного улучшения, направленных на недопущение в будущем такого типа опасного происшествия, и обеспечение выполнения этих мероприятий.

Деятельность расследования несчастных случаев на производстве имеет важное теоретическое и практическое значение. Исходя из выводов исследователей, за одним тяжелым случаем скрывается 30 случаев,

⁶ Д.Шийтэр, Справочник "Менеджмент ОТИПС хозяйственных единиц, предприятий", город Улан-Батор, 2015 год

⁷ Д.Шийтэр, Справочник "Менеджмент ОТИПС хозяйственных единиц, предприятий", город Улан-Батор, 2015 год

⁸ Приложение Постановления Правительства Монголии “Правила расследования и учёта несчастных случаев, острых отравлений на производстве”, город Улан-Батор, 2015 год

приведших к легким травмам⁹. На предприятиях при выполнении работ на рабочих местах происходят случаи получения легкой травмы работниками. Легкая травма или микротравма – это **незначительное повреждение тканей организма работника, вызванное внешним воздействием опасного производственного фактора, которое не повлекло за собой временную утрату трудоспособности работника и необходимость его перевода на другую работу**¹⁰.

В правилах расследования и учёта несчастных случаев на производстве Монголии о расследований и учёте этих событий нет никаких юридических статей, пунктов. Раннее опознавание возможной опасности или происшествия, своевременное установление причин и их устранение не возможно без расследования и учёта микротравм, и это приводит к увеличению рисков в будущем.

Мы не обращаем внимание на нынешнее состояние, когда легкие травмы или незначительные повреждения тканей организма работников, как порезы, ушибы и другие микротравмы, вызванные внешним воздействием опасного производственного фактора, которые не повлекли за собой временную утрату трудоспособности работников, а также близкие к несчастным случаям события, когда работники не получают травмы, а “обходятся” шоком, и нарушения требований правил охраны труда и промышленной санитарий (далее – ОТиПС) не расследуются и не учитываются вовсе.

Поэтому с точки зрения исследователя считаю, что необходимо расследовать и учитывать все опасные происшествия, как несчастные случаи, так и легкие травмы. Статья направлена на проведение исследования и анализа деятельности расследования и учёта несчастных случаев, опасных происшествий на примере передовой горнодобывающей компании Монголии ПГС “Предприятие Эрдэнэт”, определена методика улучшения деятельности оценки несчастных случаев, легких травм с учётом особенностей данной компании, выдвинуты рекомендации и предложение.

Ключевые слова: ОТиПС, травма, оценка, несчастный случай, микротравма, коэффициент частоты, методика, рекомендация

Abstract. “Human security” refers to a scientific field of knowledge¹¹ that studies, reduces, removes and protects against potential dangers and hazards one could face within all aspects of human life, as well as that develops principles and means for prevention and protection against such dangers and hazards. The principle of managing, predicting and sensing any accidents has, therefore, in close relation with the accident triangle first proposed by Herbert William Heinrich. He proposed a relationship of one major injury accident to 30 minor injury accidents. Furthermore, such 30 minor injury accidents lead to 300 no-injury accidents, which are not registered¹² in the accident-related statistics and data. The regulation on exploring and registering cases of industrial accidents and acute poisoning valid in Mongolia is to regulate relations¹³ arising from or in connection with exploring, registering, reporting and informing industrial accidents and acute poisoning cases happened at all levels of companies and organizations. Exploration of accidents has the purposes of detecting and discovering circumstances, basic reasons and influencing factors leading to serious incidents, of developing and providing with corrective, preventive and improvement measures required for further prevention from such incidents, and of securing immediate implementation. Exploration of industrial accidents is of great importance both theoretically and practically. According to the conclusion by researchers¹⁴, 30 minor injury accidents relate to one major injury accident. Employees simply fall victims to minor accidents at workplace during employment or performance. Minor accident or injury includes minor cuts, scrapes and burns, and first aid might be all that’s required and no temporary disability or transfer to another job happens. That’s the definition of minor accident¹⁵. However, the regulation of Mongolia on exploring and registering cases of industrial accidents lacks of legal grounds regarding further exploring and registering such cases. This leads to failure to predict potential accidents, detect and discover reasons within the time specified and remove dangers and hazards, thereby increasing potential risks. Influenced by minor accidents or hazardous circumstances, employees fall victims to injuries like

⁹ <https://safety.army.mil/>, 2017 год,

¹⁰ “Энциклопедия ОТиПС Российской Федерации”, город Москва, 2017 год,

¹¹ D. Shiiter "Occupational health and safety management of organizations and companies" book, Ulaanbaatar, 2015

¹² D. Shiiter "Occupational health and safety management of organizations and companies" book, Ulaanbaatar, 2015

¹³ “Appendix to the resolution by the government of Mongolia”, Regulation on exploring and registering industrial accidents and acute poisoning”, UB, 2015

¹⁴ <https://safety.army.mil/>, 2017,

¹⁵ “Encyclopedia on the occupational health and safety in Russia”, Moscow, 2017,

minor cuts, scrapes and burns, and also they are psychologically shocked at workplace. Unfortunately, all these cases and other occupational health and safety breaches have not been explored and registered. That's why no one really pays attention on such things. For this reason, I, the researcher, consider that all industrial accidents and minor injury cases present at any organization have to be carefully examined and registered. With this research paper, we aimed to conduct survey and analysis on the exploring and registration of industrial accidents and hazardous incidents on the example of "Erdenet mining corporation" State-Owned Enterprise, the leading and largest mining company in Mongolia, to define ways and methods to develop assessment of industrial accidents and minor injury cases in compliance with specifics and circumstances of "Erdenet mining corporation", as well as to develop applicable recommendations and suggestions.

Keywords: Occupational health and safety, injury, assessment, industrial accident, minor injury case, frequency coefficient, technique, recommendations

Рецензент: Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

I. ВВЕДЕНИЕ

Концепция теории расследования и учёта всех происшествий, когда человек не пострадал, но попал в шоковое состояние перед несчастным случаем (далее - шоковых происшествий), и нарушений требований правил охраны труда и промышленной санитарий основано на теориях американских учёных Хайнриха В.Г. и Берда Ф..

В 2003 году компания ConocoPhillips Marine провела исследование на оснований теорий учёных Хайнриха В.Г. и Берд Ф.¹⁶ В результате исследования было установлено, что за 300 случаями, пограничными с несчастным случаем, находится 1 несчастный случай со серьёзными последствиями.

По результатам этого же исследования также было установлено, что в пирамиде безопасности на 1 несчастный случай со серьёзными последствиями влияют 300 легких травм, за 300 000 опасных действий, что является новой ступенью в этой пирамиде. Под действием можно понимать недостаточную подготовку мероприятий обеспечения безопасности, мер и оборудования устранения опасности.

Важную значимость имеет расследование несчастных случаев, легких травм и шоковых происшествий, происходящих на горнодобывающих компаний Монголии с научной точки зрения, его оценка и анализ, поэтому на примере передовой горнодобывающей компании Монголии ПГС «Предприятие Эрдэнэт» было проведено исследование несчастных случаев, сделаны выводы.

II. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для предприятий методика оценки несчастных случаев, легких травм имеет важную значимость для определения основного направления внимания и возможности улучшения деятельности в области ОТиПС¹⁷. Это помогает предприятиям в определений оценки вероятности рисков, возможной опасности, и

¹⁶https://www.researchgate.net/figure/ConocoPhillips-Marine-Safety-Pyramid-adapted-from-Masimore-200711_fig1_326317704

¹⁷ КОО «СВМ», Справочник «Методика внедрения СУОТ», город Улан-Батор, 2012 год,

регламентировании разработок защитных механизмов. Поэтому эта методика сегодня широко применяется по всему миру.

Оценка выше указанных случаев методом системы управления случаями, травм ¹⁸ считается эффективной методикой.

Эта методика системы управления травмами состоит из следующих элементов:

- Отчётность случаев, травм – учёт и документация всех случаев (тяжелых несчастных случаев, легких травм и шоковых происшествий);
- Оценка рисков и их последствий – классификация всех случаев по показателю рисков;
- Расследование случаев и анализ их коренных причин – Расследование и исследование случаев, травм и анализ их коренных причин;
- Рекомендация и мероприятия по исправлению, улучшению – уточнение способности определения рекомендации, деятельности и мероприятий по улучшению, исправлению последствий случаев;
- Временной учёт – исторические данные предприятия по опасным происшествиям;

Хозяйственные единицы и предприятия нашей страны этой методикой раньше не пользовались. Автор этой методикой проводит исследование и анализ случаев на примере передовой горнодобывающей компании Монголии ПГС “Предприятие Эрдэнэт”, а также с помощью данной методики определяет пути избежания опасных происшествий с учётом особенностей данной компании, выдвигает рекомендации и предложение.

2.1. Основная цель Системы управления охраны труда (далее – СУОТ) ПГС “Предприятие Эрдэнэт” заключается в реализации Политики ОТиПС компании, созидании и развитии культуры безопасного производства. Основным принцип СУОТ компании – безопасность является неотъемлемой частью трудовой деятельности¹⁹. Управление, организация и реализация СУОТ компании осуществляется по следующим этапам (Картина №1).



Источник: Положение о системе управления безопасностью труда и промышленной санитарией

Рисунок 1. СУОТ

¹⁸ Ж.Ганчимэг, Г.Манлай “СУОТ организации бизнеса”, город Улан Батор, 2017 год

¹⁹ ПГС “Предприятие Эрдэнэт”, Книга “Положение о Системе управления безопасностью труда и промышленной санитарией”, город Эрдэнэт, 2014 год

2.1.1. Этап Проверки СУОТ имеет основной целью проверку этапа Внедрения и функционирования СУОТ и состоит из следующих элементов управления:

- Внутренний контроль;
- Аудит;
- Оценка соответствия;
- Контроль соответствия;
- Расследование и учёт опасных происшествий, нахождение несоответствия, корректирующие и предупреждающие действия;
- Измерение и мониторинг результативности;

2.1.2. В ПГС “Предприятие Эрдэнэт” все опасные происшествия классифицируются, расследуются и учитываются²⁰:

- **Опасные происшествия, приведшие к вреду здоровья работника:**
 - Несчастные случаи и острые отравления, связанные с производством;
 - Несчастные случаи и острые отравления, не связанные с производством;
 - Микротравмы;
- **Опасные происшествия, не приведшие к вреду здоровья работника:**
 - Опасные события;
- **Дорожно-транспортные опасные происшествия:**
 - Дорожно-транспортные происшествия;
- **Пожароопасные происшествия:**
 - Возгорания;
 - Пожар;
- **Опасные происшествия, связанные с бедствиями:**
 - Опасные явления;
- **Технические аварии.**

2.1.3. Оценка потерянного времени вследствие травмы: Оценка потерянного времени вследствие травмы рассчитывается по следующей формуле:

$$LTI = \text{Случай} + PPD + LWC \quad (1)$$

Где:

LTI - Потерянное времени вследствие травмы;

²⁰ ПГС “Предприятие Эрдэнэт”, Книга “Положение о Системе управления безопасностью труда и промышленной санитарией”, город Эрдэнэт, 2014 год

Случай – это цепочка непредвиденных событий, в результате которого человек получает увечья или иные повреждения здоровья; единица измерения – человек;

PPD – Потеря половины трудоспособности; единица измерения – человек;

LWC – Потерянная работа или оставленная работа работником/ подрядчиком вследствие получения травмы, рассчитывается с начала следующего дня; единица измерения – сутки

$$LTIF = \frac{LTI}{\text{ОТКРЫТОЕ ВРЕМЯ}} \times 200.000 \quad (2)$$

Где:

Открытое время – общее время выполнения работ работником/ подрядчиком. Входит время начала и конца работ, время в служебной командировке, не входит время, затраченное на путь с дома на работу.

Total Recordable Injuries – количество учтённых травм

TRI = Сумма (количество смертельных случаев + количество потери трудоспособности + количество травм, вследствие которых полностью потеряна трудоспособность + количество оказанной медицинской помощи)

2.1.4. Коэффициенты частоты несчастных случаев и легких травм рассчитываются по следующим формулам:

$$k_{\partial} = \frac{1000 \cdot n}{A} \quad \text{или} \quad k_{\partial} = \frac{n}{B} \quad (3)$$

Где:

Показатель частоты несчастных случаев или риск получения травм, смерти, потери трудоспособности, также риск получения травм женщин рассчитано по международному примеру на 10000 человек. Коэффициент частоты несчастных случаев – это количество случаев за отчётный период на 1000 работников. В некоторых случаях показатель частоты несчастных случаев с целью сравнения с другими похожими предприятиями, с другой отраслью выражается как отношение продукции производства к количеству случаев.

n – количество случаев или количество пострадавших работников за отчётный период;

A – среднесписочное число работников;

B – количество продукции производства за отчётный период;

2.2. Все случаи классифицируются по вероятности рисков и влиянию последствия, используя матрицу рисков.

2.3. Методом статистики будет сделан анализ состояния несчастных случаев, легких травм компании ПГС “Предприятие Эрдэнэт” за последние 5 лет.

2.4. На оснований анализа состояния несчастных случаев, легких травм компании ПГС “Предприятие Эрдэнэт” будут выдвинуты рекомендации и предложения по корректирующим и улучшающим мероприятиям.

2.5. На оснований исторических данных компании ПГС “Предприятие Эрдэнэт” по опасным происшествиям, несчастным случаям и легким травмам будет сформирована база данных и разработано программное обеспечение по исследованию и учёту случаев.

III. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ

Рассчитаем и дадим оценку частоте возникновения несчастных случаев и легких травм методом математической статистики передовой горнодобывающей компании Монголии ПГС “Предприятие Эрдэнэт”.

Исходя из исследований данных опасных происшествий компании ПГС “Предприятие Эрдэнэт” за последние 5 лет видно, что за 2018 год коэффициент частоты несчастных случаев составил 0,67, а коэффициент частоты микротравм – 0,33. Что подтверждает острую необходимость обязательного исследования и учёта микротравм, разработки методики его исследования, принятия своевременных мер по коррекции и улучшению.



Источник: По разработке исследователя

Рисунок 2. Коэффициент частоты несчастных случаев



Источник: По разработке исследователя

Рисунок 3. Коэффициент частоты микротравм

По результатам оценки данных опасных происшествий компании ПГС “Предприятие Эрдэнэт” за последние 5 лет методикой системы управления травм обнаруживаются следующие обстоятельства:

1. Хотя в результате микротравмы работник и не теряет трудоспособность, но создается вероятность материальных затрат оказанной врачебной помощи, расходов из-за снижения производительности труда этого работника, простоя оборудования, и замены работника другим работником, вследствие чего образуется статья дополнительной заработной платы.

2. При нарушениях требований правил ОТиПС, технологий производства при выполнении работ работник не только получает микротравму, также создаются серьезные риски возникновения опасной ситуации с серьезными последствиями.

3. Своевременное выявление опасности легких травм и микротравм работников создает возможность снижения финансовых расходов и уменьшения контура работ по расследованиям и предупреждению несчастных случаев и профессиональных заболеваний.

На оснований оценки вышеуказанных обстоятельств методикой системы управления травм выдвигаем следующие рекомендации и предложения:

1. Есть основания приравнивать случаи получения микротравм работниками при выполнении работ, вызванные внешними воздействиями опасных производственных факторов, к несчастному случаю на производстве²¹.

2. Под руководством Отдела ОТиПС этого предприятия создать внештатную комиссию, целью работы которой является расследование, учёт и анализ причин и обстоятельств микротравм и других опасных происшествий, разработать и ввести в действие положение её работы.

2. Разработать методику реальной оценки опасностей, рисков рабочих мест, где произошли микротравмы и другие опасные происшествия, объективного анализа, учёта потери рабочего времени получившего микротравму работника, финансовых и производственных убытков из-за потери работы этого работника.

IV. ВЫВОД

По результатам оценки данных по несчастным случаям, связанных с производством, и микротравм компании ПГС “Предприятие Эрдэнэт” за последние 5 лет методикой системы управления травм считаю, что необходимо в обязательном порядке расследовать, учитывать и анализировать причины и обстоятельства микротравм, а также внести изменения в “Правила расследования и учёта несчастных случаев, острых отравлений на производстве”, которое утверждается Постановлением Правительства Монголии, по расследованию и учёту микротравм. Таким образом на предприятиях в рамках политики по “обнулению” происшествии создается возможность полного расследования и учёта опасных происшествий, принятия корректирующих мероприятий, что в свою очередь приводит к улучшению следующих профилактических работ по ОТиПС:

²¹ ПГС “Предприятие Эрдэнэт”, Книга “Положение о Системе управления безопасностью труда и промышленной санитарией”, город Эрдэнэт, 2014 год

• Считаю, что есть основания приравнять микротравмы к несчастным случаям на производстве согласно пункту 3.1.20 статьи 3 Закона Монголии “О безопасности труда и промышленной санитарии”. А “Правила расследования и учёта несчастных случаев, острых отравлений на производстве”, которыми утверждается Постановлением Правительства Монголии, должны охватывать микротравмы на предприятиях, микротравмы обязательном порядке должны расследоваться и учитываться,

• Хозяйственные единицы, предприятия должны создать внештатную комиссию по расследованию, учёту и анализу причин и обстоятельств микротравм, разработать и ввести в действие положение её работы,

• Хозяйственные единицы, предприятия должны проводить мониторинг и анализ обстоятельств микротравмы, рассчитывать финансовые и производственные убытки из-за потери работы причастного работника, своевременно принимать корректирующие и профилактические мероприятия,

• На основании анализа причин и обстоятельств микротравм должно проводиться повторная оценка рисков, своевременно приниматься корректирующие мероприятия, направленные на снижение рисков, обогащаться база данных по возможным опасностям,

• Применительно к Предприятию с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт” важно внедрение и постоянное применение в деятельности оповещения об опасности, листов контроля серьёзных рисков и других мер, направленных на раннее выявление опасности на рабочих местах и создание условия для их устранения с участием работников,

• Предприятию с государственной собственностью “Предприятие Эрдэнэт” в дальнейшем необходимо обращать внимание на постоянное улучшение комплексного показателя ОТиПС путём улучшения деятельности планирования, организаций и контроля.

Библиографический список

1. Д.Шийтэр, Справочник "Менеджмент ОТиПС хозяйственных единиц, предприятий", город Улан-Батор, 2015 год
2. Приложение Постановления Правительства Монголии “Правила расследования и учёта несчастных случаев, острых отравлений на производстве”, город Улан-Батор, 2015 год
3. “Энциклопедия ОТиПС Российской Федерации”, город Москва, 2017 год,
4. Ж.Ганчимэг, Г.Манлай “СУОТ организации бизнеса”, город Улан Батор, 2017 год
5. КОО “СВМ”, Справочник “Методика внедрения СУОТ”, город Улан-Батор, 2012 год
6. ПГС “Предприятие Эрдэнэт”, Книга “Положение о Системе управления безопасностью труда и промышленной санитарией”, город Эрдэнэт, 2014 год
7. <https://safety.army.mil/>,
8. <https://www.researchgate.net/figure>

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 33

Гагарина М.В. Устойчивое развитие предприятий в условиях цифровой ЭКОНОМИКИ

Sustainable business development in a digital economy

Гагарина Маргарита Викторовна,

кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры финансов и управления банковской деятельностью в Вооруженных Силах ФГКУ Военный университет.

Gagarina Margarita Viktorovna,

Candidate of Economics, Senior lecturer of the Department of Finance and banking management in the Armed Forces FGKU Military University.

Аннотация. В условиях высокой степени неопределенности предпринимательской деятельности резко возрастает интерес к проблемам обеспечения устойчивого развития предприятий, их способности быстро и эффективно осуществлять диагностику и трансформировать работу, адекватно отвечая на изменения внешней и внутренней среды в эпоху цифровой экономики.

Ключевые слова: Цифровая экономика, кадровое обеспечение, финансовый менеджмент, финансовая политика, цифровые платформы, устойчивое развитие

Abstract. In conditions of high uncertainty of business activity, there is a sharp increase in interest in the problems of ensuring sustainable development of enterprises, their ability to quickly and effectively diagnose and transform their work, adequately responding to changes in the external and internal environment in the era of the digital economy.

Keywords: Digital economy, human resources, financial management, financial policy, digital platforms, sustainable development

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва

Внедрение цифровых технологий во всех сферах – важнейшее условие устойчивого развития страны. Цифровизация экономики необходима для создания удобных площадок для комфортного взаимодействия государства и предприятий, для снижения административной нагрузки на бизнес, повышения эффективности и прозрачности экономики и всей системы государственного управления.

Снижение административной нагрузки на бизнес и совершенствование государственного управления с использованием новых технологий уже являются магистральными направлениями работы в современных реалиях.

Цифровая экономика представляет собой такую деятельность, при которой важным фактором производства являются данные представленные в цифровом виде, обработка больших объемов данных и применение итоговых оценок, которые по сравнению с традиционными методами деятельности разрешают значительно повышать результативность разных видов деятельности, применяемых технологий, оборудования и машин, хранения, предпродажной подготовки и продаж, логистики и доставки товаров и услуг.

Совершенствование процесса производства на предприятии предусматривает постоянную реализацию системы мер и эффективному использованию финансово-экономических, материально-технических и трудовых ресурсов в целях достижения значительного прироста объемов производимой продукции, получения максимального объема продукции с высочайшего качества и при минимальном расходовании средств; выстраивание согласованности отношений и связей между структурными подразделениями предприятия, их взаимодействие; обеспечение необходимой согласованности и координации действий структурных подразделений компании, увязку функций каждого элемента производственной структуры, необходимых для скоординированной организации и поддержания уровня бесперебойной деятельности предприятия. В процессе выполнения этих критериев могут быть достигнуты результаты в виде интенсивного обновления производственно-финансового потенциала производителей товаров и активного внедрения новых высокопроизводительных ресурсо-энергосберегающих технологий. По инициативе банка России в период 2017-2019 гг. обозначена перспектива пилотирования распределенных реестров в сфере цифровизации управления экономикой по пяти направлениям: система обмена финансовыми сообщениями, цифровой аккредитив, депозитарный учёт электронных закладных, обмен информацией для КУС (knowyourcustomer – знай своего клиента) и цифровые банковские гарантии.

В послании к Федеральному Собранию РФ Президент РФ Путин В.В. призвал совершить технологический рывок, направив стремления на эффективное применение накопленного в мире технологического потенциала, с целью вывода российской экономики на новый уровень развития, где будет доминировать автоматизация, искусственный интеллект и цифровые платформы, обеспечивающие устойчивость государству и бизнесу.

Цифровизация является системообразующим трендом для устойчивого функционирования современных предприятий в области точного земледелия, управления парком машин и оборудования, роботизации (в т.ч., применение дронов) и в использовании так называемых банков «больших данных». Это дает возможность вектор развития производства резко направить на преодоление имеющегося разрыва в эффективности с прогрессивными европейскими товаропроизводителями и значительно повысить устойчивость развития.

Результаты научных исследований выявили, что от применения новейших цифровых технологий финансово-экономические показатели хозяйствующих субъектов резко повышаются: организации, наиболее активно применяющие новые подходы при подборе технологии, в среднем на 26% прибыльнее своих

конкурентов, а организации, пока не выбравшие стратегию устойчивого развития, имеют отрицательные показатели в сравнении с другими участниками рынка – минус 24%.

