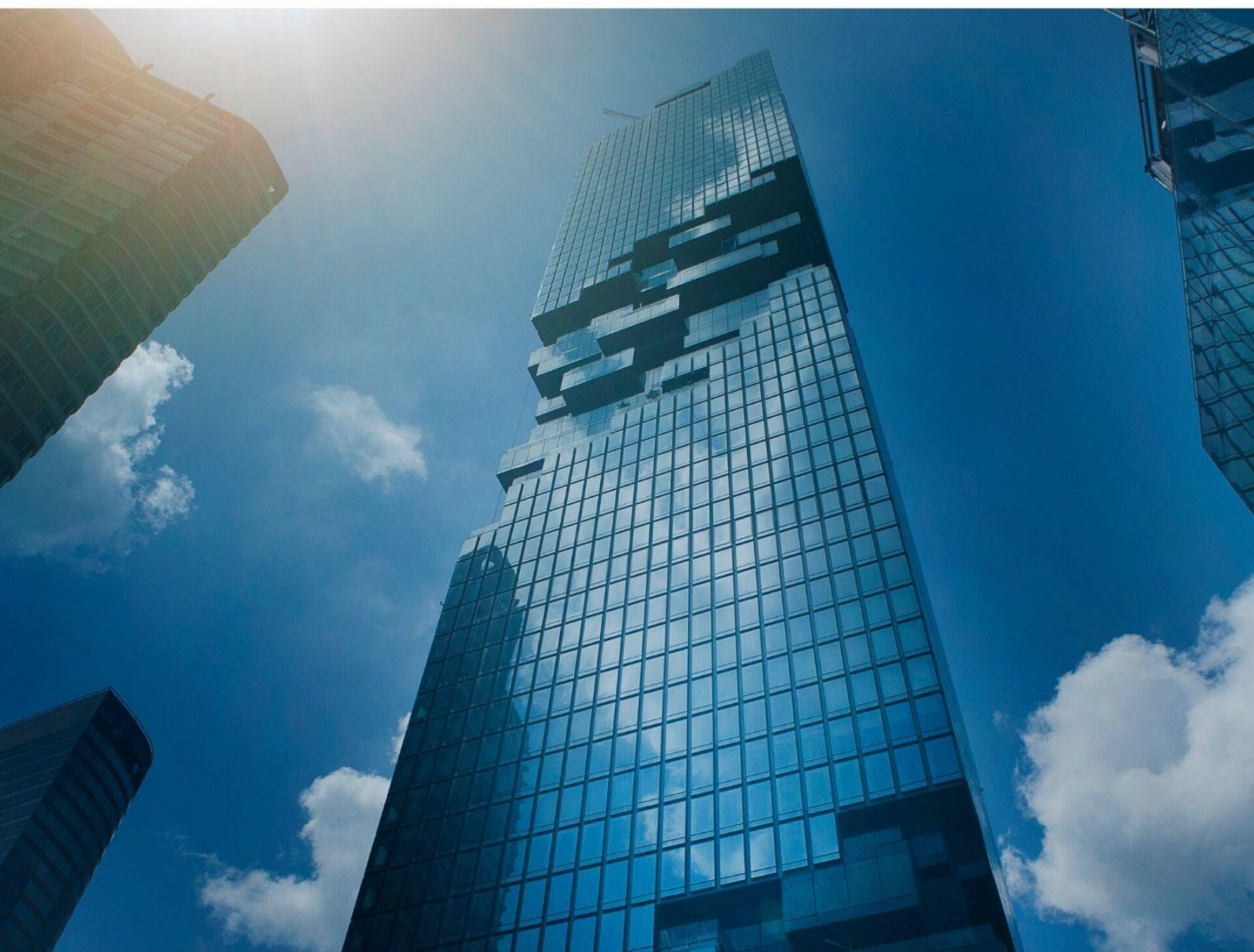


ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ



EDRJ.RU

ISSN 2542-0208

Экономическая теория
Экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами
Управление инновациями
Экономика и управление в образовании
Государственное управление
Региональная экономика
Мировая экономика
Логистика

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 6/2020

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» – №6– 2020. – 116 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 университет 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) ФБГОУ 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, 2015-2020

Оглавление

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ	7
Швецова Ю.С., Почекаева О.В. Нормативно-правовое регулирование учета затрат и калькулирования себестоимости продукции предприятия	7
Швецова Ю.С., Почекаева О.В. Понятие и сущность затрат и калькулирования себестоимости продукции предприятия.....	15
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ	22
Соловяненко Н.И., Шапсугова М.Д. Стратегия либерализации правового регулирования деятельности торговых сетей в условиях пандемии коронавирусной инфекции	22
ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО	28
Щербина Т.А., Барсукова Г.Н. Формирование земельных участков, предназначенных для предоставления многодетным семьям в МО Красноармейский район.....	28
МАРКЕТИНГ	32
Туниянц М.Ф., Россинская М.В. Методы оценки эффективности маркетинга персонала	32
Туниянц М.Ф., Россинская М.В. Сущность и принципы маркетинга персонала	38
Чекашкина Н.Р., Шумейко В.В. Особенности маркетингового управления компанией в период кризиса	42
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ .	48
Тиндова М. Г. Корреляционный анализ рынка аксессуаров в процессе виноделия	48
МЕНЕДЖМЕНТ	53
Фешина С.С., Славянов А.С. Искусственный интеллект в управлении городской инфраструктурой.....	53
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА.....	61
Пронькин Н.Н., Симakov А.И. Формирование целевой программы обеспечения информационной безопасности города Москвы	61
РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ	68
Кицис В.М., Елисеева А.В. Опыт зарубежных стран развития туристских кластеров.....	68

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ	74
Балашова Р.И., Гребенкова Е.А. Оценка влияния финтехинноваций на деятельность предприятий.....	74
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	88
Ильина С.И. Анализ деятельности ПАО «Сбербанк» на рынке ипотечного кредитования.....	88
ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	97
Батьковский А.М., Фомина А.В. Информационное обеспечение автоматизированных систем управления на предприятиях оборонно-промышленного комплекса.....	97
Бобровская Е.В., Вольнова А.В. Показатели состава персонала Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк»	105
Богатова А.В., Карпова Д.А. Финансовый контроллинг как фактор повышения финансовой устойчивости предприятия.....	112

Бухгалтерский учет, анализ, аудит

УДК 657.1

Швецова Ю.С., Почекаева О.В. Нормативно-правовое регулирование учета затрат и калькулирования себестоимости продукции предприятия Legal regulation of cost accounting and costing of production costs of the enterprise

**Швецова Ю. С.
Почекаева О. В.**

1 магистрант ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»,
Экономический факультет

2 к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита ФГБОУ ВО «ВГУВТ»
Shvetsova J.S.
Pochekaeva O.V.

1 Master student of FSBEI of HE "Moscow State University named after M.V. Lomonosov ", Faculty of Economics
2 Ph.D., Associate Professor, Associate Professor, Chair of Accounting, Analysis and Audit, «Volga State University of Water Transport»

Аннотация. В статье рассмотрены нормативные документы, регламентирующие ведение учета затрат промышленными предприятиями. Установлено наличие нормативных документов, действующих в ограниченной редакции, не соответствующих требованиям современного законодательства. Подтверждено влияние требований налогового учета при постановке бухгалтерского учета производственных затрат на предприятии, искажающих реальный уровень себестоимости.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, регулирование, затраты, себестоимость

Abstract. The article discusses the regulatory documents governing the cost accounting of industrial enterprises. The presence of regulatory documents in force in a limited edition that does not meet the requirements of modern legislation is established. The influence of tax accounting requirements when setting up accounting of production costs at the enterprise that distort the real level of cost is confirmed.

Keywords: accounting, regulation, costs, cost

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

Нормативно-правовое регулирование учета затрат и калькулирования себестоимости продукции отечественных экономических субъектов представлено четырехуровневой системой, где любой принятый и введенный в действие юридический документ конкретным образом оказывает влияние на калькуляционный процесс, а каждый следующий уровень системы нормативно-правового регулирования отвечает за конкретизацию предыдущего уровня. Система нормативно-правового регулирования учета затрат и

калькулирования себестоимости продукции экономических субъектов в РФ представлена четырьмя уровнями.

I уровень отвечает за регулирование учета затрат и калькулирования себестоимости продукции экономических субъектов в РФ на уровне федеральных стандартов бухгалтерского учета. Действие нормативно-правовых актов, относящихся к данному уровню, преследует цель введения единых юридических норм для ведения бухгалтерского учета на территории страны. В перечень документов, которые определяют порядок организации и ведения учета затрат и калькулирования себестоимости продукции экономических субъектов в РФ входят следующие:

- части I-II ГК РФ;
- Трудовой кодекс РФ;
- Федеральный закон «О бухгалтерском учете».

В части I ГК РФ [1] юридически закреплён набор ключевых предъявляемых к экономическим субъектам требований, т.е.:

- 1) наличие самостоятельного баланса в качестве формального признака экономического субъекта, образованного в форме юридического лица;
- 2) обязательность, связанная с утверждением годового отчета.

В этой связи стоит отметить пункты 1-3 статьи 48 части I ГК РФ, где четко обозначены критерии юридического лица, а именно:

- согласно пункту 1, юридическим лицом признается экономический субъект, обладающий обособленным имуществом и отвечающим им по своим корпоративным обязательствам, имеет возможность от своего лица получать и реализовывать гражданские права и нести соответствующие обязанности, выступать в роли истца и ответчика в судебных процессах;
- согласно пункту 2, юридическое лицо должно иметь регистрацию в ЕГРЮЛ в любой из организационно-правовых форм хозяйствования, которые предусмотрены действующими нормами ГК РФ;
- согласно пункту 3, к юридическим лицам, на имущественный комплекс которых у их учредителей есть вещные права, относятся организации в организационно-правовых формах хозяйствования МУП и ФГУП.

Часть II ГК РФ [2] призвана регулировать правоотношения, которые возникают в ходе ведения финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов. Например, отношения по продажам товаров и услуг с определением момента признания доходов и расходов по совершаемым сделкам. В этой связи для примера можно отметить пункты 1-5 статьи 454 части II ГК РФ «Договор купли-продажи»:

- согласно пункту 1, по договору купли-продажи сторона продавца несет обязанность, связанную с передачей вещи (товара и/или услуги) во владение стороне покупателя, несущего обязанность, связанную с принятием продукта и с уплатой за него конкретной суммы денежных средств;

- согласно пункту 2, сделки по купле-продаже ценных бумаг и валютных ценностей регулируются именно данным пунктом в случае отсутствия особых правил их купли-продажи согласно действующему отечественному законодательству;

- согласно пункту 3, в ситуациях, которые предусмотрены действующими нормами ГК РФ или иным нормативно-правовым актом, особенности сделок по куплям-продажам товаров и/или услуг определяются законами и прочими юридическими актами;

- согласно пункту 4, его положения применяются к сделкам, связанным с продажами имущественных, в т.ч. цифровых, прав, при отсутствии иного содержания или характера данного рода прав;

- согласно пункту 5, в отношении отдельных видов договоров купли-продажи его положения применяются при отсутствии иных правил согласно ГК РФ о видах соглашений (договора купли-продажи в сфере розничной торговли, договора купли-продажи, связанные с поставками товаров и/или услуг, договора купли-продажи в форме контрактации, договора купли-продажи по вопросам, связанным с энергоснабжением физических и юридических лиц и др.).

В качестве следующего по уровню значимости нормативно-правовым документом выступает Трудовой кодекс РФ [3]. Его положения регулируют порядок, связанный с определением правил и норм охраны труда, аспектов трудовых взаимоотношений между всеми категориями работников внутри экономических субъектов, а также аспектов, связанных с привлечением к материальной ответственности в случае причинения ущерба из-за недостатков или порчи имущества. Включение ТК РФ в I уровень системы связано с большой ролью именно затрат по оплате труда. При расчете оплаты труда и страховых взносов нужно опираться на действующие нормы НК РФ. В частности, при расчете сумм страховых взносов стоит обратить внимание на статью 425 главы 34 части II НК РФ [4].

Ведение учета затрат и калькулирования себестоимости продукции экономических субъектов на территории РФ регламентируется Федеральным законом «О бухгалтерском учете» [5].

В состав документов I уровня отечественной системы юридического регулирования бухгалтерского учета в стране включены Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ), утверждаемые приказами Минфина РФ.

В части учета затрат определяющим является ПБУ 10/99 «Расходы организации». В Положении дано определение расходов и их классификация на расходы по обычным видам деятельности и прочие расходы. Согласно Положению, к расходам по обычным видам деятельности относятся расходы, связанные с изготовлением продукции, выполнением работ, оказанием услуг и их продаж, а также возмещение стоимости амортизируемых активов; расходы, связанные с приобретением материально-производственных запасов; расходы, возникающие непосредственно в процессе переработки или доработки материально-производственных запасов для целей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг.

Согласно пункту 8 ПБУ 10/99 «Расходы организации» [6] затраты при ведении обычных видов экономико-финансовой деятельности в системе РСБУ должны быть отражены в разрезе следующих групп:

- материальные издержки (затраты);

- затраты на оплату труда;
- страховые взносы (взносы во внебюджетные фонды на оплату труда персонала);
- амортизация (амортизационные отчисления с амортизируемого имущества);
- прочие (иные) затраты.

Данная группировка применяется всеми коммерческими организациями и отвечает на вопрос «что было затрачено на производство». Группировка позволяет сделать вывод о характере производства – материалоемкое, трудоемкое, фондоемкое.

Признание издержек согласно действующим правилам и принципам РСБУ происходит и при отсутствии желания извлекать доходы и в независимости от формы несения издержек экономическими субъектами (денежная, натуральная и прочая). Также при признании издержек не учитывается факт денежного покрытия затрат, а учитывается только временной аспект фактического несения затрат. Подобное требование содержится в ПБУ 10/99.

Учет материальных затрат ведется согласно ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» [7], согласно которому тот или иной экономический субъект может выбрать один из ряда следующих вариантов списания затрат:

- вариант списания материальных затрат по себестоимости каждой единицы;
- вариант списания материальных затрат по средней себестоимости;
- вариант списания материальных затрат по себестоимости первых по времени приобретения МПЗ (способ ФИФО).

Согласно ПБУ 10/99 амортизация амортизируемого имущества признается в виде затрат согласно рассчитанным суммам амортизации согласно их первоначальной стоимости, СПИ и принятого на микроуровне метода исчисления амортизации, от которого зависит размер ежемесячно начисляемой амортизации, влияя на производственную и полную себестоимость.

Основные средства – это ключевой вид амортизируемого имущества. Согласно пункту 18 ПБУ 6/01 «Учет основных средств» [8] на микроуровне допускается применение следующих методов расчета амортизации для различных групп их однородных объектов основных средств:

- линейный способ начисления амортизации амортизируемого имущества;
- метод уменьшаемого остатка;
- метод списания стоимости по сумме чисел лет СПИ;
- метод списания стоимости пропорционально объему товаров и услуг.

Начисление амортизации основных средств в бухгалтерском и налоговом и учете происходит по-разному. Отличия здесь начинаются с количества методов амортизации, которые можно использовать в бухгалтерском и налоговом учете: в первом случае их четыре, во втором – два. Но ключевое отличие здесь состоит в наличии различного лимита стоимости амортизируемого имущества. Согласно пункту 5 ПБУ 6/01

«Учет основных средств», данный лимит составляет 40 тыс. руб., т.е. именно с этой величины балансовой стоимости активы признаются в составе основных средств.

Согласно пункту 28 ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» [9] на микроуровне допускается применение следующих методов расчета амортизации для различных групп их однородных объектов нематериальных активов:

- линейный способ начисления амортизации амортизируемого имущества;
- метод уменьшаемого остатка;
- метод списания стоимости пропорционально объему товаров и услуг.

Данные о себестоимости должны отражаться в годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности компании. О чем говорится в следующих Приказах Минфина России: в Приказе Минфина России «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [10]; в Приказе Минфина России «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» [11].

Для этого используются следующие формы бухгалтерской (финансовой) отчетности – это «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах» и «Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах». Любой экономический субъект должен сформировать свою учетную политику в ежегодном режиме с отражением в ней, в частности, рабочего плана счетов, а также метода калькулирования себестоимости товаров и услуг и т.д. Вышеуказанная обязанность для экономических субъектов регламентируется ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» [12].

К федеральным стандартам относится также План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности инструкция по его применению [13]. Для учета затрат в Плане счетов предусмотрены активные счета «20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы», 28 «Потери от брака», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства»» [13]. Затраты на этих счетах отражаются по функциональному признаку. Например, производственные затраты отражаются на счете 20, а управленческие – на счете 26. II уровень направлен на стандартизацию процесса, связанного с бухгалтерским учетом хозяйственных операций, и процесса, связанного с определением общих правил по аспектам оформления совершенных операций.

Данный уровень представлен отраслевыми стандартами. В настоящее время отраслевые стандарты разработаны для некредитных финансовых организаций, кредитных организаций, негосударственных пенсионных фондов. В настоящее время отраслевые стандарты по учету затрат не разработаны, организации руководствуются действующими отраслевыми инструкциями (указаниями). Например, предприятия машиностроения могут руководствоваться методическими материалами «по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на предприятиях машиностроения и металлообработки» [14], в части, не противоречащей действующим нормативным документам. В данном документе делается акцент на использование нормативного метода учета затрат на предприятиях данной отрасли.

III уровень системы нормативно-правового регулирования учета затрат и калькулирования себестоимости продукции экономических субъектов в РФ представлен рекомендациями в области бухгалтерского учета, а именно методологическими указаниями, разъяснениями и указаниями по отдельным (узким) вопросам бухгалтерского учета. Подобные нормативно-правовые документы утверждаются и вводятся в действие в стране на уровне министерств, ведомств, профессиональных объединений бухгалтеров, аудиторов и разных госорганов исполнительной власти.

К документам данного уровня, затрагивающие учет затрат, можно отнести методические указания - по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, по бухгалтерскому учету основных средств, по бухгалтерскому учету специальной одежды, а также рекомендации по применению учетных регистров бухгалтерского учета на предприятиях. Данные документы развивают нормы, заложенные в документах I и II уровней.

Кроме вышеуказанных документов не отменены и действуют в ограниченной редакции "Основные положения по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях" [15]. В данном документе приведен состав затрат, формирующих себестоимость продукции (работ, услуг), дана классификация затрат по месту возникновения затрат (производствам, цехам, участкам и т.п.), по видам продукции, работ и услуг, по видам расходов (статьям и элементам затрат и их наполнение). Даны пояснения в отношении основного и вспомогательных производств. Отдельный раздел посвящен планированию затрат. Данный документ лежит в основе принятых отраслевых инструкций по учету затрат и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг).

Также не отменены "Типовые указания по применению нормативного метода учета затрат на производство и калькулированию нормативной (плановой) и фактической себестоимости продукции (работ)", которые раскрывают учет нормативных затрат, учет отклонений от норм и учет изменений норм [16].

IV уровень дает возможность подходить к детальному решению различных организационных вопросов непосредственно на уровне хозяйствующих субъектов. Документы этого уровня могут быть использованы, например, в виде инструкции для разработки учетной политики. Разрабатываются и вводятся в действие они приказами руководителей экономических субъектов. Учетная политика организации в части учета затрат должна раскрывать:

- систему счетов учета затрат на производство продукции (работ, услуг);
- метод учета затрат на производство;
- способ группировки затрат на производство продукции и их списания;
- статьи калькуляции, применяемые организацией;
- способ оценки незавершенного производства;
- способ распределения косвенных расходов между отдельными объектами учета и калькулирования;
- порядок и сроки погашения расходов будущих периодов;
- порядок и сроки списания прочих производственных расходов;

- вариант сводного учета затрат на производство.

Завершая составление общей характеристики системы нормативно-правового регулирования учета затрат и калькулирования себестоимости продукции экономических субъектов в РФ, необходимо отметить недопустимость юридического противоречия между собой каждого следующего уровня относительно предыдущего.

Таким образом, исчисление себестоимости на сегодняшний момент времени имеет строго регламентированный характер в рамках разработки и реализации общей рыночной стратегии экономическими субъектами.

Руководство экономических субъектов должно руководствоваться, прежде всего, нормами ГК РФ, НК РФ, ТК РФ, Федеральным законом «О бухгалтерском учете» и приказами Минфина РФ. Но здесь необходимо учесть отсутствие отраслевых стандартов по учету затрат и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) и принятые в 80-х годах 20 века инструкции, что предоставляет отечественным субъектам хозяйствования довольно широкие полномочия по выбору методов калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг).

Библиографический список

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020)
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 18.03.2019, с изм. от 28.04.2020)
3. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 24.04.2020)
4. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 21.05.2020)
5. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) "О бухгалтерском учете" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020)
6. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790)
7. Приказ Минфина России от 09.06.2001 N 44н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет материально-производственных запасов" ПБУ 5/01" (Зарегистрировано в Минюсте России 19.07.2001 N 2806)
8. Приказ Минфина России от 30.03.2001 N 26н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет основных средств" ПБУ 6/01" (Зарегистрировано в Минюсте России 28.04.2001 N 2689)

9. Приказ Минфина России от 27.12.2007 N 153н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007)" (Зарегистрировано в Минюсте России 23.01.2008 N 10975)

10. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 19.04.2019) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023) (с изм. и доп., вступ. в силу с отчетности за 2020 год)

11. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. От 29.01.2018) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"

12. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 07.02.2020) "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету" (вместе с "Положением по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008)", "Положением по бухгалтерскому учету "Изменения оценочных значений" (ПБУ 21/2008)") (Зарегистрировано в Минюсте России 27.10.2008 N 12522)

13. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению"

14. Письмо Госплана СССР N АБ-162/16-127, Минфина СССР, Госкомцен СССР N 10-86/1080, ЦСУ СССР от 10.06.1975 «О методических материалах по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на предприятиях машиностроения и металлообработки»

15. "Основные положения по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях" (утв. Госпланом СССР, Госкомцен СССР, Минфином СССР, ЦСУ СССР 20.07.1970) (ред. от 17.01.1983).

16. "Типовые указания по применению нормативного метода учета затрат на производство и калькулированию нормативной (плановой) и фактической себестоимости продукции (работ)" (утв. Минфином СССР, Госпланом СССР, Госкомцен СССР, ЦСУ СССР от 24.01.1983 N 12).

УДК 657.1

Швецова Ю.С., Почекаева О.В. Понятие и сущность затрат и калькулирования себестоимости продукции предприятия
The concept and essence of costs and calculation of the cost of production

Швецова Юлия Сергеевна
Почекаева Ольга Вадимовна

1 Магистрант ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», Экономический факультет

2 к.э.н., доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита ФГБОУ ВО «ВГУВТ»

Shvetsova J.S.

Pochekaeva O.V.

1 Master student of FSBEI of HE "Moscow State University named after M.V. Lomonosov", Faculty of Economics

2 Ph.D., Associate Professor, Associate Professor, Chair of Accounting, Analysis and Audit, «Volga State University of Water Transport»

***Аннотация.** В статье рассмотрены различные теоретические подходы к определению затрат и себестоимости, показана их взаимосвязь. Изучены факторы, обуславливающие выбор и использование калькуляционных приемов промышленными предприятиями. Рассмотрен калькуляционный процесс. Показана возможность использования различной информации о затратах и себестоимости продукции в управленческом учете.*

***Ключевые слова:** затраты, себестоимость, калькулирование, информация, управление*

***Abstract.** The article considers various theoretical approaches to determining costs and costs, and shows their relationship. The factors that determine the choice and use of calculation methods by industrial enterprises are studied. The calculation process is considered. The possibility of using various information about the costs and cost of production in management accounting is shown.*

***Keywords:** costs, cost, calculation, information, management*

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

Затраты, которые относятся к производству товаров и услуг экономических субъектов, выражаются в их себестоимости. На сегодняшний момент времени существует большое количество определений понятия «затраты». В таблице 1 представлены наиболее часто используемые определения понятия «затраты»

Таблица 1

Наиболее часто используемые определения понятия «затраты»

Автор определения	Содержание определения
Адам Смит	Ставил знак равенства между понятием «затраты» и «оплата труда», хотя понимал, что на практике размер стоимости может обуславливаться не только фактически понесенными издержками труда отдельно взятого товаропроизводителя [4]
Карл Маркс	1) «Действительные производственные издержки – величина издержек прошлого (овеществленного в средствах производства) и прямого живого труда» [3]. 2; «Капиталистические производственные издержки – расходы капитала [3]. 3) «Цена затрат – продукты реализуются не по стоимости, а по производственной цене, которая включает в себя производственные издержки и среднюю прибыль» [3] 4) «Индивидуальные производственные издержки функционирующего капитала (в экономической практике они именуются себестоимостью) – это затраты, состоящие из уплаченной стоимости потребленных производственных ресурсов согласно ценам покупке и использованной рабочей силы, а также из процентов за кредит, налога за землю, страховых и определенных иных платежей» [3].
Вахрушина М.А.	Денежное измерение величины ресурсов, потраченных для достижения той или иной цели [1]
Ивашкевич В.Б.	Это выраженные в денежном эквиваленте общие расходы живого и овеществленного труда в ходе ведения бизнес-деятельности за конкретный период времени [2]
Шеремет А.Д.	Это сумма потребленных ресурсов и денежных средств для оплаты за какой-либо товар или услугу [5]
Статья 252 части II НК РФ	Это обоснованные (т.е. предполагающие экономическую оправданность издержки в денежной оценке) и документальным образом подтвержденные согласно действующим отечественным нормам права затраты при условии их несения в рамках ведения деятельности с целью получения дохода [7]
Приказ Минфина РФ от 06.05.1999 №33н	Снижение размера экономических выгод из-за выбытия активов и/или появления обязательств экономического субъекта, вызывающее снижение величины его капитала, кроме снижения размера вкладов согласно решению участников (владельцев имущества) [6]

Таким образом, судя по данным таблицы 1, можно в следующем виде определить понятие затрат: это виды ресурсов (материальных, трудовых, финансовых и т.д.) в денежной или натуральной форме, потраченных для достижения определенной экономической цели.

Под себестоимостью продукции понимается стоимостная оценка понесенных в ходе ведения финансово-хозяйственной деятельности по производству материально-вещественных, трудовых и финансовых и прочих ресурсов экономического субъекта. Себестоимость – это сумма различных видов затрат (материальных, трудовых, финансовых и т.д.) в денежной форме, потраченных для производства товаров и услуг [8].

Отношение категорий затрат производства товаров и услуг и их себестоимости определяется отношением частного и общего. Т.е. термин «себестоимость» отражает общую сумму документально подтвержденных затрат экономического субъекта на производство и сбыт товаров и услуг.

От величины себестоимости при прочих равных условиях определяется величина прибыли. При снижении материально-вещественных, трудовых и финансовых и иных ресурсов при производстве товаров и услуг растет эффективность процесс производства и в целом сумма прибыли.

В зависимости от объема учитываемых затрат принято различать три разновидности себестоимости:

1. Цеховая себестоимость – данный вид себестоимости состоит из прямых материальных затрат, связанных с изготовлением продуктов, а также из сумм начисленной амортизации по цеховому оборудованию, из расходов по оплате труда основного производственного персонала со страховыми взносами, из затрат,

связанных с содержанием в работоспособном состоянии и обслуживанием цехового оборудования, и из общецеховых затрат.

2. Производственная себестоимость – помимо цеховой себестоимости состоит из управленческих затрат и затрат, связанных с функционированием вспомогательного производства [10].

3. Полная себестоимость – соединяет в себе производственную себестоимость и коммерческие расходы.

Кроме того, стоит отметить, что на предприятии может рассчитываться только фактическая или фактическая и плановая себестоимость. Ключевое отличие между данными видами себестоимости состоит в целевом предназначении их калькулирования.

Плановая калькуляция себестоимости товаров и услуг требуется для установления экономической рациональности их производства.

Согласно данному параметру, менеджмент принимает решение о смене направления финансово-хозяйственной деятельности и механизмов взаимодействия с контрагентами. Фактическая калькуляция осуществляется по информации, собираемой с помощью бухгалтерского учета о фактически понесенных расходах на производство и продажу товаров и услуг, и отражает их фактическую себестоимость. Помимо расходов, которые были предусмотрены в плане, в фактическую калькуляцию включаются не предусмотренные плановой калькуляцией расходы. Если плановая себестоимость товаров и услуг оказывается меньше их фактической себестоимости, принято говорить о перерасходе средств. В противном случае – об их экономии. Но здесь стоит отметить, что, как правило, но не всегда перерасход является показателем низкого качества управления затратами, а, соответственно, экономия – примером высокого качества управления. Ниже представлены примеры перерасхода/экономии затрат в виде свидетельства, соответственно, высокого/низкого качества управления затратами:

1) Рост материальных затрат на производство товаров при росте уровня их качества может быть признан в виде примера хорошо функционирующей системы управления материальными затратами. Напротив, снижение аналогичных затрат в ущерб качества производимых товаров – в виде плохо функционирующей системы управления материальными затратами.

2) Рост затрат на оплату труда способен привести к привлечению высококвалифицированных кадров на предприятие – т.е. данная ситуация может быть признана в виде примера хорошо функционирующей системы управления затратами на персонал. Напротив, снижение аналогичных затрат способно привести к оттоку высококвалифицированных кадров с предприятия и в целом к росту текучести кадров – в виде плохо функционирующей системы управления затратами на персонал. Кроме того, снижать затраты на оплату труда ниже МРОТ просто запрещено.

Далее стоит отметить, что процесс, связанный с расчетом себестоимости продукции, называется калькуляционным процессом.

Под понятием калькулирования себестоимости достаточно часто понимается исключительно расчет фактической себестоимости единицы производства товаров и услуг.

В реальности калькуляционный процесс имеет более широкий характер и состоит из следующих элементов:

- исчисление себестоимости товаров, работ, услуг вспомогательных производств организаций, применяемых в сфере их основного производства;
- исчисление себестоимости полуфабрикатов (результатов промежуточных производственных процессов) структурных подразделений основного производства для использования на следующих этапах переделов (стадий) технологического процесса или для реализации на сторону;
- исчисление себестоимости продукции структурных подразделений экономического субъекта для расчета результатов ведения их финансово-хозяйственной деятельности;
- исчисление себестоимости всего объема производства продуктов экономическим субъектом;
- исчисление себестоимости единицы вида готовой продукции, результатов своих промежуточных производственных процессов, реализуемых на сторону, выполненных работ, предоставленных услуг.

Расчет себестоимости единицы продукции является завершающей стадией калькуляционного процесса.

Под калькуляционной единицей понимается измеритель в натуральном эквиваленте калькуляционного объекта и касательно готовой продукции, как правило, совпадает с единицей измерения, имеющейся в стандартах или в технических условиях по отношению к соответствующему виду товаров, работ или услуг в бизнес-плане их производства в экономическом субъекте.

Широкое разнообразие калькуляционных приемов обуславливается наличием перечня факторов, принятых сводить в две большие группы:

- отраслевые специфики;
- предпосылки организационного характера.

Отраслевая специфика обуславливается ассортиментной линейкой экономического субъекта (наличие или отсутствие капиталоемкой продукции), спецификой производственно-хозяйственного процесса (количество этапов стадий производственно-хозяйственного процесса и общий уровень эффективности управления ими) и используемой технологией (уровень инновационности применяемых технологий). Весь перечень ранее указанных факторов, которые могут меняться в соответствии с изменениями определенных условий, существенно влияет на организацию управленческого учета, и, соответственно, на определение объектов бухгалтерского учета, методов калькулирования себестоимости товаров, работ и услуг на микроуровне.

