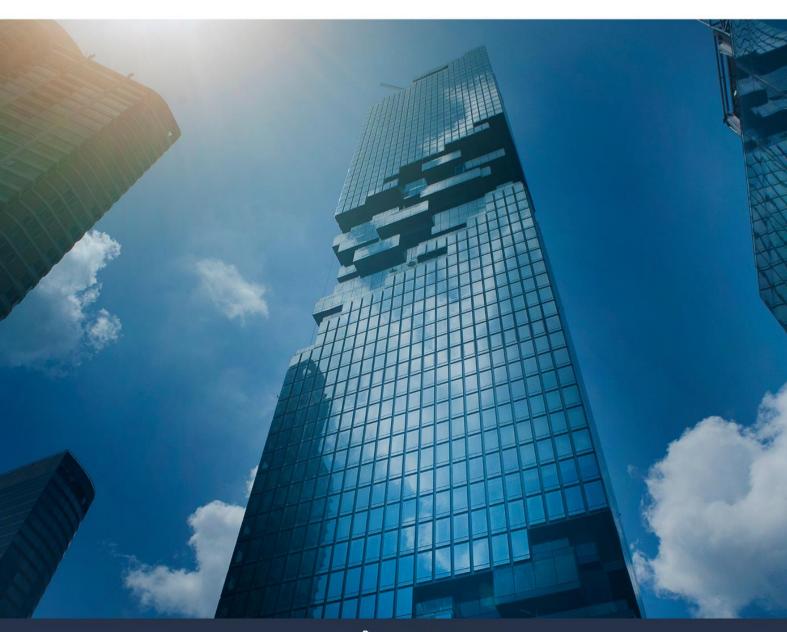
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

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

№ 3/2022

www.edrj.ru Нижний Новгород 2022 УДК 33 ББК 65 Э 401

Экономические исследования и разработки: научноисследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» – №3– 2022. – 76 с.

DOI 10.54092/25420208_2022_3

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 HOO «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

<u>Балашова Раиса Ивановна</u> – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры "Экономика предприятия" Донецкого национального технического университета.

<u>Глебова Анна Геннадьевна</u> – 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.

<u>Бикеева Марина Викторовна</u> – 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.

<u>Лаврентьева Марина Анатольевна</u> – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБО 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 экономикоматематического моделирования.

<u>Шагалова Татьяна Владимировна</u> – 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

Оглавление

| БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ6 |
|---|
| Ватомская А.С. Совершенствование учета выручки в коммерческих |
| организациях, в связи с реформированием бухгалтерского учёта в |
| соответствии с МСФО6 |
| Харакоз Ю.К. История возникновения и развития международных |
| стандартов финансовой отчетности11 |
| ЛОГИСТИКА17 |
| Бейсенбаев Р.М., Каточков В.М. Основные подходы к изучению систем |
| реверсивной логистики17 |
| МАРКЕТИНГ23 |
| Бекузарова З.В. Влияние покупательской вовлеченности в бренд на |
| удовлетворенность и лояльность потребителей |
| ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, |
| ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ |
| Батьковский А.М., Батьковский М.А., Кравчук П.В. Методические |
| основы и показатели оценки диверсификационной деятельности |
| предприятия ОПК |
| Вакарюк Ю. Методика оценки экономической эффективности малого |
| предприятия |
| Шарипова Э.А., Гумирова Э.В. Оценка введения системы контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них |
| на всех этапах этого оборота49 |
| ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ 59 |
| Салбиева А.И. Особенности социального обеспечения военнослужащих |
| |
| Ягупова Е.А., Черникова Л.Ф. Повышение финансовой грамотности |
| лі упова с.л., терпикова л.Ф. повышение финансовой грамотности |
| населения на примере использования базовых банковских пролуктов и |
| населения на примере использования базовых банковских продуктов и услуг62 |

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 657.1

Ватомская А.С. Совершенствование учета выручки в коммерческих организациях, в связи с реформированием бухгалтерского учёта в соответствии с МСФО

Improvement of recognition of revenues in commercial organizations in connection with the reform of accounting in accordance with IFRS

Ватомская Анастасия Сергеевна

Магистрант 2 курса кафедры бухгалтерского учета и налогообложения РЭУ им. Г.В. Плеханова

Статья выполнена под научным руководством Посадневой Е. М. к.э.н., доцента кафедры бухгалтерского учета и налогообложения РЭУ им. Г.В. Плеханова

Vatomskaya Anastasia Sergeevna

2d year Master's student of Accounting and Taxation Department

Plekhanov Russian University of Economics

The article was written under the scientific supervision of Posadneva E. M. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Accounting and Taxation Department Plekhanov Russian University of Economics

Аннотация. В данной статье рассматривается проект ФСБУ «Доходы», который по плану Министерства Финансов Российской Федерации должен будет применяться к бухгалтерской отчетности с 2025 года, а также осуществляется его сравнение с действующим ПБУ 9/99 "Доходы организации" в части выручки от обычных видов деятельности.

Ключевые слова: выручка, отличимый товар (услуга), степень исполнения договора, контроль над товаром (услугой), справедливая стоимость.

Abstract. This article deals with the draft of federal accounting standard "Income", which will be applied to accounting statements from 2025, according to the plan of the Ministry of Finance of the Russian Federation, also this project compared with the accounting regulation 9/99 "Incomes of the organization" in part of proceeds on sales.

Keywords: revenue, a distinguishable product (service), the extent of a contract implementation, control over a product (service), fair value.