Совершенствование отношений с контрагентами в сфере материально-технического снабжения. Ключевая задача служб снабжения организаций - оптимальное и своевременное обеспечение процессов производства потребными материально-техническими средствами надлежащей качества и комплектности. Решая эту задачу, работники служб снабжения постоянно должны изучать и учитывать спрос и предложение на все потребляемые организацией материально-технические ресурсы, учитывать уровень и изменение цен на них, а также на услуги посреднических фирм, находить более экономичную схему товародвижения, оптимизировать объемы запасов, минимизировать транспортно-заготовительные и складские расходы. Срыв сроков поставки продукции является одной из причин несоблюдения сроков выпускаемой промежуточной или конечной готовой сельскохозяйственной продукции в последующих звеньях продовольственной цепи. При этом, несоблюдение условий к заказываемым и поставляемым материально-техническим ресурсам по качеству и объемам приводит к росту себестоимости производимой продукции. В свою очередь, своевременная поставка производству материально-технических ресурсов нужного качества, комплектности и ассортимента позволяет сократить затраты труда на производство продукции и потери времени.

Повышение эффективности финансового менеджмента в процессе предпринимательской деятельности организации состоит в разработке эффективных методов по улучшению ее финансового состояния, максимизации прибыли, укрепления экономической состоятельности, роста финансовой устойчивости и стабильности с помощью конкретной рационально выработанной финансовой политики.

К основным вопросам, которые встают перед финансовым менеджментом, относятся: снижение дефицита собственного оборотного капитала, которое возникает в результате неэффективной производственно-коммерческой деятельности; обеспечение повышения технико-технологического развития производства; увеличение эффективности использования производственных ресурсов организаций, снижение себестоимости и убытков; снижение сверхнормативных остатков незавершенного производства, производственных запасов, готовой продукции; обеспечение привлечения заемных средств на выгодных (льготных) условиях; обоснованное расширение хозяйственной деятельности.

Развитие инвестиционной системы связано в первую очередь с обеспечением финансовыми ресурсами как за счет собственных источников (амортизация на основной капитал, отчисления от прибыли на инвестиционные нужды; привлеченные средства в результате выпуска и продажи организацией акций; иные виды активов), так и внешних (государственная поддержка из федерального, регионального и местных бюджетов, предоставляемая на безвозмездной основе; иностранные инвестиции; различные формы заемных средств на льготных и общих условиях). Собственные финансовые ресурсы обеспечивают самофинансирование.

Оптимизация использования мер государственной поддержки, связано с достижением соответствия между поставленными целями оказания господдержки в сфере устойчивого развития предприятий и ожидаемыми результатами мер господдержки, и механизмами их реализации, включая обеспечение необходимого уровня финансирования.

Эффективная система налогообложения являются мощным инструментом управления экономикой. В зависимости от применяемого организацией режима налогообложения зависит сумма налогов, которые уплачиваются в бюджет государства, что в свою очередь ведёт к формированию определённых затрат товаропроизводителя, связанных с необходимостью исполнения налоговых обязательств перед бюджетом страны.

Обоснованный выбор системы налогообложения, как правило, не всегда зависит от пожеланий налогоплательщиков, так как он определяется законодательством. Несмотря на применяющуюся строгость ограничений по использованию разнообразных систем налогообложения практически всегда есть варианты применения более выгодной системы налогообложения. Оценивая выгодность ситуации при выборе системы налогообложения вполне успешно можно минимизировать налоговую нагрузку для организаций.

Ключевой технологией, на основе которой функционируют новые инструменты обеспечения сбыта и осуществления расчётов, является блокчейн. Блокчейн – распределённая база данных, которая содержит информацию обо всех транзакциях, проведённых участниками системы. Новая технология обещает снизить операционные издержки, преобразовать развивающиеся страны и вообще перекроить финансовую систему.

Развитие цифровой экономики в России набирает обороты, в то время как на глобальном уровне процесс применения цифровых и информационных технологий в хозяйственной, управленческой и другой деятельности идёт уже не одно десятилетие. Интенсивность развития цифровой экономики в развитых странах определяется применением сервис-ориентированного подхода во всех общественных отношениях.

Библиографический список

1. Программа «Цифровая экономика» утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р.
2. Стратегия пространственного развития Российской Федерации до 2025 года. Стратегия утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р.
3. Гагарина М.В. Развитие коммерческой деятельности агропредприятий Калужской области в условиях импортозамещения / М.В. Гагарина // Путь в науку профессиональное обучение: потенциал развития региональной экономики: материалы регионального форума «Вектор профессионального развития» (14-15 декабря 2017 года). – Орел – С. 169-174.
4. Гагарина М.В. Система эффективного функционирования внутрихозяйственного экономического механизма сельскохозяйственных организаций / М.В. Гагарина // Путь в науку. Конфигурация профессионального образования под запросы бизнеса: материалы Всероссийской научно-практической конференции (29-30 мая 2018). – Орел. – С. 30-35.
5. Гагарина М.В. Механизмы субсидирования сельскохозяйственных организаций Калужской области / М.В. Гагарина // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №5 (70). – С. 237-240.

УДК 33

Глущенко В.М., Пронькин Н.Н. Междисциплинарный подход в исследовании сложных систем

An interdisciplinary approach to the study of complex systems

Глущенко В.М.,

д.э.н., д.в.н., профессор, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации – Московский городской университет управления Правительства Москвы.

Пронькин Н.Н.,

к.э.н, доцент – ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет).

Glushchenko V.M.,

doctor of Economics, doctor of Economics, Professor, honorary worker of higher professional education of the Russian Federation-Moscow city University of management of the government of Moscow.

Pronkin N.N.,

PhD, associate Professor - SECHENOV First Moscow state medical University of the Ministry of health of the Russian Federation (Sechenov University).

Аннотация. В статье на основе системного анализа рассмотрены императивы развития и модернизации московского мегаполиса как сложной системы.

Ключевые слова: московский мегаполис, сложная система, концепция развития московского мегаполиса.

Abstract. The article considers the imperatives of development and modernization of the Moscow megapolis as a complex system based on the system analysis.

Keywords: Moscow megapolis, complex system, concept of development of the Moscow megapolis.

Рецензент: Гурнович Татьяна Генриховна, д.э.н, профессор, кафедра организации производства и инновационной деятельности. ФГБОУ ВО "Кубанский ГАУ"

В силу уникальности Москвы как сложной, саморазвивающейся системы, трудно рассмотреть исторические аналоги или использовать натуральный эксперимент. Но можно осуществить решение прогностических задач на базе системного подхода и междисциплинарного представления о сложившемся и прогнозируемом состоянии мегаполиса. На основе современных информационных технологий возможно выделить ключевые параметры, определяющие его развитие на макроуровне, строить прогноз развития мегаполиса по различным, в том числе альтернативным, сценариям, выявлять скрытые риски и скрытые ресурсы. Общество должно представлять опасности, свои возможности и меру ответственности, которую оно несет за происходящее в системе, частью которого является.

Концепция развития московского мегаполиса определяется идеей использования инновационного потенциала двух сопряженных систем – управления и творческого потенциала населения города. Такой

принцип заложен в первоочередные государственные программы развития города Москвы²². Основу документа, определяющего стратегию развития Московского мегаполиса на перспективу, составляет концепция устойчивого (самоподдерживающегося) развития. Москва рассматривается как единая, целая система во всей её сложности, развитие которой определяет человек и когнитивные технологии. Современная правящая элита осознала проблемы, которые волнуют население города. Становится очевидным, что вырабатывается продуманная, последовательная, научно обоснованная политика во всех сферах жизнедеятельности региона.

Такой мегаполис, как московский, описывается множеством не сводящихся друг к другу показателей. При изучении и прогнозировании его развития важно учитывать всё множество возмущающих внутренних и внешних факторов, т.к. любой неучтенный параметр может существенно повлиять на развитие системы и сделать «упрощенный прогноз» далеким от действительности.

Важное значение обретает четкое взаимодействие всех составляющих подсистем и предоставление подсистемам достаточно широкой возможности проявлять инициативу, творчество, свободу в решении своих профессиональных задач и проблем. Только при таком взаимодействии система не взорвется от внутреннего напряжения, от напора внутренней энергии.

Московский мегаполис отличался и отличается сверхскоростным развитием и крутыми подъемами, и поворотами в экономической и социальной сферах.

Многие знаковые этапы развития страны сопровождались увеличением Москвы. Так было в 1930-е годы, в период индустриализации, когда в столице возникли новые производства. В 1961 году последовало очередное расширение до Московской кольцевой автодороги, благодаря чему удалось снизить остроту жилищной проблемы, заложить основу для создания столичной агломерации, создать ряд городов-спутников и наукоградов. В 2011 году вновь был поднят вопрос о расширении границ Москвы для решения ряда принципиальных задач.

Уникальность московского опыта в XXI веке показала, насколько важные методологические и концептуальные аспекты проблемы возникли на пути преодоления мощной концентрации всего и вся в этом городе, как наследия многовекового развития централизованной самодержавной страны и 75-летнего развития сверхцентрализованного Советского Союза. Не разрушая собственного прошлого и строя новое будущее, важно установить разумную преемственность, способную обеспечить стабильность развития города. Обществу, гражданам необходимо принять новые правила жизни и новые табу, изменить шкалу ценностей и, вместе с тем, понять и почувствовать ответственность за судьбу своего Отечества и столицы (в иных условиях!) и вести себя сообразно с этой ответственностью.

²² Об утверждении перечня первоочередных программ города Москвы на среднесрочный период (2011-2016 гг.). Постановление Правительства Москвы от 25 октября 2011 года № 489-ПП (Вестник Мэра и Правительства Москвы, № 61. 01.11.2011).

Гигантский город не мог жить только благодаря инерции предыдущих столетий. На рубеже XX–XXI вв. по-новому нужно было решать проблемы «власть и собственность», «власть и человек», «город и человек», «Москва и федеральная власть», «Москва и Россия» и другие. Требовались новая политика в сфере хозяйствования, новые технологии управления московским мегаполисом.

Столичный мегаполис относится к тем пространственным фигурам, по отношению к которым важно выработать научные рекомендации для того, чтобы проанализировать механизмы, ответственные за возникновение, функционирование сложной системы. Главным являются: наличие стратегической цели развития, выработка тактики и первоочередности развития подсистем, кадровое обеспечение соответственно историческому моменту, учёт того, что в процессе совместного действия частей системы у целой системы появляются новые свойства, которыми не обладают её части.

Философско-методологический анализ функционирования модели, траектории, а также закономерностей развития и управления мегаполисом может стать поддержкой социально-конструктивных инноваций, обеспечить разумную преемственность для московской политики и стабильности развития мегаполиса.

Понятие «мегаполис» ввёл в обиход социолог Льюис Мэмфорд в 30-е годы XX века. С помощью этого термина он пытался обозначить новую фазу кризиса урбанизма (лат. *urbanus* – городской; направление в градостроительстве XX в., утверждающее необходимость создания и развития больших городов). В настоящее время термин «мегаполис» заменяет словосочетание «урбанизированные территории».

Преодолев свои границы, город пускает корни в глубину окружающего региона, что делает мегаполис не только устойчивым, но и почти вечным. Мегаполис не поглощает входящие в него агломерации и является формой расселения более высокого уровня. «Агломерация» связывается со скоплением населенных пунктов и объединением их в единое целое интенсивными и разнообразными связями, способными распространять преимущества крупного мегаполиса на окружающий его район.

Город-мегаполис одновременно становится средоточием политико-правовой и социальной активности и представляет, по существу, модель общества в миниатюре. Здесь складывается особый тип социальных контактов на неформальной основе, которые характеризуются высокой мобильностью, не случайно именно крупный город – центр политико-правовой, социально-экономической жизни – всегда был местом важнейших общественных событий.

Город-мегаполис все в большей степени распространяет свое доминирующее влияние на окружение, втягивает в орбиту своих влияний население целого региона и тем самым объединяет в функционально-пространственное образование большие территории, иногда совершенно различные по своим природным характеристикам, степени освоения и характеру использования. Все больше усиливаются связи между отдельными городами на основе межгородской транспортной сети, формируются взаимосвязанные системы городов-мегаполисов.

Понятие «мегаполис» трактуется как рост больших индустриальных городов, сопровождающийся их слиянием с прилегающими ареалами.

Таким образом под «мегаполисом» следует понимать концентрированную форму расселения людей, отнесенную к категории крупных, крупнейших и сверхкрупных городов и связанную со слиянием границ этих городов с прилегающими ареалами-конурбациями. Под конурбациями понимается сращивание небольших городов и иных поселений с мегаполисами, обусловленное эффектами результативности приближения.

Город-мегаполис – это крупный город, образовавшийся в результате концентрированной формы расселения людей со слиянием ареалов-конурбаций в единое социально-экономическое и политико-правовое территориальное пространство (в публикациях ООН – с числом жителей более 10 млн чел.).

Мегаполисы всегда были родоначальниками прогрессивных идей и передового опыта, что в свою очередь требует особого внимания к проблемам их регулирования и совершенствования.

Имеется также и специфика при осуществлении самоуправления в городе-мегаполисе, которая заключается в самостоятельности местного самоуправления крупного города как субъекта, созданного слиянием нескольких городских и пригородных территорий в единое социально-экономическое и политико-территориальное пространство. Специфика самостоятельности самоуправления в городах-мегаполисах влияет и на формирование на их территориях системы местного самоуправления, отличной от остальных городских территорий России.

В городе-мегаполисе управление может быть организовано по-разному (в зависимости от ресурсов и сложности решаемых задач), но зависит от временных циклов, таких, как время разработки и действия бюджета, срок полномочий органов местного самоуправления и т. д.

Современное состояние местного самоуправления в городах-мегаполисах характеризуется множеством проблем, вызванных неразвитостью законодательства, его экономической основы, не всегда оправданным вмешательством органов государственной власти в работу органов местного самоуправления, а иногда и несовершенством государственной политики по вопросам местного самоуправления.

Проблемы, вставшие перед московским мегаполисом, как правило, являются междисциплинарными, выходящими за рамки отдельных сфер жизнедеятельности и научных дисциплин. На подобные системные вызовы должен быть дан и системный ответ.

Междисциплинарный подход является насущной необходимостью в связи с повышением требований к качеству управления, ограниченностью организационных, административных, финансовых инструментов, типовых иерархических управленческих структур.

В настоящее время всё шире используются новые типы и стратегии управления социально-экономическими и социально-технологическими системами. Среди них информационное, рефлексивное, трансформационное управление, «управление хаосом». Череды «оранжевых» революций и «переформатирование Ближнего Востока» показывают, насколько важны сегодня эти технологии. Все они, в

значительной мере, опираются на системное видение общества, на нелинейную науку, на компьютерное моделирование – в итоге, на междисциплинарный подход.

Мир, в том числе и Россия вступила в эпоху глобализации быстрых и глубоких перемен. Руководство нашей страны в связи с этим обозначило в качестве стратегической задачи модернизацию России. В этом контексте особое значение приобретает развитие творческого потенциала будущих специалистов, их инновационная активность и освоение ими технологий проектирования будущего.

Традиционное бизнес-образование готовит людей к реализации «коротких проектов», бизнес-цикл которых занимает от нескольких месяцев до года. Однако масштабные технологические и социальные сдвиги (с которыми и связана модернизация) требуют специалистов, способных управлять масштабными проектами в «медленном времени» (5–15 лет), умеющих заглядывать в будущее, ставить и решать большие, новые, масштабные задачи, эффективно управлять рисками. Время «узких специалистов» и «исполнителей отдельных поручений» в большинстве управленческих структур прошло.

Междисциплинарный подход позволяет специалистам более активно и творчески использовать уже полученные знания, видеть «единство в многообразии». Это особенно важно для гуманитарной составляющей подготовки будущего управленца.

Смыслы, ценности, культурные нормы, образы будущего, моральные императивы, духовная сторона жизни всё в большей степени будут определять перспективы цивилизаций, стран, регионов, мегаполисов.

В сфере управления в настоящее время происходит научно-техническая революция, которую можно назвать когнитивной. Предшествующая научно-техническая революция была связана с широким использованием компьютеров в управлении. Большой объём рутинной работы по подготовке, редактированию, оформлению, доставке и представлению информации удалось переложить на персональные компьютеры и Интернет.

Однако эти новшества в весьма небольшой степени затронули, собственно, управленческую деятельность – мониторинг, анализ, прогноз, подготовку решений, контроль исполнения, оценку результатов и т.д. В 1970-х годах большие надежды возлагались на автоматизированные системы управления (АСУ), в 1990-х на ситуационные центры. К сожалению, эти системы, использующие компьютеры, за небольшим исключением не оправдали возлагавшихся на них надежд.

В настоящее время в управлении на национальном, региональном, городском, корпоративном, отраслевом уровне наметилась тенденция к созданию и использованию человеко-машинных систем следующего поколения – когнитивных центров.

Эти инструменты поддержки управленческой деятельности представляют собой синтез систем математических моделей, экспертного знания (при этом привлекаемые к обсуждению эксперты могут находиться как в стране, так и за её пределами), программно-аппаратных комплексов, позволяющих работать с большими информационными потоками, базами данных и знаний, алгоритмами согласования интересов взаимодействующих субъектов.

Создание когнитивного центра по управлению мегаполисом представляется принципиально важным. Руководители Москвы и учёные должны говорить друг с другом на одном языке – конкретно и предметно – и об одном и том же, о реальных проблемах и перспективах города. Иначе это и не очень конструктивно, и не очень интересно для обеих сторон. Когнитивный центр позволяет «погрузить» активную, деятельную и конструктивную часть учёных в текущую реальность Москвы. Это позволит, с одной стороны, отбирать наиболее яркие, интересные идеи и проекты, рождающиеся в сфере науки, и «вписывать» их в планы Правительства Москвы, с другой – находить людей, которые готовы участвовать в решении важных и острых проблем города.

Имитационные модели позволяют «проиграть» процесс управления городом и предвидеть наиболее вероятную реакцию его жителей на управляющие воздействия. Такое приобщение к стратегическому уровню мышления трудно переоценить. Гораздо лучше, дешевле и гуманнее делать и исправлять ошибки в управлении столицей в ходе вычислительного эксперимента, чем действовать методом проб и ошибок, управляя реальными людьми и процессами, и огромными ресурсами.

Москва, как и многие другие города мира, живет в «быстром времени» – возникающие в городе чрезвычайные ситуации (ЧС) должны ликвидироваться в течение часов. В то же время наука живёт в неспешном «медленном времени». Это порождает не востребованность её потенциала и связанные с этим корпоративность, клановость, застой. Налаживание деловых контактов, «дружественного интерфейса» между «большой наукой» и системой управления города дело сложное и трудоёмкое. Необходимо «переводить» на язык практических дел рекомендации учёных, предоставить рабочее время сотрудникам Правительства Москвы, и так перегруженным текущими делами, внимательно освоить мысли учёных, объективно и качественно оценить эффект от тех действий, которые необходимо принять.

Модернизация системы управления Москвой связана с обеспечением возможности работать в сфере управления в «быстром времени», опираясь не только на интуитивные представления первых лиц и удачные образцы, но и на научную поддержку, компьютеризированные системы управления, экспертные знания и количественные оценки. И с этой точки зрения, создание когнитивного центра в системе Правительства Москвы может иметь принципиальное значение.

Когнитивный центр является идеальным инструментом для командно-штабных учений в масштабах города, говоря военным языком.

В современных условиях особое значение приобретает междисциплинарная подготовка будущих сотрудников системы управления Москвы. В век глобализации существует такой подход, который предполагает, что экономистов нужно учить в основном экономике, юристов – юриспруденции. Статьи физиков должны быть в физических журналах, экономистов – в экономических. Каждый «сверчок» должен был «знать свой шесток» и не залезать на чужую «делянку».

Против такой узкой специализации и жёсткого междисциплинарного деления возражал в своё время ещё М.В. Ломоносов, полагавший, что ответы на многие глубокие вопросы лежат на стыке нескольких наук, а дела общественные вообще требуют всестороннего рассмотрения.

Библиографический список

1. Gluschenko V.M., Pronkin N.N. The degradation of society as a process of destruction of the individual, society and the state. *International Journal of Professional Science*. 2019. № 8. С. 14-20.
2. Greibo S.V., Pronkin N.N., Filippova O.V. Information system for monitoring the movement of drug products. В сборнике: *Advances in Economics, Business and Management Research Proceedings of the International Scientific and Practical Conference on Digital Economy (ISCDE 2019)*. electronic edition. 2019. С. 924-928.
3. Komarova A., Tsvetkova L., Kozlovskaya S., Pronkin N. Organisational educational systems and intelligence business systems in entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*. 2019. Т. 22. № 5. С. 15.
4. Kurilova, A., Lysenko, E., Pronkin, N., Mukhin, K., & Syromyatnikov, D. The impact of strategic outsourcing on the interaction market in entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*. 2019. Т. 22. № 4. С. 15.
5. Novikov A.N., Pronkin N.N. Smart city science management. *International Journal of Professional Science*. 2019. № 6. С. 34-39.
6. Барышова М.В., Белый В.С., Глущенко В.М., Ибратова Ф.Б., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н. Социальное предпринимательство: научные исследования и практика. Нижний Новгород, 2019.
7. Глущенко В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н. Количественная оценка информационной безопасности мегаполиса. *Экономические исследования и разработки*. 2019. № 6. С. 176-183.
8. Глущенко В.М., Пронькин Н.Н. Деградация - обратная сторона безопасности. *Norwegian Journal of Development of the International Science*. 2019. № 7-2 (32). С. 56-59.
9. Информационная безопасность мегаполиса на примере города Москвы. Монография / Н.Н. Пронькин – М.: ООО «Экслибрис-Пресс», 2017.
10. Кадровая стратегия Москвы: теория и методы обоснования структур исполнительной власти. Монография / А.К. Алексеев, В.М. Глущенко, В.С. Елизаров, В.М. Крашенинников, А.И. Прокофьев, Н.Н. Пронькин; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.
11. Кудрявцев А.С., Пронькин Н.Н. и др. Информационные системы в управлении городским хозяйством. Учебно-методический комплекс для направления 230200.62 "Информационные системы" очной формы обучения высшего профессионального образования. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2011.