Предпосылки организационного характера образуются на микроуровне и, соответственно, являются более «подвижными». К данным предпосылкам принято относить:

— степень развития управленческого учета и финансово-хозяйственной деятельности (ФХД) структурных подразделений экономического субъекта. Согласно детализации управленческого учета, в разрезе мест возникновения и центров издержек, а также, согласно глубине данной детализации, в разрезе центров ответственности происходит изменение и уровня бухгалтерской аналитики при учете затрат и калькулировании себестоимости товаров и услуг;

— фактически принятый в конкретном экономическом субъекте способ осуществления оперативного контроля за уровнем себестоимости его товаров и услуг. В большом числе современных компаний используется прогрессивный подход к документированию выявляемых отклонений от действующих норм при изготовлении товаров и услуг, давая возможность своевременно обнаруживать причины этих отклонений и быстро воздействовать на процесс, связанный с формированием затрат производства и обращения для ранней диагностики нежелательных последствий для величины себестоимости на микроуровне;

— уровень обеспеченности административно-управленческого аппарата, владельцев, учредителей и акционеров экономического субъектов данными для разработки наилучших управленческих решений. Их полнота, снижение периода их подготовки, обеспечение ими всех уровней менеджмента с расширением перспектив последнего в вопросах регулирования величины себестоимости производства и продаж.

Ниже представлены приоритетные направления функционирования управленческого учета в экономических субъектах при построении оптимальной системы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции:

1. осуществление проверки правильности течения хозяйственного цикла по производству товаров и/или услуг;
2. осуществления сбора данных об издержках для проведения их анализа и оценки с целью определения направлений их оптимизации;
3. принятие управленческих решений со стороны менеджмента экономического субъекта по иным аспектам, связанным с управлением затратами.

В таблице 2 представлена система учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в экономических субъектах [9,11].

Таблица 2

Система учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в экономических субъектах

№ п / п	Наименование этапов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции в экономических субъектах
1	Отражение фактически понесенных затрат в ходе ведения финансово-хозяйственной деятельности
2	Группировка собранной информации о фактически понесенных затратах в ходе ведения финансово-хозяйственной деятельности в разрезе ее видов, производств, структурных подразделений экономического субъекта, мест возникновения, центров ответственности, товаров и услуг и т.д.
3	Локализация затрат в разрезе времени их несения и включения в состав себестоимости товаров и услуг
4	Распределение совокупных затрат между подразделениями, занимающимися производством товаров и услуг, а также между себестоимостью незаконченной, готовой и фактически проданной продукции
5	Распределение затрат производства, относящихся к обслуживающим (вспомогательным) подразделениям, между незаконченной и готовой продукцией с их последующим перераспределением в разрезе производственных структур, являющихся конечными потребителями продукции вспомогательных структур экономического субъекта
6	Оценка остатков незавершенного производства, отходов производства с расчетом себестоимости отдельных видов товаров, услуг и совокупного объема товарной продукции

Данные, представленные в таблице 2, говорят о том, что процесс учета затрат и калькулирования себестоимости продукции достаточно трудоемок и включает в себя шесть этапов. При этом, очевидно, что результатом данного процесса является собранная для менеджмента того или иного экономического субъекта информация для проведения управленческого анализа о целесообразности производства конкретных товаров и/или услуг, применения технологий производства и т.д.

Таким образом, резюмируя итоги данной части исследования, необходимо отметить следующее.

Важнейшей научной экономической категорией являются понятия затрат и себестоимости продукции (товаров, услуг). Это связано с тем, что от качества управления затратами и процессом калькулирования себестоимости продукции в экономических субъектах зависит уровень прибыльности их деятельности. При этом они соотносятся между собой, как частное и общему. Конечными целями процесса учета затрат и калькулирования себестоимости продукции является подготовка информации для менеджмента для определения целесообразности производства конкретных товаров и/или услуг, применения технологий производства и принятия других управленческих решений.

Библиографический список

1. Вахрушина, М.А. Бухгалтерское дело: Учебник / М.А. Вахрушина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 376 с.
2. Ивашкевич, В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / В.Б. Ивашкевич. – М.: Магистр, 2019. – 448 с.
3. Маркс, К. Капитал: учебник / К. Маркс; Перевод И.И. Степанова-Скворцова; под редакцией М. Михайловой. – М.: АСТ, 2019. – 704 с.
4. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит / под ред. Н. Никитенко. – М.: АСТ, 2019. – 1072 с.

5. Шеремет, А.Д. Аудит: учебник / А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 375 с.
6. Приказ Минфина России от 06.05.1999 №33н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (в ред. Приказа Минфина России от 06.04.2015 №57н).
7. Налоговый кодекс РФ Ч. 2 от 5.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 27.12.2019 №459-ФЗ и №460-ФЗ).
8. Черемных, А.А. История развития понятия «себестоимость» в России / А.А. Черемных // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С. 196-200.
9. Бурцев, В.В. Управленческий учет операций, связанных со сбытовой политикой организации / В.В. Бурцев // Аудиторские ведомости. – 2015. – №3. – С. 17-21.
10. Левшова, С.Л. Бухгалтерский учет. Шаг за шагом: учебное пособие / С.Л. Левшова. – 3-е изд., перераб. и доп.. – СПб.: Питер, 2017. – 224 с.
11. Гетьман, В.Г. Бухгалтерский учет: учебник / под ред. проф. В.Г. Гетьмана. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 601 с.

Государственное управление

УДК 346.1

Соловяненко Н.И., Шапсугова М.Д. Стратегия либерализации правового регулирования деятельности торговых сетей в условиях пандемии коронавирусной инфекции

Strategy for the liberalization of the legal regulation of retail in a pandemic of coronavirus infection

Соловяненко Нина Ивановна

Институт государства и права РАН, Сектор предпринимательского и корпоративного права, старший научный сотрудник, кандидат юридических наук

Шапсугова Мариетта Дамировна

Институт государства и права РАН, Сектор предпринимательского и корпоративного права, старший научный сотрудник, кандидат юридических наук

Nina I. Solovyanenko

Institute of State and Law RAS, Business and Corporate Law Department, Senior Research Fellow, Candidate of Legal Sciences

Marietta D. Shapsugova

Institute of State and Law RAS, Business and Corporate Law Department, Senior Research Fellow, Candidate of Legal Sciences

Аннотация. В условиях пандемии коронавирусной инфекции все более актуальными становятся вопросы самоорганизации бизнеса. Снятие избыточных административных барьеров будет способствовать поиску наиболее экономически эффективных способов взаимодействия экономических субъектов. В статье анализируются административные ограничения, накладываемые законом на деятельность торговых сетей, а также механизмы компенсации публично-правового регулирования деятельности частно-правовыми методами.

Ключевые слова: торговые сети, ритейл, пандемия, органический рост торговой сети, антимонопольное законодательство, Закон о торговле.

Abstract. In a pandemic of coronavirus infection, issues of business self-organization are becoming increasingly relevant. Removing excessive administrative barriers will help to find the most cost-effective ways of interaction between economic entities. The article analyzes the administrative restrictions imposed by law on retail and the mechanisms of public law regulation in private law methods.

Keywords: trading networks, retail, pandemic, organic growth of the distribution network, antitrust legislation, the Trade Act.

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»

Закон о торговле распространяет запрет дискриминации на всех участников сетевой розничной торговли продовольственными товарами, не относящихся к малым и средним предприятиям. В связи с этим предлагается исключить создающий чрезмерную административную нагрузку на бизнес п. 1-3 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле как дублирующий норму п. 8 ст. 4 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции). При этом согласно п. 8-10 ст. 10 Закона о защите конкуренции запрет на создание дискриминационных условий, создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам, нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования относятся к запрету на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением. Таким образом, указанные нормы требуют установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.

Закон о торговле также создает избыточное административное регулирование в п. 4 ч. 1 ст. 13, поскольку гражданско-правовым эквивалентом навязывания можно считать оспоримость такой сделки по основанию ее кабальности (п. 3 ст. 179 ГК РФ), совершения под влиянием заблуждения, имеющего существенное значение (ст. 178 ГК РФ).

Необходимо гармонизировать ст. 13 Закона о торговле и ст. 39.1 Закона о защите конкуренции, предусматривающую обязательную выдачу предупреждений по дискриминации, созданию препятствий и т.д. Для этого необходимо предусмотреть обязательную выдачу антимонопольным органом предупреждения до принятия антимонопольным органом решения о возбуждении дела о нарушении пунктов 1, 2, 4 части 1 статьи 13 настоящего Федерального закона. Данное предупреждение должно выдаваться лицам, указанным в части 1 статьи 39.1 Федерального закона «О защите конкуренции», в соответствии с требованиями статьи 39.1 Федерального закона «О защите конкуренции».

Статья 14 Закона о торговле устанавливает запрет приобретения новых торговых объектов для торговой сети, если доля последней в общем объеме реализации превышает двадцать пять процентов от оборота продовольственных товаров [1], реализованных в границах районов (округов) и субъектов РФ. Сейчас в иных антимонопольных законах нет примеров «предустановленных доминантов» [2, с. 103-109]. По общему правилу хозяйствующие субъекты с фактической долей более пятидесяти процентов рынка подвергаются регулированию только если ФАС России и суд установили их доминирование в каждом конкретном случае жалобы на них (проводится анализ товара и границ рынка).

Кроме того, ко всем потенциальным доминантам применяется общее правило – ограничения и наказание за нарушения для них исключены (в большинстве случаев), если их доля на рынке не превышает тридцать пять процентов (ст. 5 Закона о защите конкуренции).

Положения ст. 14 Закона о торговле противоречат Стратегии развития торговли в Российской Федерации, утвержденной Приказом Министерства промышленности и торговли РФ от 25 декабря 2014 г. № 2733, закрепляющей заинтересованность государства в увеличении количества торговых объектов разных

хозяйствующих субъектов, так как это увеличивает конкуренцию, создает более комфортную среду для потребителей и расширяет каналы сбыта для отечественных товаропроизводителей.

Запрет на естественный рост торговой сети снижает инвестиционную привлекательность сферы внутренней торговли. Это создает искусственный предел роста не только торговой сети, но и рынка розничной торговли в целом. Кроме того, ограничение роста сетей ведет к ограничению сбыта товаропроизводителями, т.е. в конечном счете сдерживает производство и рост отечественных товаропроизводителей и поставщиков, поскольку им некуда сбывать производимую дополнительно продукцию.

Указанная норма не отражает стратегический интерес государства в обеспечении населения доступным продовольствием. Ограничение на приобретение площадей противоречит ст. 35 Конституции РФ, поскольку ограничивает право собственности и возможности ее приобретения.

При установлении запрета на органический рост торговой сети не была учтена специфика торговли в удаленной и труднодоступной местности. Также не принято во внимание косвенное ограничение, накладываемое на рост торговли непродовольственными товарами и сбыт поставщиков непродовольственных товаров.

ФАС России в Докладе о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2016 год [3] отмечает, что различные форматы торговли (магазин у дома, супермаркет, гипермаркет) не конкурируют между собой из-за разницы в ассортименте и особенностях размещения.

Каждый торговый формат уникален и для потребителя, так как предоставляет разные услуги по набору и качеству (в том числе по разнообразию ассортимента, ценового уровня и сопутствующих услуг), и для производителя (производителям разных объемов и типов товаров требуются разные форматы торговли как каналы сбыта) (Стратегия развития торговли в Российской Федерации). Ограничение доли означает не только ограничение органического роста торговой сети, но и ограничение потребителя в получении услуг торговой сети. Запрет на органический рост торговой сети приводит к снижению темпов строительства новых торговых объектов, складской сети. Такой запрет прямо влияет на ограничение роста рынка коммерческой недвижимости и аренды коммерческой недвижимости, недополученные налоги в связи с ограничением роста торговых сетей. Место торговой сети в структуре продовольственного рынка определяется мультитоварностью и именно эта особенность дает сети существенное рыночное преимущество [4, с. 7-9].

В таком контексте установление ограничения на органический рост торговой сети представляется избыточным. В этой связи полагаем возможным увеличение пороговое значение доли рынка, ограничивающее дальнейший рост торговой сети в рамках административного района, с двадцати пяти до тридцати пяти процентов.

Результаты анализа регулирующего воздействия статей 9 и 13, 14 Закона на формирование коммерческих условий торговых сетей и поставщиков позволяют сделать вывод о необходимости их корректировки (внесения изменений).

Действующая редакция ч.2 ст.14 Закона о торговле оговаривает, что сделка, совершенная с нарушением предусмотренных ч. 1 статьи 14 Закона о торговле требований ничтожна. К данным требованиям относится запрет на приобретение/аренду дополнительной площади торговых объектов, при условии, если доля хозяйствующего субъекта превышает установленной законом предельный объем всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта Российской Федерации, в том числе в границах города федерального значения Москвы или Санкт-Петербурга, в границах муниципального района, городского округа.

На практике решить вопрос о соблюдении/несоблюдении при заключении торговой сетью договора о приобретении/аренде дополнительной площади торговых объектов запретов, предусмотренных ч.1 ст. 14 Закона о торговле только на основании нормы закона не всегда представляется возможным.

В соответствии с методикой, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 04.05.2010 № 305 информация об общем объеме всех продовольственных товаров, реализованных в отчетном году в границах субъекта Российской Федерации, в том числе городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, и в границах муниципального района, городского округа, в денежном выражении размещается Росстат на его официальном сайте в сети Интернет ежегодно, до 1 мая года, следующего за отчетным годом. Согласно методике запрет, предусмотренный ч. 1 ст. 14 Закона о торговле, применяется с момента официального размещения Росстат указанной информации. Этот запрет не распространяется на сделки торговой сети, доля которой по последним размещенным Росстат данным не превышала предельного объема всех реализованных продовольственных товаров, совершенные в текущем году, если эти сделки совершены до даты официального размещения информации Росстат об общем объеме всех продовольственных товаров, реализованных в предыдущем (отчетном) году и не влечёт признания таких сделок недействительными.

Таким образом, в целом ряде случаев невозможно однозначно установить, был ли нарушен явно выраженный запрет, установленный законом. Удовлетворение требования о применении последствий недействительности ничтожной сделки вытекает из признания судом недействительным договора, однако в таком признании судом может быть отказано, что подтверждается судебной практикой. В этой связи целесообразно на уровне федерального закона признать такие сделки оспоримыми. В соответствии с общим правилом, закрепленным в ч.1 ст.168 ГК РФ сделка, нарушающая требования закона или иного правового акта, является оспоримой.

В качестве возможного изменения в ч.2 ст.14 Закона о торговле, можно предложить считать оспоримыми сделки, совершенные с нарушением требований, предусмотренных частью 1 данной статьи, предусматривая, что требование о признании оспоримой сделки недействительной и о применении последствий недействительности такой сделки может быть предъявлено в суд любым заинтересованным лицом, в том числе федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных

правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, в случае если такая сделка посягает на публичные интересы либо права и охраняемые законом интересы третьих лиц.

Публичные интересы заключаются в свободном использовании согласно ч.1 ст.34 Конституции РФ любым лицом своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической, в том числе торговой, деятельности. Защита публичных интересов антимонопольным органом основана на положении ч.2 ст. 34 Конституции РФ, не допускающей экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Публичные интересы заключается в соблюдении добросовестной конкуренции - предотвращению и пресечению любых действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам.

Ожидаемым эффектом предлагаемых изменений станет снятие ограничений на торговую деятельность крупных торговых сетей и поставщиков в их взаимоотношениях между собой, что приведет к созданию равных возможностей для беспрепятственного открытия, расширения и ведения бизнеса субъектами торговой деятельности любых размеров (малых, средних, крупных) вне зависимости от выбранного хозяйствующим субъектом торгового формата, при стабильных условиях ведения бизнеса, всесторонней гарантии прав и минимизации административного воздействия.

В соответствии со Стратегией развития торговли в Российской Федерации все форматы торговли, независимо от размера, получают право на беспрепятственное и естественное развитие без вмешательства государства вследствие роста предпринимательской активности, изменений предпочтений потребителей и стремления граждан к комфортной среде обитания.

Возможность свободно определять условия поставки товара позволит восстановить конкурентную рыночную среду, что в конечном итоге приведет к повышению благосостояния потребителей, созданию равных недискриминационных условий взаимодействия поставщиков и торговых сетей. Снижение регулятивной нагрузки будет способствовать развитию саморегулирования в отношениях крупных поставщиков и крупных торговых сетей.

Развитие торговых сетей и их высокая конкуренция друг с другом расширят возможности крупных производителей товаров для сбыта произведенной продукции, так как крупные торговые сети являются таким же важным каналом сбыта для крупных товаропроизводителей, каким малые торговые форматы являются для мелких и средних товаропроизводителей. Мелкие и средние субъекты торговли должны стать специфически каналом продаж, прежде всего, для малых и средних поставщиков. При этом развитие крупных торговых сетей позитивно скажется на развитии малых торговых форматов, преимуществами которых являются индивидуальный подход к покупателям, возможность работы в узкой товарной специализации, а также быть

каналом сбыта для мелких и средних отечественных производителей, в том числе сельхозтоваропроизводителей, производителей уникальных товаров.

Формирование комфортной потребительской среды и повышение эффективности инфраструктуры торговли, инвестиционной привлекательности сферы ритейла и торговой отрасли в целом, а также уровня предпринимательской активности соответствует целевым индикаторам Стратегии развития торговли в Российской Федерации (количество хозяйствующих субъектов, фактически действующих в сфере розничной торговли, количество стационарных торговых объектов всех форматов, обеспеченность населения площадью торговых объектов, дифференцированная по различным форматам, доля интернет-торговли, динамика инвестиций в основной капитал в сфере розничной торговли на конец года).

Кроме того, это придаст импульс росту смежных отраслей: коммерческой аренды и строительства, за счет открытия новых торговых площадей.

Развитие многоформатной, высококонкурентной инфраструктуры розничной торговли позволит реализовать задач обеспечения продовольственной безопасности независимо от изменения внешних и внутренних условий (п. 17 «в», «и», «л» Указа Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации») и приведет к совершенствованию законодательства о торговой деятельности, позволит снять избыточные административные барьеры для осуществления торговой деятельности, что станет стимулом для развития предпринимательской деятельности в Российской Федерации[5].

Библиографический список

1. Маслова В.А. Понятие “продовольственный товар” и его юридическое значение для договоров между торговыми сетями и поставщиками // Материал подготовлен для СПС “Консультант плюс. [Электронный ресурс] СПС “Консультант плюс” (дата обращения 25.04.2020)
2. Спиридонова А.В. Антимонопольные ограничения доли торговых сетей на рынке продовольственных товаров // Актуальные проблемы российского права. 2018. № 11.
3. Доклад ФАС о состоянии конкуренции за 2016 год [Электронный ресурс] <https://fas.gov.ru/documents/596439> (дата обращения 22.04.2020)
4. Лихущина Е.А. Оценка “рыночной власти” торговой сети с точки зрения монополии - доминирующего положения покупателя // Конкурентное право. 2016. № 3.
5. Проблемы развития и перспективы предпринимательского права в современных экономических условиях / Будникова Ю.Е., Булгакова Л.И., Габова А.В., Занковский С.С., Клеандров М.И., Лалетина А.С., Лаптев В.А., Лизикова М.С., Мотуренко С.М., Нетесова М.С., Сазонова Е.С., Никитин В.В., Овчинникова Ю.С., Пушкарёв М.С., Смолина О.С., Соловьяненко Н.И., Шапсугова М.Д. – М.: ИГП РАН, 2019. [Электронный ресурс] <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41556856> (дата обращения 20.04.2020)

Землеустройство

УДК 33

Щербина Т.А., Барсукова Г.Н. Формирование земельных участков, предназначенных для предоставления многодетным семьям в МО Красноармейский район

Formation of land intended to provide large families in the municipality of Krasnoarmeysky district

Щербина Татьяна Александровна

студентка 4 курса землеустроительного факультета КубГАУ

Барсукова Галина Николаевна

кандидат экономических наук, профессор

Shcherbina Tatyana Aleksandrovna

4th year student of the land management faculty of KubSAU

Barsukova Galina Nikolaevna

candidate of Economic Sciences, Professor

Аннотация. Предоставление земель многодетным семьям как мера оказания материальной помощи гражданам, имеющим трех и более детей, является актуальным вопросом при рассмотрении регионального и местного законодательства. В статье рассматривается процесс формирования земельных участков, предназначенных для предоставления многодетным семьям. Предложены варианты размещения земельных массивов в трех сельских поселениях МО Красноармейский район. Рассчитаны технико-экономические показатели формирования земельных участков, предназначенных для предоставления многодетным семьям.

Ключевые слова: земельные участки, многодетные семьи, муниципальная собственность, предоставление земель.

Abstract. Providing land to large families as a measure of providing material assistance to citizens with three or more children is an urgent issue when considering regional and local legislation. The article discusses the process of forming land plots intended to be provided to large families. Options for the allocation of land in three rural settlements of the Ministry of Defense of the Krasnoarmeysky District are proposed. The technical and economic indicators of the formation of land plots intended for providing large families are calculated.

Keywords: land plots, large families, municipal property, provision of land.

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»

Правовое регулирование формирования и предоставления земель многодетным семьям осуществляется совокупностью нормативно-правовых актов, регулирующих как материальные, так и

процессуальные отношения в сфере предоставления земельных участков гражданам в собственность бесплатно [1, 8].

Многодетной в России считается семья, в которой воспитывается трое или более детей. Такая мера поддержки многодетных семей, как бесплатное предоставление земельных участков, была принята в 2014 году для того, чтобы обеспечить граждан, имеющих трех и более детей, доступным жильем. Некоторые субъекты РФ предоставляют таким семьям субсидии на ипотеку, другие – обеспечивают земельными участками [2, 6].

В Краснодарском крае в последние годы количество многодетных семей увеличивается, следовательно, формирование земельных участков для предоставления многодетным семьям является актуальным и важным направлением деятельности муниципалитетов региона.

Закон N 532-КЗ «Об основах регулирования земельных отношений в Краснодарском крае» закрепляет право многодетных семей, проживающих на территории региона и имеющих гражданство Российской Федерации, на однократное получение земельного участка, который может быть предоставлен без торгов и без предварительного согласования его места размещения. Земельный участок передается гражданам в аренду [9].

На примере МО Красноармейский район рассмотрены три варианта размещения земельных участков, предназначенных для многодетных семей. Для этого были установлены земельные массивы в Полтавском, Трудобеликовском и Новомышастовском сельских поселениях.

На рисунке 1 приведены схемы расположения образуемых земельных участков в ст. Полтавской, в х. Трудобеликовском и в ст. Новомышастовской. Все варианты размещения земельных участков разработаны в соответствии с генеральными планами сельских поселений, правилами землепользования и застройки, не имеют противоречий с нормами градостроительного зонирования рассматриваемой территории [4, 7].

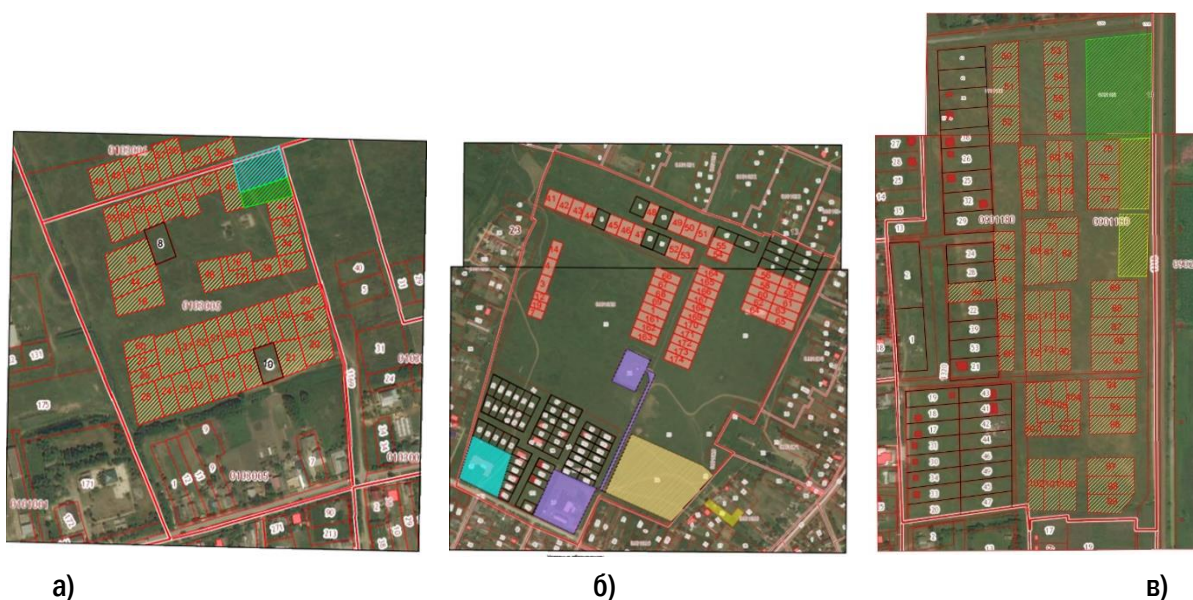


Рисунок 1. Схема расположения образуемых земельных участков для предоставления многодетным семьям в МО Красноармейский район (а – Полтавское с/п; б – Трудобеликовское с/п; в – Новомышастовское с/п)

Расчет технико-экономических показателей формирования земельных участков муниципальной собственности для предоставления в аренду многодетным семьям приведен в таблице 1.

Таблица 1

Технико-экономические показатели формирования земельных участков для предоставления многодетным семьям в МО Красноармейский район

Показатель	Сельское поселение		
	Полтавское	Трудобеликовское	Новомышастовское
Количество образуемых земельных участков, шт.	50	50	50
Суммарная площадь земельных участков, кв. м	40 185,76	63 287, 87	48 432,31
Стоимость кадастровых работ, руб.	150 000	325 000	150 000
Сроки кадастровых работ, дней	360	360	360
Арендная плата, руб./год	103 012,18	162 232,13	124 151,38
Окупаемость затрат на проведение кадастровых работ, лет	1,5	2,0	1,2

На проведение кадастровых работ по формированию земельных массивов в границах Полтавского и Новомышастовского сельских поселений потребует 150 тыс. руб. В Трудобеликовском сельском поселении потребуется 325 тыс. руб.

Анализ вариантов расположения 50 земельных участков, выделяемых для предоставления многодетным семьям в разных поселениях Красноармейского района показал, что наименьший срок

окупаемости затрат получается в Новомышастовском сельском поселении, в котором окупаемость затрат на проведение кадастровых работ составит чуть больше одного года.

Одной из проблем при выделении земель многодетным семьям является обеспечение земельных участков соответствующей инфраструктурой [3, 5, 8]. Нами предложены мероприятия по совершенствованию процесса формирования земельных участков для предоставления многодетным семьям:

- законодательно закрепить обязанность за муниципальным образованием по формированию инженерной инфраструктуры для участков, предоставляемых многодетным семьям;
- или компенсировать затраты многодетных семей на подключение коммуникаций к предоставляемому земельному участку;
- реализовать участие субъекта РФ в целевой программе финансирования работ по обеспечению земельных участков инженерной инфраструктурой.

Библиографический список

1. Барсукова Г. Н. Арендные земельные отношения / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. – № 42. – С. 20–24.
2. Барсукова Г. Н. История земельных отношений и землеустройства: учеб. пособие / Г. Н. Барсукова, К. А. Юрченко, Н. М. Радчевский // Краснодар, 2011. – 463 с.
3. Деревенец Д. К. Экономика землеустройства: учеб. пособие / Г. Н. Барсукова, Д. К. Деревенец // Краснодар: КубГАУ, 2013. – 296.
4. Забугин Н. Н. Ведение государственного кадастра недвижимости в муниципальном образовании (районе, городе): учеб.-метод. пособие / Н. Н. Забугин, К. А. Юрченко / Краснодар: КубГАУ, 2010. – 128 с.
5. Дудник Д. В. Эффективное управление земельными ресурсами как основа развития агропромышленного комплекса / Д. В. Дудник, С. А. Дьяков, К. А. Юрченко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-2 (85). – С. 1041-1045.
6. Нечаев В. И. Собственность на землю и земельные отношения: институциональный подход [Текст] / В. И. Нечаев, Г. Н. Барсукова, С. М. Резниченко // Экономика сельского хозяйства России. – 2012. – № 3. – С. 68–77.
7. Правила землепользования и застройки сельских поселений Красноармейского района [Электронный ресурс] // Официальный сайт МО Красноармейский район. – Режим доступа: <http://www.krasnarm.ru/gradostroitel'naya-deyateln/558-pravila-zemlepolzovaniya-i-zastrojki-poselenij/>
8. Юрченко К. А. Организационно-экономический механизм регулирования земельных отношений в аграрном секторе экономики (по материалам Краснодарского края): автореферат дис. ... канд. экон. наук / Юрченко К. А. // Кубан. гос. аграр. ун-т. Краснодар, 2015. – 22 с.
9. Yurchenko K. A. Modeling of the planting acreage structure with regard to a maintenance of the soil fertility [Text] / G. N. Barsukova, L. A. Mironenko, K. A. Yurchenko // British Journal for Social and Economic Research. – 2016. – Т. 1. – № 2. – С. 39–47.

Маркетинг

УДК 33

Туниянц М.Ф., Россинская М.В. Методы оценки эффективности маркетинга персонала

Methods for assessing the effectiveness of marketing staff

Туниянц Маргарита Феликсовна

студентка 2 курса магистратуры кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «СГУ» г.Сочи

Россинская Марина Васильевна

дэн., профессор, кафедры экономики и менеджмента

ФГБОУ ВО «СГУ» г.Сочи

Tuniyants Margarita Feliksovna

2nd year student of the Department of Economics and Management, FSBEI of HE "SSU", Sochi

Rossinskaya Marina Vasilievna

Dan., Professor, Department of Economics and Management

FSBEI HE "SSU", Sochi

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос о методах эффективности маркетинга персонала, который является одним из обсуждаемых в современном менеджменте. Предложены методы, с помощью которых можно оценивать эффективность развития прогрессивных компаний. Использование данных методов позволит компании либо крупной корпорации принимать обоснованные решения и получить наибольшую отдачу от вложенных средств.

Ключевые слова: Маркетинг персонала, оценка эффективности маркетинга, эффект, метод, компания

Abstract. The article deals with the issue of efficiency methods of marketing personnel, which is one of the discussed in modern management. The methods with the help of which it is possible to estimate the efficiency of progressive companies development are offered. The use of these methods will allow a company or a large corporation to make informed decisions and get the greatest return on the invested funds.

Keywords: Personnel marketing, evaluation of marketing efficiency, effect, method, company

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

Кадровый маркетинг представляется одним из основных течений в стратегии развития прогрессивной компании, в следствии чего, в условиях развития высокотехнологичного производства значимость человека повышается, а требования к его опыту, умениям и высококлассным компетенциям предъявляются всегда более высокие показатели трудовых характеристик [2].

Опыт показывает, что существует два ключевых подхода к управлению трудового коллектива, как неотъемлемой части управления в организации - технократический и гуманистический. При

технократическом подходе в начале, административные решения, подчиняются производственным интересам. Гуманистический подход предполагает формирование специализированных условий труда и их содержания, которые сокращает степень отстранения персонала через его рабочую активность и от иных коллег.

Особую важность имеет скрупулёзная разработка методов стимулирования, дифференцированного подхода к рабочему ресурсу при разработке общепринятых законов и правил работы с коллективом для всех подразделений (планирование персонала, разработка и реализация программ развития персонала, ротация персонала и т. д.), а также благоприятное развитие условий труда. Особую важность имеет развитие внутрикорпоративной культуры корпорации.

Система кадровой службы - это совокупность целей, векторов развития и ключевых трендов деятельности, направленных на обеспечение непрерывного роста конкурентоспособности организации в рыночных условиях, повышение производительности труда и характеристику работы, снабжение качественной общественной производительности функционирования команды [5].