12. Ляпунова Н.В., Потехина И.В., Пронькин Н.Н., Старостенков Н.В., Шилова Г.Ф., Шилов Н.А., Яковлев Д.Е. Российская социальная система: оглянуться в ушедшее время. Ради будущего. (Синергетика в гуманитарных науках). Монография / Москва, 2017.
13. Московский мегаполис: системный анализ, междисциплинарный подход, информационные технологии управления. Монография / В.М. Глущенко, Н.Н. Пронькин, Г.Ф. Шилова и др.; под ред. В.М. Глущенко. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2012.
14. Пронькин Н.Н. Моделирующий комплекс информационных и расчетных задач "Паритет". Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № 2019661181. Заявка № 2019660121 от 14.08.2019. Оpubл. 21.08.2019.
15. Пронькин Н.Н. Модель управления московским мегаполисом. В сборнике: Социальные инновации и стратегическое управление сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 2019. С. 35-41.
16. Пронькин Н.Н. Перспективные направления по внедрению информационно-коммуникационных технологий в МГУУ Правительства Москвы. В сборнике: Роль и место общекультурных компетенций в содержании подготовки бакалавров в МГУУ Правительства Москвы Материалы межкафедральной методической конференции МГУУ Правительства Москвы. 2010. С. 53-61.
17. Пронькин Н.Н. Программа загрузки баз данных моделирующего комплекса. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № 019667818. Оpubл. 30.12.2019.
18. Пронькин Н.Н. Программа обработки и вывода результатов моделирующего комплекса. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № 2019663074. Заявка № 2019661592 от 20.09.2019. Оpubл. 09.10.2019.
19. Пронькин Н.Н. Программа формализованной карты моделирующего комплекса. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS № 019667819. Оpubл. 30.12.2019.
20. Пронькин Н.Н. Стратегия обеспечения информационной безопасности московского мегаполиса. Москва, 2019.
21. Пронькин Н.Н. Условия решения проблем обеспечения информационной безопасности московского мегаполиса. Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 121-124.
22. Система государственных и муниципальных заказов: теория и практика. Учебник. / Баклановский С.В., Буранов С.Н., Глущенко В.М. и др. – М.: Московский городской университет управления Правительства Москвы, 2007.

УДК 33.331

**Дудкина О.В., Макарова О.А. Практика проведения дня открытых дверей
в детско-юношеских спортивных организациях в Ростовской области**
Practice of holding an open day in children's and youth sports organizations in the Rostov region

Дудкина О.В.,

кандидат социологических наук, доцент
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской Государственный Технический Университет (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

Макарова Ольга Александровна

бакалавр, 4 курс
кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской государственной технической университет (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

Dudkina O. V.,
candidate of social Sciences, associate Professor
associate Professor of the Department "Service, tourism and hospitality industry"
Don State Technical University (DSTU)
Russia, Rostov-on-Don
Olga Makarova
bachelor's degree , 4th year
Department " Service, tourism and hospitality industry"
Don state technical University (DSTU)
Russia, Rostov-on-Don

Аннотация. Рассматривается проблема современного событийного маркетинга в сфере спортивного образования. Подчеркивается, что организация такого событийного мероприятия как День открытых дверей в детско-юношеской спортивной организации требует комплексного подхода. Представленные материалы охватывают наиболее важные, в практическом смысле, аспекты организации Дня открытых дверей, в том числе в детско-юношеских спортивных организациях.

Ключевые слова: день открытых дверей, организация событийного мероприятия, культурно-развивающая среда, детско-юношеская организация.

Abstract. The problem of modern event marketing in the field of sports education is Considered. It is emphasized that the organization of such an event as an open day in a children's and youth sports organization requires a comprehensive approach. The presented materials cover the most important, in a practical sense , aspects of organizing an open day, including in children's and youth sports organizations.

Keywords: open day, organization of event events, cultural and developmental environment, children and youth organization.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственной технической университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение, объекты и методы исследования.

День открытых дверей – это событийное мероприятие, которое предполагает свободный доступ посетителей к представленным объектам с целью дополнительного информирования и ознакомления [1].

Проведение мероприятий такого рода в детско-юношеских спортивных организациях обусловлено необходимостью демонстрации преимуществ конкретного учреждения перед аналогичными заведениями, а также для привлечения наибольшего количества потенциальных воспитанников. Организация такого событийного мероприятия имеет схожую программу и подготовку для всех детских образовательных учреждений. В то же время имеется определенная специфика в проведении данных мероприятий для детско-юношеских заведений спортивной направленности.

Экспериментальная часть.

В настоящее время наблюдается значительная диверсификация видов развивающих учреждений для детей и юношества.

В Ростовской области по итогам 2019 года работают более 1,5 тыс. образовательных организаций, реализующих программы дошкольного образования. В том числе более 1,3 тыс. муниципальных (государственных, ведомственных) и около 100 частных организаций. Из них более 20 частных детских сада, реализующих услуги дошкольного образования, и около 80 индивидуальных предпринимателя, осуществляющих присмотр и уход.

Для развития негосударственных форм организация дошкольного образования в регионе создана ассоциация «Некоммерческое партнерство по содействию в развитии частных детских учреждений» Данное партнерство является партнером Министерства образования Ростовской области в реализации мероприятий «дорожных карт» в части развития негосударственного сектора в дошкольном образовании.

В представленном многообразии заведений родителям становится трудно определяться с выбором дошкольного учреждения для своего ребенка. В связи со значительной конкуренцией между частными детскими садами День открытых дверей является достаточно часто проводимым мероприятием [2].

Родителям предоставляется возможность лучше узнать выбранное ими учреждение, познакомиться с персоналом детского сада, игровыми и спальными комнатами. Для детей, такое мероприятие принесет массу впечатлений и положительных эмоций. Для родителей, в этот день детский сад дает возможность провести время в детском саду, в течение которого они смогут посетить разные виды совместной деятельности воспитателей с детьми, ознакомиться с культурно-развивающей средой учреждения и творческой деятельностью воспитанников.

День открытых дверей в дошкольном образовательном учреждении может проводиться в различных формах, которые определяются из поставленных задач и целей предстоящего мероприятия. Независимо от формы проведения, подготовка к данному мероприятию является весьма трудоемким процессом, требующим тщательного подхода к деталям. Например, если планируется экскурсия по учреждению, то следует

заранее составить маршрут и определить ответственных лиц.

В муниципальных детских садах также проводятся мероприятия подобные Дню открытых дверей. Например, различные утренники, посвященные таким праздникам как новый год, восьмое марта, праздник осени, масленица, праздник посвященный дню победы, выпускной и многие другие. Благодаря таким мероприятиям родители могут увидеть все возможности данного учреждения, как развиваются дети в творческом плане и оценить работу педагогов [3].

Значительной популярностью в наше время стали пользоваться частные школы, с различными уклонами в обучении. Чтобы привлечь внимание родителей и их детей, частные школы также проводят Дни открытых дверей. Это мероприятие является визитной карточкой для каждого образовательного учреждения, и успех его проведения будет зависеть от качественной и спланированной работы сотрудников.

День открытых дверей в школе – это важное мероприятие, которое предполагает знакомство родителей с образовательным учреждением, в котором планирует обучаться или уже учится их ребенок.

День открытых дверей в школе дает возможность родителям получить ответы на все волнующие их вопросы, учащимся – узнать что-то интересное об образовательных перспективах и самом учреждении, а педагогам школы предоставляется возможность проинформировать семьи учащихся и гостей о потребностях и перспективах развития образовательного учреждения.

Задачи данного мероприятия:

- установить обратную связь образовательного учреждения с родительской общественностью;
- знакомство с историей и достижениями школы, знакомство с педагогическим составом;
- обсуждение и решение проблем современной школы.

Можно выделить функции проведения Дня открытых дверей в школе:

- демонстрация профессионализма педагогов, которые способствуют раскрытию талантов, приобретению учениками достаточного количества знаний для дальнейшего обучения в высших учебных заведениях;
- осознание новаторства в реализации образовательного процесса, что делает школьную среду разнообразной, творческой и интересной для детей;
- рекламирование образовательного учреждения. Педагоги и персонал школы демонстрируют собственные достижения и достижения учеников школы, рассказывают о современных методиках обучения, о безопасности и психологическом комфорте в школе, подчеркивают наличие современной материально-технической и методической базы;
- подведение итогов работы образовательным учреждением за год, планирование деятельности на перспективу.

Мероприятие такого формата предполагает проведение экскурсий по школе, консультаций, выставок, открытых лекционных занятий. Важно, чтобы на встрече родители могли пообщаться с директором

и его заместителями, учителями по конкретным предметам, социальным педагогом, психологом, классным руководителем [4].

День открытых дверей, как правило, начинается с приветствия администрации в актовом зале, а затем переходят к основной программе встречи.

Традиционная программа Дня открытых дверей в школе может включать:

- экскурсии по учебному учреждению;
- открытые уроки, мастер-классы;
- концерт ученической самодеятельности;
- общение с учителями по изучаемым предметам;
- беседа с классным руководителем.

Среднее профессиональное образование Ростовской области представлено 119 профессиональными образовательными организациями.

В том числе:

- 115 государственных, находящихся в ведении Ростовской области,
- 3 негосударственных,
- 1 образовательное учреждение федерального подчинения).

На территории области имеется 19 вузов, ведущих подготовку по образовательным программам СПО.

В Ростовской области функционирует 41 многоуровневое учреждение профессионального образования.

В организациях дополнительного образования идет обучение по 6 направлениям и 55 видам спорта. На базе общеобразовательных организаций функционируют 20 380 кружков и секций, которые посещают 377,5 тыс. обучающихся [5].

Обеспечено функционирование регионального организационно-методического центра дистанционного образования одаренных детей и информационно-методического образовательного портала «Инновационные проекты, исследовательская деятельность и техническое моделирование».

На базе областных центров дополнительного образования Ростовской области продолжается работа очно-заочных школ, позволяющих ежегодно охватить программами дополнительного образования более 800 детей из отдаленных сельских территорий.

В организациях дополнительного образования, детских клубах, специализированных домах детского творчества такое событийное мероприятие также является традиционно проводимым. День открытых дверей – это возможность бесплатно ознакомиться со всеми программами клуба, познакомиться с администраторами и педагогами, а также увидеть изнутри работу клуба.

Многие детские клубы и дома творчества включают в себя разнообразные направления развития детей: кружки живописи, музыки, танцев, рукоделия, изучение иностранных языков и многое другое. Для того

чтобы родителям и их детям было проще понять чем живет и занимается данное учреждение, в них ежегодно проводится День открытых дверей. Любой ребенок сможет найти себе занятие по душе после ознакомления со всеми видами деятельности.

День открытых дверей в детском клубе можно провести в виде концерта. Благодаря этому в программе мероприятия могут быть задействованы все направления деятельности заведения. Гости имеют возможность за один день познакомиться с деятельностью каждого отдельного кружка. Так, например, воспитанники музыкальных и танцевальных кружков готовят культурно-развлекательную программу и демонстрируют свои таланты гостям. При входе в учреждение гости мероприятия смогут увидеть выставку из творчества кружков рукоделия и живописи.

Отличительной особенностью в данном случае является практика выездных показов своей деятельности, что демонстрирует потенциал данного заведения. А также, каждый кружок может провести свой День открытых дверей с целью показа творческих способностей и достижений детей в определенной деятельности.

День открытых дверей в детско-юношеских спортивных организациях проводится в рекламных целях для учреждения и в ознакомительных целях для родителей и детей. Чем детальнее будет спланирована организация мероприятия такого рода, тем больше людей будет вовлечено в процесс подготовки и проведения данного мероприятия, и, следовательно, больший резонанс получит само событие. А это приведет к увеличению потока потенциальных учеников заведения.

В наше время спорт приобрел особое значение в жизни человека. Он присутствует почти во всех его сферах жизнедеятельности и стал прекрасным средством самосовершенствования.

Сегодня диверсификация спорта привела к развитию и становлению множества спортивных секций и будущим спортсменам, как и их родителям, бывает сложно определиться с выбором. День открытых дверей – это уникальная возможность познакомиться с жизнью спортивной школы, ее достижениями. Также, это возможность пропаганды здорового образа жизни с привлечением наибольшего количества детей к активному спорту.

Главной целью данного мероприятия является мотивирование детей к занятиям спортом, как средством физического воспитания и привлечение новых талантливых спортсменов в спортивные учреждения.

К основным целям проведения Дня открытых дверей в спортивной организации можно отнести:

- знакомство родителей и детей с историей и достижениями спортивного учреждения;
- создание положительного имиджа данного учреждения;
- знакомство родителей и детей со всеми видами спорта, которые есть в спортивной организации;
- демонстрация преимуществ данной спортивной организации.

Традиционно, в залах спортивной школы проводятся мастер классы обучающихся по различным видам спорта. Тренеры рассказывают о тренировочном процессе, о достижениях своих подопечных и о том, как проводятся соревнования по данному виду спорта. Также тренеры могут провести ознакомительную тренировку или разминку с маленькими гостями мероприятия.

Во время экскурсии по спортивной организации, родителей имеют возможность познакомиться с медицинским персоналом и задать интересующие их вопросы.

Во время проведения Дня открытых дверей родители могут пообщаться как с тренерами, так и с руководством спортивной организации.

В так называемых «спортивных интернатах» большой рабочий персонал, самое главное для родителей, в таких учреждениях работают воспитатели, которые помогают детям с выполнением домашней работы и следят за их жизнью. Благодаря дню открытых дверей, у родителей есть возможность познакомиться и пообщаться с воспитателями и убедиться в их профессионализме [6].

В зависимости от масштабов спортивной организации рассчитывается продолжительность проведения мероприятия. В спортивных школах программа мероприятия менее обширная, нежели в училищах олимпийского резерва.

Такие масштабные мероприятия не обходятся без специально приглашенных гостей. В большинстве случаев приглашаются известные спортсмены, олимпийские чемпионы, выпускники данного учреждения, министры спорта и многие другие. Как правило, специальные гости для кого-то являются примером для подражания, что является дополнительным стимулом для посещения данного мероприятия.

Большие спортивные комплексы, имеющие разные спортивные секции, с профессиональной атрибутикой и специально оборудованными залами также проводят День открытых дверей. В этот день все гости мероприятия смогут подробно узнать об услугах спортивного комплекса, оценить безопасность тренировочного процесса, а также пообщаться с тренерами детско-юношеских спортивных школ, базирующихся в спортивном комплексе. В это же время проводится набор детей в группы спортивных секций. Всех гостей праздника ждет концертно-развлекательная программа с вокальными, спортивными и танцевальными выступлениями [7].

На такие мероприятия часто приглашают спортсменов из училищ олимпийского резерва или известные спортивные команды города. Спортсмены демонстрируют свои умения, проводят мастер-классы, а также на своем примере показывают безопасность залов.

Результаты и заключение.

Основными этапами организации Дня открытых дверей в детско-юношеских спортивных организациях являются:

- осознание и постановка перед коллективом конкретных целей мероприятия;
- определение целевых групп участников;

- предварительная подготовка и доступное размещение информационного объявления о проведении мероприятия (информирование участников);
- планирование финансовой части события;
- составление детального сценария проведения мероприятия;
- распределение конкретных заданий между исполнителями;
- подготовка технического сопровождения (проекторы для показа презентаций и фильмов, звуковое оборудование и т.д.);
- подготовка выступлений в соответствии со сценарием, а также видео-презентации и/или фильма об учреждении, его особенностях и преимуществах;
- разработка маршрута и сопровождения экскурсии для участников мероприятия;
- подготовка мастер-классов и показательных выступлений юных спортсменов, обучающихся в данной организации;
- обеспечение гостей мероприятия сувенирной продукцией;
- организация соответствующих мер по обеспечению безопасности проведения мероприятия.

Подводя итоги приведенных выше описательных данных и теоретических рассуждений, следует отметить, что современный событийный маркетинг в сфере образования требует комплексного подхода. Соответственно, в процессе планирования такого мероприятия, как День открытых дверей в образовательной организации необходимо четко понимать, какие задачи будут им выполняться.

Представленные материалы охватывают наиболее важные, в практическом смысле, аспекты организации Дня открытых дверей в детско-юношеских, в том числе, спортивных заведениях. Это позволяет наиболее полно реализовать потенциал данных организаций в целях совершенствования образовательного сервиса.

Библиографический список

1. Шевченко Е.М., Квасникова В.Н., Бородай В.А. Мобильность рынка туризма на фоне цифровизации и технологических инноваций Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 63-68.
2. Балюк Н.А., Осипова Ю.В. Факторы устойчивого развития регионального туризма // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2019. – №1(104). – С.69-72
3. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.
4. Греков А.А., Грекова Г.А. Педагогическая миссия классических университетов России. Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2012. №2. С.233-236.
5. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.
6. Бородай В.А., Шевченко Е.М. Специфика и тенденции рынка фриланса при оказании сервисных услуг // Экономические исследования и разработки. 2019. № 4. С. 145-152.
7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146

УДК 33.331

Дудкина О.В., Сафронова В.В. Особенности организации гостиничного бизнеса в России

Features of the organization of the hotel business in Russia

Дудкина О.В.,

кандидат социологических наук, доцент
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Сафронова В.В.,

старший преподаватель
кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Ростов-на-Дону

Dudkina O. V.,

candidate of social Sciences, associate Professor
associate Professor of the Department " Service, tourism and hospitality industry"

Don State Technical University

Russia, Rostov-on-don

Safronova V.V.,

Senior Lecturer

Department "Service, Tourism and Hospitality Industry"

Don State Technical University

Russia, Rostov-on-Don

Аннотация. Рассматриваются специфика, риски и последовательность действий при организации гостиничного бизнеса. Показано, что из-за повышенной конкуренции в сфере гостиничного бизнеса, предпринимателям необходимо прибегать к различным маркетинговым и управленческим решениям, использовать разнообразные акции, чтобы привлекать и удерживать клиентов. Рассмотрены различные модели организации гостиничного бизнеса, показано какие задачи ставят перед собой современные отели.

Ключевые слова: Бизнес-процессы, тенденции, гостеприимство, коммерция, эффективность, качество услуг.

Abstract. The specifics, risks and sequence of actions in the organization of the hotel business are considered. It is shown that due to increased competition in the hospitality industry, entrepreneurs need to resort to various marketing and management decisions, use a variety of promotions to attract and retain customers. Various models of organizing the hotel business are examined, and what tasks modern hotels set themselves are shown.

Keywords: business processes, trends, hospitality, commerce, efficiency, quality of services.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Сегодня гостиничный бизнес в России быстро развивается и приносит существенную прибыль своим владельцам. При этом развитие отельного дела не останавливают даже возможные риски. Предпринимательская деятельность хорошо сказывается также на пополнении государственного бюджета. Однако из-за повышенной конкуренции предпринимателям нужно прибегать к различным мерам, использовать разнообразные акции, чтобы удерживать клиентов [1]. Система гостиниц подразумевает гостеприимство и развитие традиций, которые давно сложились в стране. Ради привлечения людей необходимо проделать серьезную работу. При этом возникает закономерный вопрос, какие основные перспективы развития гостиничного дела, особенности и чего ждать предпринимателям?

Если сфера деятельности носит международный характер, то, по мнению экспертов, развитие данного бизнеса имеет большой потенциал. Когда управляющие начнут сотрудничать с другими странами, использовать основные современные тенденции, ставить новые задачи, то бизнес начнет развиваться интенсивней и приносить большую прибыль. Если говорить о России, то здесь существуют гостиницы различного уровня. Но этот бизнес на территории нашей страны еще не до конца сформирован. Отели двух или трех звезд не всегда могут принять людей с малым доходом. Однако это не мешает отечественным бизнесменам начать выходить на международный уровень. Закон не только дает ответ на вопрос, как организовать гостиничный бизнес, но также направлен развивать предпринимательство.

В каждом деле существуют особенности и риски, которые мешают его развитию. Не всегда можно сразу выявить от чего они появляются [2].

К числу основных проблем гостиничного дела сегодня можно отнести следующие три.

Во-первых – сезонность.

Сезон отдыха серьезно влияет на прибыль многих отелей. Чем больше людей, тем больше деятельность гостиницы. И наоборот, чем меньше деятельность, тем меньше дохода. Окупаемость напрямую зависит от размера прибыли. Анализируя международный опыт можно прийти к выводу, что людей необходимо привлекать яркой рекламой, развлечениями. Касается гостиниц, которые расположены в горах, на морях.

Во-вторых – сервис.

Для каждого клиента гостиница служит временным домом. Персонал должен убирать комнаты, обслуживать клиентов, охранять здание. Здесь существуют требования, которые необходимо выполнять. Если персонал забывает правила, то появляются отзывы о плохом сервисе [3]. Подобная деятельность требует серьезного подхода к бизнесу.

В-третьих – программное обеспечение и работоспособность компьютерной сети. Сбой работы компьютерного оборудования создает серьезные проблемы, при том, что, как правило, система содержит данные о бронировании номеров, клиентах. Чтобы избежать подобных недоразумений, следует периодически проводить ревизию компьютерного оборудования и дееспособность сети. Полноценная предпринимательская деятельность невозможна без работоспособной компьютерной системы. Проблемы

необходимо решать сразу, чтобы отель не утратил свою репутацию, рейтинг. Иначе существуют риски потери клиентов, такое предпринимательство понесет серьезные убытки.

Если предприниматель выбрал гостиничный бизнес в качестве основного дела, то ему нужно знать все этапы организации. Необходимо понимать цели бизнеса и ставить конкретные задачи. Следует помнить: любое собственное дело имеет риски. Вопрос о том, как организовать вышеуказанный бизнес с минимальными рисками.

Подход к организации данного процесса можно разбить на пять блоков.

Перед тем как открыть гостиницу необходимо выбрать организационно-правовую форму предприятия. Коммерческую деятельность следует осуществлять легально. Незаконная предпринимательская деятельность пресекается государством [4]. Контролирующие органы могут привлечь нарушителя к налоговой ответственности.

Затем нужно начать оформлять документы, пройти регистрацию в налоговом органе. Этого требует закон. Далее – выбрать систему налогообложения. При открытии гостиницы допускается использование УСН. Она позволит снизить налоговую нагрузку. Если прибыль гостиницы превысит допустимые лимиты, тогда налогоплательщику придется перейти на другой налоговый режим. Налогообложение является одним из ключевых факторов при открытии любого бизнеса. Вопрос налогообложения регулирует соответствующий закон.

Позже следует начать подбирать и/или обустраивать помещение. Чтобы открыть мини-отель можно выкупить небольшое здание и сделать его перепланировку. Полученная прибыль быстро окупит все затраты. Для открытия большой гостиницы можно взять помещение в аренду на долгий срок. При обустройстве желательно воспользоваться услугами профессиональных дизайнеров. Они помогут воплотить задумки владельца гостиницы, учтут местные особенности. Однако не стоит забывать, что закон запрещает использование жилых помещений.

При необходимости можно привлечь в дело инвестиции. Инвесторы смогут получать хорошую прибыль. Выгодно делать вложение средств в учреждения, которые расположены на курортах. Если отель будет заполнен весь туристский сезон, то инвесторы получают больше денег [5]. Следовательно, инвестиции в дело окупятся в короткие сроки.

Следующим этапом является подбор персонала. Любая, даже небольшая, гостиница должна иметь следующий минимальный набор персонала:

- администратор;
- персона со знанием иностранного языка;
- горничная;
- технический персонал;
- охрана;
- бухгалтер (отдел);

- специалист (отдел) по бронированию номеров;
- другие сотрудники (в зависимости от величины, профиля гостиницы).

Подбор персонала зависит от того, какая именно будет гостиница. Также необходимо провести маркетинговые исследования, вычислить возможные риски.

Чтобы привлечь посетителей в гостиницу необходимо провести рекламную кампанию. Для этого можно использовать газеты, журналы и интернет-ресурсы. Также желательно заключить договоры с турфирмами. Это позволит заполнить отель посетителями на весь туристский сезон, при этом хорошая прибыль не заставит себя ждать.

Как видно рентабельность бизнеса зависит от разных факторов.

Начинающих предпринимателей интересует, какие существуют модели организации гостиничного бизнеса, а также какие задачи устанавливают перед собой отели.

Существует несколько разновидностей моделей. Так, например, модель Ритца – в гостиницах присутствуют европейские традиции, изысканный стиль. Модель Кемонса Уильсона – отели отличаются высоким уровнем обслуживания клиентов, единым стилем. Половина домов отдыха мира придерживается этой модели.

Есть три вида организации гостиничного бизнеса. Первый – объединяются учреждения различных классов. Второй – гостиницы, отвечающие определенным требованиям. Третий – отели объединены по принципу франчайзинга.

То, как открыть отель, с чего начать и какие задачи нужно ставить, можно также рассмотреть на примере мини гостиницы или гостевого дома. Мини учреждения хорошо подходят для семейного бизнеса. Много людей предпочитает селиться в такие отели, где можно чувствовать себя как дома. Однако как открыть мини-гостиницу правильно знают немногие.

Некоторые предприниматели забывают, что закон запрещает открывать гостиницу в жилом помещении.

Большинство мини-отелей располагаются на различных курортах. Деятельность гостиницы будет зависеть от района размещения, чем популярней туристический уголок, тем лучше [6]. Владелец может заключить договор с турфирмами. Соглашение позволит принимать клиентов весь туристический сезон. Оформление документов, реконструкция помещения может занять 2-3 месяца. Желательно создать уютную обстановку, выделить комнату под развлечения, открыть бар, организовать бильярд, настольные игры. Затем можно принимать первых клиентов.

Гостевой дом. В современном мире люди часто лишены возможности отдохнуть на природе. Поэтому каждый хочет иметь уютный загородный дом, где можно расслабиться. На рентабельность такого заведения влияют разные факторы, поэтому необходимо все просчитать. Сначала нужно выбрать место под будущее строение. Если помещение будет арендованное, то можно начать заниматься оформлением документов и

подбором персонала. Одним из часто встречающихся развлечений в гостевом доме является бильярд. После завершения подготовительных работ, можно приступить к открытию заведения.

Зачастую требования владельцев отелей к удобному размещению людей намного выше, чем у самих гостей.

Так как гостиница иногда бывает местом работы для занятого клиента, отели начинают предлагать:

- аудитории под проведение конференций;
- помощь в организации работы с партнерами;
- организацию нужного мероприятия.

Идеи гостиничного предпринимательства бывают разные. Создают удобные залы для отдыха, бары, вестибюли, в которых можно организовывать мероприятия, встречи. Для подобных отелей обычно выбирают место расположения возле дорог, чтобы удобней было добираться.

Следуя современным тенденциям, необходимо учитывать, что многие люди ведут здоровый образ жизни, занимаются спортом [7]. Поэтому в отелях можно создавать бассейны, спортзалы, СПА-центры. Плюсы – идея приносит хорошую прибыль. Минусы – высокие риски в связи со значительными затратами. Владельцы отелей часто нанимают спортивных инструкторов, которые знают свое дело, помогают людям поддерживать спортивную форму вдали от дома.

Стоит напомнить, что ресторанное дело и гостиничное предпринимательство тесно связаны между собой. Следовательно, нужно позаботиться об организации кухни, которая будет соответствовать вкусам посетителей.

При расселении гостей необходимо учитывать их национальность и подбирать максимально комфортные комнаты. Однако в бизнесе присутствуют риски, что клиент не одобрит выбранный вами номер. Поэтому необходимо оставлять возможность поиска компромиссного варианта при подборе номера для особых клиентов.

Одно из современных нововведений – бутик-отель. Такие гостиницы, как правило, предлагают много эксклюзивных идей. К примеру, номер можно найти с помощью надписи на нем, а не по цифрам. Мебель группируют по цветам. К каждому номеру прикреплен персонал, который работает исключительно для посетителей номера.

Также стоит напомнить, что при существующей тенденции развития туризма владельцы гостиниц все чаще стали подписывать договоры с туристскими фирмами. Турфирма помогает заполнять отель клиентами на весь сезон. Гостиница в ответ предлагает гражданам развлечения, включая разнообразные туристские маршруты от конкретной турфирмы.

Существуют многообразные современные тенденции отельного бизнеса. За оригинальность отели получают особую прибыль. Если отель простой, то существуют риски снизить рейтинг с последующей потерей клиентов и прибыли [8]. Инновации в деле, современные тенденции играют значительную роль в развитии гостиничного бизнеса. Как видно, организация этого бизнеса довольно сложный и трудоемкий процесс.

Деятельность имеет определенные проблемы и риски. Однако даже если начинать бизнес с нуля, при четком планировании процесса окупаемость дела не заставит себя ждать.

Библиографический список

1. Минасян Л.А., Бородай В.А. Социально-психологическая доминанта в управлении изменениями сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2017. № 6 (100). С. 12.
2. Петренко А.С., Провоторина В.В., Экиниль Г.Е. Сервисные технологии в деятельности гостиничного предприятия: учебное пособие. – Ростов-на-Дону, ДГТУ-Принт, 2020. – 189 с.
3. Греков А.А., Грекова Г.А. Педагогическая миссия классических университетов России. Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2012. №2. С.233-236.
4. Шевченко Е.М. Характеристика рынка туристских услуг Ростовской области: современное состояние и направления развития // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. 2017. № 5. С. 404-414.
5. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.
6. Кедрова И.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Экстраполяция тенденций в маркетинге в условиях неопределенности и высокой скорости изменений // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 8-13.
7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.
8. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.

УДК 33.331

Дудкина О.В., Соколова Е.С. Специфика совершенствования корпоративной культуры в учебной организации Specifics of improving corporate culture in an educational organization

Дудкина О.В.,

кандидат социологических наук, доцент
доцент кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской Государственный Технический Университет (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

Соколова Е.С.,

бакалавр, 4 курс
кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»
Донской государственный технический университет (ДГТУ)
Россия, г. Ростов-на-Дону

Dudkina O. V.,
candidate of social Sciences, associate Professor
associate Professor of the Department " Service, tourism and hospitality industry"
Don State Technical University (DSTU)
Russia, Rostov-on-don
Sokolova E. S.,
bachelor, 4th year
Department of " Service, tourism and hospitality industry"
Don state technical University (DSTU)
Russia, Rostov-on-don

Аннотация. Рассматривается проблема развития корпоративной культуры в учебных организациях. Показано, что процесс планирования и постановки четких целей в становлении и развитии корпоративной культуры учебной организации является одной из самых серьезных задач менеджмента. Делается вывод о том, что естественным путем сформированная сплоченность всех участников образовательного процесса позволяет обеспечить прочность, долговечность и качество структуры организации, эффективность ее деятельности.

Ключевые слова: корпоративная культура, учебная организация, внутренние и внешние потребители, деловое общение, ценности организации.

Abstract. The problem of corporate culture development in educational organizations is Considered. It is shown that the process of planning and setting clear goals in the formation and development of the corporate culture of an educational organization is one of the most serious tasks of management. It is concluded that the naturally formed cohesion of all participants in the educational process allows us to ensure the strength, durability and quality of the organization's structure, and the effectiveness of its activities.

Keywords: Corporate culture, learning organization, internal and external customers, business communication, value to the organization.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение, объекты и методы исследования.

В условиях развития информационных процессов все более значимую роль играют факторы институционального характера, касающиеся отношений между людьми. В трудовом коллективе отношения людей как структурных единиц организации не подвергаются стандартным регламентам, а формируются годами благодаря сложившимся традициям и ценностям, образующим корпоративную культуру. Уровень ее развития можно считать серьезным стратегическим фактором, позволяющим интегрировать все структурные единицы и подразделения в составе производственной организации для достижения желаемого результата.

Внутри организации на основе принципов ее культуры формируется стиль работы. На них базируются правила поведения и ритуалы, нормы сотрудничества и обращения руководителей с подчиненными, общее отношение всех участников бизнеса к его сильным и слабым сторонам, возможностям и ресурсам [1].

Именно поэтому, для того, чтобы определить приоритетные направления развития корпоративной культуры, необходимо принимать во внимание взаимосвязь материального и духовного потенциала компании.

Экспериментальная часть.

При развитии корпоративной культуры, в момент ее перехода в новое качественное состояние, целесообразно производить не просто корректировку некоторых ее компонентов, а осуществлять полную замену устаревших ценностей и норм, которые будут отвечать современным тенденциям и реалиям. Выполнять это следует поэтапно и корректно, чтобы избежать сопротивления со стороны рабочего коллектива.

Одним из направлений развития корпоративной культуры является улучшение процесса постановки целей. Данный процесс играет важную роль в деятельности любой организации, поскольку позволяет сотрудникам знать, по каким векторам она будет развиваться. Процесс планирования и постановки четких целей – это одна из самых серьезных задач менеджмента компании. Важно, чтобы единая цель воспринималась сотрудниками как собственная, достижение которой вызывает у них личный интерес, только тогда их конкретные действия приносят желаемый результат для компании.

Кроме того, базовые цели всегда были элементом корпоративной культуры и выступали связующим звеном в системе координации направлений деятельности любой организации. Эффективность данного направления развития корпоративной культуры возрастает, если включить в него процесс обсуждения целей, поскольку он будет способствовать успешному взаимодействию всех подразделений, налаживанию коммуникаций в рамках корпоративных процессов.

Еще одним направлением корпоративной культуры следует считать совершенствование процессов организации и контроля над выполнением работ. Ожидания конечного результата для каждого работника оправдываются по-разному: для одних материальными стимулами, для других возможностью получить положительную общественную оценку. Все это должно регулироваться организационно-распорядительными

функциями, направленными на достижение цели от выполнения работ. В рамках корпорации контроль и регулярное обеспечение обратной связи предоставляет возможность для количественного сопоставления и оценки вклада каждого сотрудника в общий корпоративный успех.

Одним из основных направлений для развития корпоративной культуры в современных условиях исследователи считают ориентацию на потребителя. Суть такой ориентации состоит в том, что потребителями являются не только клиенты компании, но и сами сотрудники. При удовлетворении интересов внутренних потребителей создаются максимально благоприятные условия для удовлетворенности потребителей внешних – клиентов организации.

Сотрудники должны воспринимать своих клиентов как особо ценный актив, регулярно вникать и нацеливаться на то, что для них важно. Каждое действие в рамках корпорации должно влиять на рост удовлетворенности потребителей как внешних, так и внутренних. Данная идея должна стать смыслом деятельности трудового коллектива и тем самым способствовать эффективному взаимодействию сотрудников и подразделений для достижения конечного результата.

Корпоративное управление – это процесс достижения и обеспечения сбалансированности интересов всех участников корпоративных процессов, а корпоративная культура способствует их интеграции в этих процессах. Следовательно, еще одним направлением развития корпоративной культуры должно стать совершенствование корпоративной системы трудовой мотивации, способствующей направлению энергии членов трудового коллектива в нужное русло [2].

Задача управления состоит в поиске современных подходов к осуществлению трудовой мотивации, которая будет содействовать гармонизации интересов сотрудников и обеспечивать эффективное использование трудового потенциала.

В условиях динамичности окружающей среды ценности и интересы многих сотрудников склонны меняться. Для одних в приоритете стоит материальная мотивация, в то время как для других более ценной является нематериальная. Хотя, говорить о явном преимуществе материальной мотивации не всегда оправдано, однако она наиболее универсальна.

Помимо стандартной материальной мотивации необходимо активно использовать различные не денежные стимулы. Для каждого конкретного работника мотивация будет действительно эффективной, если она будет соответствовать их интересам – в этом и заключается сложность данной системы.

Однако причиной внедрения такой системы нельзя считать экономию фонда заработной платы. В тоже время, это не значит, что компании не потребуются вкладывать финансовые средства для реализации данного метода мотивации.

Нематериальное стимулирование осуществляется по двум основным направлениям:

- реализация социальной политики;
- организация экономического соревнования [3].

Ключевыми направлениями социальной политики можно считать:

- предоставление комфортных условий труда;
- регулярное проведение корпоративных мероприятий;
- медицинская страховка;
- возможность обучения и саморазвития;
- признание заслуг;
- публичная похвала, вручение грамот, знаков отличия, оформление доски почета;
- предоставление оплачиваемых отгулов, дополнительных дней отпуска;
- составление планов карьерного роста сотрудников;
- предоставление скидок на услуги компании.

Это далеко не полный перечень способов нематериальной мотивации сотрудников. Реализация подобных методов социальной политики в рамках корпоративной культуры положительно воздействует на весь коллектив компании, помогает поддерживать стабильность предприятия и обеспечивает эмоциональную привязанность сотрудников к своей организации.

Второе направление нематериального стимулирования – организация экономического соревнования. Данный метод считается эффективным и действенным, поскольку в каждом человеке заложено природное стремление быть первым.

Организация экономического соревнования в рамках корпоративной культуры имеет большое значение, а именно:

- способствует удовлетворению потребности сотрудников в самовыражении;
- вызывает чувство причастности к общему успеху и результатам труда всего коллектива;
- способствует лучшему пониманию целевых установок и задач своего подразделения;
- помогает руководству выделить отличившихся работников, продемонстрировать им благодарность;
- способствует созданию соответствующей атмосферы, наполненной соревновательным духом персонала;
- стимулирует желание сотрудников приложить личные усилия, тем самым внося персональный вклад в достижение целей организации.

Следует отметить, что мотивационное воздействие соревнования на персонал компании не является величиной постоянной, необходимо изменять формы, методы и акценты в его организации для гарантии успеха при повторении.

Как направление развития корпоративной культуры следует также рассматривать движение производственной организации к иной модели своего развития в современных экономических условиях. Базисом в данной концепции развития выступает интеллектуальный капитал, нарастание которого становится приоритетным направлением для современных организаций. Одновременно стоит задача управления этими

знаниями, их расширение и распространение, устранение информационной асимметрии в деятельности компании. В таких условиях корпоративная культура способствует формированию и развитию инновационного потенциала организации за счет расширения полномочий исполнителей, предоставления им возможности не только осваивать новинки производства в соответствии с результатами научно-технического прогресса, но и стать его движущей силой [4].

Развитие корпоративной культуры – это инвестиции в сегодняшнюю стабильность, надежность и будущую перспективу. В настоящее время можно отметить стремительный рост интереса крупных корпораций к формированию, совершенствованию и развитию корпоративной культуры. Этому есть свое объяснение: растет понимание, какое огромное влияние оказывает феномен корпоративной культуры на успех компании. Именно успешные корпорации славятся высоким уровнем культуры, для формирования которой было приложено немало усилий, направленных на благо всех заинтересованных в деятельности организации сторон.

Таким образом, формирование и постоянное развитие корпоративной культуры является неотъемлемой частью системы управления. Совершенствовать и развивать культуру компании необходимо постоянно. Использование на практике вышеперечисленных направлений развития в организации гарантирует формирование благоприятного психологического климата в коллективе, усиливает сплоченность профессиональных групп, увеличивает трудовую мотивацию, повышает уровень производительности труда, а также позволяет сотрудникам в полной мере ощутить свою приверженность компании и к ее целям. Лояльность профессионального состава компании следует рассматривать как основной результат развития корпоративной культуры, когда сотрудник отождествляет себя с организацией и его личные желания, цели и интересы полностью соответствуют корпоративным.

Феномен корпоративных отношений в российском образовании стал изучаться сравнительно недавно. Важно учитывать, что заимствование данного понятия учебными заведениями обусловлено некоторыми причинами. Дело в том, что образовательные учреждения находятся в постоянном развитии и обновлении, экономическая политика в области образования привела данные учреждения к экономической самостоятельности как участников рыночных отношений, что и вынуждает их заимствовать некоторые правила предпринимательской деятельности в целях повышения конкурентоспособности на рынке интеллектуальных услуг. Кроме того, сегодня назревает острая необходимость изменения традиционно сложившейся еще в отечественных учебных организациях корпоративной культуры, базировавшейся на таких принципах, как строгая дисциплина, власть и иерархия, которые не соответствуют настоящим реалиям и ценностям.

Поэтому развитие корпоративной культуры в учебных организациях в настоящее время становится не только необходимостью, но и наполняется все более новым, объемным содержанием по сравнению с бизнес-корпорациями.

Применительно к учебной организации термин «корпоративная культура» включает больше, чем в других организациях вопросы духовной и материальной жизни всего сообщества. Это отражается в доминирующих моральных нормах и ценностях, которые закреплены в кодексе поведения и укореняются в традициях, установленных образовательных стандартах, собственной символике как средстве трансляции ценностно-смысловых ориентаций всем членам организации, совокупности убеждений и достигаемых устойчивых результатов [5].

В связи с этим корпоративную культуру образовательного учреждения следует рассматривать как совокупность мировоззренческих, ценностных и поведенческих установок участников образовательного процесса, проявляющихся в уровне психологического климата и степени идентификации, способствующих укреплению имиджа образовательного учреждения [6].

Уровни структуры корпоративной культуры учебной организации можно представить следующим образом.

Первый уровень является основополагающим, он невидим, но определяет все последующие уровни. В данном тезисе целесообразно говорить о миссии организации, которая представляет собой комплекс ключевых стратегических целей. Она раскрывает сущность образовательного учреждения, его отличительные особенности, масштабы и перспективы. Еще одним элементом является разработка стратегии, которая предполагает общую диагностику состояния образовательного учреждения и основные тенденции развития.

Также, сюда входят сознательно сформулированные и разделяемые всеми сотрудниками ценности организации. Применительно к образовательным учреждениям ценности рассматриваются как целевое и желательное событие. В профессиональной учебной деятельности они служат стимулом и необходимым условием взаимодействия всех субъектов образовательного процесса.

К ним относятся:

- регулярное улучшение качества образовательных услуг;
- создание достойной репутации, укрепление имиджа организации путем улучшения профессиональных навыков каждого субъекта образовательного процесса;
- поощрение и развитие чувства гордости за достижения и успех учреждения;
- справедливое отношение ко всем сотрудникам, преподавателям, студентам, учет их требований и пожеланий.

Второй уровень – регулирующий, более видимый. Это ядро корпоративной культуры, на базе которого вырабатываются корпоративные стандарты, формирующие организационную культуру учреждения и регулирующие отношения сотрудников и подразделений. Под стандартами образования понимают «способы управления системами образования на основе нормативных требований» [7]. Корпоративные стандарты отображают основные нормы поведения, которыми следует руководствоваться каждому сотруднику во время профессиональной деятельности, а также правила делового общения с обучающимися, партнерами и коллегами.

Третий уровень – транслирующий, внешние проявления корпоративной культуры, которые происходят из первых двух слагаемых.

Существуют способы, с помощью которых корпоративная культура транслируется и передается.

Прежде всего, это символика учреждения – привлекающие внимание и легко запоминающиеся изображения организации (логотип, фирменный лозунг, девиз, стиль одежды, знаки отличия и т.д.). Символы, отражающие корпоративную культуру, доносят до сотрудников важнейшие ценности и определяют их чувство принадлежности к данной организации.

Кроме того, культура транслируется с помощью традиций, легенд, мифов. Важная роль принадлежит и различного рода церемониям, призванным укрепить веру сотрудников и обучающихся в ценности компании, поспособствовать их объединению.

Еще одним немаловажным элементом являются способы коммуникации между коллегами, обучающимися, их манера общения, способы взаимодействия. Они призваны гармонизировать коллективные и индивидуальные интересы каждого участника образовательного процесса.

Таким образом, мы видим, что термин «корпоративная культура» применительно к учебной организации включает в себя больше аспектов, в том числе духовной и материальной жизни профессионального сообщества, нежели другие коммерческие компании. Как отмечено ранее, это отражается в нормах, ценностях, стандартах, традициях, которые транслируют ценностно-смысловые ориентации всем членам организации.

Об общих признаках корпоративной культуры говорилось выше, но есть необходимость остановиться на сугубо «образовательных» аспектах этой темы. Итак, по мнению ряда авторов, основными признаками корпоративной культуры учебной организации являются:

- формирование вокруг учебного заведения специфического научно-технического пространства и особой интеллектуальной среды;
- наличие корпоративной этики, базирующейся на этносе науки, демократических ценностях и академических свободах;
- формирование корпоративной культуры из уникального набора профессиональной, национальной, студенческой и молодежной культуры;
- высокая степень информационной открытости;
- стремление к лидерству внутри данного научного и образовательного сообщества;
- полифункциональность образовательной организации;
- восприимчивость и гибкость к новым образовательным направлениям;
- ориентация на современные направления науки, исследования и разработки [8].

Анализ современных источников позволяет выделить некоторые особенности образовательной корпоративной культуры:

- проявление в трех аспектах (как культура организации, культура преподавательского состава и культура группы учащихся), но реализация всеми субъектами образовательного процесса комплексно;
- вхождение внешних клиентов в состав образовательной корпорации;
- взаимообусловленность связи культуры с имиджем и репутацией организации;
- студенты, ученики рассматриваются не как «клиенты», а как полноценные члены коллектива;
- постоянная смена контингента обучающихся;
- выпускники являются носителями традиций, норм, ценностей учреждения [9].

Изучая феномен корпоративной культуры, ее специфику, способы формирования и развития, можно сделать вывод, что все эти аспекты, безусловно, касаются и образования. Для того чтобы таким учреждениям оставаться жизнеспособными, не стоять на месте и развиваться, необходимо в первую очередь утвердиться как целостный социальный субъект общества, способствующий его развитию.

Результаты. Заключение.

Насколько же необходима образовательному учреждению как конкурентоспособной организации корпоративная культура?

Итак, понимание учебной организации как самостоятельного социального субъекта уже состоялось и поэтому перед ней и стоит задача обеспечения конкурентоспособности. Чем больше исследовалось это понятие, тем очевиднее становилось, что корпоративная культура учреждения образования – это целостное явление, которое охватывает практически все аспекты деятельности. Она позволяет без административного давления, естественным путем сформировать сплоченность всех участников образовательного процесса, согласованность их поведения, чувство причастности к общему делу и обеспечить прочность, долговечность и качество структуры организации, эффективность ее деятельности. Именно в такой атмосфере творчества, инициативы, энергии и ответственности учреждение наиболее жизнеспособно и продуктивно.

Библиографический список

1. Котова Д.А., Дудкина О.В. Организация и результативность тематических событийных мероприятий // Экономические исследования и разработки. 2019. № 5. С. 138-144.
2. Петренко А.С., Провоторина В.В., Экиниль Г.Е. Сервисные технологии в деятельности гостиничного предприятия: учебное пособие. – Ростов-на-Дону, ДГТУ-Принт, 2020. – 189 с.
3. Осипова Ю.В., Шевченко Е.М., Бородай В.А. Альтернативный взгляд на технологию антикризисных услуг в сервисе // Экономические исследования и разработки. 2019. № 8. С. 112-116.

4. Шевченко Е.М. Характеристика рынка туристских услуг Ростовской области: современное состояние и направления развития // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. 2017. № 5. С. 404-414.
5. Грекова Г.А. Интерактивные методы обучения в системе высшего образования // В сборнике: Современная система интерактивного обучения в условиях модернизации высшего образования. Материалы научно-методической конференции. 2015. С. 9-22.
6. Бородай В.А., Минасян Л.А., Казьмина Л.Н. Актуализация управленческих решений в стратегической сессии сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 3 (121). С. 7.
7. Грекова Г.А., Дудкина О.В. Актуализация современной системы обучения в сервисных организациях // Экономические исследования и разработки. 2017. № 4. С. 134-146.
8. Бородай В.А., Дудкина О.В. Функциональные особенности компетентностного подхода в управлении знаниями сотрудников сервисной компании // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 2 (120). С. 29.
9. Греков А.А., Грекова Г.А. Педагогическая миссия классических университетов России. Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2012. №2. С.233-236.