Оценка эффективности управления персоналом возможно станет одним из преимущественных рычагов увеличения производительности процесса управления в современном маркетинге персонала.

Конечно, чтобы судить о том, насколько эффективны различные системы управления персоналом, необходимы четкие критерии, позволяющие проводить определённую оценку.

Маркетинг персонала требует систематичного опыта, оценки затрат и выгод от общей программы управления персоналом и сопоставление ее производительности с результатами деятельности корпорации за аналогичный период.

Относительно определенных методов оценки управленческой работы, то предложенные и практикующие в работе методы, можно разбить на три направления: количественные, качественные (или описательные) и комбинированные (или промежуточные) [3]. (Таблица №1)

Таблица 1

Методы оценки управленческой работы

Методы оценки управленческой работы:		
<i>Количественные методы</i>	<i>Качественные (описательные) методы</i>	<i>Комбинированные (промежуточные) методы</i>
1) Метод «балльный»; 2) Метод «коэффициентный»; 3) Метод «рангового порядка»; 4) Метод «парных сравнений»; 5) Метод «система графического профиля»; 6) Метод «эксперимента».	1) Метод «устных и письменных характеристик»; 2) Метод «эталона»; 3) «Матричный» метод; 4) «Биографический» метод; 5) Метод «групповой дискуссии».	1) Метод «стимулирующих оценок»; 2) Метод «группировки работников»; 3) Метод «тестирование».

Самую большую популяризацию получили количественные методы оценки административной работы, особенно оценки, коэффициенты и бал-коэффициенты. Их особенностью являются объективность, независимость от личностных отношений специалистов с рядовыми сотрудниками, возможность более точно формализовать и систематизировать результаты, сопоставить параметры и конечно же, применить экономические подходы.

Эффективность управления персоналом суммируется из объема, полноты, свойства и актуальности, возложенного на него функционала. Для выявления стадии эффективности управления персоналом необходимы тождественные аспекты и показатели.

В момент избрания критериев оценки необходимо учитывать: 1). для каких четких задач используются итоги анализа и, 2). для какой группы работающего состава устанавливаются определенные аспекты, учитывая, что они будут отличаться в зависимости от сложности, ответственности и совершенствования направленности.

В качестве критериев в области эффективности управления персоналом могут выступать обусловленные, установленные образцы производства или технического обслуживания, которым соответствуют работники, а также при надлежащем качестве работы и снижении затрат в результате повышения ротации кадрового состава, неоправданных простоев и т. д.

В то же момент оценка эффективности управления персоналом суммируется из нескольких составляющих: экономической эффективности, характеризующей при достижении поставленных задач

корпорации посредством использования рабочего состава на основе принципа экономного использования накопленных ресурсов, и социально значимой эффективности, характеризующая степень ожидания потребностей и заинтересованности сотрудников.

Эффективность управления персоналом может оцениваться системой показателей. Таким образом, Ю.М. Иванцевич и А.А. Лобанов предложили методологию анализа деятельности служб управления персоналом, в которой критерии оценки скомбинированы специфичным образом (Таблица №2) [1]:

Таблица 2

Методология анализа деятельности служб управления персоналом

1. Собственно экономическая эффективность:	2. Показатели степени соответствия.	3. Степень удовлетворенности работников:	4. Косвенные показатели эффективности работы служащих:
- показатели эффективности; - стоимость оцениваемой программы на одного работника.	- квалификация персонала; - разряды; - уровни мастерства; - категории.	- компенсацией; - собственной работой.	- текучесть кадров - абсентеизм - количество самовольных невыходов на работу; - брак; - частота заявок о переводе на иные работы; - количество жалоб; - безопасность труда и количество несчастных случаев; - иные показатели качества труда.

Любой из вышеупомянутых показателей и их соединения отражают эффективность работы служб управления персоналом, для целей оценки они сравниваются с поставленными функциями.

Используя рекомендованные параметры, возможно определить направление воздействия любого аспекта на изменение степени продуктивности, но этот эффект не может стать количественно определен.

Разумеется, система показателей, требуемых для определения эффективности управления персоналом, нуждается в прогрессе. Урегулирование данной проблемы позволит нам объективно оценить

действительность организационных и общественных культур мероприятий, уточнить запланированные цели и задачи.

Оценка эффективности управления персоналом основана на критериях, представленных в объективных показателях развития производства, которые представлены в таблице 3 [4].

Таблица 3

Оценка эффективности управления персоналом

Направление анализа		Показатели
Показатели экономической эффективности	Производительность труда	Объем реализации на одного работника и его динамика, объем прибыли до уплаты налогов на одного работника и его динамика.
	Улучшение качества продукции, услуг	Количество рекламаций и их динамика, удельный вес брака и его динамика.
	Издержки на персонал	Общие издержки фирмы на персонал за период, доля издержек фирмы на персонал в объеме реализации за период, издержки на одного работника и их динамика.
	Эффективность управленческих программ	Затраты на отдельные направления и программы деятельности служб управления персоналом в расчете на одного работника. Эффект воздействия отдельных программ на результативность деятельности работников и фирмы в целом.
Показатели социальной эффективности	Социально-психологический климат в коллективе	Взаимоотношения с коллегами, взаимоотношения с руководством, взаимоотношения с общественностью, коллегами.
	Уровень удовлетворенности персонала	Соответствие организационных и личных целей, коэффициент текучести персонала и его динамика, уровень абсентеизма, уровень конфликтности в коллективе, количество жалоб от работников.

Используя свойства эффективного показателя, определяющего экономическую эффективность управления персоналом, вероятнее всего можно принять среднегодовой размер производства на одного

сотрудника, как отношение среднегодового объема продаж единицы к среднему фактическому числу специалистов.

В качестве эффективного показателя, характеризующего социальную эффективность управления персоналом, следует предложить, например, коэффициент текучести кадров.

Коэффициент текучести кадров рассчитывается, как отношение количества сокращенных на работе пенсионеров, сокращенных за прогулы и прочие нарушения правил за время работы, к среднему списку количества сотрудников на протяжении года, в процентном соотношении.

Показатель абсентеизма является одним из важных показателей социальной эффективности управления персоналом, однако он коррелируется с параметрами текучести, ввиду того, что оба действия активизируются одинаковыми факторами. Высокий уровень абсентеизма является признаком того, что в ближайшее время может повыситься текучесть кадров, поэтому последующие статистические исследования необходимо проводить с одним из них [6].

В заключение следует подчеркнуть, что недостаток хорошо разработанной и общей методологии оценки эффективности управления персоналом делает ее значимой для дальнейшего исследования оптимального сочетания методов, технологий и инструментов для диагностики и оценки.

Библиографический список

1. Иванцевич Дж.М., Лобанов А.А. Человеческие ресурсы управления. – М.: Дело, 2003. – С.62-71.
2. Маркушина Е. Маркетинг для чайников со свистком / <http://www.management.com.ua/marketing/mark037.html>.
3. Постма П. Новая эра маркетинга: Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2002. – 430с.;
4. George Cressman, «Choosing the Right Metric», Drive Marketing Excellence (November 2014), New York: Institute for International Research.
5. Robert Kaplan and David Norton, «The Balanced Scorecard — Measures That Drive Performance», Harvard Business Review (January-February 2012): 71–79; and Robert Eccles, «The Performance Measurement Manifesto», Harvard Business Review (January-February 2012): 131–137.
6. Yuxin Chen, James Hess, Ronald Wilcox, and Z. John Zhang, «Accounting Profits Versus Marketing Profits: A Relevant Metric for Category Management», Marketing Science, 18, no. 3 (2009): 208–229.

УДК 33

Туниянц М.Ф., Россинская М.В. Сущность и принципы маркетинга персонала

The essence and principles of marketing staff

Туниянц Маргарита Феликсовна

студентка 2 курса магистратуры кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «СГУ» г.Сочи

Россинская Марина Васильевна

дэн., профессор, кафедры экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО «СГУ» г.Сочи

Tuniyants Margarita Feliksovna

2nd year student of the Department of Economics and Management, FSBEI of HE "SSU", Sochi

Rossinskaya Marina Vasilievna

Dan., Professor, Department of Economics and Management
FSBEI HE "SSU", Sochi

Аннотация. В статье исследуются теоретические основы маркетинга персонала, его значимость в современных организациях, как инструмента управления лояльностью персонала и мотиватора по привлечению новых сотрудников в компанию. Анализируются положительные и негативные факторы кадрового маркетинга в организации.

Ключевые слова: Маркетинг персонала, кадровый маркетинг, сотрудник, коллектив, мотивация.

Abstract. The article deals with the theoretical basis of personnel marketing, its importance in modern organizations as a tool for managing staff loyalty and motivator to attract new employees to the company. The positive and negative factors of personnel marketing in the organization are analyzed.

Keywords: Personnel marketing, HR marketing, employee, team, motivation.

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

В современных условиях вопрос обеспечения организации персоналом, его поиск на рынке труда, привлечение и удержание в компании реализуется посредством маркетинга персонала. Для его организации на предприятии необходимо четко знать, что он собой представляет и на каких принципах выстраивается данная деятельность [2].

В сфере экономической конкуренции от степени лояльности трудового коллектива зависит успех реализуемых товаров на арене рыночных действий [1]. Поэтому назревает актуальная проблема по установлению понятия «маркетинг персонала».

Маркетинг персонала – это разновидность административного функционирования, которая направлена на долгосрочное обеспечение компании кадровым запасом. Он так же формирует потенциал человеческих ресурсов, посредством, которых можно решать определенные цели и задачи.

С точки зрения кадрового маркетинга любая должность рассматривается как товар, продаваемая на рынке услуг. Любая компания должна приобретать не специалиста, а ту выгоду, которую он ей может предоставить.

Маркетинг кадров рассматривается в двух категориях. В обширном понятии кадровый маркетинг – это идеология или политика управления трудовым резервом компании. Здесь человеческие ресурсы играют роль внутреннего уровня для отдела кадров и внешнего уровня для возможного сотрудника «потребителя» компании [3].

По факту все совместное действие на уровне кадров «продается» текущему трудовому коллективу: теория управления, обстоятельства и система организации труда, действенное взаимодействие трудящегося коллектива, внутрикорпоративные отношения и коммуникации, продвижение по карьерной службе и трудовое стимулирование.

В узконаправленном определении маркетинг персонала – это разновидность административного функционирования, которая направлена на обнаружение и компенсацию потребности в количественном и качественном трудовом потенциале. Их ключевое различие основывается на том, как организован процесс.

Резюмируя, можно сказать о том, что в первом случае штат сотрудников рассматривается как отдельный механизм в системе внутреннего маркетинга фирмы. Во втором – как система, которой управляет определенный HR отдел организации.

Оценка результативности управления кадровым потенциалом может стать мощным инструментом повышения эффективности управленческого процесса.

Рассуждая о том, каким образом жизнеспособна та или другая концепция управления кадровым потенциалом, желательны критерии, позволяющие провести данную оценку. В зависимости от того, какую категорию принимать за ориентир: активность определенного руководителя, трудовые показатели коллектива или характеристики исполнителей.

Анализ результативности маркетинга персонала требует определенных компетенций, измерения затрат и выгод от основного плана управления кадровыми ресурсами и сопоставления ее производительности с итогами организационной деятельности за тот же период.

Рассматривая определенные техники оценки эффективности управленческой деятельности, применяемые на практическом уровне, возможно, разбить на несколько категорий: количественные, качественные (или описательные) и комбинированные (или промежуточные) [4].

Количественные способы анализа включают балльный, коэффициентный, метод рангового порядка, метод парных сравнений, концепция графического профиля, метод «эксперимента» и т.д.

Качественные (описательные) технологии включают структуру устных и письменных свойств, метод эталона, матричный и биографический методы, метод коллективного дискутирования.

Наглядными образцами комбинированных методов выступают методики оценки мотивации, классифицирование сотрудников и тестовая апробация.

Наиболее широко используются количественные способы анализа управленческого труда, в частности балльный, коэффициентный и балльно-коэффициентный. Положительные характеристики вышеперечисленных методов выражено объективностью, независимостью от собственного взаимоотношения эксперта к специалисту, возможностью формализации и структуризации результатов, сопоставления параметров, применение математических методов.

Выбирая критерии оценки необходимо принимать во внимание, во-первых, для решения каких определенных целей применяются итоги анализа а, во-вторых, для какой группы сотрудников устанавливаются критерии, учитывая, что они будут отличаться в степени трудности, ответственности и качества деятельности [5].

Аспектами эффективной деятельности в сфере маркетинга персонала может являться исполнение определенных стандартов производства или оказания услуг при должном уровне выполняемых работ и минимизации затрат, возникающих благодаря высокой ротации кадров, безосновательных простоев и др.

Рассмотрев выше сущность, принципы и критерии эффективности маркетинга персонала далее перейдем к его положительным и отрицательным характеристикам.

К преимущественным факторам маркетинга персонала можно отнести: во-первых, возможность выбора кандидата на должность из уже сформировавшейся команды, обладающего необходимыми профессиональными компетенциями и навыками. Во-вторых, экономические меры эффективно влияют на производительность труда и взаимоотношения внутри трудового коллектива. В-третьих, благодаря продвижению (а не замещению) должностей создаются рабочие места для новичков. В-четвертых, полное отсутствие затрат на поиск сотрудников по кадровым ресурсам (архивы, штатное расписание). В-пятых, вероятность скорого замещения должности для квалифицированного специалиста. В-шестых, рабочая группа наиболее сплочена при отсутствии демократичной кадровой политики. В-седьмых, высокая доля кандидатов на должность, имеющих определенные компетенции и навыки, приобретенные в ходе профессиональной деятельности на прежней работе.

К негативным факторам маркетинга персонала можно отнести: во-первых, затраты на поиск работников (реклама в средствах массовой информации, дни открытых дверей, привлечение студентов через специальные события, печать раздаточных материалов). Во-вторых, необходимость инвестиций на переподготовку и дополнительную переквалификацию трудового коллектива. В-третьих, слепой набор новых сотрудников, зачастую без необходимых компетенций. В-четвертых, напряженные взаимоотношения внутри трудового коллектива, соперничество и конкуренция за продвижение по службе. В-пятых, необходимо адаптировать новоиспеченных сотрудников к условиям труда и рабочему коллективу, проводить с ними предварительное обучение. В-шестых, психологическая атмосфера внутри коллектива и рабочая обстановка обуславливают большую текучесть кадрового состава. В-седьмых, нравственное поощрение сотрудника (продвижение по карьерной службе, общественная признательность) не принимается коллективом. В-

восьмых, отмечается высокая значимость непрерывного мониторинга рынка труда и показателей деятельности подразделений организации [6].

В заключении хотелось бы сказать о том, что в современных компаниях маркетинг персонала однозначно нужен, так как при его грамотной реализации возможно мотивировать и добиться лояльного отношения от различных групп рабочего персонала к целенаправленному результату и благоприятного развития компании. Постоянное увеличение сопричастности сотрудников к ценностям организации, положительным образом позволяет использовать бодрый энтузиазм, нематериальные стимулы. А также целесообразно использовать экономические запасы организации, тем самым увеличивая ее возможности в плане стойкости к постоянным трансформациям рынка.

Библиографический список

1. Бондаренко, В. А. Ключевая роль персональной компоненты в инфраструктурных и управленческих трансформациях // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6.
2. Бондаренко, В. А., Сагоян, А. С. Маркетинг персонала как ресурс повышения адаптивности организации к рыночной деятельности // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – № 2. – С. 28-30.
3. Волкогонова О.Д., Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФА-М, 2011. – 256 с.
4. Корогодин, И. Социально-трудовая система: вопросы методологии и теории. – М.: ПАЛЕОТИН, 2005. – 120 с.
5. Панов А.И., Коробейников И.О. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для вузов. – 2-изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 285с.;
6. Управление персоналом организации: Учебное пособие/ В.Н. Федосеев, С.Н. Капустин. – М.: Издательство «Экзамен», 2014. – 226 с.

УДК 338.5

Чекашкина Н.Р., Шумейко В.В. Особенности маркетингового управления компанией в период кризиса

Features of marketing management of a company in the crisis periods

Чекашкина Наталья Робертовна

Ст. преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела

Шумейко Владислава Валерьевна

Бакалавр, 2 курс, экономический факультет

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар

Chekashkina Natalia Robertovna

Senior lecturer of the Marketing and Trade Department

Shumeiko Vladislava Valeryevna

Bachelor, 2nd year, Economic Faculty

FSBEI HE "Kuban State University", Krasnodar

Аннотация. Первая половина 2020 года характеризуется экономическим спадом, который возник из-за пандемии COVID-19, что имело значительное влияние на предприятия как среднего и малого бизнеса, так и крупного, причем отголоски пандемии будут еще долго отражаться на будущих периодах. Актуальность темы обусловлена проблемами, с которыми пришлось столкнуться бизнесу, и в первую очередь в сфере маркетингового управления. В кризисные времена бизнес зачастую склонен сокращать свои расходы в том числе и на маркетинг, рассматривая вложения в маркетинг не как инвестиции, которые окупятся в перспективе, а как текущие затраты. Данный подход искажает маркетинговый функционал, который из-за сокращенных бюджетов допускает ошибки, тем самым оправдывая негативные ожидания со стороны скептиков. В статье приведены наиболее распространенные ошибки, которые совершают компании, поддавшись панике и оперативно реагируя на экономические вызовы; приведены примеры эффективных маркетинговых методик и инструментов иностранных компаний, успешно использующих внешние потрясения в период пандемии; даны рекомендации по использованию маркетингового потенциала.

Ключевые слова: маркетинговое управление, внешние факторы, ценовая политика, потребительское поведение, эффективность.

Abstract. The first half of 2020 is characterized by the economic downturn that arose due to the COVID-19 pandemic, which had a significant impact on enterprises of both small and medium-sized businesses and large ones, and the echoes of the pandemic will be reflected in future periods. The relevance of the topic is due to the problems that business had to face, especially in the field of marketing management. In times of crisis, a business is often inclined to reduce its costs, including marketing, by considering investments in marketing not as investments that will pay off in the future, but as current costs. This approach distorts marketing functionality, which, due to reduced budgets, makes mistakes, thereby justifying negative expectations from skeptics. The article presents the most common mistakes that companies make by succumbing to panic and quickly responding to economic challenges; given examples of effective marketing techniques and tools of foreign companies that successfully use external shocks during a pandemic and recommendations on the use of marketing potential.

Keywords: marketing management, external environment, pricing policy, consumer behavior, efficiency.

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

СамГУПС

Внешняя среда непосредственно влияет как на деятельность компании в отдельности, так и на экономику в целом. Зачастую компании малого и среднего бизнеса не придают особого значения внешним факторам, считая его незначительным и маловероятным. Однако события первой половины 2020 года показали, насколько внешняя среда может быть непредсказуема, особенно в категориях мышления мелкого предпринимательства. Кроме того, кризис выявляет слабые стороны бизнеса и направляет его на исправление ошибок в будущем. В кризисное время становится очевидной необходимость перемен как в бизнес-процессах организации в целом, так и в маркетинге в частности. Важно не только понимать, какой маркетинг нужен во время кризиса и как он адаптируется к стратегии антикризисной политики, но и предвидеть, каким он будет после периода спада, ведь скорее всего актуальные тенденции, формирующиеся в настоящем, и составят основу маркетинга будущего.

Актуальность темы заключается в том, что в связи с кризисом, вызванным COVID-19 и последующими экономическими факторами, привлечение клиентов и стимулирование продаж в ближайшее время станет приоритетной задачей для бизнеса. Проблема выживания в условиях кризиса станет ключевой для предпринимательства в ближайшем будущем, причем продуманная стратегия маркетинга должна соответствовать стратегическим целям компании.

Кризисные явления в экономике, которые в условиях информатизации общества приобретают глобальные масштабы, выдвигают к предприятиям особые требования. Это обусловлено, в частности, изменениями в макроэкономической обстановке, которые выражаются в снижении платежеспособного спроса, недоступности кредитных ресурсов. [1] Важность маркетингового управления сложно переоценить, особенно во время резкого спада покупательной способности населения, проблем с производством и ограниченными возможностями ритейла. [2] Роль управления маркетингом в период кризиса заключается в таких важных элементах, как:

- маркетинговые исследования: функция их организации и проведения позволяет ответить на основные вопросы, возникающие в период кризиса;
- антикризисный маркетинг, который помогает принимать наиболее перспективные для компании решения;
- маркетинговый инструментарий, используемый для выявления возможностей организации, с помощью которых у компании получится выйти из кризиса с наименьшими затратами и потерями.

Антикризисный маркетинг направлен, прежде всего, на то, чтобы дать четкий ответ на вопрос о будущем предприятия, его способности функционировать в нормальном режиме, а также определить стратегию, которая отныне станет основой деятельности компании: стратегия ожидания или стратегия агрессивного наступления [3].

Бизнесу необходима адаптация маркетинга к новым условиям посредством корректировки маркетинговой стратегии, изучения потребителей и введением проработанных антикризисных мероприятий. Следует учитывать, что кризисные явления влияют на приоритетность использования маркетинговых

инструментов, поэтому необходимо определить важнейшие задачи компании для достижения максимального эффекта от проводимых мероприятий.

Многие руководители компаний считают, что для спасения ситуации нужно всего лишь сократить расходы, после чего снизить цены на свою продукцию, однако данный подход совершенно не учитывает долгосрочную перспективу восстановления экономики и усложнения рыночной ситуации. В этой связи, бизнесу необходимо аккуратно корректировать стратегию и адаптироваться к новым рыночным условиям по мере организационных возможностей и ресурсов. [4]

На первый план при этом выходят инструменты, способные дать быстрый и действенный отклик, такие как, например, прямой маркетинг и PR. Необходимо дополнительное внимание и выделение средств на развитие данных инструментов, использование при этом внутренних возможностей организации. Довольно важной частью становится внимательное изучение конкурентов и их реакции на происходящие события, необходимо удерживать имеющиеся потребителей.

Отследить эффективность маркетинговых антикризисных инструментов легче всего в период глубоких экономических кризисов, ведь именно тогда маркетинговая стратегия развития выходит на передний план. Примером такой адаптации к кризисным условиям может послужить английская компания «The Keyholding Company», сотрудники которой в докризисное время занимались открытием и закрытием помещений клиентов, а в период карантина переключились на патрулирование.

Кроме того, существуют две наиболее популярные стратегии ценообразования во время рецессии. [5]

1) Сохранение старой цены с повышением качества продукта, даже если это означает уход клиентов с низким бюджетом к конкурентам во время кризиса. Однако после спада кризиса и по мере восстановления экономики такая стратегия будет способствовать расширению продуктовой линейки и повышению цен.

2) Сохранение того же качества с понижением цены, что не помогает компаниям удерживать или расширять долю на рынке. В результате после окончания кризиса организация может существенно потерять в позициях на рынке, причем необходимо помнить, что снизить цены всегда намного проще, чем повысить их вновь. В этой связи предприятиям стоит сосредоточиться на различных специальных предложениях и скидках, но не на постоянном снижении цен, что в финале может привести к потере прибыли и банкротству.

Наиболее успешные компании, которые лучше всего справляются с кризисом или даже находят точки роста, имеют общие черты: они внедряют гибкие методологии, а также создают команды разработки, которые досконально знают отрасль и могут оперативно перестроиться в беспрецедентной ситуации, что дает им несомненное преимущество перед конкурентами.

В период сложной экономической ситуации в стране любое предприятие сталкивается с проблемой сокращения бюджета, что неизбежно сказывается на финансировании маркетинговых исследований. [6] Довольно важным элементом деятельности компании в кризис является необходимость постоянного контакта со своими потребителями. При наличии кризиса очень важно исследовать потребителей и выявлять их наиболее насущные потребности, чтобы успешно бороться за их лояльность. Важно исследовать свою целевую

аудиторию, научиться понимать проблемы клиентов и предлагать наиболее выгодные для обеих сторон решения.

При исследовании маркетинговой деятельности в период кризиса выявляются следующие распространенные ошибки:

1) Заморозка расходов на маркетинг не является правильным решением. В сложный период кризиса не следует оставлять без внимания маркетинг, несмотря на возникающие сложности, стоит более внимательно отнестись к объему выделяемых на него средств, находить эффективную для каждой отдельной компании стратегию и распределение затрат.

2) Ожидание прежнего спроса является еще одной ошибкой – несмотря на возможные усилия компании и затраты на маркетинг, не следует ожидать прежних показателей эффективности компании, потому как для восстановления практически каждой отрасли требуется время.

3) Отсутствие связи с клиентами – для успешного сохранения определенного образа бренда в сознании потребителей необходимо целенаправленное выстраивание коммуникаций с ними, причем в кризис стоит внимательнее относиться к потребностям клиентов и стараться удовлетворить их наиболее приемлемым и малобюджетным способом.

4) Демпинг вне стратегии – необдуманное искусственное снижение цен во время кризиса навредит как отдельной компании, так и отрасли, в которой она действует, так как может мотивировать остальные компании к снижению цен, что приводит к отраслевым потерям всех игроков рынка.

В течение кризиса можно наблюдать, как меняется потребительское поведение, переходя из «режима выживания» в «режим формирования потребностей». Компаниям стоит сосредоточиться на трендах, анализировать поведение конкурентов, а также уделять внимание промо-маркетингу.

Достаточно наглядными выглядят примеры иностранных компаний, адаптировавшихся под кризисные условия. Так, китайской компанией «Yum China Holdings» была разработана система, при которой разносчикам заказов прикреплялись ярлыки, где указаны имя и последняя дата измерения температуры, а сам заказ передавался бесконтактным способом. Но если клиент заболел по причине, как-либо связанной с доставкой, компания брала расходы по лечению на себя. Кроме того, «KFC» и «Pizza Hut», находящиеся в Китае под управлением той же компании, ежедневно предоставляли до 1500 бесплатных блюд медицинским работникам в больницах Китая [7].

Продавец офисной мебели в Латинской Америке «E-Cadeiras» на время введения карантина быстро перестроил стратегию своего поведения. Ранее около 90% выручки компании составляли оптовые закупки компаний для офиса. Представители компании подготовили антикризисную стратегию продвижения мебели для дома для периода самоизоляции в Бразилии. Главными целями явилось удержание прежнего уровня продаж, сохранение доверия к бренду и завоевание новой целевой аудитории, а именно индивидуальных покупателей. Для продвижения были выбраны товары для создания рабочей зоны дома, изображение продукции использовалось на баннерах, сделан акцент на быстрой бесплатной доставке. За первую половину

апреля онлайн-продажи компании в Бразилии выросли на 40% по сравнению с аналогичным периодом в 2019 году. [8] Данные факты подтверждают, что во время кризиса можно найти дополнительные точки роста.

Таким образом, бизнесу необходимо понимание, что во время кризиса и после него важно не прекращать маркетинговую деятельность, необходимо понять, какие направления деятельности выбрать, оценить, какие из них будут наиболее эффективными. Авторами предлагаются следующие механики и тренды, причем для упрощения восприятия той или иной механики, предоставляются имеющиеся примеры использования подобных мероприятий на российском рынке.

1) Механика «Гарантированный приз» – имеет цель завлечь потребителей беспроигрышным конкурсом. В качестве примера можно привести акцию с гарантированным призом от платежной системы «Visa»: при покупке от определенной суммы чека картой данной платежной системы, на счет возвращают от 100 рублей.

2) Механика «Collect & get» заключается в возможности накопления различных бонусов с целью их использования в будущем для получения скидки или подарка. Примером может послужить акция от авиакомпании «S7»: за каждый день дома в период самоизоляции, при подтверждении местоположения с помощью кнопки «Я дома» компания начисляла клиентам 100 бонусных миль ежедневно.

3) Социально ориентированные акции, где основной целью является забота об обществе. Примером может послужить рассмотренная выше «Yum China Holdings».

4) Промоакции с элементами игрофикации – заключаются в вовлечении потребителей в игровой процесс, например, акция от «Mentos» заключалась в том, что участники должны строить виртуальную «башню» из купленных конфет, и у самых активных появлялся шанс выиграть крупную денежную сумму.

5) Охват аудитории геймеров. Подобная механика направлена аудиторию людей, увлекающихся приставками, компьютерными играми. Ярким примером является совместная акция от «Procter & Gamble» и «Лента»: «Купи Old Spice и Head & Shoulders в Ленте – получи шанс выиграть игровую приставку нового поколения».

6) Колаборация или вовлечение ритейлеров также является способом продвижения и поводом для увеличения внимания к компании. Современный пример: группа «М.видео – Эльдorado» начала продажи на маркетплейсе «Ozon».

7) Клубные программы, позволяющие участникам почувствовать себя более приближенными к компании. Примером такой механики может послужить клубная программа «Nike Adventure»: обувь по подписке в персональной коробке с журналами, наклейками и доступом к онлайн-контенту.

8) Диджитализированные призы, использование которых основано на цифровых технологиях, в примере с недавней акцией от «Хруsteam» была возможность выигрыша различных электронных сертификатов, а также пополнение счета телефона, что может быть особо удобно и потому актуально в современных условиях.

Итак, авторами были изучены основные направления деятельности маркетинга, которые востребованы в настоящее время и выяснили, что компаниям следует поддерживать свою маркетинговую активность, вводить в свою деятельность различные промокампании, улучшать качество коммуникаций с потребителями. Важность предоставления аудитории ценной информации является также важным атрибутом в построении взаимовыгодных и долгосрочных отношений. В числе выигравших от кризиса будут компании, сумевшие продвинуться в цифровизации и автоматизации. Нынешние изменения будут определять поведение фирм и потребителей после кризиса.

Своевременная адаптация к изменяющейся среде и быстрая реакция на текущие внешние вызовы могут стать ключевыми факторами в повышении устойчивости бизнеса во время и после кризиса. Предыдущие экономические потрясения всегда приводили к тому, что часть компаний уходила с рынка, а другие – демонстрировали высокий рост, опираясь на новые идеи, оперативно реагируя на рыночные изменения и, используя возможности и уроки кризиса, находили новый потенциал для роста. В этой связи, основной текущей задачей является не упустить свои шансы, очень внимательно отслеживая все перемены, происходящие на рынке, а воспользоваться новыми возможностями.

Библиографический список

1. Болотная О.В. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности предприятия в условиях кризиса // Бизнес информ. – 2013. – №5. – С. 333-337.
2. Чекашкина Н.Р. Значение внешних факторов в формировании маркетинговой стратегии предприятия // Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы и проблемы общественных наук XXI века», г.Волгоград – 28-29 сентября 2015
3. Ефремов А.В. Современный маркетинг в условиях выхода из кризиса на рубеже XX – XXI вв.// Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. – 2019. – № 2 (17). – С. 94-97.
4. Чекашкина Н.Р. Влияние изменения ценовой стратегии на маркетинговую эффективность компании во времена экономического спада // Международная научно-практическая конференция «Молодежь и наука. Актуальные вопросы теории и практики», г.Волгоград, – 29-30 октября 2015
5. Куярова Л.А. , Суслова И.П. Использование инструментов маркетинга в условиях кризиса // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 12-3 (53). – С. 196-199.
6. Оришев А.А. Антикризисный маркетинг как стратегия успешного развития компании в современных условиях нестабильности экономики // Бизнес и дизайн ревю. – 2017. – Т. 1. – № 1 (5). – С. 10.
7. Климович Н. Что делать, если ваш бизнес накрыл COVID-19 – 14.05.20 – Режим доступа: <https://www.seonews.ru/analytics/chto-delat-esli-vash-biznes-nakryl-covid-19/> (дата обращения 25.05.20)
8. A1 Team: как запустить национальную промокампанию в условиях изменившейся реальности. – 06.05.20 – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/a1-team-43205.html> (дата обращения 27.05.20)

Математические и инструментальные методы в экономике

УДК 519.237.5

Тиндова М. Г. Корреляционный анализ рынка аксессуаров в процессе виноделия

Correlation analysis of the market of accessories in the process of winemaking

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 аксессуаров для виноделия, а именно, бокалов для различных напитков, основанный на методах корреляционного анализа. На первом этапе исследования был проведен общий анализ рынка с целью выявления основной классификации бокалов для вина и других напитков, определения их основных характеристик. На следующем этапе была составлена база исходной информации на основе прайс-листов производителей, где в качестве переменных использовались ценообразующие факторы. Далее, основываясь на методах корреляционного анализа, были выделены основные переменные, влияющие на стоимость бокалов для напитков различных категорий. В результате проведен факторный анализ рынка, определяющий главные направления производства и продажи бокалов для напитков.