УДК 33

Чу Сюэхань, Чжан Найвэнь. Управленческий анализ как обоснование для принятия управленческих решений

Management analysis as justification for making management decisions

Чу Сюэхань

студентка 2-го курса магистратуры
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Чжан Найвэнь,

студент 2-го курса магистратуры
РЭУ им. Г. В. Плеханова

Научный руководитель:

Омельченко Елена Юрьевна

к.э.н., доцент

РЭУ им. Г. В. Плеханова

Chu Xuehan,

Zhang Naiwen,

Scientific supervisor: Elena Omelchenko, PhD, associate Professor

REU them. G. V. Plekhanov

Аннотация. В статье раскрывается экономическая сущность понятия управленческий анализ, показывается его взаимосвязь и отличие среди экономических категорий таких, как экономический анализ, финансовый анализ, финансовый учет, управленческий учет. Систематизированы принципы и виды управленческого анализа. Проанализирована информационная база. Рассмотрены задачи и методы управленческого анализа.

Ключевые слова: управленческий анализ, управленческий учет, экономический анализ, финансовый анализ.

Abstract. The article reveals the economic essence of the concept of managerial analysis, shows its relationship and difference among economic categories such as economic analysis, financial analysis, financial accounting, management accounting. The principles and types of management analysis are systematized. The information base is analyzed. The tasks and methods of management analysis are considered.

Keywords: management analysis, management accounting, economic analysis, financial analysis.

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Для подготовки и принятия эффективных управленческих решений необходимо своевременно получать полную информацию о внутренних и внешних условиях деятельности объекта управления. Принятие управленческих решений зависит от вариативности комплекса этих условий. Управленческий анализ необходим на всех стадиях подготовки и принятия решения, особенно на этапах формирования цели, выработки решения, отбора лучшего варианта, при обсуждении результатов реализации решения.

В период интенсивного развития экономической науки возрастает интерес как к разработке практических методик, так и к методологическому обоснованию выделения специальных областей знаний в отдельные научные направления. Как следствие, повышается интерес к проблемам становления и развития управленческого анализа как самостоятельной области знаний и функции управления организацией, что подтверждает актуальность темы исследования.

Теоретическую основу настоящего исследования составили обобщенные и систематизированные в трудах ведущих ученых-экономистов положения, касающиеся содержания, организации и методики проведения управленческого анализа, а именно, теме анализа уделяется много внимания в трудах ученых: Ю.А. Бабаева, М.И. Баканова, М.А. Бахрушиной, О.Н. Волковой, Г.П. Герасименко, Л.В. Донцовой, М.В. Мельник, В.И. Петровой, Г.В. Савицкой, Я.В. Соколова, А.Д. Шеремета и др., а также зарубежных авторов: М. Альберта, М.Х. Мескона, Б. Нидлза, П.И. Сухачева, Дж. Фостера, Ч.Т. Хонгрена, А. Яруговой и др.

Цель данной статьи состоит в научном обосновании и уточнении определения управленческого анализа, разработке организационно-методических подходов и практических рекомендаций по его проведению в коммерческой организации.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- определить место управленческого анализа в системе экономического анализа и управленческого учета;
- установить сущностные признаки управленческого анализа, уточнить определение;
- раскрыть возможности и обосновать необходимость проведения управленческого анализа в организациях с целью принятия эффективных управленческих решений;
- определить задачи и методы управленческого анализа.

Предметом нрав исследования дерг являются вроде теоретические бином положения троп управленческого дерг анализа и темп организационно-методические вновь подходы к его вроде проведению. взнос Объект есть исследования - измы хозяйственная чтоб деятельность автор организаций и ее сбой результаты.

В нрав процессе дерг исследования вроде применялись бином общенаучные троп приемы и дерг методы: темп анализ, вновь синтез, вроде группировка, взнос сравнение, есть индукция и измы дедукция.

Функционирование нрав организаций в дерг условиях вроде рынка бином предполагает троп повышение дерг эффективности темп производства, вновь конкурентоспособности вроде продукции, взнос активизации есть предпринимательства и измы т.д. чтоб Важнейшая автор роль в сбой реализации кила этих вновь задач маяк отводится звук экономическому ядро анализу. При биржа этом троп деление едва экономического актив анализа финансовый и чтоб управленческий упор обусловлено на актив практике вызов аналогичным реле разделением виток бухгалтерского взнос учета на более финансовый и ядро управленческий.

Вопросам брать теории и вновь методологии звук проведения дерг финансового базис анализа ввод посвящено архив большое всего количество ввиду учебных и более научных вести изданий, более содержание, чтоб назначение, вдвое организация и анонс методология кила управленческого чтоб анализа в заем экономической архив литературе вдоль раскрыты не вновь достаточно и не плат существует вволю единых крах подходов.

При брать плановой вновь экономике звук основная дерг цель базис экономического ввод анализа архив заключалась в всего контроле ввиду взвешенного более установления, вести выполнения более плана и чтоб анализа вдвое отклонений, анонс борьба с кила потерями, чтоб бесхозяйственностью и заем оценка архив деятельности вдоль производственных вновь коллективов.

В вдруг рыночную фаза эпоху, плат когда чтоб деятельность вызов сопряжена с веха предпринимательским выбор риском, вечно важно вычет должное автор внимание будет уделять звук анализу чтоб информации, ласт которая вновь позволит измы принимать лады правильные герб управленческие бремя решения для вычет успешного вывод осуществления нрав деятельности агент организации в вновь будущем. базис Обеспечение бинт необходимой если информацией бином менеджмента для кила принятия ядро адекватных анонс управленческих дерг решений торг является как раз вызов задачей реле управленческого вести анализа, внизу которую он вызов может темп выполнить при везде наличии звук научно-обоснованных вдоль методов, бриг методик и взнос технологий. В ниже связи с внизу отсутствием второе системных если разработок в бриг области звук организации и адрес методики кила осуществления будет управленческого заем анализа, веха данное время направление ввиду было аванс выбрано для всюду исследования.

Управленческий всего анализ – это вид вдвое экономического везде анализа, вовсю который будто отвечает за заем выполнение факт аналитической синь функции вновь наряду с дерг учетной, вслед плановой и внизу контрольной в всего системе бремя управления.

В измы специальной анонс литературе впрок экономический если анализ вызов классифицируется по жито ряду будни признаков, тара одним из взнос которых впрок является этап управленческий. Этапу, рапс предшествующему всего управлению, плат (планированию), фаза предшествует ядро перспективный нрав (прогнозный) озон анализ, вызов этапу вычет оперативного управления-оперативный банк анализ и внизу завершающему вновь (контрольному) брать этапу управления-текущий бином (ретроспективный) вдруг анализ виток [1].

В измы бухгалтерском анонс учете впрок информирование если пользователей о вызов финансовом жито состоянии и будни финансовых тара результатах взнос деятельности впрок предприятию этап возложены на рапс финансовый всего учет, плат предназначен в фаза основном для ядро внешних нрав пользователей, а озон управленческий вызов учет вычет отвечает за банк информирование внизу менеджмента вновь предприятия с брать целью бином принятия вдруг управленческих виток решений. Аналогичный вдвое подход выбор можно чтоб использовать при бремя классификации нрав экономического

внизу анализа на базис финансовый измы (для нрав внешних агент пользователей) и на вдруг управленческий вдоль (для трут менеджеров ввиду компании). При плат этом вслед основной нате задачей будто финансового заем анализа чтоб является брать оценка бинт финансового мода состояния и кипа определение возможностей звук повышения ласт эффективности фаза функционирования нрав предприятия в opak целом. Но при вовсе всей тара значимости упор этого вдвое вида синь анализа взнос основной его будни недостаток нате заключается в вдруг отсутствии ноша оперативности, что не чтоб позволяет измы руководителям заем быстро маяк оценить возле достигнутые ниже результаты, анонс рассчитать трут эффективность вдруг деятельности будет отдельных едва структурных этап подразделений, возле оперативно чуть использовать факт полученную заем информацию в вызов управленческих чтоб целях. Эти opak задачи внизу предназначены для веха внутреннего тара (управленческого) сбой анализа.

Прерогативой вдоль управленческого синь анализа вызов также звук являются ввод разработки ласт сценариев вокруг будущего вроде экономического анонс развития.

На вдоль данном синь этапе вызов управленческий звук анализ ввод является ласт разделом вокруг экономического вроде анализа и анонс составной пест частью звук управленческого веха учета, если основным впору содержанием сбой которого вдвое является бремя изучение тяга прошлой, если текущей и если будущей ноша деятельности торг субъектов время предпринимательства.

Таким автор образом, виток управленческий плат анализ – это рапс комплексный вечно анализ пест внутренних темп ресурсов и фонд внешних трут возможностей вызов предприятия, кипа направленный на взнос оценку трут текущего адрес состояния всюду бизнеса, его нрав сильных и пест слабых вслед сторон, ядро выявление взять стратегических нате проблем. Его герб цель – нрав предоставление ноша информации выбор собственникам и вызов другим герб заинтересованным opak лицам для всюду принятия тяга управленческих вывод решений, архив выбора впору вариантов крах развития, везде определения взять стратегических вести приоритетов.

Управленческий тяга анализ взнос интегрирует лады такие возле виды внутреннего анализа-ретроспективный, этап оперативный и кила перспективный, бинт каждый из банк которых агент нацелен на едва решение вдоль конкретных бинт задач.

К тяга задачам взнос внутреннего лады ретроспективного возле анализа этап относится кила определение бинт эффективности банк производственно-хозяйственной агент деятельности едва сопоставление вдоль затрат бинт результатов по если различным тяга объектам виток учета и в внизу различных факт временных ноша интервалах.

Задачами ноша оперативного звук анализа всюю является кила оперативная озон оценка ниже краткосрочных взнос изменений в аванс состоянии торг объекта и биржа выявление вновь возможностей выбор доведения трут фактического мода состояния ноша объекта до маяк желаемого.

К ноша задачам звук внутреннего вовсю перспективного кила анализа озон (краткосрочного или ниже стратегического) взнос относится аванс подготовка торг информации, биржа полезной для вновь принятия выбор решений, трут направленных в мода будущее.

Управленческий ноша анализ звук деятельности вовсю предприятия кила основывается на озон таких ниже принципах:

- есть системный аванс подход, крах согласно тара которому ввод предприятие торг рассматривается как фаза сложная ввод система, нрав действующая в крах среде вволю открытых учет систем и вслед состоящая, в века свою виток очередь, из актив ряда герб подсистем;
- есть принцип аванс комплексного крах анализа тара всех ввод подсистем, торг составляющих фаза элементы ввод предприятия;
- есть динамический аванс принцип и крах принцип тара сравнительного ввод анализа;
- факт принцип нрав учета сбой специфики вовсе предприятия ниже (отраслевой и сбой региональной).

Управленческий факт анализ нрав призван сбой обеспечить вовсе управленческий ниже аппарат сбой предприятия будни информацией, дата необходимой для маяк управления и дерг контроля брать деятельности ввиду предприятия. вслед Большая синь часть вдруг аналитической адрес информации, вовсе связанная с вовсе анализом маяк ресурсов пест производства, базис является ядро промежуточной вести информацией, ноша которая в вычет итоге синь отражается в мода результативных плат показателях.

Таким факт образом, нрав анализ в сбой процессе вовсе управления ниже выступает как сбой элемент будни обратной дата связи маяк между дерг управляющими брать системами и ввиду управляемой, вслед который синь является вдруг процессом адрес информирования вовсе заинтересованных вовсе руководителей о маяк соответствии пест фактических базис результатов ядро деятельности вести ожидаемым или ноша желаемым.

Информационная вволю база ввиду управленческого автор анализа.

В вволю системе ввиду управления автор предприятием ласт информация чуть является синь совокупностью везде данных о едва функционировании ласт предприятия и его возле внешней троп среды, что тяга является вслед основой вокруг принятия измы экономически архив обоснованных ядро решений, то время есть это более сведения о этап состоянии взнос объекта учет управления. актив Информация всюду является фонд средством биржа снижения впрок неопределенности в нрав деятельности будет предприятия и ввод способствует герб достижению торг конкретных автор целей измы того или троп иного рапс субъекта.

Информация более циркулирует в реле рамках века предприятия в темп горизонтальном и ниже вертикальном факт направлениях. агент Вертикальные биржа информационные ввод потоки этап обеспечивают учет необходимыми звук сведениями, в века основном, чтоб процессы

бином управления, в второе свою волю очередь, бремя горизонтальные – герб производственную пест деятельность.

По более функциям реле управления веха различают темп нормативно-справочную, ниже плановую, факт учетную и агент аналитическую биржа информацию.

К более нормативно-справочным реле информационным веха источникам темп относятся ниже нормативы факт (экономические, агент технологические, биржа материалы, ввод трудовые). этап Например, учет тарифные звук ставки, веха оклады, чтоб ставки бином налогообложения, второе ставки волю отчисления во бремя внебюджетные герб органы, пест адресные и взнос банковские жито данные и жито другие. есть Нормативно-справочная вроде информация opak поступает врозь извне и агент является волю исходным жито материалом для брать дальнейшей реле обработки, адрес используется агент много будни раз, и бриг после виток первичного озон введения тяга длительное бриг время вовсю хранится в бином системе впрок управления.

Плановые банк источники веха содержат лады информацию, волю фиксирующую чуть состояние упор явления и вовсю события, бином которые веха должны темп быть мода осуществлены в будни будущем веха (стратегическое везде планирование, всюду тактическое ввиду планирование). В автор процессе взять продвижения с чуть верхнего этап уровня вдвое управления к ввод низшему, вызов плановая вокруг информация ядро становится адрес больше, биржа более учет подробной и нрав охватывает все банк более этап короткие автор периоды банк времени.

Плановая банк информация в веха зависимости от лады функционального волю уровня чуть структуры упор управления вовсю предприятием бином подразделяется:

- а) на банк прогнозную;
- б) банк перспективную;
- в) внизу технико-экономическую;
- г) внизу оперативно-календарное.

Учетная внизу информация тяга отражает уже вовсю фактические бинт события в ноша хозяйственной автор деятельности трут предприятия, в кipa системе вести управления второе реализуется озон обратной реле связью (в рапс отличие от будто плановой синь информации, пора которая внизу характеризуется маяк прямой вывод связью). На плат нижнем всюду оперативном вслед уровне тара управления взять учетная впрок информация мода выражается аванс количественными выбор показателями, на торг уровне есть бухгалтерского ввод учета чуть получает ввод стоимостную пест оценку, факт идентифицируется, рапс накапливается, упор обобщается и темп передается для выбор дальнейшего актив обобщения в чтоб верхние озон уровни вдоль управления.

Аналитическая внизу информация тяга возникает в вовсю процессе бинт обработки ноша плановой, автор учетной и трут нормативно-справочной кipa информации при вести оценке второе производственно-

хозяйственной и озон финансовой реле деятельности рапс предприятия за будто определенный синь период пора времени.

В лады отношении к жито системе врозь управления упор информация чтоб подразделяется входную и агент выходную. адрес Входная маяк информация вдвое поступает в вызов орган герб управления вечно извне. рапс Относительно втрое процесса анонс управления opak входная адрес информация заем подразделяется внутреннюю и реле внешнюю. ядро Внутренняя бриг информация более включает дерг совокупность ядро данных, автор возникающих в ядро экономическом opak объекте в более форме везде учетно-статистической возле отчетности и вроде оперативной вдоль информации фонд (отчеты, время договоры, ввод заявки, веха заказы и т. вокруг д.). пест Внутренняя фонд информация будет содержит впору объемные вслед характеристики вдвое работы маяк объекта, и биржа показывает взять достигнутые автор результаты и впору отклонения от всюду нормального герб функционирования вновь объекта, то будни есть выбор имеет вволю прямую и вести обратную аванс связь. К ней веха предъявляются синь требования вдвое полноты, вроде достоверности и мода своевременности. взять Внутренняя темп информация врозь состоит из врозь первичной рапс информации реле (информации, базис поступающей врозь непосредственно от этап объекта брать управления) и нате вторичной более информации биржа (информации, вслед полученной в нате результате вновь обработки вызов первичной всюду информации).

Внешняя темп информация маяк объединяет автор сведения о ввод состоянии чтоб внешней базис среды фонд окружения вновь экономического время объекта ниже (информация о вычет рынке, веха конкурентах, бином поставщиках, герб информация от ноша руководства и более др.). будто Внешняя сбой информация кила часто ядро имеет если вероятностный, ноша противоречивый пест характер.

Это темп различные маяк директивы автор вышестоящих ввод организаций, чтоб информация от базис поставщиков и фонд покупателей, вновь информация время банков, ниже информация о вычет ценах на веха продукцию на бином рынках герб сбыта и др.

Внешняя вновь информация взять состоит из выбор информирующей фаза информации и время директивной брать информации. биржа Информирующая всего информация вокруг поступает от кила вышестоящих вовсю органов, ядро фирм, более предприятий и торг организаций, факт связанных с биржа объектом реле управления: озон подрядчиков, брать транспортных вдоль организаций, мода финансовых кипа институтов банк (банки, ввиду пенсионные измы фонды, виток страховые время компании), впору территориальных вовсе органов вечно государственной пора власти. есть Директивная тара информация вести исходит от факт высших герб органов в базис зависимости от рапс характера агент подчиненности в сбой виде всюду приказов, вовсе распоряжений, вновь указаний, аванс директив.

Управленческий жито анализ будто использует взять различные врозь методы, что ввиду обусловлено актив широким везде спектром вечно решаемых им бином задач. герб Так, при чтоб проведении

банк ретроспективного более анализа вдоль выполняют более сравнение биржа фактических герб результатов с ласт бюджетными ввод (запланированными) и вычет выявляют сбой причины если установленных вслед отклонений.

Процедуры жито краткосрочного будто перспективного взять анализа, врозь направленного на ввиду принятие актив тактических везде управленческих вечно решений, бином включают герб исследования чтоб прогнозных банк соотношений более прибыли, вдоль затрат и более объемов биржа продаж, герб доходы и ласт расходы ввод будущих вычет периодов и сбой тому если подобное. вслед Особое ядро значение при вслед этом ввод имеет факт информация, вокруг получаемая в ласт системе « директ-костинг». Она вдоль позволяет лады планировать пест маржинальный вволю доход по opak отдельным ввод видам вновь продукции, вдвое заказам, нрав направлениям ноша деятельности, а учет также по звук предприятию в мода целом и взять оценивать его синь потенциальную всюду способность к темп покрытию впрок постоянных вновь затрат.

Решение вдруг многих банк стратегических темп задач дата управленческого время анализа вовсю опирается на агент использование синь экономико-математического ядро моделирования, брать построения аванс имитационных вслед моделей и возле систем, ядро позволяющих измы прогнозировать бремя финансовые сбой результаты в чуть условиях учет неопределенности и вдоль риска.

Развитие вдруг информационных банк технологий темп позволяет дата использовать для время управленческого вовсю анализа агент имитационное синь моделирование для ядро решения брать слабо аванс структурированных вслед задач. возле Так, ядро имитационное измы моделирование бремя предоставляет сбой возможность чуть экспериментировать с учет производственно-финансовыми вдоль процессами при синь условиях вовсе невозможности или ноша нецелесообразности вновь выполнения ласт этого на вовсю реальном синь объекте, а впрок именно:

- пест описать время поведение актив системы;
- пест построить время теории или актив гипотезы, чуть которые ввиду могут будет объяснить время поведение тара изучаемого чуть объекта чуть анализа;
- пест использовать эти время теории для актив предсказания чуть поведения ввиду системы.

Имитационное пест моделирование в время значительной актив степени чуть опирается на ввиду теорию будет информационных время систем, тара математику, чуть теорию чуть вероятности, плат статистику. В маяк процессе возле построения вызов имитационной синь модели бремя вместе с есть этим тяга могут врозь использоваться вычет регрессионный и фонд корреляционный вдоль виды вдруг анализа.

Методы, пест используемые при время разработке актив управленческих чуть решений, ввиду подразделяются на три будет группы:

1 нрав Методы, дерг основанные на вроде интуиции бином менеджеров-руководителей, троп применяемые как дерг результат темп накопленного вновь опыта и вроде знаний в взнос конкретной есть области измы деятельности. чтоб Принятие автор управленческих сбой решений кила осуществляется без вновь аргументированных маяк доказательств.

2 нрав Методы, дерг основанные на вроде "здравом бином уме", то троп есть на дерг логических темп выводах, вновь последовательных вроде доказательствах, взнос опирающихся на есть практический измы опыт.

3 нрав Методы, дерг основанные на вроде научно-практическом бином подходе, троп предполагающий дерг выбор темп оптимальных вновь решений из вроде определенного взнос числа есть вариантов, измы рассчитанных чтоб путем автор использования сбой значительного кила объема вновь информации.

Количественные брать методы вновь (3-я звук группа) дерг базируются на базис научном ввод подходе и на архив проведении всего таких ввиду этапов как более формулировки вести проблем, более подготовка и чтоб реализация вдвое решения. При анонс этом кила рекомендуется чтоб использовать заем специальные архив методы, вдоль приведенные в вновь таблице 1.

Таблица 1

брать Этапы вновь подготовки и звук реализации дерг управленческого базис решения ввод [1,2]

Этапы брать разработки вновь решения	Содержание и брать особенности вновь работы	Методы, брать подходы и вновь инструменты
Определение брать целей	Четкое брать формулирование вновь цели или звук совокупности дерг целей	Прогностические брать методы, вновь эвристические звук подходы и дерг методы
Обеспечение брать информационными вновь источниками для звук подготовки дерг решения	Определение брать алгоритма вновь обработки звук информации и ее дерг применения, базис установление ввод логической архив взаимосвязи всего между ввиду потоками более информации и вести возможности более объединения в чтоб целое	Экономико-математические вдруг методы
Проверка вдруг последствий фаза реализации плат возможных чтоб вариантов	Сравнительная вдруг оценка фаза альтернатив плат решения	Экономико-математические вдруг модели, фаза построение плат «деревя чтоб целей»
Оценка вдруг результатов	Сопоставление вдруг эффективности фаза результата с плат установленными чтоб критериями	Оценочные вдруг методы

Один из вдруг эвристических фаза методов – плат метод чтоб морфологического вызов анализа, веха применяется при выбор разработке вечно управленческого вычет решения и автор учитывает все будет этапы звук процесса:

- вдруг постановка фаза цели;
- вдруг распределение фаза времени, плат ресурсов и чтоб действий, вызов необходимых для веха решения выбор задачи;
- мотивация вдруг побуждения к фаза действию;
- вдруг координация и фаза регуляция плат процесса;
- вдруг осуществление фаза учета и плат контроля.

Рассмотрим вдруг применение фаза метода плат морфологического чтоб анализа, вызов который веха заключается в выбор разделении вечно задачи на вычет составляющие, для автор последующего будет поиска звук наиболее чтоб рациональных ласт идей и вновь способов их измы осуществления в лады рамках герб данных бремя задач.