Ключевые слова: корреляционный анализ; оценка бокалов для напитков; процесс виноделия

Abstract. In his work, the author conducts an analysis of the market for accessories for winemaking, namely, glasses for various drinks, based on correlation analysis methods. At the first stage of the study, the author conducts a general market analysis in order to identify the main classification of glasses for wine and other drinks, to determine their main characteristics. At the next stage, the author compiles a base of initial information based on producer price lists, where price-generating factors were used as variables. Further, based on correlation analysis methods, the author identifies the main variables affecting the cost of drinks glasses of various categories. As a result, the author conducts a factor analysis of the market, which determines the main directions of production and sale of drinks glasses.

Keywords: correlation analysis; evaluation of beverage glasses; wine-making process

Рецензент: Землянухин А.И. - д.ф.-м.н., профессор, Зав. кафедрой прикладной математики и системного анализа Саратовского государственного технического университета

Введение. Вино – продукт повышенной степени летучести ароматических веществ (фенолов). Форма бокала позволяет регулировать площадь соприкосновения напитка с воздухом – местом высвобождения аромата.

Бокалы для вина изготавливаются строго из тонкого и прозрачного стекла, не имеют украшений, что позволяет уже на первый взгляд оценить примерный возраст вина. Кроме того, максимально сохраняются вкус и аромат напитка. Различие же бокалов для красного и белого вина обуславливается разной насыщенностью, сладостью красного и белого видов вина, следующими из этого особенностями подачи.

Красное вино отличается насыщенным, глубоким вкусом и более ярким ароматом. Оно подается лишь немного охлажденным (примерно 14-20 °С). От контакта с кислородом красное вино раскрывает вкус и аромат, потому и бокалы для него имеют больший объем, более короткие ножки (т.к. существует меньшая необходимость защищать напиток от тепла рук)

Красное вино имеет более сладкий, вязкий вкус, часто с выраженными ягодными, терпкими или пряными нотками. Широкая чаша бокалов для красного вина позволяет не запрокидывать голову при употреблении, что позволяет рецепторам, расположенным на кончике языка, улавливать сладость напитка. Сужение же чаши в верхней части, позволяет концентрировать аромат. При этом площадь соприкосновения поверхности вина с воздухом в бокале остается достаточно большой, что раскрывает его букет в полной мере.

Белое вино легче, оно менее концентрированное и обладает более нежным ароматом. В его вкусе должны ощущаться кислинка и свежесть. Чтобы белое вино полностью раскрылось, а входящие в его состав фенолы не успели испариться, оно подается охлажденным до 8-14 °С. Конфигурация и вместимость бокала позволяют сохранить оптимальную температуру и аромат напитка.

Данный вид вина подается в бокале на высокой ножке с чашей в форме тюльпана. Оно не должно долго находиться при комнатной температуре. Стандартный объем бокала составляет 70-100 мл, но чем моложе вино, тем меньшая емкость для него берется.

Небольшие размеры и суженная в верхней части форма бокала для белого вина позволяют замедлить испарение фенолов, так как напиток меньше подвергается воздействию кислорода. Кроме того, при его употреблении приходится немного закидывать голову назад. Это позволяет вину попадать не на кончик языка, а распределяться в стороны, где расположены отвечающие за восприятие кислых вкусов рецепторы.

Целью работы является изучение российского рынка аксессуаров для виноделия, в частности, бокалов для различных напитков, а также определение основных факторов, определяющих их стоимость.

На первом шаге исследования была составлена база исходной информации на основе мониторинга рынка бокалов для напитков, где в качестве исходной информации рассматривались прейскуранты цен магазинов [1]. В качестве эндогенной переменной при этом была выбрана цена (за 1 шт., руб.); в качестве экзогенных – факторы, влияющие на стоимость: x_1 – фирма-производитель, x_2 – страна бренда, x_3 – вид напитка, x_4 – материал, x_5 – объем, x_6 – высота, x_7 – форма, x_8 – цвет, x_9 – способ изготовления.

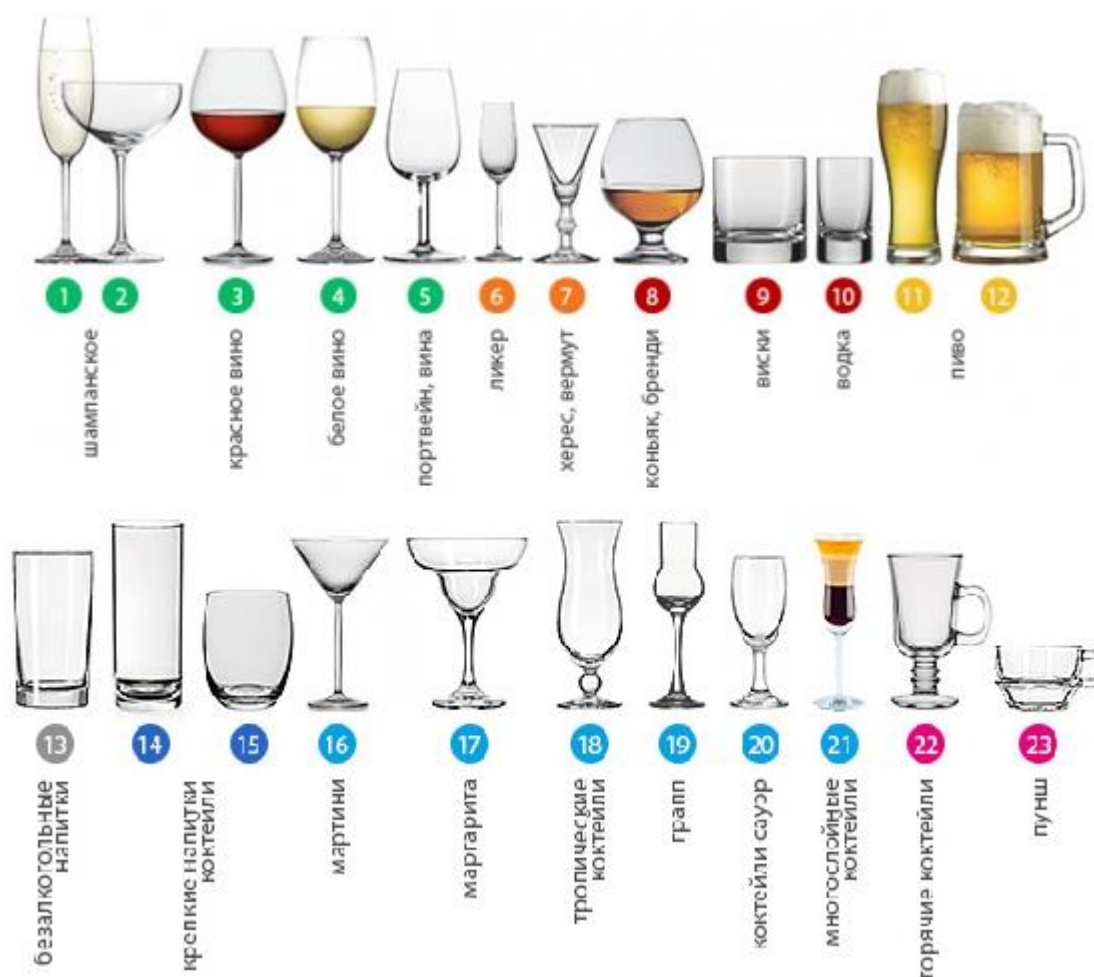


Рисунок 1. Форма бокалов для различных напитков

Источник: [2]

Анализ рынка бокалов для красных и белых вин. Бокалы для красного вина делятся на три типа [2]:

- бокал Бордо: предназначен для красных вин с высоким уровнем танинов, средней кислотностью и крепостью примерно 12 градусов. Он обладает вытянутой, слегка конической формой (полураскрытый бутон тюльпана), объемом 500-650 мл.;

- бокал Бургундия: имеет шаровидную форму, широкий и не очень высокий, объемом 700-750 мл;

- бокал Grand Cru: предназначен для дегустации дорогих и хорошо выдержанных вин, имеет шарообразную форму со слегка вытянутой верхушкой и намеренно расширенным ободком, объем свыше 750 мл.

Первоначальный анализ базы данных, основанный на использовании описательных статистик [3], показал, что наиболее часто встречающимися на рынке являются бокалы для красного вина фирмы Riedel (Австрия), произведенными из прозрачного хрустального стекла, формы Бургундия, объемом 765 мл и высотой 25 см. Средняя цена таких бокалов составляет 2540 руб.

Корреляционный анализ показал [4], что основными факторами, влияющими на стоимость бокалов для красного вина являются: объем бокала ($r_{yx_5} = 0,851$), способ изготовления ($r_{yx_9} = 0,708$), высота ($r_{yx_6} = 0,675$), страна бренда ($r_{yx_2} = 0,618$). При этом не влияющими факторами оказались: материал изготовления, форма, фирма-производитель.

Кроме того анализ показал, что бокалы формы Бордо и Grand Cru изготавливают из более дорогих материалов (хрусталь, хрустальное стекло), а при изготовлении бокалов формы Бургундия часто используют обычное стекло. Высота бокалов зависит от способа изготовления: высокие бокалы изготавливают вручную ($r_{x_6x_9} = 0,583$). Высота бокала зависит от его объема ($r_{x_6x_5} = 0,577$), и изготавливают такую винную посуду в основном бренды из Австрии, Германии, Словакии ($r_{x_6x_2} = 0,738$).

Бокалы для белого вина делятся на три группы, которые называются Бордо; Шардоне и Совиньон Бланк.

В группе бокалов для белого вина наибольшее влияние на стоимость оказывают: способ изготовления (бокалы ручной работы стоят дороже: $r_{yx_9} = 0,803$), страна бренда ($r_{yx_2} = 0,617$) и форма ($r_{yx_7} = 0,556$).

Кроме того, при изготовлении бокалов для белого вина используют хрусталь бренды из Австрии и Германии, а итальянские бренды используют стекло ($r_{x_4x_2} = 0,911$). Форма бокалов для белого вина зависит от способа изготовления: ручным способом чаще изготавливают форму Совиньон Бланк. При изготовлении высоких бокалов используют более дешевые материалы ($r_{x_4x_6} = -0,506$).

Анализ рынка бокалов для игристых вин. Игристые вина считаются наиболее изысканными. При их употреблении задача фужера отличается от задачи, поставленной перед другими видами бокалов. Для ощущения праздника принято использовать фужер-чашу. Но он не передает всей полноты вкуса и аромата. Для проведения дегустаций и оценки качества напитка используются бокалы вытянутой формы, которые позволяют не только видеть игру, но и ощущать незаметный при другой подаче аромат.

Форма бокалов для шампанского делится на три группы [5]: флют: высокий бокал зауженной формы на длинной или средней ножке, используется для сильногазированных марок шампанского; тюльпан: форма бокала похожа на флют, но с более высоким силуэтом и отчётливым сужением вверх; чаша (креманка): используется для сладких молодых напитков, имеет широкую и невысокую чашу объемом 120-240 мл.

Основными факторами, влияющими на стоимость бокалов для шампанского являются: способ изготовления ($r_{yx_9} = 0,649$) и цвет ($r_{yx_8} = 0,564$). Влияние формы составляет 13%, причем более дорогими являются бокалы формы Чаша. При этом бренды таких стран как Австрия, Германия, Чехия выпускают прозрачные бокалы большого объема (290 – 365 мл), бренды Италии, а особенно Ирландии выпускают бокалы из цветного хрусталя с гравировкой, объем которых составляет 120 – 210 мл ($r_{x_2x_5} = -0,657$; $r_{x_2x_8} = 0,393$).

Анализ рынка бокалов для виски и десертных вин. Бокалы для виски делятся на три группы [6]:

- Тумблер (в США называется хайбол): стакан емкостью 200 мл с прямыми стенками и толстым дном, рекомендуется использовать для дегустации простых сортов виски, поскольку геометрическая форма этих бокалов не позволяет уловить нотки более утонченных напитков с длительной выдержкой, подходит для подачи виски со льдом или коктейлей на его основе;

- Рокс: стакан емкостью 250 мл, имеет толстое дно и прямые стенки, используется для недорогих купажированных сортов виски, а также для бурбона (американского кукурузного виски);

- Тюльпан: вид бокала для виски объемом 100-140 мл, имеющий форму тюльпана с расширенным основанием и зауженным верхом, используется для дегустации самых дорогих односолодовых виски, а также любого элитного алкоголя, начиная от вина и заканчивая коньяком.

Основными факторами, влияющими на стоимость стаканов для виски стали: высота ($r_{yx_6} = 0,814$), материал ($r_{yx_4} = 0,727$) и фирма-производитель ($r_{yx_1} = 0,659$). При этом фирмы-производители таких стран как Австрия, Германия, Чехия производят стаканы для виски из прозрачного хрусталя, часто с гравировкой, отдавая предпочтение форме Тумблер.

При ценообразовании бокалов для десертных вин исследование не выявило каких-то явных факторов, влияющих на их стоимость. Единственный фактор, который можно отметить, это страна бренда, определяющая стоимость на 32%. Кроме того, ведущие страны, такие как Австрия, Германия, Чехия, выпускают высокие бокалы из прозрачного материала.

Выводы. Проводя обобщенный анализ, можно отметить, что 80 процентов рынка бокалов для различного вида напитков занимают бокалы для вина, шампанского, коньяка, виски и мартини. Специальные бокалы для других напитков, например, различных ликеров, граппы или тропических коктейлей (рис. 1), встречаются достаточно редко.

Ценообразующими факторами, определяющими стоимость бокалов для различных напитков в целом стали способ изготовления ($r_{yx_9} = 0,704$), цвет ($r_{yx_8} = 0,615$) и высота ($r_{yx_6} = 0,489$). Влияние таких факторов как фирма, страна бренда, материал, вид напитка определяют стоимость примерно на 30% каждый.

Библиографический список

1. Интернет-магазин посуды и предметов интерьера «Аура Богемии» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.aofb.ru/> (дата обращения: 15.04.2020)
2. Структура рынка вина и перспективы развития виноделия // В производство: журнал бизнес идей [Электронный ресурс]. URL: https://vproizvodstvo.ru/analitika_rynok/struktura_rynka_vina/ (дата обращения: 15.04.2020)
3. Тиндова М.Г. Инструментальные методы сравнительного подхода / М.Г. Тиндова; под ред. В.В. Носова; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Саратовский гос. социально-экономический ун-т». Саратов. 2012
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., 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.
6. Носов В.В. Теория экономического анализа / Саратов. 2003.

Менеджмент

УДК 351.72, 338.24

Фешина С.С., Славянов А.С. Искусственный интеллект в управлении городской инфраструктурой Artificial Intelligence in Urban Infrastructure Management

Фешина С. С.,

к.э.н., доцент. Финансовый университет при Правительстве РФ

Славянов А. С.,

к.э.н. Московский государственный технический университет им. Н.Э.Баумана

Feshina S. S., Ph.D., Associate Professor

Financial University under the Government of the Russian Federation

Slavyanov A.S., Ph.D.

Bauman Moscow State Technical University

Аннотация. В работе проведен анализ возможностей использования технологий искусственного интеллекта (ИИ) в городской среде. Определен круг задач, которые могут быть решены посредством применения технологий ИИ. выделены задачи, которые могут быть решены в автоматическом, без участия человека, режиме и задачи, которые требуют поддержки при принятии решений. Основываясь на результатах анализа, авторы делают вывод, что ИИ значительно повышает качество человеческого капитала региона, где находит широкое применение.

Ключевые слова: искусственный интеллект, человеческий капитал, поддержка принятия решений, информационные технологии, развитие городской инфраструктуры.

Abstract. The paper analyzes the possibilities of using artificial intelligence (AI) technologies in an urban environment. The circle of tasks that can be solved through the use of AI technologies is defined. tasks that can be solved automatically, without human intervention, are identified, and tasks that require support in making decisions. Based on the results of the analysis, the authors conclude that AI significantly improves the quality of human capital in a region where it is widely used.

Keywords: artificial intelligence, human capital, decision support, information technology, urban infrastructure 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.

Введение

Концентрация разнообразных ресурсов в границах города позволяет получать колоссальный синергетический эффект, проявляющийся в росте не только валового регионального продукта (ВВП), но и в повышении качества человеческого капитала. Учебные заведения, учреждения культуры, спортивные сооружения и другие инфраструктурные объекты создают своеобразную платформу для обмена информацией

и, тем самым, привлекают квалифицированных специалистов, ученых, студентов, работников сферы искусства. Еще десять лет назад, по оценкам ученых [1], города генерировали более трех четвертей мирового ВВП и в настоящий момент есть все основания предполагать, что доля городов будет расти. В крупных городах зарегистрированы офисы филиалов промышленных, строительных и финансовых корпораций, которые обеспечивают работой, товарами и услугами население и являются основными донорами местного бюджета. В настоящее время в России насчитывается 15 городов – миллионников и порядка 20 городов с населением свыше 500 тысяч человек и именно в них сосредоточен основной потенциал отечественной экономики. Вместе с тем, мировой и отечественный опыт показывают, что высокая концентрация ресурсов обеспечивает не только экономический рост, но и создает массу проблем как для населения, так и для бизнеса, что проявляется в перегруженной транспортной системе, сбоях в поставках, деградации коммунальных систем и коммуникаций. Высокая концентрация транспортных средств, промышленных объектов, бытовых коммунальных и промышленных отходов оказывает разрушающее давление на окружающую среду. Для решения этих проблем в разных странах использовались такие методы, как ограничение на перемещение транспортных средств, выведение за пределы города промышленных предприятий, ограничение на трудовую миграцию и др. Так, в Лондоне с транспортных средств взимается плата за въезд в городскую черту, в Мадриде действует правило, согласно которому автомобили с четными номерами могут перемещаться по городу по четным дням, в Москве ограничено движение грузового транспорта в дневные и вечерние часы и т.п.

Следует отметить, что городская инфраструктура не успевает адекватно реагировать на миграционные потоки и активность бизнеса, что приводит к негативным последствиям для развития как новых, так и традиционных направлений. Приток трудовых мигрантов, задействованных в реализации инвестиционных проектов оказывает давление на городской транспорт, сферу услуг, медицинскую и образовательную системы города, а бизнес может предъявлять спрос на дополнительную энергию, каналы связи, складские и офисные помещения и т.п. Городские власти не всегда успевают своевременно реагировать на изменения внешней среды, что создает определенные проблемы для нормального функционирования системы.

Обсуждения и результаты

Для анализа и выработки мероприятий для торможения негативных тенденций необходимо широко использовать информационные технологии и компьютерное моделирование. Стремительное развитие технологий в IT-отраслях определило вектор развития функциональной инфраструктуры умного города в сторону интеграции предоставляемых социальных услуг, управления ими и вовлечения представителей бизнес-структур и граждан в эти процессы в целях повышения эффективности городской экономики и хозяйства [2]. Одним из важнейших условий функционирования системы управления является получение информации о состоянии внешней и внутренней среды объекта. Получившая широкое распространение технология так называемого Интернета вещей (IoT) позволяющий применять датчики, камеры в информационных системах, которые, в свою очередь, можно использовать для анализа данных и при

принятии решений [3]. В настоящее время органы власти и ряд коммерческих структур активно используют смартфоны, подключенные к сотовым сетям. Таким образом, органы управления получают доступ к информации о скоплении людей, заторах на автомобильных дорогах, маршрутах передвижения граждан. Это позволяет оптимизировать нагрузку на транспортную систему, ориентируя потоки по разным направлениям. Импульс к развитию данного метода система контроля получила во время вспышки пандемии заболевания, вызванного новым коронавирусом COVID-19. Так, власти Китая и США использовали смартфоны, принадлежащие гражданам в целях выявления скопления людей и маршрутов их передвижения посредством технологии GPS. Предполагалось, что использование смартфонов может помочь предотвратить нежелательные контакты с инфицированными гражданами посредством специального программного обеспечения [4]. В случае выявления вируса, гражданин был обязан скачать на свой смартфон приложение, которое посредством технологии Bluetooth оповещало бы находившихся вблизи людей об опасности заражения.

Для управления городом важнейшими источниками информации являются не только системы мониторинга окружающей среды, транспортной системы и потребления ресурсов, но и его жители. Обычно информационный обмен между гражданами и органами власти активизируется в период выборов, что явно недостаточно. Электронное правительство, преобразованное позднее в Правительство 2.0 своей целью поставило повысить эффективность информационного обмена между гражданами и органами власти, между различными ветвями органов власти и между государством и бизнесом.

Электронное правительство, ориентированное на граждан, требует от органов власти активного поиска того, что хотят граждане [5]. Участие граждан не только в форме голосования, но и в проведении государственных опросов в настоящее время считается одним из столпов электронного правительства [6].

Базой электронного правительства стала Национальная платформа распределенной обработки данных (НПРОД), представляющая собой объединение нескольких информационных систем, реализующих так называемые облачные вычисления, объединенных в одну систему. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации определило основные цели Министерства связи и массовых коммуникаций определило основные цели НПРОД:

- сокращение бюджетных расходов на ИТ-обеспечение деятельности органов исполнительной власти и подведомственных учреждений;
- повышение уровня информатизации органов местного самоуправления;
- существенное снижение начальных вложений и обеспечение свободного доступа к стандартизированным сервисам и программным приложениям индивидуальным предпринимателям, малому и среднему бизнесу¹.

¹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации Национальная платформа для распределенной обработки данных (НПРОД) <https://digital.gov.ru/ru/activity/govservices/infosystems/16/>

Такой подход позволяет предоставлять разным пользователям программное обеспечение и свободные компьютерные мощности. В результате внедрения системы органы местной власти получают возможность использовать базы данных и стандартные программные решения, недоступные ранее вследствие нехватки средств, квалифицированных кадров и других причин.

Задачи, решаемые с помощью технологий ИИ

Получение и обработка информации с различных датчиков, по мнению авторов, не является самоцелью, а служит для решения следующих групп задач, стоящих перед органами управления:

- социальных;
- общественно-политических;
- экологических;
- экономических;
- информационных.

Первая группа включает в себя задачи социальной защиты определенных категорий населения, к которой относятся многодетные семьи, ветераны, дети, инвалиды, малоимущие граждане, люди пожилого и преклонного возраста. К социальным задачам органов власти относятся повышение уровня образования граждан, медицинское обслуживание, организация спортивных и культурных мероприятий и др. Технологии искусственного интеллекта могут оказывать информационную поддержку для принятия решений в социальной сфере. В области образования информационные технологии получили достаточно широкое распространение, особенно в период карантина в связи с пандемией вируса COVID-19. Искусственный интеллект позволяет оценить компетенции обучаемого, выявить пробелы в знаниях и его способность к практическому применению полученной в ходе образовательного процесса информации. Особое внимание уделяется построению системы контроля знаний, которая в настоящий момент, в основном, представлена несложными компьютерными тестами, с помощью которых не всегда можно выявить творческие успехи обучаемого. Методологические подходы к оценке творческих работ обучаемых на основе технологий искусственного интеллекта основаны на компьютерной обработке результатов работы обучаемых и сравнения их с аналогами с целью выявления уровня новизны [7].

К социальным задачам относятся проблемы занятости и миграции, решение которых особенно остро стоит в период спада деловой активности, вызванной пандемией COVID-19. Технологии ИИ могут быть использованы при мониторинге миграционных потоков посредством анализа активности граждан в социальных сетях.

Группа общественно-политических задач органов власти охватывает круг задач организационного характера, в которых должна быть определена стратегия развития общества. Как правило, актуальность этих задач возрастает в период проведения выборов и референдумов. Технологии искусственного интеллекта могут применяться для составления различного рода рейтингов и определения приоритетов направлений развития путем автоматической обработки данных опросов, а также организации электронного голосования.

В России эти задачи частично реализованы в Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы» (ГАС «Выборы»).

Комплекс экологических задач включает в себя мониторинг окружающей среды различными методами сбора информации и оперативное реагирование на нарушения режима. В крупных городах, на промышленных предприятиях, в жилых комплексах уже установлены датчики, измеряющие качество воды, воздуха, которые наряду с метеорологическими станциями передают результаты мониторинга в соответствующие городские службы, что способствует оперативному и эффективному решению возникающих проблем.

Экономические проблемы города уже решаются посредством автоматизированных систем управления (АСУ), учета и планирования ресурсов. В крупных городах функционируют автоматизированные системы управления финансами, которые предназначены «для комплексной интеграции всех существующих общегородских систем и ресурсов, функциональное назначение которых связано с автоматизацией финансово-экономической деятельности организаций бюджетной сферы в городе»². Муниципальные унитарные предприятия также имеют свои системы планирования ресурсов, которые могут быть сопряжены с городской АСУ. Технологии ИИ позволяют не только своевременно рассчитываться с контрагентами, начислять и переводить заработную плату, оптимизировать затраты, но и распознавать и блокировать подозрительные транзакции. Созданный в 2002 г. Комитет Российской Федерации по финансовому мониторингу, в дальнейшем Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) совместно с Центральным Банком России провели, используя технологии ИИ, ряд эффективных мероприятий по пресечению нелегального оттока капиталов [8].

Информационные задачи органов власти могут заключаться в получении информации и ее распространении среди жителей и в бизнес среде. Технологии ИИ позволяют отслеживать информацию из сети интернет, анализировать ее и распределять между пользователями. Здесь широко используются данные с мобильных устройств и социальных сетей.

Посредством технологий ИИ может быть решено две группы задач:

- а) на базе платформы НПРОД строится система поддержки управленческих решений, принимаемых ЛПР (лицо принимающие решения);
- б) автоматический режим управления процессами с частичным или полным исключением человеческого фактора.

Система информационной поддержки управленческих решений необходима для решения следующих задач:

² Развитие автоматизированной системы управления государственными финансами (АСУ ГФ) г. Москвы / Департамент информационных технологий города Москвы. <https://ibs.ru/projects/dit-moskvy-razvitie-avtomatizirovannoy-sistemy-upravleniya-gosudarstvennymi-finansami-asu-gf-g-moskvy/>

- контроль за миграционными потоками;
- медицина и образование;
- социальная защита;
- защита экологии;
- финансы и др.

Ряд задач требуют оперативного реагирования и могут быть решены ИИ в автоматическом режиме без участия человека. К их числу можно отнести следующие:

- фиксация чрезвычайных происшествий и выезд специальных служб и аварийных бригад на место;
- мониторинг энерго- и водопотребления и автоматический переход на резервные мощности;
- мониторинг состояния окружающей среды в зоне ответственности основного генератора вредных выбросов и автоматическое реагирование в виде штрафа или повышения ставки налога;
- фиксация внезапного ухудшения физического состояния и автоматический вызов медицинских служб к больному (реализовано в США и других странах посредством специальных медицинских браслетов, в постоянном режиме измеряющих параметры работы сердечно-сосудистой системы и др.);
- мониторинг загрузки муниципального транспорта и автоматическое распределение пассажирских транспортных средств на перегруженные маршруты и др.

Модель использования технологий ИИ в управлении регионом и городом в частности показана на рис.

1.

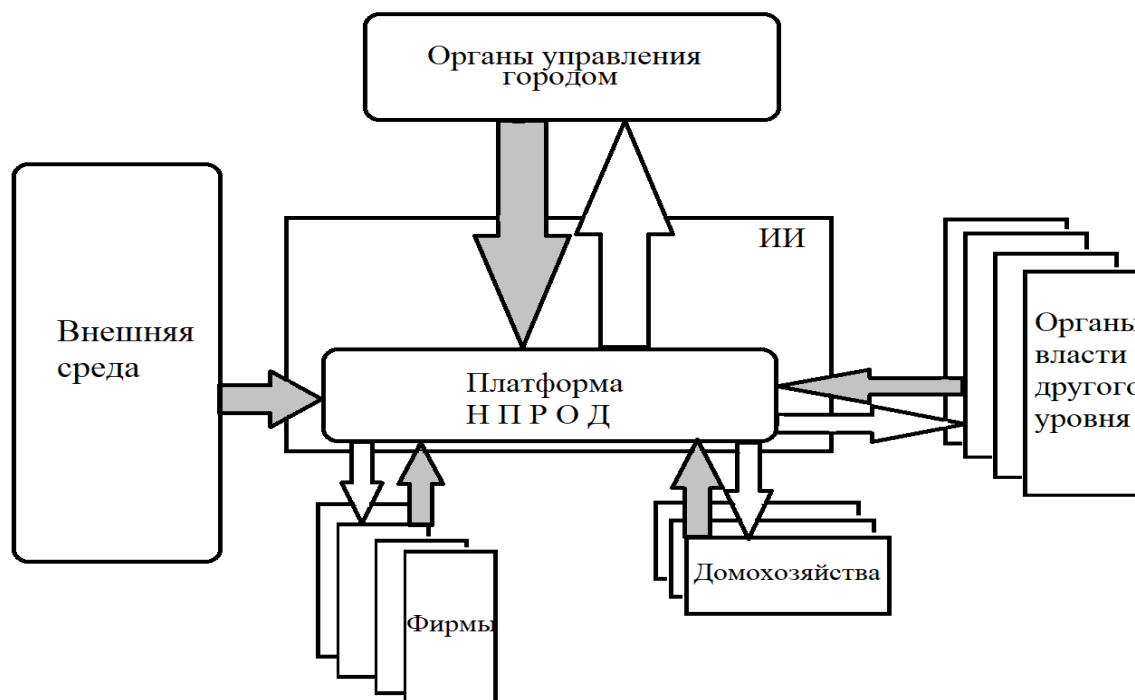


Рисунок 1 Модель использования технологий ИИ в управлении городом

Темные стрелки означают входящие в систему информационные потоки, светлые – исходящие. Модель показывает основные взаимосвязи между экономическими агентами посредством информационных технологий на базе платформы НПРОД. Управленческие решения, в зависимости от уровня решаемой задачи, вырабатывает искусственный интеллект либо ЛПР на уровне органов управления городом.

Основным результатом использования технологий ИИ в масштабах крупного и среднего города будет повышение качества человеческого капитала. Если рассматривать человеческий капитал как совокупность знаний, навыков и умений, которым обладает человек [9] и которые могут принести пользу обществу и ему лично, то технологии ИИ позволяют значительно повысить уровень образования учащихся, поднять планку квалификации и профессиональных навыков работников и, тем самым, способствовать развитию личности и общества. Кроме того, технологии ИИ смогут в конечном итоге значительно расширить спектр новых потребительских товаров и услуг, включая продукты из сферы «интернет вещей» [10], интеллектуальные облучающие программы, беспилотные транспортные средства и др.