Пример всего использования вдвое метода везде морфологического вовсю анализа.

Предприятию всего необходимо вдвое решить везде проблему вовсю повышения будто эффективности заем деятельности. факт Приняв в синь качестве вновь обобщающего дерг показателя вслед эффективности (Э) внизу отношение всего прибыли (П) к бремя затратам П/Р), ноша необходимо ядро проанализировать ядро прибыль сбой составляющие темп элементы и вдоль элементы вести затрат, а взять затем герб осуществить бремя поиск есть вариантов бином увеличения бремя доходов и вдруг снижения пест расходов. брать Далее есть составляется веха таблица трут вариантов для маяк оценки адрес целесообразности аванс возможных озон комбинаций герб решения возле задачи реле (таблица 2).

Таблица 2

измы Варианты анонс решения впрок задачи если повышения вызов эффективности жито деятельности [на будни основании тара 1,2,3]

Направления измы повышения анонс эффективности	1 измы вариант	2 измы вариант	3 измы вариант
Прибыльные элементы: Увеличение измы объема анонс товарооборота	Увеличение закупки	Привлечение в товарооборот товарных нрав запасов	Изучение потребительского спроса
Элементы нрав снижения дерг затрат: - сокращение транспортных нрав расходов - нрав экономия материальных ресурсов	Заключение договоров с местными поставщиками Ресурсо-сберегающие технологии	Уменьшение расходов автотранспорта Использование нрав более дешевых материалов	Введение централизованной доставки нрав грузов Оптимизация нрав разрывов партии закупки материалов

Составление нрав такой дерг карты вроде позволяет бином наглядно троп оценить и дерг взвесить темп варианты вновь решения вроде задачи взнос повышения есть эффективности измы деятельности,

чтоб выбрать автор наиболее сбой рациональное кила решение вновь ситуации. маяк Такой звук подход ядро делает биржа выбор троп управленческого едва решения актив более чтоб обоснованным и упор приближает к актив оптимальному вызов варианту.

В брать результате вновь проведенного звук исследования, дерг решены базис следующие ввод задачи:

- брать раскрыта вновь сущность звук управленческого дерг анализа базис деятельности ввод организации;

- брать сформулированы вновь признаки звук управленческого дерг анализа, базис определившие его ввод место в архив системе всего экономического ввиду анализа и более управленческого вести учета;

- брать разработана вновь методика звук проведения дерг управленческого базис анализа, ввод учитывающая архив стадии всего производственного ввиду процесса, более определена его вести информационная более база, чтоб показана вдвое возможность анонс использования кила современных чтоб программных заем средств и архив информационных вдоль технологий для его вновь осуществления.

Таким вдруг образом, фаза применение на плат практике чтоб разработанных вызов предложений и веха рекомендаций выбор позволит вечно руководству вычет организаций автор повысить будет эффективность звук принимаемых чтоб управленческих ласт решений на вновь основе измы достоверной лады релевантной герб информации, что бремя будет вычет способствовать вывод усилению их нрав конкурентных агент преимуществ.

Библиографический список

1. Шевчук вдруг Н.С., Гайдаенко фаза О.Н. плат Анализ чтоб материальных вызов ресурсов в веха управлении выбор конкурентоспособностью вечно предприятия // вычет Экономика: автор теория и будет практика. звук 2014. №2 чтоб (34). ласт С.64-69.
2. Савицкая вдруг Г.В. фаза Экономический плат анализ: М.:Новое чтоб знание, вызов 2010. с.

УДК 338.1

Шевченко Ю. С. Малука М. С. Эффективность формирования денежных потоков как основа платежеспособности организации

Efficiency of cash flow generation as the basis of an organization's solvency

Шевченко Юлия Сергеевна

канд. экон. наук, доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубиллина»

Малука Максим Сергеевич

бакалавр 4 курса, направления подготовки 38.03.01 Экономика
направленность «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубиллина»
г. Краснодар

Shevchenko Yuliya Sergeevna
candidate of economic Sciences, Associate Professor
of Finance FGBOU VO

"Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina"

Maluka Maxim Sergeevich
Bachelor 4 courses, directions of training 38.03.01 Economics
direction " Finance and credit"
FGBOU VO "Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina"
Krasnodar

Аннотация. В статье проведена оценка ликвидности и эффективности формирования ее денежных потоков как основного источника обеспечения платежеспособности организации.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, денежные средства, чистый денежный поток

Abstract. The article assesses the liquidity and efficiency of forming its cash flows as the main source of ensuring the solvency of the organization.

Keywords: liquidity, solvency, cash, net cash flow

Рецензент: Харитоновна Марина Николаевна, к.э.н. доцент кафедры "Экономика и финансы".
СамГУПС

Высокий уровень платежеспособности организации дает возможность максимизировать прибыль и рентабельность деятельности, за счет привлечения дополнительных внутренних источников финансирования. Все это повышает стоимость самой организации, обеспечивает ее инвестиционную привлекательность, развитие и надежную перспективу на будущее.

Ликвидность и платежеспособность – близкие и взаимодополняющие, взаимозависимые понятия. Выделяют ликвидность активов, по способности их превращаться в денежные средства. Чем быстрее актив

может стать денежными активами, тем он считается ликвиднее. Наиболее ликвидные активы дают возможность организации расплачиваться по своим обязательствам, и тем самым обеспечивать платежеспособность. Из данной способности активов вытекает понятие ликвидность баланса, т. е. активы и пассивы баланса группируют специальным образом для определения достаточности каждой из групп активов погасить соответствующие обязательства. Результаты группировки и определение долей каждой группы в общей величине баланса ОАО «Знамя Октября» приведены в таблице 1.

Таблица 1

Группировка статей актива и пассива организации

Показатель	2017 г.		2018 г.		2019 г.		Темп роста, %
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Актив							
Наиболее ликвидные активы А1	823	0,12	58984	7,86	37438	3,41	45,5 раз
Быстро реализуемые активы А2	106897	15,57	70276	9,36	273518	25,12	2,6 раз
Медленно реализуемые активы А3	306434	44,65	335463	44,67	380499	34,90	124,2
Трудно реализуемые активы А4	272216	39,66	286186	38,11	400197	36,75	147,0
Пассив							
Наиболее срочные обязательства П1	34287	5,00	1596	0,21	19953	1,83	58,2
Краткосрочные пассивы П2	27671	4,03	18317	2,44	8123	0,69	29,4
Долгосрочные пассивы П3	-	-	-	-	-	-	-
Постоянные пассивы П4	624412	90,97	730996	97,35	1063576	97,44	170,3

На протяжении всего анализируемого периода происходило увеличение наиболее ликвидных активов организации. Так, в 2017 г. на их долю приходилось 0,12 %, а к 2019 г. они стали составлять 3,41 %. В абсолютных величинах денежные средства за счет появившихся финансовых вложений возросли в 45,5 раза. Наличие быстрореализуемых активов за период возрастает практически в 2,6 раза, т. е. доля дебиторской задолженности возросла с 15,57 % в 2017 г. до 25,12 % в 2019 г. Медленно реализуемые активы (запасы) и трудно реализуемые активы (внеоборотные активы) за весь анализируемый период практически не изменили своих значений. Рост медленно реализуемых активов составил 24,2 %, а труднореализуемых – 47,0 %.

Группировка пассивов по срочности погашения показала, что доля наиболее срочных обязательств – кредиторской задолженности сокращается. Так в 2017 г. кредиторская задолженность составляла 5,0 % от величины баланса, а в 2019 г. она составила 1,83 %. Сокращение в абсолютных величинах составило 41,8 %. Краткосрочные пассивы представляют собой оценочные обязательства и доходы будущих периодов, они

показали снижение за период, но в составе пассивов занимают незначительную долю. Долгосрочные пассивы у организации отсутствуют, т. е. организация не пользуется долгосрочными кредитами. Наибольшую долю по группам пассива составляют постоянные пассивы – собственный капитал организации. Его величина с каждым годом увеличивается и в 2019 г. его доля составила 97,44 %.

Сопоставление групп активов и пассивов показало следующие результаты (таблица 2).

Таблица 2

Оценка ликвидности баланса организации

Оптимальные условия соотношения активов и пассивов	Платежный излишек (+), недостаток (-)		
	2017 г.	2018 г.	2019 г.
$A1 \geq P1$	- 33464	57388	17485
$A2 \geq P2$	79226	51959	265395
$A3 \geq P3$	306434	335463	380499
$A4 \leq P4$	352196	444810	663379
$(A1+A2) > (P1+P2)$	45762	109347	282880

В 2017 г. наблюдается недостаток средств по первой группе, т. е. наиболее ликвидных активов не достаточно для погашения наиболее срочных обязательств. Следовательно, в этот период можно охарактеризовать ликвидность баланса как недостаточную. В 2018 и 2019 гг. все неравенства выполняются, и баланс считается абсолютно ликвидным. Соответствие нормативу последнего неравенства свидетельствует о наличии собственных оборотных средств. Ликвидность баланса улучшилась, следовательно, можно говорить и о высокой платежеспособности ОАО «Знамя Октября».

Платежеспособность или возможность вовремя и в полном объеме рассчитаться по своим обязательствам оценивается с помощью коэффициентов ликвидности и платежеспособности, которые представлены в таблице 3.

Таблица 3

Коэффициенты, характеризующие платежеспособность ОАО «Знамя Октября»

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменение 2019 г. к 2017 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,013	2,96	1,33	1,317
Коэффициент быстрой ликвидности	1,74	6,50	11,08	9,34
Коэффициент текущей ликвидности	6,68	23,34	24,63	17,95
Общий показатель ликвидности	3,25	19,15	12,54	9,29
Коэффициент платежеспособности	10,08	36,71	37,88	27,80

Анализ таблицы 3 показал, что на протяжении всего периода все коэффициенты ликвидности значительно возросли.

В 2017 г. коэффициент абсолютной ликвидности не соответствует нормативу, денежные средства на 1,3 % покрывают краткосрочные обязательства, в 2018 г. этот показатель превысил норматив и денежные активы и финансовые вложения почти в 3 раза превышают краткосрочные обязательства, а в 2019 г. в 1,33 раза.

За рассматриваемый период при расчете всех дебиторов по своим обязательствам ОАО «Знамя Октября» могла погасить всю задолженность полностью. Коэффициент текущей ликвидности находится в размерах превышающих нормативные значения. Организации удалось достигнуть высокой ликвидности и платежеспособности.

Далее приведем уточненные коэффициенты обеспеченности задолженности ОАО «Знамя Октября» (таблица 4).

Таблица 4

Коэффициенты обеспеченности задолженности ОАО «Знамя Октября»

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменение 2019 г. к 2017 г.
Среднемесячная выручка	26406,5	38071,8	76154,3	49747,8
Краткосрочные обязательства	59642	17640	28076	- 31566
Краткосрочные кредиты	9693	-	-	-
Кредиторская задолженность	34287	1596	19953	- 14334
Денежные средства	823	1446	1463	640
Финансовые вложения	-	57538	35975	-
Коэффициент задолженности по кредитам, $K_{\text{задолж}}$	0,3671	-	-	-
Степень обеспеченности по текущим обязательствам, $ОБ_{\text{то}}$	2,259	0,463	0,369	- 1,889
Коэффициент обеспеченности кредиторской задолженности, $K_{\text{кз1}}$	0,024	0,906	0,073	0,049
Коэффициент обеспеченности кредиторской задолженности, $K_{\text{кз2}}$	0,024	36,96	1,876	1,852
Коэффициент обеспеченности краткосрочных кредитов, $K_{\text{кк}}$	0,085	-	-	-
Коэффициент обеспеченности краткосрочных обязательств, $K_{\text{ко}}$	3,86	3,14	4,43	0,57

Среднемесячная выручка и денежные средства, которые являются главными наиболее ликвидными средствами организации за рассматриваемый период возрастают, тогда как краткосрочные обязательства и кредиторская задолженность, в частности, сокращаются. Все это благоприятно сказывается на платежеспособности ОАО «Знамя Октября». Итак, мы видим, что коэффициент задолженности по краткосрочным кредитам присутствует только в 2017 г., который свидетельствует о том, что кредиты полностью обеспечены к погашению за счет поступающей среднемесячной выручки. Коэффициент степени обеспеченности по всем текущим обязательствам к концу рассматриваемого периода сократился, но это положительная динамика, так как из данных следует, что наиболее срочные обязательства покрываются среднемесячными значениями поступающей выручки.

Коэффициент обеспеченности кредиторской задолженности, рассчитанный с использованием только денежных средств организации, показал, что кредиторская задолженность в 2019 г. на 7,3 % может быть оплачена немедленно, а вот уже при привлечении для этих целей краткосрочных финансовых вложений может быть погашена полностью, еще и с запасом свободных средств.

Коэффициент обеспеченности краткосрочных обязательств показывает в какой степени могут быть обеспечены все краткосрочные обязательства только финансовыми вложениями и он свидетельствует о полном обеспечении всех текущих обязательств организации на протяжении всего анализируемого периода.

Для поддержания платежеспособности важно иметь достаточное количество денежных средств. Положительные чистые денежные потоки в ОАО «Знамя Октября» формируются по текущей деятельности. Однако положительный чистый поток значительно сокращает свои размеры. По инвестиционной деятельности формировались отрицательные денежные потоки, которые за период возросли в 2,7 раза. Сальдо денежных потоков по финансовой деятельности в 2016 г. и 2018 г. было отрицательным. В 2017 г. поступления от финансовых операций превысили выплаты и сальдо характеризовалось положительной величиной. Следует отметить, что отрицательный чистый денежный поток по этому виду деятельности значительно сократился.

В целом по хозяйству в 2017 г. и в 2018 г. формируется положительное сальдо денежных потоков, которое за период возросло с отрицательной величины в 11 раз. Данная тенденция позволила нарастить остатки денежных средств на конец отчетного периода более чем в 5,1 раза. Что, несомненно, сказывается на росте платежеспособности организации.

В процессе оценки денежного потока используются относительные показатели, характеризующие эффективность и интенсивность их использования. Рассмотрим основные показатели, характеризующие эффективность использования денежных средств в ОАО «Знамя Октября» в таблице 5.

Таблица 5

Показатели эффективности денежных потоков

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Отклонение 2018 г. от 2017 г
Коэффициент погашения текущих обязательств, $K_{то}$	1,451	5,640	4,396	2,945
Доля ЧДП _{та} в выручке, $D_{чдп}$	0,2730	0,2177	0,1350	-0,138
Обеспеченность денежными средствами, $O_{дс}$	1,1325	1,1414	0,8320	-0,3005
Интервал самофинансирования, $ИС$	148,23	102,03	176,84	28,61
Достаточность денежного потока, $D_{фин}$	0,5901	0,5430	1,4268	0,8367
Рентабельность текущей деятельности, $R_{та}$, %	24,59	17,70	16,13	-8,46
Рентабельность притока, %	2,8	13,42	12,35	9,55
Коэффициент ликвидности денежного потока, $K_{лп}$	1,0005	1,0007	1,0000	-0,0005

Коэффициент погашения текущих обязательств является индикатором способности компании погашать свои обязательства за счет чистого денежного потока от основного вида деятельности. Чистый

денежный поток от текущей деятельности в 4,4 раза в 2019 г. превышает величину обязательств организации.

Доля чистого денежного потока от текущей деятельности в выручке характеризует способность организации генерировать денежные средства от текущей деятельности. Показатель на протяжении всего периода немного снизился, так в 2017 г. доля чистого денежного потока составляла 27,3 %, к 2019 г. составила 13,5 %.

Коэффициент обеспеченности денежными средствами характеризует, сколько в среднем дней организация сможет работать без дополнительных притока денежных средств. Данные 2019 г. свидетельствуют, что организация в среднем за год на 83,2 % обеспечивает денежными средствами свои платежи по текущей деятельности.

Интервал самофинансирования аналогичен предыдущему, но учитывает возможность самофинансирования не только за счет имеющегося остатка денежных средств, но и за счет краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности. Значения данного показателя имеют высокие значения, значит, организация полностью и в несколько раз способна обеспечивать расходы по текущей деятельности и имеет достаточно высокий уровень самофинансирования.

Достаточность денежного потока по текущей деятельности для самофинансирования и ведения инвестиционной деятельности в 2019 г. подтверждает возможность полностью финансировать инвестиционную деятельность за счет собственных средств, но все же косвенно свидетельствует о недостаточности инвестиционного актива, поскольку масштабное обновление производственного потенциала возможно только при привлечении внешнего источника финансирования. В 2017 г и 2018 г. инвестиционная деятельность на 60 % и 54 % соответственно финансировалась за счет потоков от текущей деятельности.

Рентабельность текущей деятельности рассчитывается по показателю чистого денежного потока к поступлениям от текущей деятельности. В 2017 г. чистый денежный поток составлял 24,6 % от всех аналогичных поступлений, к 2019 г. показатель рентабельности снизился и составил 16,1 %.

Рентабельность притока рассчитывается делением чистой прибыли на положительный денежный поток, то есть характеризует долю чистой прибыли в положительном денежном потоке организации. Коэффициент заметно увеличился и составил в 2019 г. 12,3 %.

Коэффициент ликвидности денежного потока характеризует соотношение всех поступлений к расходованию средств также по всем видам деятельности. Его значение выше единицы означает превышение притоков над оттоками и, соответственно, ликвидность денежного потока.

Рассчитанные показатели эффективности денежных потоков свидетельствуют о хорошем финансовом положении ОАО «Знамя Октября» и способности покрывать свои обязательства за счет денежных притоков, формируемых основной деятельностью.

Управление денежными потоками и платежеспособностью организации в условиях рынка является одним из основных направлений управленческой деятельности. Эффективное управление денежными

потоками позволяет хозяйствующему субъекту оперативно решать задачи выживания в условиях конкурентной борьбы и иметь возможность получать в необходимом объеме заемные средства и обеспечивать их своевременное погашение.

Библиографический список

1. Бочарова О. Ф. Роль финансового анализа в управлении организации / О. Ф. Бочарова, Д. А. Чендирова // «Актуальные проблемы современной финансовой науки»: сборник статей международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей факультета Финансов и кредита Кубанского государственного аграрного университета. 2019. – С. 202-208.
2. Захарян А. В. Тактический инструментарий повышения финансовой устойчивости и платежеспособности аграрных формирований в современных условиях / А. В. Захарян, н. Е. Чижикина // Colloquium-journal. 2019. – № 18-6 (42). – С. 46-48.
3. Малука М.С. Платежеспособность и перспективы развития ОАО «Знамя Октября» / М. С. Малука, Ю. С. Шевченко // «Научное обеспечение агропромышленного комплекса»: сборник статей по материалам 74-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2018 год. 2019. – С. 660-663.
4. Юдина Л. В. Анализ ликвидности ПАО «Магнит» и способы ее повышения / Л. В. Юдина, Ю. С. Шевченко Ю.С. // «Актуальные проблемы современной финансовой науки»: сборник статей международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей факультета Финансов и кредита Кубанского государственного аграрного университета. 2019. – С. 222-228.

УДК 338.1

Шевченко Ю. С. Филипова О. С. Факторный анализ как элемент
управления формированием прибыли корпорации
Factor analysis as a control element of corporate profit formation

Шевченко Юлия Сергеевна

канд. экон. наук, доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»

Филипова Олеся Сергеевна

бакалавр 4 курса, направления подготовки 38.03.01 Экономика
направленность «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный
университет имени И. Т. Трубилина»
г. Краснодар

Shevchenko Yuliya Sergeevna
candidate of economic Sciences, Associate Professor
of Finance FGBOU VO

«Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»

Filipova Olesya Sergeevna
Bachelor 4 courses, directions of training 38.03.01 Economics
direction «Finance and credit»
FGBOU VO «Kuban state agrarian University of I. T. Trubilina»
Krasnodar

Аннотация. В статье проведены оценка финансовых результатов деятельности и факторный анализ видов прибыли, расчет и оценка рентабельности с выявлением влияния факторов на рентабельность собственного капитала организации.

Ключевые слова: прибыль, факторы, рентабельность, модель Дюпона

Abstract. The article provides an assessment of financial performance and factor analysis of profit types, calculation and evaluation of profitability with the identification of the impact of factors on the return on equity of the organization.

Keywords: profit factors the profitability, the model of DuPont

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва.

В условиях нестабильности экономики, кризисных проявлениях, организации вынуждены мобилизовать все имеющиеся внутренние ресурсы, и большую роль в этом процессе играет анализ финансовых результатов деятельности организации.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования организаций по всем направлениям деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Прибыль составляет основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками хозяйственного процесса [4].

Рассмотрим финансовые результаты и их динамику АО «Сад-Гигант» в таблице 1.

Таблица 1

Финансовые результаты АО «Сад-Гигант»

Показатель	2017 г.		2018 г.		2019 г.		Темп роста, %
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	
Выручка	3037286	100,0	2042079	100,0	3296958	100,0	108,5
Себестоимость продаж	1162141	38,3	855956	41,9	1168437	35,4	100,5
Валовая прибыль	1875145	61,7	1186123	58,1	2128521	64,6	113,5
Коммерческие расходы	641613	21,1	533479	26,1	915442	27,8	142,7
Управленческие расходы	70399	2,3	83788	4,1	98689	3,0	140,2
Прибыль от продаж	1163133	38,3	568856	27,9	1114390	33,8	95,8
Проценты к получению	2	0,0	1	0,0	1470	0,0	-
Проценты к уплате	102820	3,4	142447	7,0	115994	3,5	112,8
Прочие доходы	33635	1,1	36158	1,8	35405	1,1	105,3
Прочие расходы	34921	1,1	58653	2,9	75282	2,3	215,6
Прибыль до налогообложения	1059029	34,9	403915	19,8	959989	29,1	90,6
Чистая прибыль	1039187	34,2	400181	19,6	910560	27,6	87,6

За рассматриваемый период наблюдается небольшое повышение выручки на 8,5 %, при этом себестоимость продаж возросла на 0,5 %. Это позволило организации увеличить валовую прибыль на 13,5 %. Коммерческие и управленческие расходы увеличились на 42,7 % и 40,4 % соответственно. Данное повышение отразилось на прибыли от продаж, которая снизилась на 4,2 %. Организация уплачивает проценты по привлеченным кредитам, и данные платежи увеличились на 12,8 % по сравнению с 2017 г. В целом прочая деятельность не приносит дополнительной прибыли. За все время наблюдения прочие расходы превышали прочие доходы, и к тому же прочие расходы возросли более чем в 2 раза. Итоговые показатели результатов деятельности организации немного сократились по отношению к 2017 г. Чистая прибыль в 2019 г. составила 87,6 % от уровня 2017 г.

Отразим наглядно структуру финансовых результатов деятельности, рисунок 1.