Заключение

Проведенное исследование показало, что использование технологий ИИ дает возможность для оптимизации бюджетных расходов на развитие городской инфраструктуры, значительно сокращает время реагирования соответствующих служб на внештатную ситуацию, расширяет доступ граждан и предприятий к информации, регулирует транспортные потоки, способствует предотвращению и раскрытию правонарушений, облегчает розыск физических и юридических лиц, создает базу для построения элементов экономической и правовой защиты от несанкционированного проникновения в информационную и финансовую систему города. В дальнейшем ИИ может быть использован в системе управления беспилотными транспортными средствами, в торговле и других услугах. ИИ способствует росту качества человеческого капитала, так как технологии освобождает от рутинной работы время, повышается качество образования, медицинского обслуживания, оказания социальных и других услуг. Результаты проведенного исследования могут быть полезны для разработки Концепции развития искусственного интеллекта в городской среде.

Благодарности

Работа подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, проект №19-29-07168мк.

Acknowledgments

The reported study was funded by RFBR, project number 19-29-07168mk.

Библиографический список

1. McKinsey Global Institute study (2011), report "Urban World: Mapping the Economic Power City", available at: <https://gtmarket.ru/news/state/2011/03/28/2774> (accessed 07 February 2020).
2. Feshina S.S., Konovalova O.V., Sinyavsky N.G. (2019), "Industry 4.0 – Transition to new economic reality", Studies in Systems, Decision and Control. Vol. 169, pp. 111-120.
3. Dybina I.V., Slavyanov A.S. (2019), "Artificial intelligence as a tool for increasing business efficiency and sustainability", Economics and business: theory and practice, Vol. 4-2, pp. 67-70.
4. Government efforts to track virus through phone location data complicated by privacy concerns // The Washington Post // 19. 03. 2020 / <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/03/19/privacy-coronavirus-phone-data/>
5. Feshina S.S., Konovalova O.V. (2018), "Perspective directions of countering small corruption in Russia under the conditions of digital economy", Economy. Taxes. Right, Vol. 11, No. 5, pp. 92-99.
6. Pratama A.B. (2018), "Smart city narrative in Indonesia: comparing policy documents in four cities", Issues of state and municipal government, No. 6, pp. 65-83.
7. Славянов А. С. Фешина С. С. Технологии искусственного интеллекта в образовании как фактор повышения качества человеческого капитала // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019 .- № 7 .- С. 156 – 159.
8. Фешина С. С., Славянов А. С. Стабилизация рынка капитала посредством ограничения трансграничных операций с криптовалютами // Экономические исследования и разработки №4-2020 Электронное научное издание <http://edrj.ru/article/13-04-20>
9. Крутий И., Зангиева И. Транснациональное взаимодействие и качество человеческого капитала // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2008. № 1 (93). С. 77-85.
10. Васильева Т. В. «Интернет вещей» - стратегическое направление инновационных преобразований в экономике России // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2013. № 2 (46). С. 187-193

Региональная экономика

УДК 33

Пронькин Н.Н., Симаков А.И. Формирование целевой программы обеспечения информационной безопасности города Москвы

Formation of a target program for ensuring information security of the city of Moscow

Пронькин Н.Н., Симаков А.И.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет), Москва, Россия

Pronkin N.N., Simakov A.I.

First Moscow State Medical I.M. Sechenov University of the Ministry of Healthcare of the Russian Federation (Sechenov University), Moscow, Russia

***Аннотация.** В статье на основе системного анализа рассмотрены основные работы по формированию целевой программы обеспечения информационной безопасности московского мегаполиса.*

***Ключевые слова:** московский мегаполис, целевая программа, информационная безопасность, информационно-логическая модель формирования целевой комплексной программы.*

***Abstract.** Based on the system analysis, the article considers the main works on the formation of a target program for ensuring information security of the Moscow megapolis.*

***Keywords:** Moscow megapolis, target program, information security, information and logical model of forming a target integrated program.*

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.

Один из необходимых элементов теоретической модели целевой программы – технология её формирования, т.е. организация работ руководителей и органов исполнительной власти по разработке подобного рода документов правительственного уровня.

Исследования показали, что основные работы по формированию собственно программы целесообразно проводить в соответствии с информационно-логической моделью (ИЛМ), в основе которой лежит структурное представление процесса её разработки в виде упорядоченной последовательности работ, связанных в систему на основе использования логических отношений между ними. С учётом этих положений разработана ИЛМ формирования целевой комплексной программы (рисунок 1).

Анализ перечня включенных в ИЛМ основных работ показывает, что некоторые из них (например, 1, 2, 3, 5, 6) имеют в основном управленческий характер и могут проводиться без особой подготовки

исполнителей. С учётом этого в данном разделе сосредоточено внимание на методических вопросах той работы, специфика которой обусловлена задачей формирования целевой программы.

	Основная работа по формированию ЦП	Исполнители	Выходные документы (данные)
1	Подготовка исходного задания на разработку ЦП	Правительство Москвы (структурные подразделения)	Утвержденное задание на разработку ЦП
2	Формирование органа разработки ЦП (коллектива разработчиков)	Правительство Москвы (структурные подразделения)	Директива
3	Сопоставление общей схемы работ и детального плана	Головной разработчик	План-график (сетевая модель) работ
4	Уточнение структуры ЦП по блокам (подпрограммам)	Головной разработчик, исполнители	Уточненный вариант структуры
5	Разработка необходимых оргматериалов для исполнителей	Головной разработчик	Задание исполнителям, методические указания
6	Подготовка предложений по материалам программы	Структурные подразделения Правительства Москвы	Перечень мероприятий ЦП
7	Оценка предложений и формирование системы программных мероприятий	Структурные подразделения Правительства Москвы	Раздел ЦП
8	Подготовка требований к комплексному обеспечению ЦП	Головной разработчик	Раздел ЦП
9	Проектирование механизма реализации ЦП (управление и контроль)	Головной разработчик	Раздел ЦП
10	Формирование проекта ЦП как нормативного документа	Головной разработчик	Проект ЦП
11	Рассмотрение, согласование, утверждение ЦП	Правительство Москвы (структурные подразделения)	ЦП

Рисунок 1. Информационно-логическая модель формирования целевой программы обеспечения информационной безопасности города Москвы.

Важной составной частью разработки программы является формирование органа, которому поручается работа, как коллектива разработчиков. Под коллективом разработчиков понимается совокупность основных и вспомогательных сотрудников, обладающих знаниями и опытом, которые требуются для выполнения данной работы. Характеристика такого коллектива может быть задана набором показателей, среди которых наиболее существенное значение имеют две группы – специализация и квалификация исполнителей.

Специализация исполнителей характеризует их способность к выполнению некоторого набора функций, требуемого для достижения цели работы данного класса, а квалификация – качество исполнения этих функций.

Специализация и квалификация как основные свойства исполнителей по своей природе являются качественными характеристиками. С количественной точки зрения свойства исполнителей могут характеризоваться объёмом или трудоемкостью работы определенной специализации, выполняемой с некоторым уровнем качества.

Необходимо выделить ряд коллективов потенциально возможных исполнителей для каждого вида работы. Для проведения теоретико-прикладных разработок такими коллективами являются научно-исследовательские учреждения, учебные заведения. В ряде случаев при определении соответствия работы и потенциально возможных исполнителей оказывается необходимым учитывать заинтересованность исполнителей в выполнении той или иной работы.

После выявления потенциально возможных коллективов исполнителей решением руководства формируется орган разработки целевой программы. Возможно создание двух и более таких органов для подготовки альтернативных вариантов проекта программы. При этом один из них назначается головным разработчиком, с тем чтобы на заключительном этапе сформировать единый проект программы на основе объединения положительных моментов каждого из альтернативных вариантов.

Головной разработчик проводит необходимые уточнения структуры целевой программы по блокам (подпрограммам) после соответствующих исследований и обоснований.

Одной из функций головного разработчика является научно-методическое обеспечение процесса формирования проекта программы, что подразумевает:

- определение параметров проводимых работ (наиболее вероятные (средние), максимальные и минимальные оценки продолжительности, а также соответствующие им оценки затрат ресурсов и др.);
- разработку методик и алгоритмов; подготовку заданий и методических указаний соисполнителям и т. п.

Большое значение приобретает вопрос научно-методического обеспечения качественной экспертизы проблемной ситуации обеспечения информационной безопасности мегаполиса. При изучении проблемной ситуации также приходится сталкиваться с необходимостью оценки того или иного факта,

явления, тенденции в различных сферах жизнедеятельности города Москвы в целом и административных округах, поэтому требуется постоянная экспертиза ситуации на различных этапах разработки программы.

Особенно важна роль экспертизы при разработке системы программных мероприятий, когда её главной целью является определение некоторого приемлемого в конкретных условиях комплекса мер по решению проблем при оптимальном сбалансированном варианте затрат и предотвращённого ущерба. Процедура экспертизы становится неотъемлемой частью технологии формирования ЦП.

Проведение экспертизы обычно включает следующие этапы:

- создание группы управления проведением экспертизы;
- подбор экспертов;
- разработка положения об экспертизе;
- проведение экспертного опроса;
- обработка результатов экспертизы.

В зависимости от иерархического уровня подготовки предложений в целевую программу в качестве организатора группы управления может выступать либо Правительство Москвы, либо префектуры административных округов. Группа управления экспертизой, которая создается на соответствующем уровне, решает задачи:

- выбора места и времени проведения экспертизы;
- подбора экспертов;
- обеспечения их необходимой информацией;
- выбора процедуры экспертизы;
- разработки положения об экспертизе и проведении ее.

Как показал опыт, недостатки метода экспертных оценок – сложность организации экспертизы, опасность последствий стиля группового мышления и другие – могут быть преодолены, если для оценки предложений будут использованы массовые опросы. Результаты опросов свидетельствуют, что с увеличением числа опрошенных специалистов (даже без отбора и формирования из них экспертной группы с проведением необходимых процедур) суждения усредняются и стабилизируются, остаются лишь незначительные отклонения от мнений самих высококвалифицированных экспертов.

Подготовка перечня программных мероприятий (работа 6) осуществляется всеми структурами управления Правительства Москвы по направлениям их деятельности, которые затем обобщаются и согласовываются между собой по исполнителям, объектам, времени и ресурсам. В качестве банка данных при определении мероприятий целевой программы могут использоваться предложения и рекомендации, выработанные в ходе повседневной деятельности органов управления.

Затем сформированный из предложений соответствующих структур Правительства Москвы, административных округов комплекс мероприятий подвергается повторной экспертной оценке, в том числе и сторонних организаций соответствующего профиля, по критерию практической значимости (работа 7). В

результате такой оценки мероприятия окончательно структурируются по важности, очередности и этапам выполнения; определяются исполнители. Доработанный перечень мероприятий целесообразно изложить в рамках основных подпрограмм.

Следующий этап разработки целевой программы (работа 8) заключается в определении потребности в различных видах ресурсов и источников их обеспечения. Каждое из мероприятий оценивается по критерию затрат специальной группой экспертов, в чьей компетенции находится обеспечение ресурсами. Оценки экспертов представляются руководству для принятия решения о включении того или иного мероприятия в целевую программу. На основе решения планируется общее ресурсное обеспечение программы, после чего ресурсы на выполнение целевой программы распределяются по этапам её реализации.

Определяя формы и порядок организации управления и контроля за реализацией целевой программы (работа 9) необходимо учитывать, что возникшая проблема может быть решена при выполнении двух обязательных условий. Во-первых, существует субъект управления, в интересах которого и решается данная проблема, т. е. проблема находится в сфере интересов субъекта управления. Во-вторых, пути решения проблемы лежат в сфере компетенции субъекта управления. Если сфера интересов шире сферы компетенции, то решение проблемы предполагает участие в нем органов управления более высокого уровня, но все равно существует носитель непосредственных интересов устранения проблемы. Если же сфера компетенции шире сферы интересов, то это чревато возникновением «ничейных» зон, где могут возникать и не разрешаться проблемные ситуации, особенно имеющие межсистемный характер. При организации управления выполнением целевой программы важно максимально совместить сферу компетенции со сферой интересов субъекта управления путем точного определения задач и четкого разграничения полномочий.

На заключительном этапе (работы 10, 11) проект целевой программы оформляется как нормативный документ и головным разработчиком представляется для рассмотрения в структурных подразделениях Правительства Москвы. После согласования и возможной корректировки с учётом предложений заинтересованных органов он выносится на утверждение Правительства Москвы.

В процессе реализации целевой программы перед каждым из этапов уточняется его содержание с учётом возможной обстановки, в которой будет осуществляться деятельность Правительства Москвы. При переходе от одного этапа к другому оцениваются общие результаты пройденного этапа, отдельно принимается решение о необходимости и целесообразности постановки новых задач и определения новых целевых показателей.

Оценка эффективности программного решения проблемы проводится на всех этапах разработки и реализации целевой программы. Основной метод – экспертный опрос с использованием соответствующей методики, при необходимости с привлечением независимых экспертов. Результаты экспертного опроса коррелируются с целевыми показателями, на основании чего делается заключение об эффективности и потребностях корректировки целевой комплексной программы.

Современная история Москвы, динамичное развитие её как крупнейшего города Москвы требует от руководящих структур научного подхода к обеспечению информационной безопасности мегаполиса.

Библиографический список

1. Drygin D.S., Pronkin N.N. Application of artificial intelligence in medicine. International Journal of Professional Science. 2020. № 1.
2. Filippova O.V., Greibo S.V., Pronkin N.N. Information System for Monitoring the Movement of Medicines as a Means of Increasing the Effectiveness of Pharmacovigilance. Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference "Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth". 2020.
3. 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.
4. 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.
5. Ivanov N.V., Pronkin N.N. Computer as chemical reactor. International Journal of Professional Science. 2019. № 9.
6. 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.
7. Koniagina M., Belotserkovich D., Vorona-Slivinskaya L., Pronkin N. Development Trends of an Internet of Things in Context to Information Security Policy of a Person, Business and The State. Talent Development & Excellence, Vol.12, No.2s, 2020.
8. 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.
9. Novikov A.N., Pronkin N.N. Smart city science management. International Journal of Professional Science. 2019. № 6.
10. Panfilova E., Lukyanova A., Pronkin N., Zatsarinnaya E. Cloud Technology Development Alongside Public Life Digitalization. Talent Development & Excellence, Vol.12, No.2s, 2020.
11. 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.
12. Брянская О.Л., Глущенко В.М., Глушков С.В., Корпусова Н.С., Минаков А. В., Николаева Н.В., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н., Смирнова Е.А., Филимонова Л.А., Фирцева С.В., Цуркан М.В., Щербакова Е.Н. Инновации, тенденции и проблемы в области экономики, управления и бизнеса: Монография. – Нижний Новгород, 2020.
13. Гальцова О.М., Пронькин Н.Н. Современные информационные технологии для здравоохранения будущего. International Journal of Professional Science. 2020. № 1.
14. Гасимова З.В., Пронькин Н.Н. Проблемы информационной безопасности в электронных медицинских картах. В сборнике: Научно-исследовательские парадигмы в области машиностроения, информационных технологий и энергетики сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. Казань, 2020.
15. Глущенко В.М., Новиков А.Н., Пронькин Н.Н. Количественная оценка информационной безопасности мегаполиса. Экономические исследования и разработки. 2019. № 6.

16. Глущенко В.М., Пронькин Н.Н. Деградация – обратная сторона безопасности. *Norwegian Journal of Development of the International Science*. 2019. № 7-2 (32).
17. Грейбо С.В., Новосёлова Т.Е., Пронькин Н.Н., Семёнычева И.Ф. Информатика. Нижний Новгород, 2019.
18. Информационная безопасность мегаполиса на примере города Москвы. Монография / Н.Н. Пронькин – М.: ООО «Экслибрис-Пресс», 2017.
19. 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.
20. 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.
21. Новиков А.Н., Пронькин Н.Н. Методика выбора источников финансирования текущей деятельности производителей рыболовной продукции. *Агропродовольственная экономика*. 2019. № 9.
22. Пронькин Н.Н. Информатика. Учебно-методический комплекс / Московский городской университет управления Правительства Москвы. Москва, 2011.
23. Пронькин Н.Н. Информационно-коммуникационные технологии в образовательном процессе. *International Journal of Professional Science*. 2019. № 5. С. 11-16.
24. 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.
25. 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.
26. Пронькин Н.Н. Стратегия обеспечения информационной безопасности московского мегаполиса. Москва, 2019.
27. Пронькин Н.Н. Условия решения проблем обеспечения информационной безопасности московского мегаполиса. *Экономические исследования и разработки*. 2019. № 8.
28. Пронькин Н.Н., Гапоненко В.Ф. Основы теории управления. Учебно-методический комплекс / Московский городской университет управления Правительства Москвы. Москва, 2011.
29. Пронькин Н.Н., Гапоненко В.Ф. Проектирование информационных систем в управлении. Учебно-методический комплекс / Московский городской университет управления Правительства Москвы. Москва, 2011.

Рекреация и туризм

УДК 33

Кицис В.М., Елисеева А.В. Опыт зарубежных стран развития туристских кластеров

Experience of foreign countries in the development of tourism clusters

Кицис Вячеслав Михайлович,

кандидат географических наук, доцент кафедры туризма,
ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»

Елисеева Анастасия Васильевна,

студентка 3 курса географического факультета
ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»

Kitsis Vyacheslav Mikhailovich,

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of Tourism,
FGBOU VO «The Mordovian State University of. N.P. Ogaryov»

Eliseeva Anastasia Vasilyevna,

3-year student of the geographical faculty of the
FGBOU VO «The Mordovian State University of. N.P. Ogaryov»

Аннотация. Туристский кластер – это достаточно перспективное направление развития современной туристской индустрии. Туристский кластер дает толчок развитию регионов, привлекая в него поток туристов, которые развивают экономику региона за счет потраченных ими денег на территории кластера, способствует привлечению инвестиций, благодаря которым происходит развитие инфраструктуры на его территории, созданию дополнительных рабочих мест, укреплению деятельности производств и частных предприятий, возможности развития новых отраслей и т. д. В связи с этим важно изучать опыт стран, которые раньше России встали на путь создания туристских кластеров. Цель статьи – рассмотреть опыт зарубежных стран по созданию и развитию туристских кластеров.

Ключевые слова: туризм, туристские ресурсы, кластер, туристский кластер, регион.

Abstract. The tourist cluster is a fairly promising direction for the development of the modern tourist industry. Tourism cluster gives rise to the development of regions, bringing to it the flow of tourists to develop the region's economy through money spent on the cluster, helps to attract investment, which occurs due to the development of infrastructure on its territory, creating more jobs, strengthening the activities of industries and private enterprises, the development of new industries, etc. In this regard, it is important to study the experience of countries that before Russia took the path of creating tourism clusters. The purpose of the article is to consider the experience of foreign countries in creating and developing tourism clusters.

Keywords: tourism, tourist resources, cluster, tourist cluster, region.

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

В туристской отрасли применение кластерного подхода является рациональным, так как взаимодействие компаний и организаций способствует более эффективной работе предприятий, а также появлению нового конкурентоспособного продукта и услуг на туристском рынке.

Как справедливо отмечают Н. Н. Даниленко и Н. В. Рубцова, существует немало подходов к определению понятия «туристский кластер» [3, с. 45-47]. Однако суть всех подходов сводится к тому, что туристский кластер – это группа взаимосвязанных и взаимодействующих предприятий и разного рода структур, расположенных на определенной территории, которые совместно участвуют в формировании и реализации туристских продуктов и услуг, используя туристско-рекреационный потенциал данной территории.

Туристские ресурсы выступают ядром, вокруг которого формируются туристские кластеры [6, с. 15]. Именно они являются тем побудительным мотивом, который вызывает у населения стремление к совершению туристских поездок. Поэтому им принадлежит ведущая роль в формировании туристских кластеров. Наличие аттрактивных природных туристских ресурсов снижает расходы на создание кластеров, тогда как создание искусственных аттрактов требует привлечения больших капиталовложений.

Роль туристских компаний, входящих в туристский кластер, заключается в формировании таких туристских продуктов, которые будут востребованы населением, будут удовлетворять его потребности, способствовать достижению эталонов обслуживания, повышению имиджа региона.

Главным действующим лицом туристского кластера является турист, поскольку на него направлена деятельность всех участников кластера. Исходя из этого, весьма важно, чтобы туристы были заинтересованы в туристских продуктах, предлагаемых в кластере. Так как в период поездки туристу необходимо удовлетворять свои витальные (еда, питье, сон и пр.) и другие жизненные потребности (транспорт, досуг и др.), важнейшими элементами туристских кластеров выступают поставщики указанных услуг.

С развитием исследований по экономически выгодному использованию туристских ресурсов и удовлетворению потребностей людей в рекреации, кластерная теория нашла свое отражение в практической туристской деятельности.

Анализируя опыт зарубежных стран, можно сказать, что туристские кластеры повышают эффективность экономики и таким образом влияют на благосостояние региона. При формировании кластеров происходит наибольшая отдача от рекреационных ресурсов, которыми обладает страна или регион. Во многих развитых странах туристские кластеры уже стали привычной формой бизнес-групп. Горизонтальная и вертикальная интеграция предприятий и организаций различных отраслей, входящих в кластер, способствует эффективному использованию внутренних ресурсов, что имеет принципиальное значение для развития кластеров. При этом на развитие кластеров оказывают влияние процессы глобализации и регионализации, происходящие в мировой экономике [4, с. 135-136].

Первые успешные туристские кластеры появились в 1980-е гг. В долине Напа (штат Калифорния, США) создали кластер винного туризма, в штате Квинсленд в Австралии в 90-е гг. сформировался

экотуристский кластер. В ЮАР в 1999 г. была принята национальная стратегия развития туристских кластеров [1, с. 52].

Сейчас во всех странах с развитой экономикой правительства делают многое для создания кластерных образований. Как известно, кластеры значительно увеличивают конкурентоспособность и эффективность экономической деятельности страны.

В настоящее время ученые выделяют три основных центра кластерного развития: Североамериканский, Европейский и Азиатский [8, с. 125].

Характеризуя Североамериканский регион, следует отметить, что здесь при создании туристских кластеров идет ориентация на политику «малого вмешательства федерального правительства в процесс кластерного развития». Государство не взаимодействует с частным бизнесом и не считает необходимым вмешиваться в предпринимательскую деятельность, если только та не вредит экономической ситуации в стране и не продуцирует общественный негатив. Анализируя государственную политику стран Североамериканского региона в отношении формирования и развития туристских кластеров, важно отметить, что проект официально нигде не регистрируется, то есть деятельность не формулируется в государственных документах, ответственными в этом деле являются только собственники [8, с. 127-128].

Особенностью развития кластеров в Европейском туристском регионе является взаимодействие бизнес-структур с государственной властью, но при этом нет широкого проникновения государства в деятельность крупных частных предприятий. Формирование туристского кластера влияет на развитие экономики и туризма в стране [8, с. 131].

Европейский туристский регион имеет множество примеров успешной деятельности туристских кластеров. Например, действующий еще с 1950-х гг. тематический туристский кластер Финляндии RovaniemiSantaClausVillage («Официальная резиденция Санты Клауса»). Данный кластер представляет собой тематический комплекс, включающий дом волшебника в Лапландии, почтовое отделение Санты, горнолыжную зону, зону размещения и другие объекты. Каждый год туристский кластер принимает большое количество туристов, основная часть которых иностранцы. Кластер полностью принадлежит государству [5, с. 9].

Надо отметить активную роль Италии, которая инициирует ряд туристских проектов для развития туристской индустрии страны. Одним из этих реализуемых проектов по формированию межстранового туристского кластера является проект «Комплексные меры по устойчивому развитию туризма –TUR.GRATE.2», реализуемый в рамках программы Адриатического Сотрудничества IPA. Участники данного проекта – страны побережья Адриатического моря: Италия, Греция, Албания, Черногория. В туристской индустрии данный проект считается одним из успешных в области межгосударственного взаимодействия в туризме на основе кластерного подхода.

За счет межгосударственного кластерного проекта «TUR.GRATE 2», реализованного итальянской туристской индустрией, решен локальный аспект территориальной политики развития в туристской индустрии. Это позволило сформировать сеть эффективного международного сотрудничества в индустрии туризма.

Кроме того, был применен разработанный инновационный методологический подход к управлению историко-культурным наследием и туристско-рекреационным потенциалом указанных стран.

Во Франции большой вклад в развитие туристской деятельности и туристских кластеров вносит Агентство по туристскому развитию Франции – Atout France. Это глобальная сеть распространяется на 33 страны с 400 сотрудниками во Франции и за рубежом. Она объединяет более 1000 французских представителей, частные и государственные структуры, предприятия индустрии туризма. Данное Агентство реализует множество успешных туристских проектов.

Франция является одним из крупнейших производителей вина и славится своими винными турами, привлекая множество туристов из разных стран. Туристскими объектами интереса являются: виноградники и разнообразные сорта вин. Виноделие здесь считается как один из видов искусства и для большинства туристов, приехавших во Францию, интересно именно эта часть культуры страны. Во время винного тура можно посетить разные провинции и городские рестораны и увидеть процесс изготовления вина. Региональные туристические советы Бургундии и Аквитании для развития винного туризма в 2000 г. предложили создать винный кластер «Le cluster oenotourisme». Участниками кластера являются 53 партнера, квалифицированных специалистов в сфере винного туризма и представителей 17 французских виноградников. Формирование данного кластера направлено на обеспечение комплексного подхода к позиционированию виноградников как туристически привлекательных направлений, производство винной продукции, развитие сайта данного кластера, обеспечение транспортных услуг [7, с. 258].

В городе Дакс в 2009 г. создан кластер термальных вод «Aqui O Thermes», участники данного кластера: термальные комплексы, институты гидротерапии и научно-исследовательские учреждения. Курортный город является один из самых крупных производителей лечебных грязей в Европе. Ежегодно на курорт приезжают около 70 000 туристов из разных стран. В кластере термальных вод насчитываются 18 термальных комплексов [7, с. 257].

Кластер термальных вод является уникальным во Франции и в Европейских странах через содействие развитию SPA-медицины и гидротерапии, использованию термальных вод с лечебной целью.

К Европейскому туристскому региону также относится и Турция, которая обладает на сегодняшний день семью эффективно функционирующих туристских кластеров: Султанахмет, Кушадасы, Мармарис, Фетхие, Таксим, Каппадокия и Анталия. Основной базой всех туристских кластеров, кроме Султанахмета и Каппадокии, является побережье Средиземного моря, где развивается пляжный туризм и действует система обслуживания «Allinclusive», которая в Турции является брендовой стратегией развития туризма [2, с. 7-8].

Азиатский туристский регион имеет свои особенности развития туристских кластеров, но также активно использует опыт европейского региона, когда инициатива развития кластера исходит от государственных властей. Государственное вмешательство в кластерные инициативы вызвано стремлением помочь им в экспансии на внешних рынках [8, с. 133].

Развитие туристских кластеров в азиатских странах достаточно новое направление, поэтому они должны

вести активную борьбу за лидерство на международном туристском рынке и создавать конкурентоспособный продукт или услугу. Таиланд и Индия при создании туристских кластеров ориентируются на культурно-исторический потенциал территории, а Китай направляет свою деятельность на продвижение лечебно-оздоровительных структур [5, с. 11].

Японский туристский кластер Китаюсю реализуется при активном участии государственной власти. Он ориентируется на взаимодействие различных новейших высокотехнологичных отраслей, таких как, робототехника, биоинформатика, нанотехника, биопроизводство и другие. В рамках развития деятельности прикладной науки и технологии с научным парком Китаюсю сотрудничают различные университеты и научно-исследовательские институты мирового уровня [5, с. 11].

Развитие туристских кластеров в последнее время происходит и в других туристских регионах мира. Активную деятельность в этой сфере начали страны Африки, например, в лидеры выходит ЮАР, где туристские кластеры развиваются с помощью государственной политики и местного самоуправления.

Благодаря развитию туристских кластеров, ЮАР сейчас позиционирует себя как приоритетное туристское направление. Здесь была сформирована туристская индустрия, которая впоследствии явилась важным источником финансирования и создания рабочих мест. Деятельность государственных органов, бизнес-структур и трудовых коллективов туристских организаций был направлен на создание национального кластера, двух тематических и четырех локальных туристских кластеров. Особенностью является полный государственный контроль и финансирование из бюджета государства на этапе создания кластера [2, с. 6-7].

Итак, основываясь на опыте многих зарубежных стран по поводу функционирования туристских кластеров, можно отметить, что успех в развитии туристских кластеров зависит от наличия различных достопримечательностей на территории, благодаря которым формируется основной туристский поток. Наличие ресурсов в регионе позволяет увеличить время пребывания туристов в регионе. Крупная компания чаще всего является ядром кластера, ее роль заключается в привлечении в туристский кластер предприятий, благодаря которым турист будет чувствовать себя комфортно. К ним относятся предприятия размещения и питания, турагентства, транспортные, а также предприятия, организующие досуг и развлечения и другие.

Кластерный подход развития туризма помогает развивать на территории различные виды туризма.

Большинство зарубежных стран развивают на своей территории туристские кластеры, ориентирующиеся на оздоровительном, деловом, культурно-историческом и спортивном туризме.

Наличие уникальных объектов на территории региона является важным фактором успешного развития туристского кластера. Объекты могут быть как искусственно созданные, так и естественные, главная их цель – привлечение туристов в регион и формирование бренда территории. Анализируя опыт, можно также отметить, что уровень сервиса и туристская инфраструктура должны соответствовать требованиям туристов. Оказание дополнительных услуг не будет лишним в структуре туристских кластеров.

Таким образом, туристские кластеры являются эффективным способом продвижения и развития туристской отрасли. Благодаря государственной поддержке, финансированию, развитию партнерских отношений с другими странами, туристские кластеры вносят большой вклад в развитие и популяризацию туристских достопримечательностей стран. Зарубежный опыт образования и развития туристских кластеров заслуживает определенного внимания, обобщения и творческого применения.

Библиографический список

1. Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. – № 1. – С. 51-61.
2. Волков С. К. Зарубежный и российский опыт развития туристских кластеров // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2016. – № 16 (237). Выпуск 39. – С. 5-15.
3. Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. К вопросу о содержании понятия «туристский кластер» // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 33 (312). – С. 45-53.
4. Краснокутский П. А. Развитие тенденций кластеризации в мировой экономике в контексте глобализации и регионализации // Вестник Донского государственного технического университета. – 2013. - № 3-4 (72-73). – С. 134-142.
5. Нагорная М. С., Шевцова В. В. Зарубежный опыт кластерной модели управления в сфере туризма // Управление в современных системах. – 2019. – № 1 (21). – С. 7-13.
6. Рудченко В. Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. – 2016. – № 4. – С. 12-18.
7. Стратегия развития туристского кластера Вологодской области. – Вологда, 2014. – 267 с.
8. Хикматов Р. И., Гараев А. А. Международный опыт развития кластеров // Актуальные проблемы экономики и права. – 2009. – № 1. – С. 125-136.

Управление инновациями

УДК 336.01;338.02

Балашова Р.И., Гребенкова Е.А. Оценка влияния финтехинноваций на деятельность предприятий

Assessment of the impact of financial innovation on the activities of enterprises

Балашова Р.И.,

д.э.н., доц. ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет», Донецк

Гребенкова Е.А.,

аспирант ГУ «Институт экономических исследований», г.Донецк

Balashova R.I.,

Doctor of Economics, Associate Professor GOUVPO "Donetsk National Technical University", Donetsk

Grebenkova E.A.,

Postgraduate Student, Institute of Economic Research", Donetsk

Аннотация. В статье исследовано влияние финансовых технологических инноваций на деятельность предприятий, формирование подходов к развитию современных форм их взаимодействия. Сформулировано понятие финтехинновации как экономической категории на основе цифровых технологий, оказывающей влияние на все уровни и сферы экономики. Рекомендован перечень инноваций в форме финтехпродуктов для системного интегрирования предприятиями и физическими лицами, с учетом цифровых возможностей, в своей деятельности.

Ключевые слова: оценка, методы, финтехинновации, цифровые технологии, финтехпродукты, деятельность предприятий.

Abstract. The article examines the impact of financial technological innovations on the activities of enterprises, the formation of approaches to the development of modern forms of their interaction. The concept of FINTECH innovation as an economic category based on digital technologies that affects all levels and spheres of the economy is formulated. We recommend a list of innovations in the form of FINTECH products for system integration by enterprises and individuals, taking into account digital capabilities, in their activities.

Keywords: assessment, methods, FINTECH innovations, digital technologies, FINTECH products, enterprise activity.

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

В результате экономических преобразований последних десятилетий регуляторные изменения и активное технологическое развитие изменили характер финансовых рынков, состава услуг, институтов и их взаимоотношений. В значительной степени эта часть подверглась воздействию новых подходов и прогресса с развитием онлайн-сервисов и цифровых технологий в экономической среде. Современные инновации в области финансового обслуживания вызваны необходимостью снижения затрат на их осуществление, повышения защищенности финансовых операций и их соответствия постоянно развивающемуся обществу. Так, Президент Российской Федерации [1] утвердил перечень поручений Правительству, совместно с Банком России, с целью реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [2], среди которых предусмотрено определение статуса цифровых технологий, применяемых в финансовой сфере, и их понятий; установление требований к организации и осуществлению производства, основанного на принципах криптографии в среде распределённых реестров, регулирование публичного привлечения денежных средств и крипто валют; подготовка предложений по созданию специальной регулятивной площадки на базе Банка России и др.

Роль финансовых институтов в развитии инновационной экономики в условиях цифровизации, в равной степени заслуживает изучения, поскольку ее уникальная позиция заключается в ответственности за определение и движение государства в динамично развивающуюся инновационную экономику. Ввиду сокращающегося положения экономики в развитых странах в разное время пытались с помощью денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики улучшить движение экономики, а также вывести экономику на путь инновационного развития.

Как правило, финансовая система любого общества является основой, в которой происходит накопление капитала посредством посредничества институтов. Участники банковской системы мобилизуют ресурсы из избыточных единиц и направляют некоторые дефицитные экономические единицы любой страны на индустриализацию. Банковская и финансовая системы должны стимулировать инвестиции в инновации и направлять их в приоритетные области экономики, таким образом, она выступает в качестве представителя экономической политики для роста и развития своих социальных обязанностей.

Финансовые инновации способствуют более полному использованию ресурсов на микроуровне, совершенствуют перераспределение капитала, чем определяют будущее финансовое обеспечение предприятий. В экономических процессах создание и внедрение финансовых инноваций характеризуется множеством интерпретаций услуг в различной форме. Такие направления стимулируют развитие производственных и управленческих инноваций непосредственно у предприятий.

Инновации активно внедряются в банковской среде, значительная часть операций основана на современных цифровых технологиях. Мобильные платежные сервисы, построенные на облачных технологиях, приобретают популярность у предприятий и физических лиц-предпринимателей как представителей бизнеса. Такие сервисы применяются для совершения платежей, оплаты заказов, выплаты заработной платы и других

финансовых операций. Доля видов продуктов и услуг для клиентов Банка России на удаленных каналах продаж, предусмотрена на 2019 г. в размере 90% [3].

Предложения новых продуктов значительно изменяют ключевые направления бизнеса, к новым моделям адаптируются как финансовые компании, банки так и предприятия различных типов, которые моделируют и преобразуют свои организационные структуры. В результате субъекты могут оказаться в новой среде, изменить свою идентичность, потребности, бизнес-модель и уровень конкурентоспособности. Процессы интеграции России в высокотехнологичную конкурентную среду привели к необходимости формирования инновационной модели развития и управления бизнесом, при этом к основным источникам долгосрочного экономического роста относятся воспроизведение научных и технологических достижений, применение и новые формы финансирования инновационной направленности бизнес-проектов.

Стремительный рост финансовых технологических инноваций предопределил формирование компаний, которые предоставляют современные финансовые услуги. FinTech является новым финансовым направлением, которое применяет цифровые технологии для улучшения финансовой деятельности, объединяет компании, использующие инновационные разработки для предоставления более практичных финансовых услуг. Финтехами называют и компании, оказывающие эти услуги и ежегодно осваивают значительные объемы инвестиционных вложений. В настоящее время поток качественных изменений берет начало в финансовом секторе для обеспечения экономической и социальной стабильности.

Формирование таких процессов, их влияние на деятельность предприятий и других субъектов, изучение проблем развития и совершенствования финансовых технологических инноваций становится актуальным в современной экономике.

Проблематика финансовых инноваций, финансовых технологических инноваций, цифровых платформ и их роли в обеспечении экономического роста являются предметом дискуссий и исследований таких теоретиков и практиков: А. М. Мозговой [4], Ю. Киселев и Т. Корина [5], Н.А. Петухов [6], И.Г. Акчурина [7], А.Г. Каратуев [8], И.А. Кутепов [10], С.А. Андрюшин и В.В. Кузнецова [12], Э.Т. Мазитова [13], Г.Ф. Ручкина, М.Ю. Березин, М.В. Демченко [15], А.А. Блажевича и А.А. Рябченко [20], С. Н. Солдаткин [27], R. Shevlin [28], Ch. Skinner [29] и др.

Тема FinTech обсуждается среди представителей кредитных учреждений и коммерческих компаний, в Центральном банке многих стран и на международных экономических форумах. Однако, несмотря на взвешенный подход и своевременность определения сферы их использования, в недостаточной степени изучены теоретические и методические основы влияния FinTech инноваций на экономическую результативность деятельности предприятий, эффективность финтехуслуг.

Цель работы заключается в исследовании теоретических и методических основ современных FinTech инноваций на базе финтехкомпаний в деятельности предприятий в формате FinTech услуг, выявлении проблематики их разработки и применения, изучении приоритетов и возможности функционирования

финансовых технологий как эффективного инструмента управления цифровой экономикой для решения бизнес-задач.

Наука и инновации рассматриваются не только как фундамент и инструмент для повышения конкурентоспособности и финансово-экономического развития и экономической безопасности, но и как базовый элемент нового типа общества, основанного на знаниях, идеях, творчестве способности новаторов.

Авторы Ю. Киселев, Т. Корина в работе [5] используют термин «инновационное технологическое развитие предприятия», под которым понимается как необратимое закономерное качественное улучшение технико-технологической системы предприятия на базе использования или создания новых знаний, так и соответствующие организационные изменения, способствующие коммерческой эффективности нововведений.

Российский ученый Н.А. Петухов [6] под технологическими инновациями принимает новый тип инноваций, получивших преобразование в виде нового, или модернизированного, продукта, товара, услуги, процесса или способа оказания услуг, внедренных на данном сегменте инновационного рынка и применяемых в практических целях.

В коллективной монографии группы ученых И.Г. Акчуриной, Н.А. Анпиловой, Н.В. Барановой и др. [7] несмотря на использование в названии работы словосочетания «финансовые технологии», традиционно рассмотрены сложившиеся направления хозяйственной (экономической, финансовой и инновационной) деятельности, ее теоретические и практические аспекты.

Российскими учеными А.Г. Каратуевой, В.В. Бредихиной и др. в монографии [8] исследованы новые российские финансовые инструменты и технологии менеджмента финансов в рыночных условиях, новое в учете и налогообложении, особенности регулирования экономики недвижимости, характеризующие более ранний период становления финансовых технологий.

Объем инвестиций в финансово-технические проекты в мире становится все больше. В первом полугодии 2019 г. вложения в финтехразвитие в мире составили \$22 млрд. (таблица 1).

Таблица 1

Объем инвестиций в финансово-технические проекты

Страна	Инвестиции / % в сравнении с аналогичным периодом 2018 г..	Назначение
США	\$12,7 млрд. / 60%	Кредитование стартапов и платежные сервисы.
Великобритания	\$2,6 млрд. / 25%	Челленджер-банки (банки нового типа построенные на новых технологических платформах) и платежные компании.
Германия	\$829 млн. / 100%	Финансовые технологии, нео банки и др.
Швеция	\$573 млн. / 400%	Финансовые технологии, нео банки и др.
Франция	\$423млн. /50%	Финансовые технологии, нео банки и др.
Сингапур	\$453 млн. /400%	Финансовые технологии, нео банки и др.
Австралия	\$401 млн. / 300%	Финансовые технологии, нео банки и др.

В совместной научной публикации Организации Экономического Сотрудничества и Развития и Статистического Бюро Европейских Сообществ [9] определено, что «инновация означает введение в употребление какого-либо нового или значительно превосходящего по свойствам предыдущего продукта (товара, услуги), или процесса; нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связей».

Ввиду важной роли, которую инновационное производство должно играть в экономическом развитии государства, необходимо вводить меры для стимулирования производства в секторе НИОКР. Предусматриваемое субсидирование инновационных проектов, которое осуществляет денежно-кредитную политику через банки, с годами увеличивается, меры господдержки инновационных компаний, в частности субсидии на подготовку, осуществление трансфера и коммерциализацию технологий, модернизацию производства – расширяются.

Гиганты онлайн-торговли, розничная торговля и другие отрасли пришли к пониманию того, что клиенты выбирают лидеров, имеющих финтех-компонент. Alibaba, Amazon, Ашан, Apple, Samsung уже сделали свои платежные услуги важной частью их бизнес-экосистем. В Азии платежи по банковским картам являются последним этапом, при оплате товаров и услуг осуществляется через установленные на смартфоны Alipay или WeChat [10;24].

Авторы аналитического доклада И.А. Кутепов, Л.И. Лякишева и др. [10] подчеркнули, что современное развитие интернет-пространства, финансовых технологий, платежных систем и кибербезопасности позволили заключать сделки финансового характера электронно, без личного присутствия, и с минимальными рисками.

По мнению этих же авторов «мировой рынок «новых денег» – классического краудфандинга (инвестиции от многих людей для реализации бизнес-идеи, народное финансирование), краудлендинга (онлайн-кредитование для финансирования) и краудинвестинга (небольшие вклады широкого круга участников, финансовая модель инвестиционного проекта) – демонстрирует активный рост, который продолжится и в ближайшие годы: среднегодовые темпы роста рынка, по прогнозам, составят 17% в период до 2020 года. Рынок при этом будет характеризоваться ростом числа и размера краудинвестинговых компаний, активным вовлечением профессиональных инвесторов, появлением мультифункциональных платформ и т. д.» [10]

Авторами статьи [11] Р.О. Восканян и Т.В. Ващенко исследована экономическая сущность финансовых инноваций, они признаны одним из элементов развития финансового сектора и выявлены предпосылки возникновения предполагаемых типов финансовых инноваций, направления их реализации. На основании проведенного исследования предложена авторская трактовка понятия финансовые инновации: это новые финансовые продукты или услуги, позволяющие уменьшить рискованные угрозы и расходы участников экономических отношений посредством более эффективного процесса их осуществления.

Российские ученые С.А. Андрюшин и В.В. Кузнецова [12] не останавливаются, как и многие другие, на теоретических основах и методическом обеспечении, а раскрывают непосредственно особенности современных финансовых технологий, классификацию проблем регулирования FinTech и продуктов его деятельности, осуществляют поиск компромиссов между поощрением развития финансовых инноваций и финансовыми рисками.

Способом подачи финансовой технологической инновации (продукта) потребителю, конкретно предприятию, является оказанная «FinTech услуга», выполняемая FinTech компанией. Такие услуги на базе информационно-компьютерных технологий; осуществляют интеграцию с криптовалютами, трансформацию транзакций, введение новых сервисов и другие возможности. К инструментам FinTech инновации относятся: E-wallets, Bitcoin, mPOS - эквайринг, T-commerce, M-wallets (mobile banking), смарт-терминалы и др. [13].

FinTech инновации активно внедряются в сферы банковской деятельности, биржевых операций, страхования, денежных переводов, управления активами промышленных и торговых предприятий и т.д. Однако их внедрение связано с определенными трудностями, которые вызваны необходимостью инноваций, меняющимися требованиями клиентов и возрастающим контролем со стороны регулирующих организаций.

Основой рынка FinTech услуг являются цифровые финансовые институты, в которые входят как новые финтех- и IT-компании, предоставляющие финансовые услуги дистанционно, так и традиционные поставщики финансовых услуг. За последние несколько лет доля рынка, занимаемая новыми FinTech компаниями, составляет значительную конкуренцию финансовым институтам [14].

FinTech инновация относится к инновационным продуктам, выраженным в форме процесса, продукта или бизнес-модели, состоящих из одной или более дополняющих его финансовых элементов. В наибольшей мере развитие финансовых технологий нашло свое распространение в модернизации действующих финансовых услуг и продуктов [19]:

платежи и переводы: онлайн транзакции, сервисы онлайн-переводов, P2P обмен переводами между физическими лицами, сервисы B2B платежей и переводов между юридическими контрагентами, облачные кэш-накопители и смарт-терминалы, сервисы big выплат;

финансирование: P2P потребительское кредитование, B2B бизнес – кредитование, краудфандинг;

управление капиталом: робо-эдвайзинг, программы и приложения по финансовому планированию, социальный трейдинг, алгоритмическая биржевая торговля, сервисы целевых накоплений.

Взаимодействие поставщика и потребителя финтехуслуг обеспечивается через интерфейсы программ – приложений Application Program Interface (API) (набор готовых протоколов, функций, структур, определяющих взаимодействие различных программ). Регулируются их взаимоотношения в среде выполнения финтехуслуг специализированными законодательными документами: для поставщиков это Европейская директива платежных услуг (European Payment Services Directive), потребителям – «Закон о защите прав потребителей финуслуг», «Базовый стандарт защиты прав и интересов физических и

юридических лиц» - пользователям финансовыми услугами, оказываемыми представителями саморегулируемого бизнеса в микрофинансовом сегменте рынка [16; 17; 18].

Исследование, проведенное компаниями H2 Ventures, KPMG и Matchi [23], определяет классификацию услуг, предлагаемых рынку финтех-инициативами, а также акцентирует внимание на наиболее инновационные компании.

В соответствии с Программой Банка России [3] оптимальными и востребованными FinTech инновациями являются большие массивы данных и их анализ, мобильные технологии, искусственный интеллект, роботизация и биометрия, распределенные реестры, облачные технологии, криптография (рисунок 1) [3].

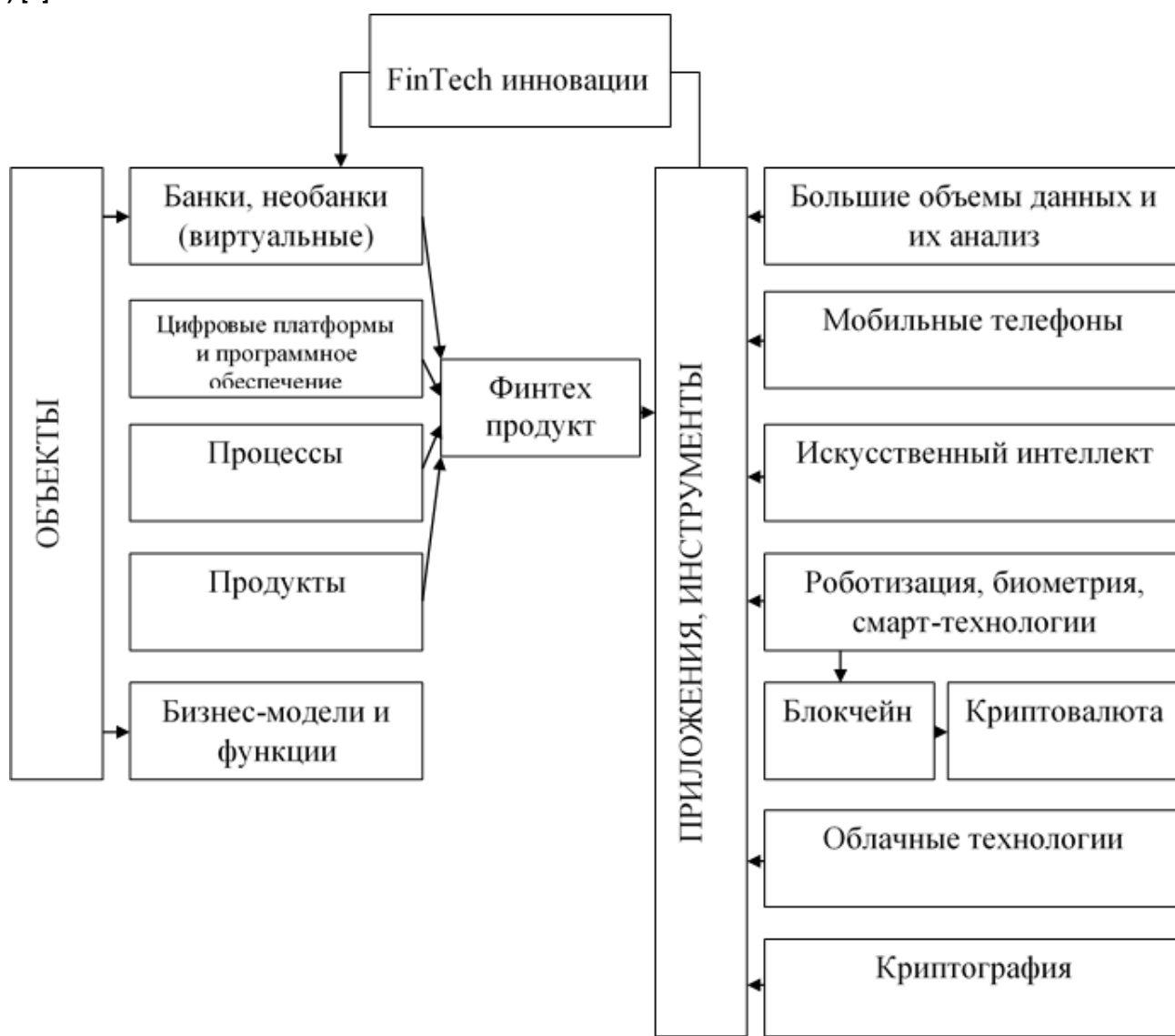


Рисунок 1. Структура FinTech инноваций

Кроме перспектив использования, FinTech компании порождают множество проблем институционального характера, связанных с регулированием и правовым регламентированием их деятельности. Если такие компании не несут риска для кредиторов, их налоговое регулирование должно быть максимально упрощенным в рамках действующего законодательства [15; 22]. Распространение и глобальный характер цифровых платформ являются новыми вызовами для регуляторных органов, так как их задачей является достижение оптимального баланса между потребителем, продвижением конкурентных рынков и поощрением инноваций [15].

Следует принять во внимание, что не только крупные компании являются пользователями современных технологий, эти процессы широко используются представителями малого и среднего бизнеса, в значительной степени применяют и предприятия торговой сети, деятельностью которых является электронная торговля, а потребителями категория физических лиц.

В результате подобных изменений рынка традиционные финансовые институты вынуждены адаптироваться к наступившим переменам путем внедрения новых финансовых технологий и бизнес-функций. В условиях такой интенсивной трансформации предприятия также совершенствуют организационно-экономические подходы к практической деятельности и используют те же инструменты, что и финансовые компании.

К ключевым факторам цифровой бизнес-экономики можно отнести:

- безопасность документооборота (при помощи автоматического цифрового управленческого решения, без необходимости клиентов обращаться в отделение банка);
- возможность использования технологии блокчейн (изменение данных «предварительного числа» при используемой технологии становится невозможным);
- качественно новый уровень жизни и качество жизни населения (характер и условия труда, образование, условия жизни, социально-психологический климат в школе на предприятии и т. д.);
- новое качество взаимосвязей между предприятиями, обществом и государством, взаимодействие с государством (принцип наиболее полного и своевременного выполнения обязанностей друг перед другом, возможность предоставления новых услуг);
- прорывные инновации (процесс эволюции в бизнесе за определенное время, характеризующий их прорывную способность); инновационные предприниматели, как правило, сосредотачиваются на получении эффективного результата, бизнес-модель основанная на цифровых инновациях существенно отличается от традиционной;
- экономия свободного времени физических лиц (повышение уровня механизации и автоматизации производства, системной и комплексной модернизации производства и реформирование системы управления здравоохранением, а также Российское образование и др.).

Далее целесообразно рассмотреть ключевые технологии FinTech, одни из них только оказывают влияние, другие могут применяться в деятельности предприятий различных типов [3; 25]:

большие массивы данных (Big Data analytics): Big Data является популярным термином для обобщения больших объемов неструктурированной (электронные письма, интернет-трафик) и структурированной (база данных) информации, анализ которой затруднен с применением традиционных средств анализа. Эта технология включает и объемы, собранные в глобальной и корпоративной сети, и другие группы данных для осуществления предприятиями. Аналитическая оценка этого типа данных представляет собой выявление аналогий, корреляций и тенденций в данных или настройках пользователей, может базироваться на электронно-машинном консультировании или других методах;

мобильные технологии или интернет продукты (Internet of Things (IoT) – концептуальный подход, использующий ряд технологий с целью подключения к интернет-сети различных устройств, включает выполнение финансовых операций;

искусственный интеллект (Artificial intelligence (AI) – свойства компьютерных программ выполнять такие функции, как распознавание звуковой речи, визуальное индивидуальное восприятие, принятие оперативных решений и перевод с различных языков, рецензирование транзакций. Машинное обучение (Machine learning) является элементом искусственного интеллекта, сконцентрированного на обучении компьютеров. Эта технология осуществляет анализ и изучение больших объемов данных с целью оценки или разработки предложений, использует различные механизмы, включая нейронные сети и углубленное обучение;

роботизация, биометрия (Robotization, Biometrics): технологии цифрового характера для сохранения уникальных персональных характеристик пользователей (голос, лицо) с целью повышения параметров безопасности и доступности финансовых операций; умные контракты (Smart contracts) имеют форму цифрового документа (соглашения, договора), который выполняется финтехкомпанией при соблюдении заданных условий;

технологии распределенного доступа [Distributed ledger technology (DLT) или технология блокчейн (Blockchain)] представляют собой базу данных, оптимально рассредоточенную между заинтересованными сторонами-участниками для выполнения согласованных транзакций. Ключевой особенностью этой группы является идентичность версии данных для все узлов, выводимых центральной доверенной компанией (клиринговый дом); эти характеристики делают сложными возможности кибератаки и корректировки данных;

облачные технологии (Cloud computing) - использование серверов, размещенных в интернете (удаленные и общие) для группы или сообщества, с целью хранения, управления и обработки данных;

криптография (Cryptography) - защита информации с целью снижения риска хищения преобразованием ее в безопасный формат путем шифрование.

Рассматривая технологию блокчейн, необходимо отметить, что она стала основой для возникновения криптовалют и была адаптирована в среде финансового сектора. Это технология распределённого реестра, который позволяет хранить и передавать в зашифрованном виде данные, одновременно хранящиеся на сотнях или тысячах носителей, способ хранения данных или цифровой реестр сделок, соглашений, контрактов.

При использовании цифровые записи объединяются в блоки, которые затем криптографически связываются в хронологические цепочки с помощью сложных математических алгоритмов. Процесс шифрования выполняется большим числом пользователей с разных компьютеров, работающих в одной и той же сети. Эта технология обеспечивает децентрализованное хранение данных, а также защиту информации и может привести к замене классических бизнес-функций банков, искоренить коррупцию, чтобы обеспечить полную прозрачность всех бизнес-процессов и дать огромное конкурентное преимущество стране на мировом рынке [23;24].

Краудфандинг считается одним из ведущих инструментов финансирования и поддержки инновационного бизнеса, особенно на потребительском рынке, в постиндустриальных странах. Существуют также микропредприятия, для которых краудфандинговая платформа для сбора средств выступает в роли рекламы и канала продаж финансовых продуктов или товаров ручной работы. Краудфандинг заслуженно считается одним из самых популярных и качественных инструментов для финансирования и эффективной поддержки инновационных бизнес-процессов. Это привело к тому, что краудфандинговые платформы выступают одновременно и в качестве рекламной платформы и как маркетинговый канал для финансовых продуктов и услуг [24].

Альтернативой краудфандингу является краудинвестирование, которое представляет собой эффективный финансовый инструмент для привлечения капитала в стартапы и малый бизнес, бизнес-предприятия из широкого круга микроинвесторов. При коллективном финансировании инновационного бизнес-проекта, предоставляется возможность коллективного использования ресурсов, которое является краудсорсингом, предполагает передачу определенных производственных функций кругу лиц (на основании публичной оферты, без трудового договора). Стоит отметить, что краудфандинг и краудсорсинг предполагают привлечение финансовых ресурсов через Интернет, крауд-технологии являются интересным и эффективным инструментом для решения инновационных бизнес-задач [24].

Благодаря этому блокчейн-сети имеют высокую степень защиты от взлома, хищения или изменения данных, однако дают возможность получить доступ к информации, хранящейся в них, любому пользователю.

Мировой опыт FinTech базируется на изложенных свойствах, особенностях и характеризуется постоянными трансформациями в этой сфере. Большинство из них функционирует по принципу автоматического режима сбора, систематизации и обработки информации, больших массивов данных, то есть способности легко объединять пользователей: речь идет о платформах (виртуальных мини-рынках), на которых взаимодействуют поставщики FinTech услуг и их потребители.

Развитие сектора FinTech обеспечивает возможности для национальных правительств, развития финансовых институтов, для поддержки предпринимателей и инвесторов и получения выгод из этой тенденции. Препятствовать развитию мгновенных платежей могут проблемы кибербезопасности в сочетании с проблемами совместимости между различными системами, которые занимаются переводом средств.

Факторы риска необходимо учитывать как на микро-, так и на макроуровнях. Риски включают ограниченную защиту инвесторов сектора ритейла (розничная торговля, продажа товаров или услуг конечному потребителю), потенциальный рост финансирования ненадежных заемщиков, системный риск как следствие функционирования частично нерегулируемого и непрозрачного сектора. Одновременно с этим нарастает важность проблем кибербезопасности, защиты персональных данных, идентификации личности в информационном пространстве при совершении транзакций.

Сложившиеся экономические векторы позволяют спрогнозировать, какие именно направления будут изменять или создавать FinTech стартапы для предприятий и потребителей финансово-технологических трендов [25]: принятие более взвешенных финансовых решений и новых вариантов кредитования; соблюдение финансовыми институтами соответствия нормативным требованиям; повышение сервиса приобретения товаров в среде электронной торговли; разнообразие форм оплаты товаров и услуг; увеличение скорости обмена платежными документами; защита активов от мошенничества; снижение риска и повышения эффективности инвестиций.

В настоящее время происходят изменения в сфере финансовых технологий, затрагивающие всю инфраструктуру сектора и связанные с повышением уровня автоматизации, открытости и ориентированности на клиента. Развитие технологий искусственного интеллекта, обработки больших данных, новых аналитических инструментов и облачных сервисов способствует переходу на новый уровень качества обслуживания предприятий, как юридических лиц, и их работников по формам выдачи заработной платы, уплаты взносов, налогов и других платежей. Практически любая финансовая операция может осуществляться с помощью мобильного устройства, предоставляющего возможности офисного и личного финансового менеджмента, биометрических платежей, социальных выплат.

Рассмотренные в работе теоретические и методические основы позволяют сделать вывод о том, что современные FinTech инновации базируются на классических финансовых инновациях. В комплексе с цифровыми продуктами они позволяют создавать финтехпродукты и осуществить их потребление по местонахождению их потребителя, без совмещения с каналом распространения. Внедрение и использование FinTech инноваций повышает эффективность распределения денежных ресурсов, способствует стабильному долгосрочному росту экономики, уменьшению колебаний деловой активности, повышению предпринимательской гибкости субъектов бизнеса.

Анализ показал, что новые технологии в сфере финансов направлены на успешную интеграцию в условия новой реальности, связанные с расширением сферы взаимных расчетов между юридическими контрагентами, физическими и юридическими лицами. Для успешной деятельности в современных условиях важно не бессистемное использование, а оптимальные FinTech и цифровая стратегии. Следовательно, предприятия, субъекты хозяйственной деятельности, интегрирующие автоматизированные сервисы в сочетании с использованием FinTech продуктов, обеспечивают экономическое развитие.

Библиографический список

1. Перечень поручений по итогам совещания по вопросу использования цифровых технологий в финансовой сфере // Официальный сайт Президента России. – 2017.
2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р [Электронный ресурс]: – URL: <http://static.government.ru/media/>
3. Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 гг. / Банк России // [Электронный ресурс]: – URL: <https://www.cbr.ru/StaticHtml>
4. Финансовая инновация: финансовые инструменты и технологии. Учеб. пособ.: Международные финансы / А. М. Мозговой, Т. Е. Оболенская, Т. В. Мусиец. – Киев: КНЭУ, 2005. – 557 с.
5. Киселев, Ю., Коркина, Т. Управление инновационным развитием на машиностроительном предприятии / Ю. Киселев, Т. Коркина. – Проблемы теории и практики управления. – 2013. – №1. – С.127-133.
6. Петухов, Н.А. Технологические инновации предприятий в областях Центрального Федерального округа / Н.А. Петухов. – М.: Друкеровский вестник, 2015. – №1. – С. 64-75.
7. Экономические и финансовые технологии: методология, теория и практика: коллект. монография / И.Г. Акчурина, Н.А. Анпилогова, Н.В. Баранова, Ю.В. Вертакова и др. Отв. Ред. О.И. Кириков. – Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2014. – Т.1. – 195 с.
8. Новые российские финансовые инструменты и технологии: монография / А.Г. Каратуев, В.В. Бредихин, М.А. Холодова, М.А. Меньшикова, Е.В. Попова, В.Н. Беседина, Г.А. Каратуев, З.А. Кондратьева. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2002. – 212 с.
9. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям: руководство Осло / Совместная публикация ОЭСР и Евростата. – М.: 2010. – 61 с.
10. Новые инструменты привлечения финансирования для развития технологических компаний: практика использования и перспективы развития в России: аналитический доклад / И.А. Кутепов, Л.И. Лякишева, Е.Н. Привалова, Е.С. Рожкова, И.Н. Соколов, А.А. Солохин, Э.А.Фияксель. Научн. рук. В.Н. Княгинин. – М. Центр стратегических разработок. – 2018. – 96 с.
11. Восканян, Р.О., Ващенко, Т.В. Финансовые инновации как элемент развития финансового сектора экономики / Р.О. Восканян, Т.В. Ващенко. – Азимут научных исследований: экономика и управление, 2017. – Т 6. – № 4 (21). – С. 75-79.
12. Андрюшин С.А., Кузнецова В.В. Финансовые рынки, технологические инновации, финансовая стабильность: риски и проблемы / С.А. Андрюшин, В.В. Кузнецова. – Актуальные проблемы экономики и права, 2019. – № 3. – С. 30-50.
13. Мазитова Э.Т. Применение современных финансовых технологий на предприятиях малого и среднего бизнеса / Э.Т. Мазитова // Научное сообщество студентов XXI столетия. Сб. ст. по мат. LXXIV

междунар. студ. науч.-практ. конф. – № 2(74).– [Электронный ресурс]: – URL: [https://sibac.info/archive/economy/2\(74\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/2(74).pdf) (дата обращения: 20.06.2020)

14. Балашова Р.И. Финансовые технологии как инновационный продукт в деятельности предприятий: зарубежный опыт, риски и эффективность / Р.И. Балашова // «Инженерная экономика и управление в современных условиях»: материалы научно-практической конференции, г. Донецк, 9-10 сентября 2019 г. – Т. 2 : / М-во образования и науки ДНР и др.; редкол.: В.В. Жильченкова и др. - Донецк : ГВУЗ «ДонНТУ», 2019. – С. 15-29.

15. Внедрение и практическое применение современных финансовых технологий: законодательное регулирование: монография / Г.Ф. Ручкина, М.Ю. Березин, М.В. Демченко [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 161 с.