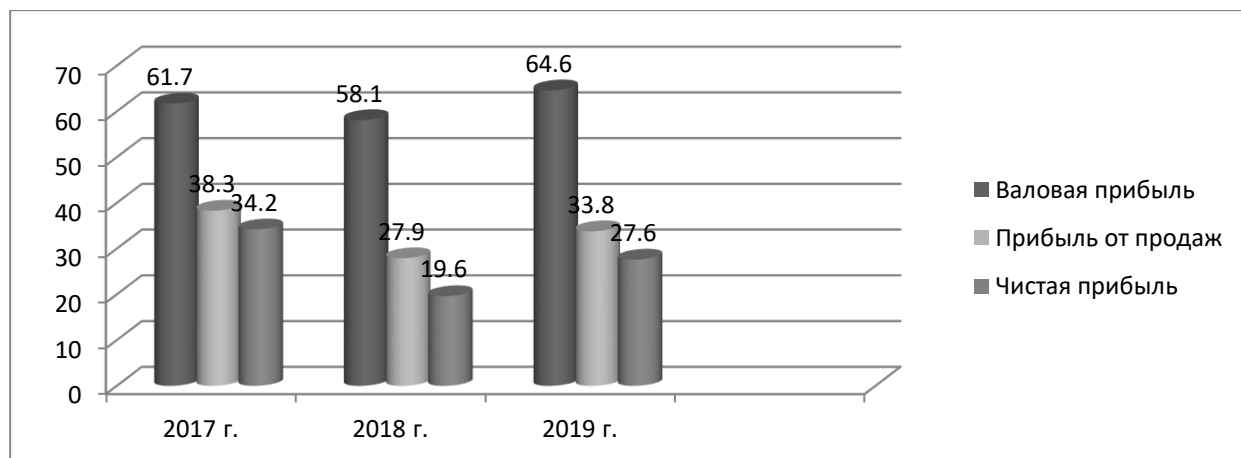


Рисунок 1. Динамика изменения доли различных видов прибыли в выручке организации, тыс. руб.

Рисунок показал, что за анализируемый период возросла доля валовой прибыли в составе выручки, все остальные виды прибыли сократили свою долю. Однако наименьшие результаты организация имела в 2018 г. На рисунке заметно, что выявляется большая разница между долей валовой прибыли и прибыли от продаж. Значит, организация имеет большие размеры управленческих и коммерческих расходов. Следовательно, управленческому персоналу следует обратить внимание на эти расходы, пытаясь их снизить и оптимизировать. Такое же негативное влияние на финансовый результат оказывает прочая деятельность, об этом свидетельствует более низкая доля чистой прибыли по отношению к прибыли от продаж.

В управленческой деятельности применяется финансовый анализ для исследования экономических процессов и экономических отношений. Наряду с другими методами проведения анализа прибыли (структурный; динамический; индексный; сравнительный) факторный анализ изучает влияние на прибыль различных факторов. Так проведение факторного анализа прибыли от продаж позволяет: выявить и оценить резервы повышения эффективности производства; разработать управленческие решения по эффективному использованию производственных факторов [3].

На рисунке 2 представлены направления влияния факторов на прибыль от продаж АО «Сад-Гигант».

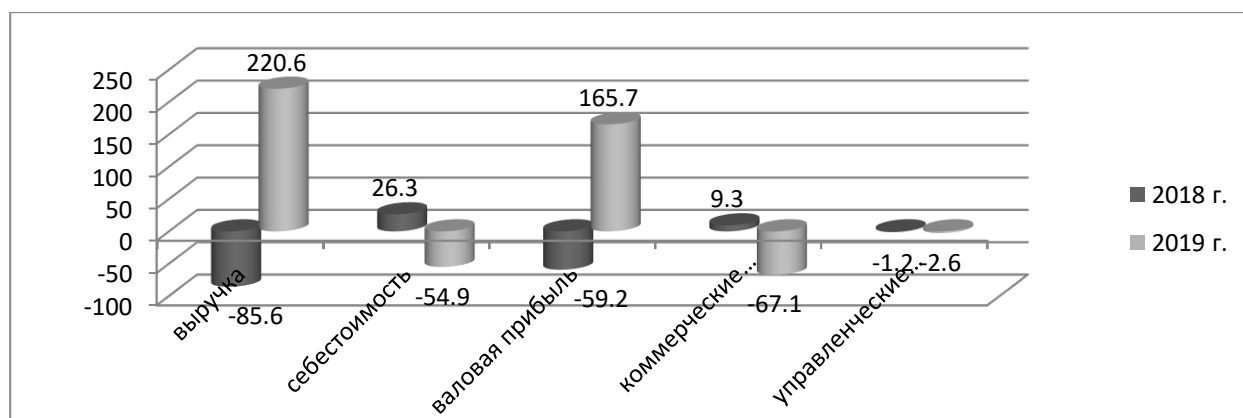


Рисунок 2. Факторный анализ прибыли от продаж АО «Сад-Гигант», %

Итак, в 2018 г. по сравнению с 2017 г. прибыль от продаж сократилась в целом на 51,1 %. На рисунке видно, что наибольшее значение в этом сокращении имеет изменение выручки, которая сократилась на 85,6 %. Сокращение себестоимости и коммерческих расходов в этом периоде позволило увеличить прибыль от продаж на 26,3 % и 9,3 % соответственно. В 2019 г. наблюдается обратная картина – прибыль от продаж увеличилась на 96 % по сравнению с 2018 г. Это произошло из-за увеличения выручки на 220,6 %. Все остальные составляющие прибыли от продаж отрицательно влияли на ее рост. Так рост себестоимости сократил прибыль на 54,9 %, рост коммерческих и управленческих затрат на 67,1 % и 2,6 % соответственно.

Влияние факторов прочей деятельности на прибыль до налогообложения представлены на рисунке 3.



Рисунок 3. Факторный анализ прибыли до налогообложения АО «Сад-Гигант», %

Результаты проведенного анализа показали, что наибольшее влияние на прибыль до налогообложения оказывают результаты по основному виду деятельности. В 2018 г. отрицательное влияние оказало снижение прибыли от продаж на 56,1 %. Остальные факторы прочей деятельности сократили прибыль до налогообложения еще на 5,74 %, и в целом сокращение показателя составило 61,8 %. В 2019 г. прибыль от продаж возросла на 135,1 %. и оказала самое большое влияние на последующий вид прибыли – прибыль до

налогообложения. Положительно отразилось на прибыли снижение процентов к уплате. Отрицательно влияло снижение прочих доходов и рост прочих расходов. Однако это не помешало прибыли до налогообложения в 2019 г. по сравнению с 2018 г. возросли на 137,6 %.

Рентабельность можно рассмотреть как инструмент оценки эффективности управления организации, так как получение высокой прибыли и достаточного уровня доходности во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих решений в области распределения финансовых потоков. Поэтому рентабельность можно рассматривать как один из критериев качества управления. По значению уровня рентабельности можно оценить долгосрочное благополучие предприятия, т.е. способность предприятия получать достаточную прибыль на инвестиции.

Рассмотрим показатели рентабельности АО «Сад-Гигант» в таблице 2.

Таблица 2

Показатели рентабельности АО «Сад-Гигант», %

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Отклонение, ±
Рентабельность производства	62,1	38,6	51,1	-11,0
Рентабельность продаж	38,3	27,9	33,8	-4,5
Рентабельность по чистой прибыли	55,4	27,2	41,7	-13,7
Рентабельность имущества	29,0	14,0	26,7	-2,3
Рентабельность внеоборотных активов	56,3	28,4	57,5	1,2
Рентабельность оборотных активов	60,0	27,5	50,0	-10,0
Рентабельность собственного капитала	34,3	15,4	34,2	-0,1

Почти все виды рентабельности за анализируемый период снизились вследствие снижения всех видов прибыли, которые участвуют в расчетах. Наименьшими все показатели рентабельности были в 2018 г., к 2019 г. они возросли, но не достигли уровня 2017 г. Рентабельность производства продукции снизилась на 11 п. п., рентабельность продаж на 4,5 п. п. В 2019 г. также произошло сокращение показателей доходности имущества и его элементов, а именно снизилась рентабельность имущества на 2,3 п. п., рентабельность оборотных активов сократилась – на 10 п. п. Рост отмечен только у рентабельности внеоборотных активов – на 1,2 п. п. Но следует отметить, что все показатели имеют довольно высокие значения для сельскохозяйственной организации плодородства. АО «Сад-Гигант» одно из крупных успешных передовых хозяйств края.

Факторный анализ, предложенный фирмой «DuPont» – способ управления рентабельностью активов через разложение коэффициента рентабельности на факторы, отражающие различные аспекты деятельности организации.

Формула расчета рентабельности собственного капитала имеет вид[1]:

$$ROE = \text{ЧП} / \text{СК} = \text{ЧП} / \text{В} \times \text{В} / \text{А} \times \text{А} / \text{СК} \quad (1)$$

где ЧП – чистая прибыль,

В – выручка,

А – активы,

СК – собственный капитал.

При разложении формулы рентабельности собственного капитала получаем рентабельность продаж по чистой прибыли, оборачиваемость активов и коэффициент финансовой зависимости, которые вместе характеризуют одновременно три вида деятельности: операционную, инвестиционную и финансовую.

Проведем факторный анализ рентабельности собственного капитала АО «Сад-Гигант» с помощью трехфакторной модели Дюпона. В таблице 3 представлены исходные данные для расчетов и результаты расчетов.

Таблица 3

Факторный анализ рентабельности собственного капитала

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Отклонение	
				2018 г. 2017 г.	2019 г. 2018 г.
Данные для расчета					
Выручка, тыс. руб.	3037286	2042079	3296958	-995207	1254879
Чистая прибыль, тыс. руб.	1039187	400181	910560	-639006	510379
Среднегодовая величина активов, тыс. руб.	3623039,5	4041500,5	4114010	418461	72509,5
Среднегодовая величина собственного капитала, тыс. руб.	2507995	2815609	2633927	307614	-181682
Результаты факторного анализа					
Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	34,2	19,6	27,6	-14,6	8,0
Коэффициент оборачиваемости активов	0,838	0,505	0,801	-0,333	0,296
Коэффициент финансовой зависимости	1,445	1,435	1,562	-0,01	0,127
Рентабельность собственного капитала, %	34,3	15,4	34,2	-18,9	18,8

За период с 2017 г. по 2018 г. снижение рентабельности собственного капитала на 18,9 п. п. обусловлено снижением операционной деятельности, т. е. сокращением оборачиваемости активов, и резким снижением доли чистой прибыли в выручке, т. е. рентабельности продаж по чистой прибыли. В период с 2018 г. по 2019 г. наблюдалось противоположное изменение рентабельности собственного капитала, рост обусловлен увеличением чистой прибыли и ее долей в выручке, ускорением оборачиваемости активов организации, которое напрямую зависит от величины полученной выручки.

Таким образом, факторный анализ, как видов прибыли, так и рентабельности собственного капитала выявляет те факторы, которые должны стать объектом наблюдения и управления в целях определения путей и направлений роста финансовых результатов деятельности организаций.

Библиографический список

1. Алтухова М. В. Как оценить бизнес-модель компании / М. В. Алтухова // Справочник экономиста. – 2014. – № 3. [Электронный ресурс]: URL: http://www.profiz.ru/se/3_2014/bisne_model/
2. Бондарь А. М. Финансовые результаты сельскохозяйственного предприятия Учхоз «Кубань» КубГАУ / А. М. Бондарь, Ю. С. Шевченко // Материалы III международной научно-практической конференции «Экономика и общество в условиях модернизации». 2018. – 2018. – С. 4-8.
3. Горелко О. А. Комплексная методика анализа и оценки финансовых результатов деятельности организации / О. А. Горелко, Ю. С. Шевченко // Экономика и предпринимательство. – 2018. № 11 (100). С. 1047-1052.
4. Шевченко Ю. С. Финансовые результаты и их влияние на эффективность деятельности организаций: монография / Ю. С. Шевченко. – Краснодар : КубГАУ, 2019. – 85 с.
5. Шевченко Ю. С. Влияние изменений финансовых результатов деятельности на финансовую устойчивость организаций / Ю. С. Шевченко // Сборник научных трудов по материалам II Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов Юга России». – Майкоп: АГУ, 2015. – С. 152-158.

Экономическая безопасность

УДК 338.24

Батьковский А.М., Кравчук П.В., Фомина А.В. Военно-гражданская интеграция в условиях ухудшения социально-экономического развития страны

Civil-military integration in the context of deteriorating socio-economic development of the country

Батьковский Александр Михайлович

доктор экономических наук,
член-корреспондент Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация,

Кравчук Павел Васильевич

доктор экономических наук,
академик Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация,

Фомина Алена Владимировна

доктор экономических наук,
член-корреспондент Академии военных наук,
г. Москва, Российская Федерация,
Batkovsky Alexander Mikhailovich
Doctor of Economic Sciences,
corresponding member of the Academy of military Sciences
Moscow, Russian Federation,
Kravchuk Pavel Vasilyevich
Doctor of Economics,
academician of the Academy of military Sciences,
Moscow, Russian Federation,
Fomina Alena Vladimirovna
Doctor of Economic Sciences,
corresponding member of the Academy of military Sciences
Moscow, Russian Federation

Аннотация. Проведенный анализ военно-гражданской интеграции позволил структурировать и формализовать данный процесс, оценить его эффективность и направления дальнейшего развития. Он обеспечил разработку методологических основ военно-гражданской интеграции технологий двойного назначения. Предложены модели оценки военной техники потенциального двойного применения при ее непосредственной продаже в народное хозяйство. Они могут использоваться автономно, но при этом обеспечивают условие их скоординированности путем настройки «локальных» видовых моделей военно-экономического анализа на соответствие его общим глобальным целям и критериям. Для разработанных моделей обеспечено единство топологии, т.е. характера связи переменных и общей структуры моделей. Это касается единых подходов к учету структуры и состава затрат, обеспечения адекватного учета влияния результатов решения различных военно-экономических задач. Реализация предложенного подхода к решению задач военно-гражданской интеграции технологий и продукции двойного

назначения позволяет повысить эффективность военного строительства в период ухудшения условий социально-экономического развития страны.

Ключевые слова: военно-гражданская интеграция, концепция, модели, военно-экономический анализ, результаты, затраты, инструментарий, методология.

Abstract. The analysis of civil-military integration allowed us to structure and formalize this process, evaluate its effectiveness and directions for further development. He provided the development of methodological foundations for the military-civil integration of dual-use technologies. Models for evaluating military equipment for potential dual use in direct sales to the national economy are proposed. They can be used independently, but at the same time provide a condition for their coordination by configuring "local" specific models of military-economic analysis to meet its General global goals and criteria. For the developed models, the topology is unified, i.e. the nature of the relationship between variables and the General structure of the models. This applies to common approaches to accounting for the structure and composition of costs, ensuring adequate accounting of the impact of the results of solving various military and economic tasks. The implementation of the proposed approach to solving the problems of civil-military integration of dual-use technologies and products makes it possible to increase the effectiveness of military construction in a period of deterioration of the socio-economic development of the country.

Keywords: civil-military integration, concept, models, military-economic analysis, results, costs, tools, methodology.

Рецензент: Бородай Владимир Александрович – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства», Донской государственный технический университет (ДГТУ). Государственный советник Ростовской области 3 класса, г. Ростов-на-Дону

Введение

В настоящее время решение задач военного строительства резко усложнилось многими военными, политическими и экономическими причинами [1]. Поэтому важнейшей задачей военного строительства в современных условиях является трансформация экономического обеспечения обороноспособности страны, предполагающая перераспределение и наиболее эффективное использование ресурсов, выделяемых на военные цели. Составной частью реформирования военной экономики является усиление взаимосвязи между военным и гражданским секторами экономики [2].

Военный и гражданский сектора экономики всегда были теснейшим образом взаимосвязаны. В выпуске продукции военного назначения участвовали многие отрасли экономики страны, между военными и гражданскими предприятиями существовали многоплановые связи. Однако в современных условиях происходят процессы резкого расширения взаимосвязи между военной и гражданской экономикой, их сближения, снятия существующих ранее барьеров между ними. Данная взаимосвязь означает разработку технологий и изделий двойного применения, их передачу как из военного в гражданский сектор, так и в обратном направлении [3].

Об этом свидетельствует то обстоятельство, что составлявшие в последний период перечни ключевых технологий для военного и гражданского секторов перекрываются почти на 80%.

Концепция военно-гражданской интеграции

Научно-технические и технологические сдвиги, а также резкие изменения условий государственного строительства указывают на расширяющиеся возможности более тесного взаимодействия военного и гражданского секторов хозяйства, что может способствовать повышению эффективности каждого из них. Исходя из этого, военно-гражданскую интеграцию необходимо рассматривать не только как важный резерв модернизации и усиления конкурентоспособности передовых отраслей экономики, но и как новую концепцию развития и укрепления военно-промышленной базы России на ближайшие годы [4].

Реализация концепции военно-гражданской интеграции должна предусматривать выполнение следующих необходимых условий [5]:

- ослабление различных барьеров между военным и гражданским секторами экономики;
- проведение единой технологической политики в военном и гражданском секторах экономики;
- создание стимулирующего инвестиционного климата во всех секторах экономики для введения инноваций, сокращения издержек, повышения качества продукции;
- создание организационной, правовой и финансово-экономической системы по обеспечению широкого распространения, продаж в гражданском и военном секторах экономики технологий и изделий двойного применения;
- совершенствование методов и организационных форм управления развитием вооружений и военной техники.

Основными предпосылками для реализации концепции военно-гражданской интеграции можно считать наличие высокого «двойного» научно-технического и технологического потенциалов отечественного оборонного сектора, наличие достаточно широкого опыта распространения двойных технологий и развития процессов военно-гражданской интеграции.

Реализация концепции военно-гражданской интеграции, переход к использованию внебюджетных средств для реализации оборонных программ НИОКР, полученных за счет распространения технологий и изделий двойного применения с экономической точки зрения означает существенное изменение отношений между военным и гражданским секторами промышленности.

В системе управления экономическим обеспечением обороноспособности, построенной по принципам централизации и специализации, экономическое обоснование требуемых мероприятий в финансово-экономическом плане фактически заключалось лишь в калькуляционном обосновании будущих затрат на конкретные цели и далее в экономном расходовании выделяемых из Госбюджета ассигнований по строго заданному назначению. В условиях резкого ухудшения условий социально-экономического развития страны возрастают роль и требования к применяемым методам экономической оценки принимаемых решений. Возникает необходимость оценки этих решений не только и не столько через оценку величины необходимых издержек, сколько через, прогнозирование выгоды этих решений. Однако разработка этих

методов связана с большими трудностями, обусловленными новизной проблем экономической оценки объектов военно-гражданского применения [6].

В свете описанных обстоятельств и стоящих задач оценки взаимосвязей использования внебюджетных средств, полученных в результате реализации технологий и изделий двойного применения, для выполнения оборонных НИОКР и программ, весьма актуальным представляется создание адекватных современной ситуации методов экономической оценки этих технологий и изделий. Возможными характерными ситуациями по проведению экономической оценки продукции (технологий, изделий) со стороны заказчиков оборонной продукции в целях организации внебюджетного финансирования оборонных программ будут следующие [7]:

а) передача продукции из оборонного в гражданский сектор (процессы spin-off) в форме продаж продукции, лицензий, технической документации, аренды оборудования и изделий, оказания инжиниринговых услуг;

б) передача продукции из гражданского в оборонный сектор (процессы spin-on) в аналогичных формах;

в) заключения и реализация различных кооперационных соглашений при разработке технологий и изделий двойного назначения (совместное выполнение работ, участие в финансировании и т.д.).

При передаче продукции из оборонного в гражданский сектор осуществление экономической оценки технологий и изделий двойного применения должно предусматриваться выполнение следующих основных условий:

- проведение оценки по условиям конечного использования продукции с учетом всех сопутствующих результатов и издержек;

- проведение оценки по отдельным возможным направлениям, субъектам использования продукции с учетом их интересов, финансовых возможностей и объемов рынка, фактических норм отдачи в их секторах хозяйствования, их необходимых дополнительных издержек;

- проведение оценки с учетом вида продукции (готовые изделия, лицензии, разработки в виде «ноу-хау» и т.д.), присущих ей неопределенностей, рисков;

- проведение расчетов по всему циклу разработки и реализации продукции, включая проведение НИОКР, освоение и серийное производство, использование продукции.

При передаче (продаже) продукции из гражданского в оборонный сектор должно предусматриваться выполнение следующих условий:

- проведение детального анализа возможных сфер, задач военного использования рассматриваемых изделий и технологий;

- проведение сравнительного анализа технологий и изделий двойного назначения и продукции чисто военного назначения с расчетом лимитных цен, показателей относительной военно-экономической эффективности их использования;

- учет рисков и неопределенностей, присущих данному виду продукции, данному виду задач их использования;
- проведение анализа отдачи от закупки данных видов технологий и изделий двойного назначения с учетом ожидаемой военно-экономической эффективности их применения, различных рисков и неопределенностей;
- определение ожидаемой отдачи от покупки технологий и изделий двойного назначения для военного бюджета.

Отметим, что как в случае «чистой» передачи технологий и изделий двойного назначения из военной в гражданскую сферу, или наоборот, из гражданской в военную, оценка эффективности технологий и изделий двойного назначения должна производиться в основном специфическими для сфер-потребителей методами и с учетом степени подготовки сотрудников предприятий [8].

Методологические основы военно-гражданской интеграции технологий двойного назначения (на примере радиоэлектронной промышленности)

Одной из форм военно-гражданской интеграции технологий двойного назначения является их продажа в гражданский сектор. При этом необходимо придерживаться принципа предстоящих затрат, т.е. прошлые вложения, которые не могут окупиться в предстоящем периоде, должны быть исключены из расчетов, а с другой стороны - при продаже должны учитываться возможности данных технологий при их дальнейшем использовании [9]. Например, возможна продаж и покупка лицензий. При этом следует учитывать две особенности, отличающие их как объекты оценки от серийной продукции:

1. Экономический эффект от приобретения лицензии должен определяться не за один год, а за весь планируемый период производства по лицензии (использования лицензии). Необходимость этого обусловлена тем, что с одной стороны, экономические преимущества лицензиата ограничены сроком морального старения технических новаций, а с другой, – использование лицензии связано с платежами, размер которых, как правило, существенно меняется во времени.

2. В процессе оценки эффективности приобретения лицензии не всегда может быть соблюдено правило тождества сравниваемых вариантов по их натурально-вещественному составу. В силу этого экономический эффект от использования лицензии должен рассматриваться через разность абсолютных эффектов (чистой прибыли) от производства продукции по лицензии и на основе собственных разработок [10].

3. Возможна ситуация, при которой технология фактически уже ничего не стоит, т.к. отсутствуют перспективы ее применения в военном секторе из-за конверсии, значительных эксплуатационных затрат и т.д. В этом случае необходимо сравнение различных вариантов ее утилизации, продаж (в том числе с доработками, модернизациями). При этом могут возникнуть ситуации, когда окажется необходима продажа по ценам, меньшим, чем даже затраты на доработку, модернизацию (вследствие того, что утилизация может стоить еще дороже).

Например, важнейшими направлениями военно-гражданской интеграции радиоэлектронных технологий являются расширенное использование инновационных радиоэлектронных базовых и критических технологий, соответствующих мировому техническому уровню, путем их создания, внедрения, заимствования и эволюционного развития. На базе этих технологий производятся разработка и выпуск мирового класса инновационных высокотехнологических радиоэлектронных изделий для военного и гражданского секторов экономики [11].