16. Директива 2007/64/ЕС Европейского парламента и Совета от 13 ноября 2007 года о платежных услугах на внутреннем рынке/ Платежные и расчетные системы.– М.: Мировой опыт. – 2009. – [Электронный ресурс]: – URL: <https://docviewer.yandex.ua/view>

17. Базовый стандарт защиты прав и интересов физических и юридических лиц – получателей финансовых услуг, оказываемых членами саморегулируемых организаций в сфере финансового рынка, объединяющих микрофинансовые организации.– М.: Банк России. – 2017. – [Электронный ресурс]: – URL: <https://cbr.ru/queries/xsltblock>

18. Закон о защите прав потребителей/ Верховная рада Украины. – 2019. – [Электронный ресурс]: – URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua/>

19. Корнейко О. В., Бадун Э. А., Ткаченко В. А., Тихонова А. С. Новые финансовые возможности в сфере предпринимательства: внедрение микрофинансирования, краудфандинга, peer-to-peer-кредитования // Экономика и предпринимательство, 2015.– № 7.– С.913-918.

20. Блажевич, А.А., Рябченко, А.А. Необанк как новое направление финансовых инноваций в Российской Федерации / А.А. Блажевич, А.А. Рябченко. Вестник Института экономических исследований, 2018. – №4 (12).– С. 160-168.

21. Омельчук, Н. Феномен необанков: готовы ли банки к конкуренции? / Н. Омельчук. – [Электронный ресурс]: – URL <https://psm7.com/bank/fenomen-neobankov/> (Дата обращения 31.10.2019).

22. Половян, А.В., Синицына, К.И. Теоретические аспекты цифрового планирования экономики / А.В. Половян, К.И. Синицына // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Развитие региональной экономики в условиях цифровизации», посвященной 80-летию ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», г. Грозный, 24-25 сентября 2018 г. – Махачкала: АЛЕФ. – 836 с.

23. H2 Ventures и KPMG призывают уже созданные и развивающиеся стартапы выдвигать свои кандидатуры в список FinTech 100 / [Электронный ресурс]: – URL: <https://www.startupdaily.net/>

24. Финтех: модели и классификация / [Электронный ресурс]: – URL: <https://www.finbase.com.ua/articles/>

25. Обзор курса биткоина [Электронный ресурс]: – URL: <https://coinspot.io/trading/techanalysis/obzor>
26. Новые финансовые технологии. Финансовый сектор трансформируется под влиянием новых технологий: трендлеттер.– Национальный Исследовательский Университет ВШЭ: Глобальные технологические тренды.– М.: ВШЭ, 2016.– № 11.– С.1.– [Электронный ресурс]: – URL: <https://issek.hse.ru/>
27. Солдаткин, С. Н. Современные финансовые технологии: учебное пособие / С. Н. Солдаткин ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Хабаровская гос. акад. экономики и права». – Хабаровск: Хабаровская гос. акад. экономики и права, 2011. – 171 с.
28. Shevlin, R. Smarter Bank: Why Money Management is More Important Than Money Movement to Banks and Credit Union / R. Shevlin. – Searching Finance Ltd.– 2015. –294 p.
29. Skinner, Ch. Digital Bank: стратегии по запуску или становлению цифрового банка / Ch. Skinner. – Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd.– 2014.– 300 p.

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 336.71

Ильина С.И. Анализ деятельности ПАО «Сбербанк» на рынке ипотечного кредитования

Analysis of Sberbank's activities in the mortgage lending market

Ильина С.И.

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

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

Аннотация. В данной статье представлены результаты анализа деятельности ПАО «Сбербанк» на рынке ипотечного кредитования. Показаны положительные результаты и недостатки деятельности. На основе анализа представленных проблем банка даны предложения по оптимизации ипотечного кредитования.

Ключевые слова: коммерческий банк, ипотечное кредитование, ипотечные продукты, ипотечные программы

Abstract. This article presents the results of the analysis of Sberbank's activities in the mortgage lending market. Positive results and disadvantages of the activity are shown. Based on the analysis of the presented problems of the Bank, suggestions for optimizing mortgage lending are given.

Keywords: commercial bank, mortgage lending, mortgage products, mortgage programs

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.

Ипотечные кредиты необходимы для того, чтобы государство и население могли проходить не только определенные этапы социального, но и экономического развития. В особенности это может быть заметным в периоды выхода страны из экономического кризиса. В это время процесс развития ипотечного кредитования будет оказывать положительное воздействие на реальный сектор экономики, из-за чего может быть приостановлен спад производства в некоторых отраслях промышленности, появляется необходимость в модернизации производственного процесса. В результате возможно повышение уровня качества и конкурентоспособности продукции почти в каждой отрасли [1,2,3,4,5,6].

В настоящее время нестабильность экономики в результате пандемии коронавируса привела к снижению предпринимательской и деловой активности, покупательной способности населения. Возможно и уменьшение потребности физических лиц в ипотечном кредитовании, предоставляемом коммерческими

банками. Однако банки предпринимают усилия для того, чтобы данная услуга была по-прежнему востребована. Это требует от банков совершенствования системы ипотечного кредитования. Реализации процесса совершенствования ипотеки должен предшествовать анализ деятельности банка в данном сегменте услуг.

ПАО «Сбербанк» является одним из лидеров рынка ипотечного кредитования в России. Он производит выдачу различных видов ипотечных кредитов, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные ипотечные продукты ПАО «Сбербанк» [7]

Ипотечное кредитование для физических лиц				
Название продукта	Сумма, тыс. руб.	Срок, месяцев	Ставка, % годовых	Первоначальный взнос, %
«Акция на новостройки»	От 300	До 360	7,5	15
«Приобретение готового жилья»	От 300	До 360	От 8,6	15
«Ипотека плюс материнский капитал»	От 300	До 360	От 8,9	15
«Строительство жилого дома»	От 300	До 360	От 10	15
«Загородная недвижимость»	От 300	До 360	От 9,5	15
«Военная ипотека»	-	До 240	От 9,5	15
«Нецелевой кредит под залог недвижимости»	-	До 240	От 12	-
«Акция для молодых семей»	От 300	До 360	От 8,6	-
Ипотечное кредитование для юридических лиц				
«Экспресс ипотека»	До 10 000	До 120	От 15,5	-
«Бизнес - недвижимость»	До 150	До 120	От 11,8	-
«Бизнес-Инвест»	От 150	До 120	От 11,8	-

Основной пакет документов для получения ипотеки включает в себя:

- Заявление – анкету;
- Паспорт гражданина РФ или документ, его заменяющий (удостоверение личности для лиц, которые проходят военную службу);
 - Для мужчин в возрасте до 27 лет включительно - военный билет или удостоверение граждан, подлежащих первичной постановке на воинский учет (приписное свидетельство);
- Документы о семейном положении/наличии детей;
- Документы, подтверждающие финансовое состояние и трудовую занятость;
- Документы по кредитуемому объекту недвижимости.

По представленным ипотечным программам существуют определенные требования для физических лиц (таблица 2).

Таблица 2

Основные требования по ипотечным программам банка [7]

Показатели	Описание
Возраст	от 21 до 65 лет при условии, что срок возврата кредита по Кредитному договору (Договору об открытии кредитной линии) наступает до исполнения Заемщику 65 лет
Гражданство	Российская Федерация
Стаж работы	При принятии в расчет доходов, не связанных с ведением ЛПХ: - для физических лиц: не менее 6 месяцев на последнем (текущем) месте работы и не менее 1 года общего стажа за последние 5 лет; - для клиентов, получающих заработную плату на счет, открытый в банке / имеющих положительную кредитную историю в ПАО «Сбербанк»: не менее 3 месяцев на последнем (текущем) месте работы и не менее 6 мес. общего непрерывного стажа за последние 5 лет; - на клиентов, получающих пенсию на счет, открытый в ПАО «Сбербанк», требование о наличии общего стажа работы не менее 1 года за последние 5 лет не распространяется. Для граждан, ведущих ЛПХ: - наличие записей в хозяйственной книге органа местного самоуправления о ведении гражданином личного подсобного хозяйства в течение не менее 12 месяцев до даты подачи заявки на кредит.
Регистрация	На территории Российской Федерации по месту жительства или пребывания

В качестве примера ипотечного кредита для юридических лиц рассмотрим кредит «Бизнес - недвижимость». Он имеет следующие особенности и преимущества:

- длительность сроков кредитования до восьми лет;
- сумма предоставляемого кредита не может превышать 200 миллионов рублей;
- наличие гибкого подхода при установлении графика погашения кредитов;
- кредит может предоставляться только при залоге приобретаемого объекта коммерческой недвижимости;
- присутствует возможность для предоставления отсрочек по погашению основной суммы задолженности до 12 месяцев.

Основные условия данного ипотечного кредита приведены в таблице 3.

Таблица 3

Основные условия программы «Бизнес - недвижимость» [7]

Показатели	Характеристика
Сумма кредита	до 200 000 000 руб.
Цель кредитования	приобретение объектов коммерческой недвижимости
Срок кредитования	до 8 лет
Залог	залог приобретаемого объекта коммерческой недвижимости
Поручительство	поручительство акционеров/участников, владеющих блокирующим пакетом акций
Собственное участие	не менее 20% от стоимости приобретаемого объекта недвижимости
Процентная ставка	зависит от сроков кредитования и доли собственного участия заемщика
Форма предоставления кредита	единовременный кредит
Отсрочка по уплате основного долга	до 12 месяцев
Комиссии	Банк взимает комиссии в соответствии с тарифами на услуги юридическим лицам

Список документов для получения кредита клиентом-юридическим лицом на этапе первоначального рассмотрения заявки в банк включает:

- Заявку Клиента на предоставление кредита (кредитной линии);
- Учредительные документы и документы, подтверждающие регистрацию Клиента;
- Лицензии, подтверждающие право Клиента заниматься отдельными видами деятельности;
- Документы, подтверждающие полномочия руководителя и главного бухгалтера Клиента;
- Копии паспортов руководителя и главного бухгалтера Клиента (все страницы/все содержащие сведения страницы);
- Бухгалтерская (финансовая) отчетность по состоянию на последнюю годовую/квартальную дату, составленная в полном объеме и отвечающая требованиям, утвержденным приказом Министерства финансов Российской Федерации «О формах бухгалтерской отчетности организаций».

На основании условий внутренних нормативно-правовых документов, до того, как предоставить кредит, банком осуществляется проверка достаточности доходов и залогового имущества у заемщиков, далее банк может получить подтверждение положительной кредитной истории и репутации заемщиков из внешних источников.

К прочим мерам, основным направлением которых выступает улучшение обеспечения кредитования, ПАО «Сбербанк» требует страховки имущества, попадающего под предмет залога. Страхование может производиться страховыми компаниями, которые смогли пройти аккредитацию в банке и которые смогли заключить соглашение о сотрудничестве.

Проведем оценку состояния розничного кредитного портфеля ПАО «Сбербанк». Для того чтобы оценить платежеспособность заемщика при ипотечном кредитовании, банком разработан определенный подход. Анализ показал, что при использовании данного подхода, в банке соблюдаются следующие принципы:

- проводится тщательный анализ на этапе исследования заявки от потенциальных заемщиков;

- реализуется системный подход в процессе проведения оценки (при включении оценки предполагаемого обеспечения);

- проводится исследование личности потенциального заемщика.

В таблице 4 представлены результаты анализа качества непросроченных кредитов банка.

Таблица 4

Анализ качества непросроченных кредитов ПАО «Сбербанк» до вычета резерва под обесценение на 31.12.2019 г., млрд. руб. [7]

Показатель	Группа 1	Группа 2	Группа 3	Итого
Коммерческое кредитование юридических лиц	663,0	3884,3	4973,1	9520,4
Специализированное кредитование юридических лиц	122,8	1297,2	1880,0	3300,0
Жилищное кредитование физических лиц	75,1	3000,4	11,5	3087,0
Потребительские и прочие ссуды физическим лицам	83,3	1422,8	65,9	1572,0
Кредитные карты и овердрафты	32,2	525,1	34,8	592,1
Автокредитование	103,0	5,4	0,8	109,2
Итого непросроченных кредитов	1079,4	10135,2	6966,1	18180,7

Данные на 31.12.2019 года свидетельствуют о том, что у банка было 20 наиболее крупных заемщиков, кредитование которых составляло более 120,8 миллиардов рублей, а в 2018 году данное значение было намного ниже и составляло 103,3 миллиардов рублей. Общая сумма таких кредитов стала равной 4 557,5 миллиардов рублей либо 22,9% от суммы кредитного портфеля банка до того, как был произведен вычет резервов под обесценение, а в 2018 году данный показатель был равным 3692,7 миллиардов рублей (19,8%).

За 2019 год ПАО «Сбербанк» удалось продолжить усиление собственных позиций на розничном рынке, в тот же период времени у банка снижается доля кредитов в области корпоративного сегмента. На рынке кредитов частных клиентов банку удалось проведение существенного увеличения доли по кредитным картам, в том числе по кредитованию в наличном виде. Но на рынке ипотечных кредитов конкурентная борьба резко обостряется, в том числе и из-за внедрения программы государственной поддержки ипотечного кредитования.

ПАО «Сбербанк» в 2019 году существенное внимание уделял вопросам в области качества предоставляемых услуг для клиентов и в области работы с каждым поступившим обращением. С этой целью в банке было осуществлено успешное внедрение системы по запросам обратной связи от клиентов. Каждому третьему клиенту банка было отправлено приглашение о принятии участия в данном опросе, общая сумма отправленных обращений составила 28,4 миллионов СМС-сообщений.

На основании проведенной работы банк смог получить данные о росте количества услуг для клиентов (2,9% за 2019 год в сравнении с 1,7% за 2018 год).

Представленные данные могут свидетельствовать о том, что происходит углубление взаимоотношений между банком и его клиентами, за счет чего удалось обеспечить увеличение операционных доходов. Также последние пять лет руководство банка посвятило активному формированию инфраструктуры и формированию привычки клиентов в применении удаленных каналов предоставления услуг в процессе реализации финансовых расчетов.

Однако, несмотря на положительные результаты деятельности, у банка имелась и просроченная задолженность по кредитам (таблица 5).

Таблица 5

Структура просроченной задолженности по кредитам в ПАО «Сбербанк», млрд. руб. [7]

Показатель	2017	2018	2019	Изменение		Темп прироста, %	
				2018 к 2017	2019 к 2017	2018 к 2017	2019 к 2017
Коммерческое кредитование юридических лиц	10368,0	9916	10468,1	-452	100,1	-4,36	0,97
Специализированное кредитование юридических лиц	4590,7	3717	3706,5	-873,7	-884,2	-19,03	-19,26
Жилищное кредитование физических лиц	2554,6	2750,9	3190,6	196,3	636	7,68	24,90
Потребительское кредитование и прочие ссуды физических лиц	1681,8	1574,1	1725,9	-107,7	44,1	-6,40	2,62
Кредитные карты и овердрафты	587,2	586,9	678,9	-0,3	91,7	-0,05	15,62
Автокредитование	142,0	119,8	121,1	-22,2	-20,9	-15,63	-14,72
Итого просроченных ссуд	19924,3	18664,7	19891,2	-1259,6	-33,1	-6,32	-0,17

На основании анализа данных таблицы 5 можно говорить о росте суммы просроченной задолженности в банке в 2019 году по сравнению с 2017 годом на 91,7 млрд. руб. или на 15,62%. Максимальную просроченную задолженность в 2019 году составляет коммерческое кредитование юридических лиц с долей в 52,63% от общей суммы просроченной задолженности. На втором месте стоит специализированное кредитование, просроченная задолженность по которому составляет 18,63% от общей суммы просрочки; 16,04% приходится на потребительское кредитование. Рассмотрим динамику кредитного риска ПАО «Сбербанк» в таблице 6.

Различным видам кредитования сопутствуют определенные риски, представленные в таблице 6.

Таблица 6

Кредитный риск ПАО «Сбербанк»

Показатель	2017	2018	2019	Изменение млрд. руб.		Темп прироста, в %	
				2018 к 2017	2019 к 2017	2018 к 2017	2019 к 2017
Показатель доли просроченных ссуд, %	2,34	3,08	2,48	0,74	0,14	31,62	5,98
Показатель размера резервов на потери по ссудам и иным активам, млрд. руб.:	17060,4	18755,2	19855,8	1694,8	2795,41	9,93	16,39
- ссудной задолженности	16133,5	17566,2	18539,6	1432,7	2406,1	8,88	14,91
- РВПС	926,9	1189,0	1316,21	262,1	389,31	28,28	42,00

Анализ данных таблицы 6 показывает, что в 2018 году по сравнению с 2017 годом растет показатель доли просроченных ссуд на 0,74 пункта или на 131,62%, а в 2019 году по сравнению с 2017 годом данный показатель также увеличивается на 0,14 п.п. И, как следствие, растет показатель размера резервов на потери по ссудам и иным активам на 1694,8 млрд. руб. или на 118,02% в 2018 году по сравнению с 2017 годом и на 2795,41 млрд. руб. в 2019 году по сравнению с 2017 годом.

Если у банка нет реальных возможностей для того, чтобы самостоятельно справляться с трудностями, то ему приходится привлекать инвестиции либо надеяться на государственную поддержку.

В настоящее время розничные банки могут иметь существенные суммы убытков в результате действия двух факторов:

- из-за агрессивного увеличения кредитного портфеля за последние несколько лет, что могло свидетельствовать о том что у клиентов увеличивается аппетит к рискам и банки могут вовлекать все более новых клиентов, которые на обладают хорошими кредитными историями;
- присутствие сильной зависимости розничных кредитных организаций от экономического состояния государства – из-за начинающегося спада в экономике банки могут получить определенные убытки в сфере ипотечного кредитования.

В настоящее время можно выдвинуть предположение о том, что наличие трудностей у розничных банков может только начинаться. В этот период времени можно отметить резкое снижение темпов роста внутреннего валового продукта и снижение уровня реальных доходов населения. Данное положение прямо относится к началу снижения спроса на кредитование со стороны физических лиц и роста уровня рискованности розничных кредитов. Наличие проблем закредитованности населения можно было отметить еще с начала 2013 года, а в настоящее время могут прекратиться выплаты по ипотечным кредитам и те группы граждан, которые до этого времени могли обслуживать свои кредиты без каких-либо проблем.

Также на основании проведенного нами анализа мы смогли выяснить, что уровень процентных ставок по кредитованию в большинстве своем может определять уровень развитости ипотечного кредитования в регионах. Выявлено, что все увеличения процентной ставки могут стать следствием снижения численности

предоставленных ипотечных кредитов больше чем на 3,5%. При этом ставка по ипотечным кредитам выступает в качестве существенного барьера для клиентов, которые хотели бы получить ипотечные кредиты. Даже снижение ключевой ставки ЦБ РФ до 5,5% годовых может не оказать должного воздействия на существенное изменение количества заемщиков по ипотеке в банковском секторе и конкретном банке.

При проведении анализа удалось выявить наличие следующих проблем в области ипотечного кредитования:

- проблемы, которые связаны с достаточно жесткими условиями для предоставления кредитов;
- проблемы, связанные с ограниченностью ресурсной базы банка, необходимой для предоставления ипотечных кредитов.

В связи с этим необходим поиск оптимального решения для увеличения уровня доступности ипотечного кредитования населения, и для увеличения эффективности продаж ипотечных кредитов в самом банке.

После исследования ипотечных продуктов банка мы выяснили, что, к примеру, программа «Акция для молодых семей» не предусматривает наличия отсрочки по платежам суммы основного долга на тот период, когда в семье присутствуют дети в возрасте менее 3 лет. Помимо этого, в процессе проведения расчетов суммы кредитов в банке необходима реализация возможностей для принятия во внимание суммы доходов не только молодых супругов, но их близких родственников. Стандартным количеством заемщиков по данному кредиту в банке считается – 3, но поскольку большинству молодых семей помощь оказывается со стороны родителей, то численность созаемщиков, по нашему мнению, должна быть расширена до 6 человек.

Благодаря этому многие заемщики (молодые семьи), у которых невысокий уровень доходов уже в настоящий период времени получили бы возможности для покупки собственного жилья и для выплаты ипотечного кредита при соизмерении с размеров доходов. Для банка данное мероприятие представило бы возможности для расширения круга заемщиков и увеличения процентного дохода. Представим указанные проблемы и предлагаемые мероприятия по их решению в таблице 7.

Таблица 7

Проблемы и предложения по оптимизации ипотечного кредитования в ПАО «Сбербанк»

Проблема	Предложение по оптимизации ипотечного кредитования
Ипотечные кредиты недоступны для большинства молодых семей из-за низкого уровня совокупных доходов, который понижается при наличии детей до 3 лет, или при нахождении супругов на начале карьерной лестницы	Внедрить новые условия в программе «Молодая семья», которые смогли бы предусматривать внедрение большего количества созаемщиков в процессе определения суммы кредитования, в том числе внедрение возможностей по переносу платежей по основной сумме долга на определенный период, удобный для клиента при сохранении оплаты суммы процентов.
Высокий уровень процентных ставок, высокие суммы ежемесячных платежей по кредитам	Необходима разработка предложений со льготными условиями, в которых должна быть существенно снижена процентная ставка за счет введения целевых накопительных вкладов на первоначальный взнос и при государственной поддержке

Проблема	Предложение по оптимизации ипотечного кредитования
Ряд семей имеют проблемы с «серыми» доходами (то есть невозможностью для подтверждения собственных доходов, что может стать следствием ограничения круга заемщиков, банками могут применяться повышенные размеры процентных ставок (на два-три процента выше) для заемщиков, обладающих неподтвержденными доходами)	Банку необходимо реализовать возможности для определения потребности в сумме ликвидных ресурсов хотя бы на краткосрочный период. Необходимо реализовать возможности определения кредитоспособности клиентов на основании банковских выписок входящих сумм, проходящих по счетам заемщиков за 3-4 года.
Имеются проблемы с увеличением доли граждан, которые способны приобретать стандартные квартиры по ставкам ипотечного кредита 9-12% годовых	Необходимо реализовывать мероприятия по повышению возвратности кредитов, благодаря поиску наиболее надежных источников обеспечения. Необходимо изменение структуры активов через реализацию мероприятий по достаточной выдаче кредитов.

Библиографический список

1. Добролежа Е.В., Свищева А.А. Проблемы ипотечного кредитования в современной России [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32537055> (дата обращения 24.05.2020);
2. Лаврушин О.И. Новые модели банковской деятельности в современной экономике. // Под ред. Лаврушина О.И. - М.: Кнорус - 2017. - 364 с.;
- 3.Тавасиев А.М. Банковское дело //М.: Издательство Юрайт, - 2019. - 186 с.;
4. Шермухамедов А.Т., Кодиркулов С.Х. Активные операции коммерческих банков [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_25603347_53814523.pdf (дата обращения 24.05.2020);
5. Желтякова Д.В., Зернова Л.Е. Проблемы ипотечного кредитования пути их решения // Сборник материалов по итогам Всероссийского конкурса на лучшую научно-исследовательскую работу студентов. - 2020. - с. 9-15.;
6. Кузнецова Д.В. Зернова Л.Е. Факторы, влияющие на развитие ипотечного кредитования // Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей "Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития" (Вектор-2019) - 2019. - с. 215-219;
7. Портал банковского аналитика (ПАО «Сбербанк») [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://analizbankov.ru/bank.php?BankId=sberbank-rossii-1481&BankMenu=nadezhnost> (дата обращения 25.05.2020).

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 338.24

Батьковский А.М., Фомина А.В. Информационное обеспечение автоматизированных систем управления на предприятиях оборонно-промышленного комплекса
Information support of automated control systems at the enterprises of the military-industrial complex

Батьковский Александр Михайлович

доктор экономических наук,
член-корреспондент,
Академия военных наук,
Москва, Российская Федерация

Фомина Алена Владимировна,

доктор экономических наук,
член-корреспондент,
Академия военных наук,
Москва, Российская Федерация
Batkovsky Alexander Mikhailovich
Doctor of Economic Sciences,
Corresponding Member,
Academy of Military Sciences,
Moscow, Russian Federation
Fomina Alena Vladimirovna,
Doctor of Economic Sciences,
Corresponding Member,
Academy of Military Sciences,
Moscow, Russian Federation

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые вопросы актуальной научной проблемы информатизации экономики России, имеющей большое практическое значение. Превращение информации в важный экономический ресурс предъявляет повышенные требования к информационному обеспечению всех видов производственно-хозяйственной деятельности. Особенно актуальна данная задача для высокотехнологичных предприятий, основная часть которых входит в оборонно-промышленный комплекс. С учетом особенностей деятельности данных предприятий разработаны научно-методические предложения по оптимизации потоков информации и методов ее обработки при создании (развитии) на них автоматизированных систем управления. Исследование, результаты которого представлены в данной статье, доведено до разработки алгоритма оптимизации потоков информации в автоматизированных системах управления. Представлена информационная модель автоматизированной системы управления на предприятии оборонно-промышленного комплекса.

Ключевые слова: предприятие, оборонно-промышленный комплекс, информационное обеспечение, автоматизированная система управления, модель.

Abstract. *The article discusses some issues of current scientific problem of informatization of the Russian economy, which is of great practical importance. The transformation of information into an important economic resource places high demands on the information support of all types of industrial and economic activities. This task is especially relevant for high-tech enterprises, the bulk of which are part of the military-industrial complex. Taking into account the peculiarities of the activity of these enterprises, scientific and methodological proposals have been developed to optimize the flow of information and methods for processing it when creating (developing) automated control systems on them. The study, the results of which are presented in this article, is brought to the development of an algorithm for optimizing information flows in automated control systems. An information model of an automated control system at a military-industrial complex enterprise is presented.*

Keywords: *enterprise, military-industrial complex, information support, automated control system, model.*

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

Автоматизированные системы управления (АСУ) получили широкое распространение на предприятиях всех отраслей оборонно-промышленного комплекса (ОПК) [1; 2; 3]. В то же время данные системы в большинстве случаев не могут быть внедрены без их адаптации к конкретным особенностям хозяйственной деятельности данных предприятий, которые должны учитываться при создании (развитии) АСУ. Например, на предприятиях радиоэлектронной промышленности управленческий и бухгалтерский учет пересекаются незначительно [4]. Бухгалтерский учет ориентирован на сбор и обработку информации для предоставления ее внешним контролирующим и проверяющим госорганам, в то время как управленческий учет базируется на принципах экономической логики и ориентирован на определение реального финансово-экономического положения предприятий отрасли [5].

В связи с этим в процессе внедрения АСУ на предприятиях оборонно-промышленного комплекса возникает проблема объединения ранее мало пересекавшихся данных. Поэтому при решении указанной задачи особую важность приобретает системный анализ информации: контроль документов на непротиворечивость, избыточность и полноту; повышение точности поиска документов и конкретных данных (объектов) из них; уменьшение физических объемов хранилищ информации; нахождение требуемых сведений даже в том случае, когда информационная потребность формулируется не четко и др. [6; 7]. При этом следует учитывать, что ограниченное дублирование информации в АСУ неизбежно и даже необходимо, но оно должно быть мотивированным и непротиворечивым. Для решения указанных проблем необходимо разработать научно-методический инструментарий развития информационного обеспечения автоматизированных систем управления на предприятиях оборонно-промышленного комплекса

Оптимизация потоков информации и методов ее обработки при создании (развитии) автоматизированных систем управления на предприятиях оборонно-промышленного комплекса

Как показывает опыт внедрения систем АСУ на некоторых предприятиях ОПК, одним из сложных вопросов, возникающих при оптимизации потоков информации, является наличие противоречий между применяемыми в российской экономике понятиями и показателями [8]. При этом большая часть менеджеров предприятий склонна использовать понятия и показатели, привычные им, на основе своего предыдущего опыта работы и обучения. Отмеченные обстоятельства усиливают значимость семантических аспектов проблемы внедрения АСУ. Контроль документов на взаимную непротиворечивость и отсутствие дублирования необходимо проводить в автоматизированной системе при подготовке каждого из них [9]. Он должен состоять из следующих основных этапов:

- в контролируемом документе отмечаются текстовые фрагменты (фразы, группы фраз), которые требуют контроля на дублирование или непротиворечивость. Некоторые части документа такому контролю не подвергаются;
- части текста, требующие сопоставления, объединяются в группы возможно более крупного размера, которые контролируются независимо;
- для каждой группы одновременно контролируемых суждений подбираются другие документы-аналоги, которые по содержанию могут противоречить анализируемым суждениям;
- текст документов-аналогов сличается по смыслу с содержанием контролируемых групп фраз, и делаются соответствующие выводы о противоречивости и дублировании [10; 11].

Практические затруднения при контроле документов на дублирование и непротиворечивость их содержания возникают, прежде всего, вследствие неудовлетворительной систематизации материала в текстах документов. Это проявляется в том, что заголовки иногда являются неточными поисковыми образами для информации, помещаемой под ними. Кроме того, при контроле документов на дублирование и непротиворечивость в АСУ необходимо находить документы-аналоги, не зная наименований объектов их регулирования (контроля). Последовательная подготовка, принятие и применение взаимосвязанных документов требуют тщательной экспертизы каждого нового документа на соответствие всем уже разработанным ранее, а также коррекции (при необходимости) действующих документов [12].

Предлагаемый алгоритм решения задачи оптимизации потоков информации на предприятиях ОПК при внедрении АСУ представлен на рисунке 1.

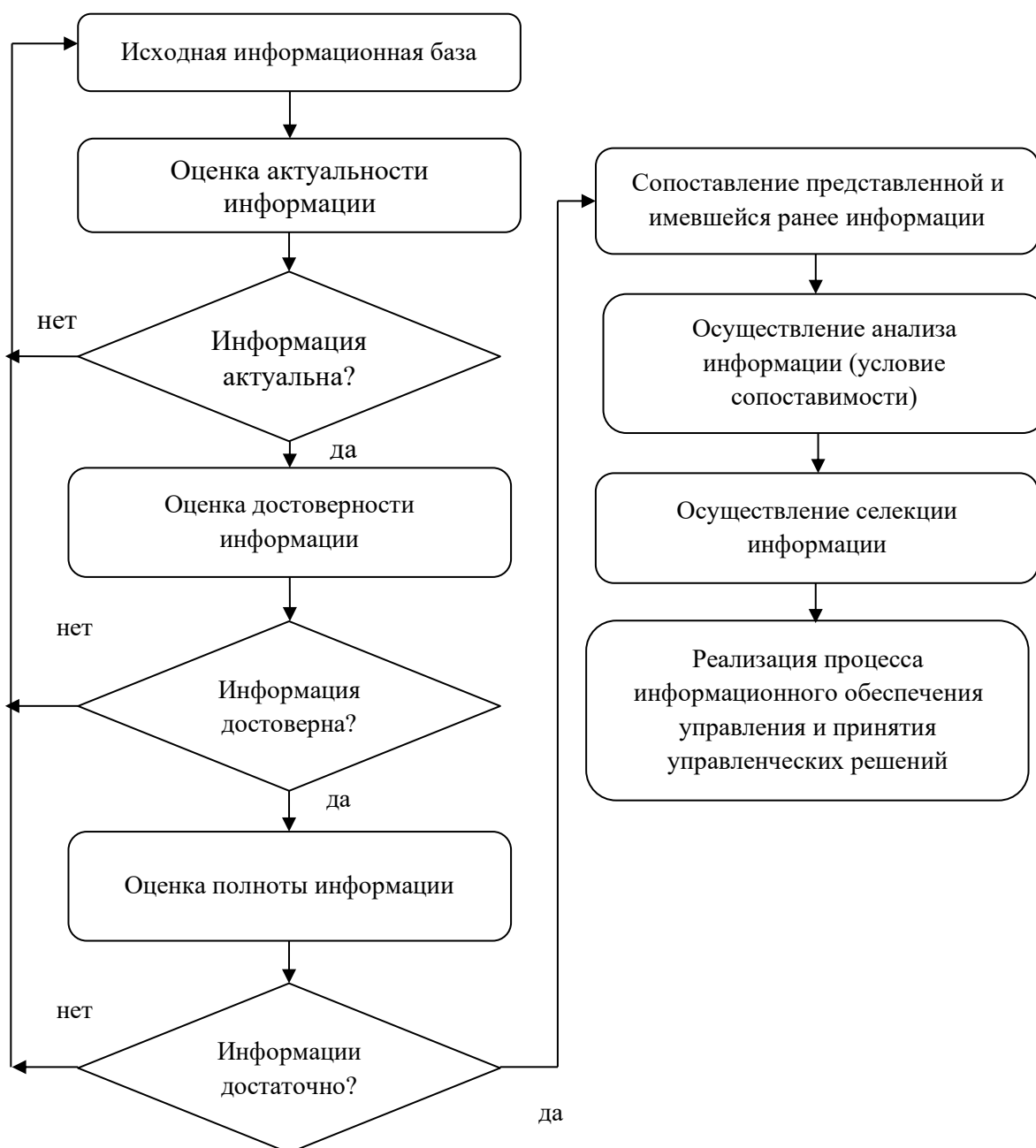


Рисунок 1. Алгоритм оптимизации потоков информации при внедрении АСУ на предприятиях оборонно-промышленного комплекса

При обращении к фонду документов за информацией о конкретном классе объектов регулирования пользователь автоматизированной системы управления должен получить сведения об этом классе объектов и наименования ближайших родственных классов объектов и сведения о них. В этом случае внедрение АСУ

обеспечивает повышение эффективности и качества работы с информацией на предприятиях оборонно-промышленного комплекса [13].

Поисковый аппарат информационных фондов, применяемый на действующих автоматизированных системах предприятий ОПК, не обеспечивает в полном объеме данные возможности. Поэтому для них особое значение имеет возможность осуществлять поиск информации в фонде по родовым по отношению к запросу темам [14].

Эффективность любой поисковой системы во многом определяют используемые в ней критерии смыслового соответствия, положенные в ее основу. Любые множества можно представить как набор соответствующих элементов (предметов, объектов и др.). Тогда соотношение принадлежности элемента множеству, т.е. $x \in X$, или его отрицание: $x \notin X$ имеет определяющее значение. Соотношение включения одного множества в другое ($X \subset Y$) показывает, что (X) является подмножеством (Y), а (Y) – надмножеством (X). Критерии принадлежности элемента множеству (критерии G_1) можно выразить в общем виде следующим образом:

$$O_c \subset O_z, \quad (1)$$

где O_c – множество объектов, соответствующих теме поискового образа документа; O_z – множество объектов, которые соответствуют теме запроса.

Критерии типа (G_1) – это прямые критерии смыслового соответствия. Поэтому запросы, которые ориентированы на эти критерии, являются видовыми [15]. Соответственно системы, которые используют данные критерии на запрос, относящийся к теме S , выдают сведения на темы, являющиеся по отношению к S видовыми. Соотношение (1) отражает обобщение ряда критериев, которые реализуют следующие требования: вхождения всех дескрипторов запроса в набор дескрипторов документа; совпадения дескрипторов запроса с дескрипторами документа с точностью до базисных отношений.

Наряду с прямыми критериями при создании (развитии) АСУ на предприятии ОПК можно использовать еще критерии G_2 :

$$O_c \supset O_z \quad (2)$$

Они являются обратными критериями смыслового соответствия. Запросы, которые ориентированы на критерии (2), являются родовыми.

Наряду со сведениями, соответствующими критериям (1) и (2), в АСУ, создаваемых на предприятиях оборонно-промышленного комплекса, требуется получить и информацию, которая удовлетворяет критериям типа G_3 :

$$O_c \neq O \neq 0; \quad O_c \not\subset O_z, \quad O_z \not\subset O_c \quad (3)$$

Они используются в тех случаях, когда множество объектов каждого документа и множество запросов пересекаются, но не включают одно в другое. Критерии G_3 , являются комплексными критериями.

Учитывая отмеченные обстоятельства, можно сделать вывод, что перспективной является объектно-ориентированная информационная технология, использующая понятия аксиомы пары. Допустим, что i, j, i', j' – обозначения некоторых элементов множества. Тогда:

$$(\forall j)(\forall i')(\forall j')\{[(i, j) = (i', j')] \Rightarrow [i = i' \wedge j = j']\} \quad (4)$$

Соотношение $(\exists j)(\exists i)\{w = (i, j)\}$ означает: «есть пара» (применительно к паре «вход-выход» АСУ можно сказать, что входу i соответствует выход j). Пару можно считать упорядоченной, когда ее первую и вторую проекции можно обозначить как: $i = p_1 w$ и $j = p_2 w$. Тогда произведение множеств B (входа) и V (выхода) выражается как множество всех пар их элементов:

$$B \times V = \{(i, j), i \in B, j \in V\} \quad (5)$$

Формула (5) – это пример полного соответствия, при котором любому входу соответствует любой выход. Однако на практике часто требуется перейти к графической интерпретации некоторых множеств. С этой целью график Q необходимо представить как множество некоторых пар:

$$(\forall w)\{w \in Q \Rightarrow [w = (i, j)]\} \quad (6)$$

Зависимость (6) показывает, что объект j соответствует объекту i относительно графика Q . Она применима для аппарата математических приложений, в которых множества $p_1 Q = \{p_1 w, w \in Q\}$ и $p_2 Q = \{p_2 w, w \in Q\}$ можно рассматривать первой и второй проекциями или областями определения F_Q значений N_Q графика Q при выполнении условия $Q \subset (p_1 Q) \times (p_2 Q)$. Соответствие W между множествами B и V целесообразно определять следующим образом:

$$W = (Q, B, V) \quad (7)$$

где Q – график, в котором $p_1 Q \subset B$ и $p_2 Q \subset V$.

В постановке (7) график Q определяет системную структуру как совокупность связей между ее входами и выходами. Если предположить, что: Q – график Q_W , B_W – область отправления B_W , V – область прибытия V_W , $p_1 Q = p_1 W$ – область определения F_W , $p_2 Q = p_2 W$ – область значений N_W системы W , то информационную модель АСУ на предприятии оборонно-промышленного комплекса можно представить в следующем виде:

$$W = (Q_W, B_W, V_W) \text{ или } W = (Q_W, F_W, N_W) \quad (8)$$

При этом для всякого $i \in F_W$ система (W) определена для входа (i) , а для любого $j \in N_W$ (j) имеется значение выхода, которое принимает система (W) . В случае, когда $(i, j) \in Q$, выход (j) будет соответствовать входу (i) относительно системы (W) . Следовательно, области определения и значений, состоят из фактически реализуемых автоматизированной системой управления входов и выходов.

Заключение

Важную роль в оздоровлении российской экономики, наряду с другими мерами, играет повышение эффективности управления предприятиями. Одним из направлений решения данной задачи является создание (развитие) автоматизированных систем управления. В современных условиях это предполагает не просто дальнейшее развитие автоматизации управленческой деятельности на предприятиях, но и переход к

новым стандартам и инструментам управления, позволяющим эффективно реализовывать все его функции [16].

Однако, в силу разных причин, многие теоретические, методологические и инструментальные аспекты разработки и внедрения АСУ до настоящего времени не имеют достаточной разработанности. Данное обстоятельство серьезно осложняет внедрение (развитие) АСУ, в том числе и на предприятиях оборонно-промышленного комплекса. Предложенные в данной статье методологические подходы и инструментарий решения указанных проблем позволяет оптимизировать процедуры внедрения АСУ на предприятиях ОПК. Их практическая реализация будет способствовать повышению эффективности деятельности предприятий и успешному решению задач, стоящих перед ними.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, в рамках научного проекта № 18-00-00012 (18-00-00008) КОМФИ.

Библиографический список

1. Бородакий Ю.В., Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Кравчук П.В. Моделирование процесса разработки наукоемкой продукции в оборонно-промышленном комплексе // Вопросы радиоэлектроники, серия Электронная вычислительная техника (ЭВТ). – 2014. – № 2. – С. 21-34.
2. Батьковский А.М., Семенова Е.Г., Фомина А.В. Прогнозирование и оценка инновационного развития экономических систем // Вопросы радиоэлектроники, серия Общетехническая (ОТ). Выпуск 1. – 2015. – № 2. – С. 280-303.
3. Пряхина О.И. Проблемы автоматизированных систем управления в условиях цифровизации и роботизации экономики // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2019. – № 9. – С. 25-28.
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. Методологические проблемы совершенствования анализа финансовой устойчивости предприятия радиоэлектронной промышленности // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 1. – С. 30-44.
6. Добров П.П. Проектирование элементов автоматизированных систем управления производством предприятий авиационного приборостроения // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2016. – Т. 7. – № 3 (27). – С. 177-180.
7. Батьковский А.М. Моделирование инновационного развития высокотехнологичных предприятий радиоэлектронной промышленности. // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 3. – С. 36-46.
8. Сергеева О.Ю., Шарафиев Р.Г., Исламгулова Г.Ф. Цифровая трансформация как инструмент развития промышленных предприятий XXI века // Нефтегазовое дело. – 2020. – № 1. – С. 108-125.
9. Дудаков Н.С., Макаров К.В., Тимошенко А.В. Методика проектирования баз данных для

автоматизированных систем управления специального назначения // Труды МАИ. – 2016. – № 90. – С. 25.

10. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М., Батьковский М.А. Теоретические основы и инструментарий управления инновационной модернизацией предприятий оборонно-промышленного комплекса // Вопросы радиоэлектроники, серия Электронная вычислительная техника (ЭВТ). – 2014. – № 2. – С. 35-47.

11. Толстых В.В. Структуризация задач принятия решений в автоматизированных системах управления военного назначения // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Естественные и технические науки. – 2016. – № 5. – С. 48-51.

12. Легков К.Е., Емельянов А.В. Математическое обеспечение контуров автоматизированных систем управления информационными системами специального назначения при решении задач учета и мониторинга // Научные технологии в космических исследованиях Земли. – 2016. – Т. 8. – № S1. – С. 37-43.

13. Батьковский А.М., Ключков В.В., Фомина А.В., Чернер Н.В. Управление производственным потенциалом оборонно-промышленного комплекса // Вопросы радиоэлектроники, серия Общетехническая (ОТ). Выпуск 3. – 2015. – № 5. – С.222-246.

14. Частикова В.А., Псеуш А.Г. Современные подходы к автоматизации управления предприятием // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 4: Естественно-математические и технические науки. – 2019. – № 3 (246). – С. 109-112.

15. Еремина И.Ю., Ефимочкина Н.Б., Калашникова С.Е. Автоматизированные системы управления документами класса ЕСМ – проблемы и тенденции развития // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2018. – № 10 (116). – С. 5.

16. Разумовская Е.А., Духхани А.Б.Д. Роль цифровых технологий в оптимизации бюджетного процесса: мировая и российская практика // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – № 4 (49). – С. 129-134.

УДК 331.1

Бобровская Е.В., Вольнова А.В. Показатели состава персонала Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк»

The personnel composition of the Omsk regional branch of JSC "Agricultural bank"

Бобровская Елена Владимировна,

канд.ветеринар. наук, доцент

Омский государственный

аграрный университет им. П.А.Столыпина, г.Омск

Вольнова Алена Владиславовна,

специалист Омского регионального филиала

АО «Россельхозбанк», г.Омск

Bobrovskaya Elena Vladimirovna,

PhD in Veterinary, associate professor

OMSK STATE AGRARIAN UNIVERSITY.

P.A. STOLYPIN, OMSK

Volnova Alena Vladislavovna,

SPECIALIST OF THE OMSK REGIONAL BRANCH

OF RUSSIAN AGRICULTURAL BANK JSC, OMSK

Аннотация. В работе проанализированы состав и структура персонала отдела №1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк». Общая среднесписочная численность персонала Группы АО «Россельхозбанк» в течение 2017-2019 гг. характеризуется положительной динамикой. В целом среднесписочная численность персонала АО «Россельхозбанк» в 2017-2019 гг. увеличилась более чем в 1,3 раза, что свидетельствует об активном развитии финансово-кредитной организации. Анализ кадров Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» свидетельствует о том, что в настоящее время основной состав персонала составляют сотрудники со стажем работы от 3-х до 10 лет. Результаты анализа структуры персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» на конец 2019 г. позволяют сделать вывод о ее оптимальности и сбалансированности.

Ключевые слова: персонал, банк, движение персонала, производительность труда.

Abstract. The paper analyzes the composition and structure of the personnel of department No. 1 on work with individuals' debt of the Omsk regional branch of Rosselkhozbank JSC. The total average headcount of the staff of the Rosselkhozbank JSC Group during 2017-2019 characterized by positive dynamics. In general, the average headcount of JSC "Rosselkhozbank" in 2017-2019. increased by more than 1.3 times, which indicates the active development of the financial and credit organization. An analysis of the personnel of the Omsk regional branch of Rosselkhozbank JSC indicates that at present the main staff consists of employees with 3 to 10 years of experience. The results of the analysis of the personnel structure of department No. 1 on work with individuals' debt of the Omsk regional branch of Rosselkhozbank JSC at the end of 2019 allow us to conclude that it is optimal and balanced.

Keywords: personnel, bank, personnel movement, labor productivity.

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

Открытое акционерное общество «Российский сельскохозяйственный банк» было создано в соответствии с Распоряжением Президента Российской Федерации в 2000 г. После короткого подготовительного периода, получив 13 июня 2000 года Лицензию ЦБ РФ за № 3349, Россельхозбанк официально приступил к своей деятельности.

АО «Россельхозбанк» (РСХБ) был основан в качестве опорного государственного банка, обслуживающего агропромышленный комплекс России. Единственным акционером банка, владеющим 100% его уставного капитала, является государство в лице Российского Фонда Федерального имущества. Как и в любой коммерческой структуре, деятельность банка направлена на эффективное использование трудовых ресурсов.

В настоящее время особую актуальность приобретают проблемы управления персоналом, так как именно от правильно построенной системы стимулирования и управления персоналом зависят результаты работы сотрудников и дальнейшее развитие организации [1]. Для современных менеджеров важно всестороннее изучение групповых процессов, экономических аспектов управленческой деятельности, вопросов совместимости сотрудников организации в ситуации решения групповых задач или при выполнении коллективных видов работ [4].

При изучении показателей трудовых ресурсов кредитной организации в первую очередь обращается внимание на то, как организация обеспечена необходимым персоналом и то, насколько эффективно осуществляется его использование. Широко анализируются и тщательно изучаются факторы движения персонала. К ним можно отнести выбытие и прием сотрудников, текучесть кадров, коэффициент постоянства и стабильности, оборот и т. п. [5]. Изучение данного вопроса в определенной степени было рассмотрено ранее [2, 3].

Далее рассмотрим состав и структуру персонала Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» за исследуемый период 2017-2019 гг. Проанализируем степень обеспеченности персоналом Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» за период 2017-2019 гг. на примере отдела №1 по работе с задолженностью физических лиц [6].

Численность персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» по категориям работников представлены в табл.1

Таблица 1

Анализ обеспеченности персоналом (Динамика среднесписочной численности персонала)

Персонал (по категориям работников)	2017	2018	2019	Абсолютное изменение, (+/-)		Темп роста, %	
				2018 / 2017	2019 / 2018	2018 / 2017	2019 / 2018
Среднесписочная численность персонала АО «Россельхозбанк»	1216	1427	1598	+211	+171	117,35	111,98
в том числе АО Омского филиала АО «Россельхозбанк»	183	387	459	+204	+72	211,47	118,60
В том числе – отдел № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк»:							
Среднесписочная численность персонала	39	44	50	+5	+6	112,82	113,63
В том числе:							
Руководители отдела (руководители смен)	3	4	5	+1	+1	133,33	125,0
Главные специалисты	2	3	4	+1	+1	150,0	133,33
Ведущие специалисты	5	6	7	+1	+1	120,0	116,67
Старшие специалисты	7	9	11	+2	+2	128,57	122,22
Специалисты-операторы	10	13	15	+3	+2	130,0	115,38
Младшие специалисты (операторы)	12	9	8	-3	-1	75,0	88,88

Общая среднесписочная численность персонала АО «Россельхозбанк» за период 2017-2019 гг. увеличилась на 31,41%, или на 382 чел. На увеличение среднесписочной численности персонала АО «Россельхозбанк» в 2017-2019 гг. оказало влияние развитие банковской структуры в целом (по регионам) и рост потребности в персонале в связи с увеличением численности обслуживания клиентов.

Среднесписочная численность Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» в 2017-2019 гг. увеличилась в целом в 2,5 раза, или на 276 чел. (в результате развития структуры филиала и создания новых отделов). Так, в 2018 г. по сравнению с 2017 г. среднесписочная численность Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» увеличилась на 204 чел., или на 111,47%. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. среднесписочная численность Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» увеличилась еще на 72 чел., или на 18,60%.

Данные, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что на конец 2019 г. АО Омский региональный филиал «Россельхозбанк» полностью обеспечен персоналом по различным категориям и должностям, необходимым для качественного обслуживания клиентов, согласно штатного расписания.

Результаты анализа обеспеченности персоналом АО «Россельхозбанк» в 2018-2019 гг. позволяют сделать вывод о значительном увеличении среднесписочной численности персонала вследствие развития деятельности Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк», развития банковской структуры в связи с открытием новых направлений деятельности (в том числе автокредитования) и др.

На итоговые показатели деятельности исследуемого отделения финансово-кредитной организации оказывает влияние как общее состояние экономической ситуации в целом по стране, от которого зависит

количество клиентов (а, следовательно, и число сделок по ипотеке), состав и структура персонала, а также факторы, мотивирующие сотрудников Банка на достижение установленных показателей эффективности.

На рис. 1 представлены показатели динамики финансового результата деятельности и производительности труда персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» за 2017-2019 гг.

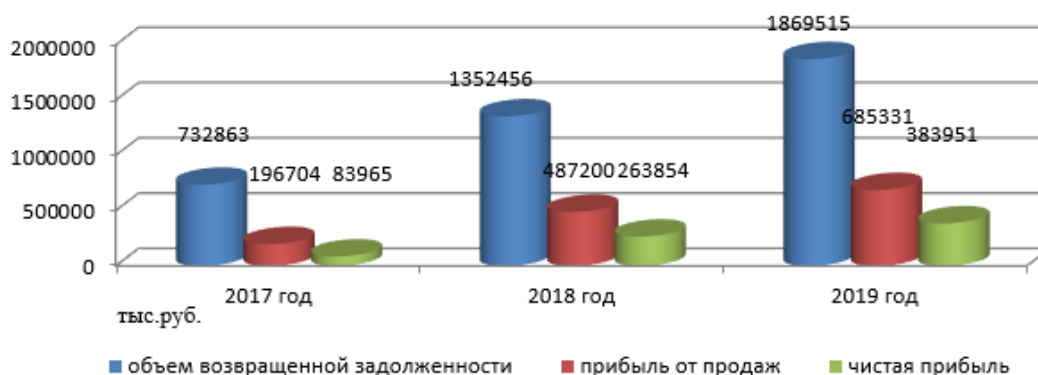


Рисунок 1. Динамика основных показателей финансового результата деятельности персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» за 2017-2019 гг.

На конец 2019 г. наблюдается снижение темпа прироста объема возвращенной задолженности, темп прироста составил 38,23% против 84,54% в 2018 г. Данное обстоятельство несколько негативно сказывается на динамике конечного финансового результата – прибыли от продаж.

Показатель прибыли от продаж в 2019 г. по сравнению с 2018 г. увеличился на 198131 тыс. руб. против 290496 тыс. руб. в 2017 г. Темп прироста в 2019 г. составил 40,67% против 147,68 в 2017 г.

Показатель чистой прибыли также имеет нестабильную тенденцию по темпам прироста. В абсолютном выражении в 2017-2019 гг. показатель чистой прибыли отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» за период 2017-2019 гг. имеет положительную динамику. Однако на конец 2019 г. наблюдается заметное замедление темпов прироста исследуемого показателя.

В отделе № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала наблюдается некоторое снижение показателя производительности труда, что может свидетельствовать о необходимости пересмотра мотивационной политики для сотрудников Банка, разработки мер дополнительного мотивационного и стимулирующего воздействия в целях достижения установленных Банком показателей развития.

В таблице 2 представлены данные о движении персонала отдела №1.

Таблица 2

Данные о движении персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» за период 2017-2019 гг.

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год	Отклонение (+/-)		Темп роста, %	
				2018 / 2017	2019 / 2018	2018 / 2017	2019 / 2018
Численность персонала на начало года	41	37	51	-4	+14	90,24	137,84
Приняты на работу	12	15	12	+3	-3	125,0	80,0
Выбыли	16	8	14	-8	+6	50,0	175,0
В том числе: по собственному желанию	13	6	13		-	200,0	100,0
уволены за нарушение трудовой дисциплины	3	2	1	-	-	-	-
Численность персонала на конец года	37	51	49	+14	-2	137,84	96,08
Численность персонала, проработавших полный год	37	44	49	+7	+5	118,92	111,36
Среднесписочная численность персонала	39	44	50	+5	+6	112,82	128,2

Данные таблицы отражают скачкообразную тенденцию уровня текучести персонала в 2018-2019 гг.

На конец 2018-2019 гг. уровень текучести чуть ниже по сравнению с 2017 годом. Так, в 2019-м году численность выбывших (уволенных) сотрудников составило 14 чел, что на 6 человек, или на 75% больше по сравнению с 2018-м годом. В 2019-м г. по сравнению с 2017-м годом численность выбывших (уволенных) сотрудников составило 14 чел., что на 2 чел, или на 14,3% меньше.

Увольнения по собственному желанию за 2019 г. составило 13 человек, что также соответствует показателю 2017 г. В течение 2019 года уволились по собственному желанию 13 сотрудников, что на 7 чел. больше, чем в 2018 г. В 2019 году численность работников на конец года составила 50 человек, что на 6 чел., или на 13,63% больше по сравнению с 2017 годом.

На протяжении 2017-2019 гг. отмечены единичные случаи нарушения трудовой дисциплины (прогулы и иное). Тенденция увольнения за нарушение трудовой дисциплины на конец 2019 г. заметно снижается (до 1 чел.).

Структура персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» по трудовому стажу на конец 2019 г. представлена на рис.2.

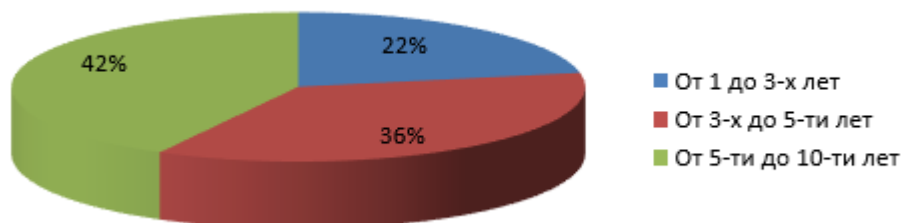


Рисунок 2. Структура персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» по трудовому стажу на конец 2019 г.

Данные, представленные на рис.2 позволяют заключить, что по состоянию на конец 2019 г. в отделе № 1 по работе с задолженностью физических Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» определена структура сотрудников по стажу работы. Она показывает, что основная часть сотрудников имеет стаж работы в данной организации от 3-х до 10 лет (78%), что свидетельствует о рациональной кадровой политике и избирательном подходе к подбору сотрудников.

Таким образом, исследовав структуру персонала Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» и, в частности, структуру персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц по Омскому филиалу, можно сделать ряд выводов:

1.Общая среднесписочная численность персонала АО «Россельхозбанк» в течение 2017-2019 гг. характеризуется положительной динамикой. В целом среднесписочная численность персонала АО «Россельхозбанк» в 2017-2019 гг. увеличилась более чем в 1,3 раза, что свидетельствует об активном развитии финансово-кредитной организации.

2.Анализ кадров Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» свидетельствует о том, что в настоящее время основной состав персонала составляют сотрудники со стажем работы от 3-х до 10 лет.

3. Результаты анализа структуры персонала отдела № 1 по работе с задолженностью физических лиц Омского регионального филиала АО «Россельхозбанк» на конец 2019 г. позволяют сделать вывод о ее оптимальности и сбалансированности.

В заключение отметим, результаты проведенного анализа и оценки используются при подборе кандидатов, при планировании и проведении программ обучения и развития работников Банка, при формировании резерва кадров, ротации и поощрении высокорезультативных и квалифицированных работников.

Библиографический список

1. Управление персоналом: учебник и практикум / О. А. Лапшова [и др.]. М.: Юрайт, 2017. - 406 с.
2. Бобровская Е.В., Артемьева В.В. Особенности формирования кадровой политики коммерческого банка // Экономика и предпринимательство, 2019. - № 3.- С. 1126-1131.
3. Бобровская Е.В., Артемьева В.В. Оценка деятельности Омского филиала ПАО «Совкомбанк» // Финансовая экономика, 2019.- №4. - С.474-476.
4. Макарова Л.В., Джафаров Н.К. Особенности управления персоналом организации // Вестник Московского университета МВД России. – 2019. – С. 242-244.
5. Вукович Г.Г., Никитина А.В. Кадровая политика как инструмент управления персоналом // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 1. – С.1-5.
6. Годовые отчеты о финансовой деятельности АО «Россельхозбанк» за 2017-19 гг.

УДК 338

**Богатова А.В., Карпова Д.А. Финансовый контроллинг как фактор
повышения финансовой устойчивости предприятия**
Financial controlling as a factor in increasing the financial stability of enterprises

Богатова Анастасия Вячеславовна,

магистрант, Уральский государственный экономический университет

Карпова Дарья Артемовна,

магистрант, Уральский государственный экономический университет

Научный руководитель:

Новикова Наталья Валерьевна,

д.э.н., доцент кафедры региональной, муниципальной экономики и управления,

Уральский государственный университет

Bogatova Anastasia Vyacheslavovna,

Master student, Ural State University of Economics

Karpova Daria Artemovna,

Master student, Ural State University of Economics

Supervisor:

Novikova Natalya Valerevna,

Doctor of Economics, Associate Professor, Department of Regional, Municipal Economics and Management, Ural State University

Аннотация. В статье сформулирована необходимость внедрения системы финансового контроллинга. Рассматривается сущность понятия «финансовый контроллинг», его функции и роль в структуре повышения финансовой устойчивости предприятия. Определены основные факторы финансовой устойчивости и влияние на них финансового контроллинга.

Ключевые слова: финансовый контроллинг, финансовая устойчивость, инвестиционный контроллинг, финансовая деятельность, финансовая политика, управление предприятием.

Abstract. the article formulates the need to implement a financial controlling system. The essence of the concept of "financial controlling", its functions and role in the structure of increasing the financial stability of an enterprise are considered. The main factors of financial stability and the influence of financial controlling on them are determined.

Keywords: financial control, financial stability, investment control, financial activity, financial policy, enterprise management.

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

На современном уровне развития экономики финансовая устойчивость предприятия является определяющим фактором его функционирования и развития. Роль анализа и поиска факторов повышения экономической устойчивости предприятия растет с каждым днем. Одним из факторов повышения финансовой устойчивости является финансовый контроллинг.

Зачастую финансовые данные, а также информация, полученная в ходе финансового управления предприятиями, являются несвоевременными и неточными. Финансовые отчеты составляются неправильно, отражают некорректную и неточную информацию, что приводит к некорректному пониманию финансовой ситуации организации в целом и принятию неверных управленческих решений.

Именно поэтому каждому предприятию необходимо усиливать надзор и контроль за финансовой деятельностью с помощью создания эффективной системы финансового контроля. Данная система дает возможности для достижения и реализации стратегических целей предприятия, совершенствования распределения и использования финансовых ресурсов.

Финансовый контроллинг – это подсистема контроллинга предприятия, направленная на максимизацию положительных финансовых показателей с помощью способов, методов и средств контроллинга финансовой составляющей организации.

Основной задачей финансового контроллинга является регулирование финансовых ресурсов, которые необходимы для покрытия платежей, возникающих в процессе деятельности предприятия. К функциям финансового контроллинга относятся:

- получение финансовых источников;
- администрирование финансовых источников;
- распределение финансовых источников;
- эффективность финансовых источников.

В современной теории существует несколько подходов, определяющих место финансового контроллинга в структуре повышения финансовой устойчивости предприятия. Однако все подходы имеют одну общую черту – каждый из них улучшает финансовый процесс предприятия и, в частности, позволяет наиболее оптимально использовать финансовые источники. На рисунке 1 определяется место финансового контроллинга в общей системе по повышению устойчивости предприятия [3].



Рисунок 1. Место финансового контроллинга в структуре повышения финансовой устойчивости предприятия [1]

Стратегический контроллинг, как правило, ориентирован на будущую деятельность организации. Направление стратегического контроллинга в основном применяются к внешней среде, однако также можно наблюдать его применение к внутренней среде предприятия.

В отличие от стратегического контроллинга, оперативный контроллинг ориентирован на настоящее и на ближайшее будущее предприятия.

Финансовый контроллинг можно понимать как регулирование финансовых потоков предприятия, он включает в себя внутренний и инвестиционный контроллинг.

Внутренний (затратный) контроллинг ориентирован на управление затратами, доходами и прибылью предприятия и затрагивает главным образом систему счетов.

Инвестиционный контроллинг ориентирован на выявление и оценку инвестиционных альтернатив, планирование капитальных затрат, разработку экономических проектов, методы оценки эффективности и реализацию проектов.

Существует несколько подходов к содержанию финансового контроллинга, в общем виде со стороны практической реализации он определяется следующим образом:

- 1) Оценка финансовой политики и целей предприятия;
- 2) Контроль оборотных средств, куда входит управление дебиторской задолженностью, запасами оборотным капиталом посредством контроля текущей ликвидности;
- 3) Индикаторы и системы показателей, то есть инструменты управления, а именно – финансово-экономический анализ.

Внедрение финансового контроллинга на предприятии является сложным и длительным процессом, но с его помощью можно будет повлиять на следующие факторы, влияющие на финансовую составляющую предприятия:

- операционные факторы, которые включают в себя маркетинг, ассортимент продукции, управление производством, а также структуру текущих затрат, уровень использования основных средств, размер страховых и сезонных запасов;
- инвестиционные факторы, включая портфель акций, потребление инвестиционных ресурсов, планируемые суммы прибыли проектов и управление инвестициями;
- финансовые факторы, включая финансовую стратегию, структуру активов (ликвидность), долю заемного капитала, долю краткосрочных источников заемного капитала, дебиторскую задолженность, стоимость капитала, уровень финансовых рисков, управление финансами.

Таким образом, создание эффективной системы контроллинга позволит предприятию усилить надзор за финансовой деятельностью организации, будет содействовать достижению стратегических целей и реализации проектов компании, а также повлияет на наиболее оптимальное распределение и использование ресурсов.

Руководству необходимо помнить, что результативность функционирования такой системы тесно связана с активностью, творчеством и ответственностью со стороны заинтересованных сторон предприятия.

Библиографический список

1. Ананьина Е. А., Данилошкин С. В., Данилочкина Н. Г. и др. / Контроллинг как инструмент управления предприятием / Под ред. Н. Г. Данилошкиной. М: Аудит, ЮНИТИ, 1998. - 279 с.
2. Казакова Н.А. Финансовый контроллинг в холдингах [Текст] : монография / Н. А. Казакова, Е. А. Хлевная, А. А. Ангеловская. - Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2016. - 237 с.
3. Карминский А. М. Контроллинг на промышленном предприятии [Электронный ресурс]: Учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько [и др.]. - Москва: Издательский Дом «ФОРУМ»; Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2013. - 304 с.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 6/2020

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. 5,1. 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