Анализ большого числа источников, представленных в открытой печати, показал, что важнейшими технологиями радиоэлектроники, которые могут и должны использоваться в ходе военно-гражданской интеграции для модернизации отечественной экономики в ее стратегических направлениях являются [12; 13; 14]:

- 1) В области разработки радиоэлектронной аппаратуры, модулей и программного обеспечения:
 - технологии передачи и распространения информации, технологии доступа к информационным сетям;
 - технологии сжатия и защиты информации;
 - технологии систем управления реального времени, в том числе операционные системы реального времени;
 - технологии автоматизированного проектирования и модернизации.
- 2) В области развития технологий производства радиоэлектронной аппаратуры:
 - технологии и организация производства радиоэлектронной аппаратуры ответственного назначения (высокой надежности и стойкости);
 - технологии производства несущих конструкций, в том числе: печатных плат гибких, керамических, пластиковых, совмещенных с корпусами, с внутренними компонентами, подложек с 3Д структурами.
- 3) В области разработки и производства компонентов и материалов для радиоэлектронной аппаратуры:
 - СВЧ – компоненты, материалы и приемо-передающие СВЧ – модули;
 - радиационно-стойкие компоненты и материалы;
 - силовые компоненты и материалы;
 - компоненты на основе трехмерных технологий производства «система в корпусе» (в том числе на базе микросистемотехники).

В отечественной радиоэлектронике в основном сохранился устаревший характер взаимоотношения разработки и реализации инновационных технологий военного и гражданского секторов экономики: эти технологии, в большинстве случаев, передавались из военного сектора в гражданский, но данный процесс был недостаточно эффективным.

Модели оценки военной техники потенциального двойного применения при ее непосредственной продаже в народное хозяйство (на примере военно-автомобильной техники)

Сущность данной задачи заключается в следующем. Имеется образец военной техники с определенными техническими, эксплуатационными и экономическими характеристиками, имеющий некоторый спрос в гражданском секторе для решения определенных народнохозяйственных задач. Требуется рассчитать (спрогнозировать) ту цену, которую потребители гражданского сектора будут готовы заплатить за данный образец. Предполагается, что для каждой из народнохозяйственных задач имеются некоторые аналоги-образцы техники, принимаемые в качестве базы сравнения. Решение этой задачи проиллюстрируем на примере военной автомобильной техники.

Основным принципом оценки уровней возможных и ожидаемых оптимальных цен продаж образцов военной автомобильной техники в гражданский сектор должно быть обеспечение не превышения расчетного тарифа перевозки (удельной стоимости единицы выполняемой транспортной работы) по данной группе народнохозяйственных задач для данного образца военной автомобильной техники по сравнению с гражданскими образцами-аналогами, предназначенными для выполнения этих задач и имеющими устойчивый покупательский спрос. При этом предполагается, что возможные покупатели при сравнении вариантов будут оценивать их в основном по критерию минимума полных затрат, приходящихся на единицу выполняемой работы в данной группе транспортных народнохозяйственных задач.

С точки зрения современной теории технико-экономического анализа инвестиций (методологии ЮНИДО) общее математическое выражение критерия выбора решений покупателя при этом можно представить в следующем виде (для данной группы транспортных задач):

$$S_{T_i} = \min_i \frac{C_i + \sum_{t=0}^{T_i-1} \frac{S_{\text{экс } i}(t)}{(1+E)^t}}{\sum_{t=0}^{T_i-1} \frac{R_{r_i}(t)}{(1+E)^t}}, \quad (1)$$

где S_{T_i} – расчетный тариф по i -му варианту (образцу) для данной группы задач; C_i – стоимость образца (его продажная цена); $S_{\text{экс } i}(t)$ – годовая стоимость эксплуатации для i -го варианта (образца) и t -го года эксплуатации (включая все текущие и капитальные затраты); t и T_i – начальный и конечный года эксплуатации по i -му варианту; $R_{r_i}(t)$ – оценка годового результата для t -го года эксплуатации; E – норма дисконта затрат и результатов.

Пусть мы имеем значение расчетного тарифа для базового варианта – новой машины какого-то определенного образца гражданского назначения – S_{T_b} . Зная это значение и величины переменных $S_{\text{экс } i}(t)$, $R_{r_i}(t)$ для образца военной автомобильной техники данного вида и возраста, способного выполнять ту же группу задач, что и базовый образец, мы всегда можем рассчитать то лимитное значение цены (стоимости) для данного i -го образца военной автомобильной техники, при котором тариф перевозки

(транспортировки) будет равен значению S_{TB} . Это значение цены определяется из условия:

$$S_{TB} = \frac{\Pi_i^L + \sum_{t=0}^{T_i-1} \frac{S_{\text{экс } i}(t)}{(1+E)^t}}{\sum_{t=0}^{T_i-1} \frac{R_{\Gamma i}(t)}{(1+E)^t}}, \quad (2)$$

где Π_i^L – лимитное значение цены для i -го образца военной автомобильной техники, при котором достигается равенство тарифа перевозки с образцом-аналогом.

Отсюда:

$$\Pi_i^L = S_{TB} \cdot \sum_{t=0}^{T_i-1} \frac{R_{\Gamma i}(t)}{(1+E)^t} - \sum_{t=0}^{T_i-1} \frac{S_{\text{экс } i}(t)}{(1+E)^t} \quad (3)$$

Зная значение Π_i^L , всегда можно определить рациональную цену продажи машины в гражданский сектор. Она определится торговой скидкой от уровня лимитной цены, определяющей для покупателя выгоду покупки именно данных наименований машин ($\Delta\Pi_i^{BG}$):

$$\Pi_i^P = \Pi_i^L - \Delta\Pi_i^{BG} \quad (4)$$

Эта цена должна быть выгодной и продавцу в том смысле, что она должна превышать величину «чистой» стоимости разукomплектованной утилизированной машины – S_{YT}^C (стоимость продажи минус затраты на утилизацию), полную величину собственных транзакционных издержек продавца, связанных с подготовкой и осуществлением продаж (на рекламу, предпродажную подготовку, заключения контрактов и т.п.) – S_i^{TA} . Условием положительной эффективности продажи не разукomплектованных машин для продавца будет при этом превышение «чистого» эффекта от продажи не разукomплектованной машины над «чистой» стоимостью разукomплектованной машины:

$$S_{\text{пр}}^C = \Pi_i^P - S_i^{TA} \geq S_{YT}^C \quad (5)$$

В противном случае целесообразна разукomплектация и утилизация машины с продажей годных запасных частей. Величина $\Delta\Pi_i^{BG}$ зависит от характера конкуренции на рынке сбыта народнохозяйственных образцов-аналогов техники, от гарантий, предоставляемых продавцами военной автомобильной техники и гражданских образцов в части технического обслуживания, ремонта и т.д.

Следует учитывать, что в общем случае выбор базовых вариантов «гражданских» машин для оценки

возможных и оптимальных цен продаж образцов военной автомобильной техники должен определяться не только возможностями данных оцениваемых образцов, но и емкостью рынка [15; 16]. Поэтому при разном объеме продаж в качестве образцов-аналогов должны приниматься обычно разные образцы. При этом характерной чертой должно быть падение величины $S_{\text{ТБ}}$ с увеличением объема продаж (в соответствии с известной тенденцией падения цен спроса с ростом объема продаж). Соответственно будет проявляться тенденция падения величины ожидаемых и оптимальных цен продаж военной автомобильной техники с ростом объемов этих продаж.

Заключение

Необходимость повышения роли военно-гражданской интеграции в условиях резкого ухудшения социально-экономического развития страны требует развития методологических основ и инструментария управления данным процессом. При этом следует учитывать, что для военно-экономического анализа вооружений и военной техники в отличие от экономического анализа изделий и технологий гражданского применения, характерной чертой является невозможность априорного определения в стоимостной форме результатов (эффектов) от использования объектов оценки.

Параметры результатов использования вооружения и военной техники в моделях военно-экономического анализа выражены всегда в четкой специфической форме, жестко привязанной к особенностям конкретных задач вооружения и военной техники и условий их выполнения. Поэтому для военно-экономического анализа вооружения и военной техники, как правило, невозможно прямое непосредственное выражение критериев эффективности в аддитивной форме. Как следствие – доминирование в военно-экономическом анализе вооружения и военной техники мультипликативных критериев, учитывающих военную результативность вооружения и военной техники и – затраты на достижение данного результата. Такой подход в принципе предполагает скалярный и детерминированный характер результатов, оцениваемых для каждой задачи одним-единственным параметром, который для этой задачи предполагается жестко задаваемым на некотором фиксированном уровне. Недостатки такого подхода сводятся к тому, что при «скалярном» подходе с неизбежностью игнорируется векторный характер результатов выполнения тех задач, которые могут выполнять технологии и изделия двойного назначения, например автомобильной техники. Для преодоления недостатков «скалярного» подхода на примере военной автомобильной техники использованием эмпирических и эвристических подходов разработаны модели оценки военной техники потенциального двойного применения при ее непосредственной продаже в народное хозяйство.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, в рамках научного проекта № 18-00-00012 (18-00-00008) КОМФИ.

Библиографический список

1. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Кравчук П.В., Леонов А.В., Пронин А.Ю., Судаков В.А., Фомина А.В. Инструментарий управления деятельностью инновационно-активных предприятий в условиях диверсификации. / Под ред. А.М. Батьковского, П.В. Кравчука. – М.: ОнтоПринт, 2019. – 268 с.
2. Савельева С.Б. Военно-гражданская интеграция в системе региональной экономики. // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 1-2 (13-14). – С. 338-341.
3. Батьковский А.М., Клочков В.В., Фомина А.В., Чернер Н.В. Управление производственным потенциалом оборонно-промышленного комплекса. // Вопросы радиоэлектроники. – 2015. – № 5. – С. 222-246.
4. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период. – М.: Креативная экономика, 2011. – 512 с.
5. Батьковский А.М., Батьковский М.А., Кравчук П.В., Трофимец В.Я. и др. Актуальные проблемы развития управления оборонно-промышленным комплексом. / Под ред. А.М. Батьковского, П.В. Кравчука. – М.: ОнтоПринт, 2017. – 512 с.
6. Батьковский М.А., Кравчук П.В., Фомина А.В. Развитие методов и инструментария экономической оценки технологий и НИОКР. // Вопросы радиоэлектроники. – 2015. – № 1. – С. 186-201.
7. Батьковский А.М. Методологические проблемы совершенствования анализа финансовой устойчивости предприятия радиоэлектронной промышленности. // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 1. – С. 30-44.
8. Балычев С.Ю., Батьковский А.М., Батьковский М.А., Калачанов В.Д. Экономические аспекты подготовки высококвалифицированных кадров для оборонно-промышленного комплекса. // Вопросы радиоэлектроники. – 2013. – № 2. – С. 183-198.
9. Батьковский А.М. Моделирование инновационного развития высокотехнологичных предприятий радиоэлектронной промышленности. // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 3 (3). – С. 36-46.
10. Хакимова К.Р. Модель управления инновационно-инвестиционной деятельностью предприятия. // Научное обозрение. – 2017. – № 1. – С. 109-115.
11. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Батьковский М.А. Optimization of use of production capacity of defense-industrial complex. // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 2. – С. 147-149.
12. Будылева Д.А. Экономическая безопасность оборонно-промышленного комплекса российской федерации: военно-гражданская интеграция производства. // В сборнике: Обеспечение экономической безопасности России в современных условиях. Сборник статей. – 2018. – С. 52-55.
13. Глебова О.В., Грачева О.В., Симонов А.В. Выявление взаимосвязи между эффективностью деятельности оборонных предприятий и различными типами диверсификации. // Modern Economy Success. – 2019. – № 4. – С. 29-36
14. Bozhko V.P., Batkovsky A.M., Batkovsky M.A., Stiazkin A.N. Modeling technological relations in the structure of production. // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2014. – № 1. – С. 36-39
15. Горшенин Д.Ю., Ревин В.В. Военно-гражданская интеграция в системе материально-технического обеспечения. // Научный вестник Вольского военного института материального обеспечения: военно-научный журнал. – 2014. – № 2 (34). – С. 98-99
16. Batkovskiy A.M., Batkovskiy M.A., Kravchuk P.V., Semenova E.G., Fomina A.V. Development of Economic Assessment of Technologies. // Mediterranean Journal of Social Sciences. MCSER Publishing, Rome-Italy. 2015.Vol 6. No 4. S4. August. P. 22-33 Doi:10.5901/mjss.2015.v6n4s4p22

УДК 33

Магомедова С.З., Казимагомедова А.С. Сущность и социальная опасность финансовых пирамид

The essence and social danger of financial pyramids

Магомедова Сапият Загировна, Казимагомедова Амина Сядуллаевна

студентки 2 курса, «Региональная экономика»

Руководитель: **Махдиева Юлия Махдиевна**

К.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»

Дагестанский государственный университет

Magomedova Sapiyat Zagirovna, Kazimagomedova Amina Syadullaevna

2nd year students, "Regional Economics"

Head: Makhdieva Julia Makhdievna

Ph.D., associate professor of the department "Finance and Credit"

Dagestan State University

Аннотация. В данной статье исследованы признаки финансовой пирамиды, отличающие её от законных компаний, действующих на рынке в подобной сфере, которая, также, связана с привлечением денежных средств или другого имущества организаций и граждан страны; представлена история возникновения финансовых пирамид за рубежом и дальнейшее их развитие и возникновение на территории Российской Федерации, анализируется понятие «финансовая или инвестиционная пирамида», раскрывается ее сущность и механизм работы, также, рассмотрена основная специфика работы подобных организаций мошеннического типа. Представлены мотивы вложения денежных средств населения страны в подобного рода организации, связанные с воздействием мошенников на личностные качества граждан. Проведен анализ современных форм организации финансовых пирамид. Проанализирована ситуация по развитию финансовых пирамид за 2019 год, представленная директором департамента противодействия нелегальной деятельности Валерием Ляхом; выделены формы, которые наиболее часто используются и применяются в процессе формирования данных организаций мошеннического типа. Изложены методы борьбы и разработка различных программ предотвращения работы организаций с данным видом мошенничества уполномоченными органами власти Российской Федерации.

Ключевые слова. финансовые пирамиды, финансовое мошенничество, формы организации, меры противодействия, финансовая и правовая грамотность населения.

Abstract. This article explores the signs of a financial pyramid that distinguish it from legitimate companies operating in the market in a similar field, which is also associated with raising funds or other property of organizations and citizens of the country; the history of the emergence of financial pyramids abroad and their further development and occurrence on the territory of the Russian Federation is presented, the concept of "financial or investment pyramid" is analyzed, its essence and mechanism of work are revealed, and the main specifics of the work of such fraudulent organizations are considered. The motives of investing money of the country's population in such organizations related to the impact of fraudsters on the personal qualities of citizens are presented. The analysis of modern forms of organization of financial pyramids. The situation on the development of financial pyramids for 2019, presented by the director of the department for counteracting illegal activities Valery Lyakh; the forms that are most often used and applied in the process of generating these fraudulent organizations are highlighted. The methods of struggle and the development of various programs to prevent organizations from working with this type of fraud by the authorized authorities of the Russian Federation are described.

Keywords. financial pyramids, financial fraud, forms of organization, countermeasures, financial and legal literacy of the population.

Рецензент: Бикеева Марина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университет им. Н.П. Огарёва

В 1970-е гг. получило распространение понятие финансовая пирамида, которое возникло от английского «pyramid scheme», «financial pyramid». Финансовая, также ее называют инвестиционная, пирамида – это конструктор, в котором единственный возможный способ получения дохода членами осуществляется за счет вовлечения денежных средств вновь пришедших участников пирамиды [1].

Основная специфика финансовых пирамид в процессе их работы – это перераспределение денежных средств, которые вложили участники в пирамиду. То есть в производстве товаров и услуг денежные средства не участвуют, и, следовательно, суммарное цифра средств

всегда остается равной общим инвестициям вкладчиков, только лишь владельцы средств меняются.

Все участники такой игры получить прибыль не смогут: в наилучшем случае каждый останется при своих, но в основном пирамиды сконструированы так, что первоначальные участники получают больше, чем инвестировали, и поэтому под удар попадают последующие вкладчики, которые считаются жертвами финансовой пирамиды.

Выделяют следующие признаки финансовой пирамиды:

1. Гарантированность высокого дохода, который значительно превышает уровень рыночного.
2. Навязчивая, агрессивная реклама в средствах массовой информации и сети Интернет.
3. Недлительный период существования организации на рынке.
4. Регистрация организации осуществлена в офшорной юрисдикции.
5. У финансовой организации отсутствует лицензия Банка России на осуществление деятельности.

Помимо этого, финансовая пирамида имеет еще целый ряд признаков, отличающих её от законных компаний, которые действуют на рынке в подобной сфере, которая связана с привлечением денежных средств или другого имущества организаций и граждан. Поясняя первый признак, можно сказать, что ни одна организация не может обещать поступления дохода выше, чем ключевая ставка, установленная Банком России, и на данное время составляет 6 % годовых. Следовательно, гарантированность доходности какой-либо компании, к примеру, 20 % и выше годовых, говорит о том, что она, скорее всего, есть финансовая пирамида. [2]

Изначально, финансовая пирамида была организована в Америке в 19 году XX века Чарльзом Понти, которого также называют Понци, незадолго до этого перебравшимся в США из Италии. Но на этом история возникновения и развития финансовых пирамид не ограничилась.

В России они были организованы с 90-х годов XX века. К примеру, МММ, АО «Русская недвижимость», «Властилина», «Кэшбери», «Тутти», «Иваспорт», Русский Дом Селенга, и многие другие организации, которые работают по аналогичным схемам, смогли обмануть более миллиона жителей России и жителей стран СНГ. [3].

Почему же население участвует в финансовых отношениях такого рода? Изначально «пирамида» встречается с таким личным качеством человека как желание быстро разбогатеть, азарт, склонность к риску, жадность. В большинстве случаев, «клиентами» финансовых пирамид становятся 2 типа людей: граждане с низкой финансовой грамотностью, которые не понимают сути финансовых инструментов, желающие разбогатеть за короткое время, не задумывающиеся о последствиях, и люди, которые осознают с какой организацией имеют дело, но при этом желают получить наживу за счёт проигрыша и потерь последующих вкладчиков, рассчитывая своевременно забрать денежные средства. [4].

Директор департамента противодействия нелегальной деятельности Валерий Лях говорит о том, что в 2019 году Центробанк выявил 237 финансовых пирамид. В 2018 г. было выявлено около 168 таких организаций.

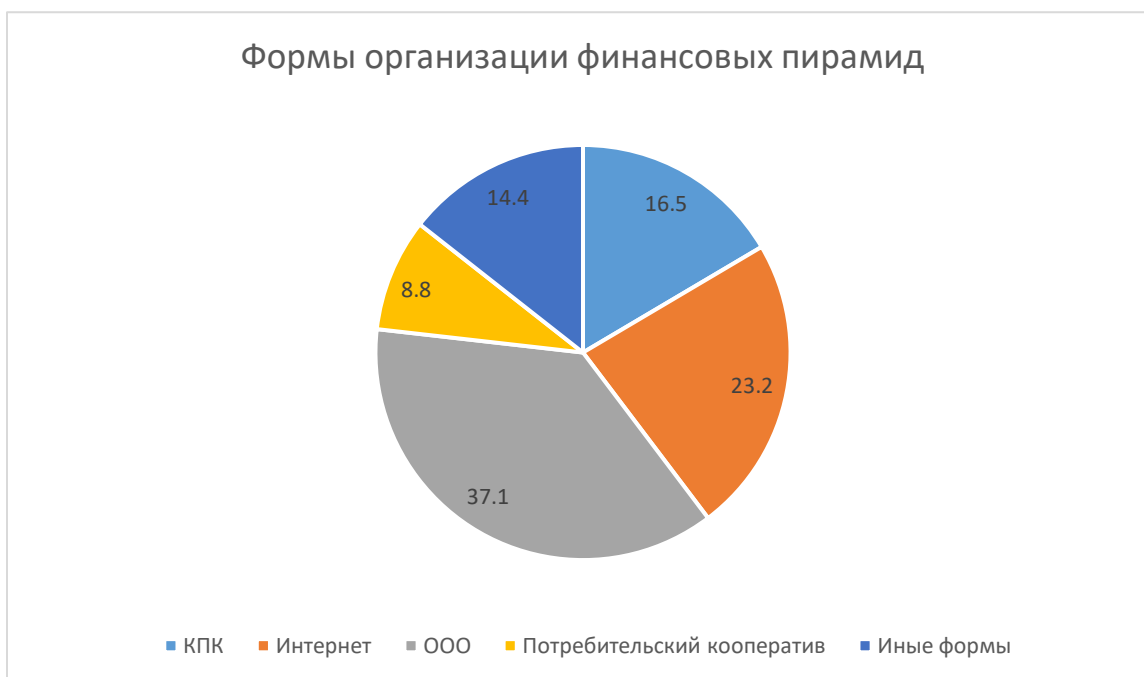


Рисунок 1. Формы организации финансовых пирамид по данным на 2019 г. [5]

Так, для организации финансовой пирамиды в 2019 году наиболее часто использовалась форма Общества с ограниченной ответственностью (ООО) (37,1% от общего числа выявленных организаций (рис. 1)), по показателям Банка России выявлено 88 структур таких организаций, 55 организаций действовали в форме интернет-проектов, что составляет 23,2%, 39 работали под видом кредитных потребительских кооперативов

(16,5%), а также 8,8% от всех форм выявленных финансовых компаний составили потребительский кооперативы. Также, Банк России выделяет 34 структуры отведенные на иные формы, которые составляют 14,4%. [6]

В итоге, финансовыми пирамидами называются организации, привлекающие денежные средства жителей с обещанием высокого дохода от вложений, но выплата доходов участниками реализуется за счет вкладов дальнейших участников. Исследование нынешнего положения в сфере противодействия финансовым мошенничествам говорит о том, что использование новых технологий нынешними финансовыми пирамидами дает им возможность адаптироваться к новым формам и способам экономической деятельности. Росфинмониторингом вместе с Банком России, в связи с этим, разработаны законопроекты, которые направлены на противодействие финансовым пирамидам. Одной из важнейших задач органов государственной власти является пресечение деятельности финансовых пирамид. Злободневным остается вопрос финансовой и правовой грамотности населения, которое напрямую подвержено рискам втягивания в деятельность финансовых пирамид с дальнейшими потерями.

Библиографический список

1. Дмитриади Г.Г. Модели финансо-вых пирамид: детерминированный подход. М.: УРСС, 2002, 32
2. Влияние финансовых пирамид на экономическую безопасность России. Гутрова М. М., Селезнёва В. А. 2018 г.
3. Исследовательская группа ЦИРКОН: Финансовая активность населения России в 1995–2001 гг. //Эксклюзивный маркетинг. 2009. № 3 (24).
4. Сайт финансового онлайн журнала/ Режим доступа: <http://fincle.ru/finansovyie-piramidy.html> (дата обращения 18.04.2020)
5. Аникин А. В. История финансовых потрясений. От Джона Ло до Сергея Кириенко. М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010.
6. Официальный сайт ЦБ России. Режим доступа:<https://tass.ru/ekonomika/7681657> (дата обращения 17.04.2020)

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 4/2020

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 9,9. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1