DOI 10.54092/25420208_2022_3_6

Рецензент: Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна - Доктор экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

Министерство финансов РФ продолжает проект по сближению Российских стандартов бухгалтерского учета с Международными стандартами финансовой отчетности. Данный курс был выбран по причине того, что на сегодняшний день сложившаяся отечественная система бухгалтерского учета и отчетности не позволяет бизнесу в полной мере опираться на получаемую информацию при осуществлении своей деятельности, из-за ее порой ненадлежащего качества и ненадежности. Зарубежный же опыт показывает, что при непосредственном применении МСФО или использовании этих стандартов в основе построения национальной системы достигаются характеристики, определяющие полезность информации.

В настоящей статье выявлены изменения, грядущие в будущем в отношении учета доходов от обычных видов деятельности в коммерческих организациях, изложенные в новом проекте ФСБУ «Доходы».

Актуальность выбранной темы связана с тем, что выручка является главной целью любой коммерческой организации и одним из самых важных показателей результатов ее деятельности, а реформирование бухгалтерскогоучёта д оходов в соответствии с МСФО может дать пользователям бухгалтерской отчетности более точную информацию о ней.

В РСБУ на данный момент действует, введенное с 1 января 2000 г. Положение по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99, который по плану Министерства Финансов РФ, начиная с 2025 года, должен будет смениться на ФСБУ «Доходы», проект которого разработал НП «ИПБ России», но организации имеют право применять новый стандарт уже сейчас, не дожидаясь его вступления в действие, закрепив это в учетной политике.

Проект ФСБУ «Доходы» был разработан 28.06.2019 года, по результатам публичного обсуждения был доработан 25.12.2020 года.

Сравним проект данного стандарта с действующим на данный момент ПБУ 9/99«Доходы» в части доходов от продаж.

Первая часть проекта ФСБУ «Доходы» практически идентична первой части ПБУ 9/99«Доходы». В ней приводятся общие положения о том, что считается доходами организации, кто обязан применять стандарт, но и вводится пункт о том, что организация должна принимать во внимание условия заключенных в отчетном периоде договоров, соглашений, а также всех других релевантных фактов и обстоятельств при применении ФСБУ.

В следующей части нового стандарта изложена классификация объектов, учитываемых как доходы от обычных видов деятельности. Из нововведений в ней содержатся условия, при единовременном выполнении которых объекты учета могут классифицироваться как выручка. Так, для этого необходимо:

- Подтверждение права организации на получение выручки. Как правило, оно закрепляется в договоре между организацией и покупателем, но может быть доказано и иным соответствующим образом.
- В договоре определены условия о правах сторон в отношении передаваемых предметов договора, то есть продукции, товара, услуг, работ, и условия их оплаты.
- У организации должна быть уверенность в том, что исполнение договора приведет к увеличению экономических выгод организации в течение отчетного периода.

Если же указанные условия не выполняются полностью или частично, а оплата от покупателя уже получена организацией, то в соответствии с новым стандартом в случае, когда организация выполнила полностью свои обязательства или полученная оплата (другой актив в счет оплаты) не подлежат возврату в соответствии с условиями договора, то выручка признается. В действующем ПБУ 9/99, поступивший актив признается кредиторской задолженностью, а не выручкой.

Появляется и еще одно новое правило. Если с одним покупателем или несколькими взаимозависимыми в одно и то же время было заключено несколько договоров, то их нужно учитывать как один, в случае, исполнения этих договоров единовременно или последовательно друг за другом, а также когда они относятся к единому проекту с общей нормой прибыли.

В этом же разделе вводится понятие «отличимый товар (услуга)»- это товар, который не связан с другими товарами (услугами), позволяющий получить экономическую выгоду от его передачи, а в договоре с покупателем закреплена обязанность передать ему этот товар (услугу). Для примера возьмем ситуацию, когда по договору купли-продажи передается оборудование и его установка (монтаж), но в тексте договора указана единая стоимость товаров и услуг. В соответствии с новым стандартам необходимо будет разделить выручку отдельно по товару и отдельно по услуге, то есть распределить общую цену.

Если все товары (услуги) невозможно идентифицировать как отличимые, то учет ведется в целом по договору.

Организация должна определять передается ли покупателю отличимый товар (услуга) сразу или постепенно в определенный промежуток времени для целей классификации объектов учета выручки организации, критерии для осуществления данного распределения также содержатся в стандарте.

В третьей части стандарта «Учет выручки», вводится другое важное нововведение. Оно связанно с признанием доходов на дату перехода к покупателю контроля над товаром (услугой). Сейчас выручка считается полученной с момента

перехода права собственности на товар к покупателю или в момент приемки им услуг. По новому проекту организация будет обязана оценивать степень исполнения договора на каждую отчетную дату по доле переданных отличимых товаров (услуг), либо на долю понесенных расходов на передачу отличимых товаров (услуг) от общей величины. Контроль над товаром (услугой) считается переданным покупателю, если одновременно выполняются условия:

- покупатель самостоятельно определяет способ использования товара (услуги);
- покупатель получает возможность получать все существенные экономические выгоды от этого товара (услуги);
- доступ третьих лиц к получению экономических выгод от данного товара (услуги) ограничен.

Выручка будет учитываться в размере полученных организацией денежных средств (других активов в счет оплаты), либо равна сумме дебиторской задолженности, также может исчисляться как начисленная выручка еще непредъявленная покупателю к оплате.

Если организация по договору с покупателем предоставляет право отсрочки платежа или рассрочку на несколько месяцев, то это будет считаться коммерческим кредитом, и сумма выручки будет определяться методом дисконтирования цены по договору, то есть к дебиторской задолженности после признания выручки нужно прибавлять начисленные проценты, учитываемые в составе прочих доходов. Ставка дисконтирования определяется на момент заключения договора и не может изменяться на протяжении его периода действия.

Еще одним изменением станет необходимость определять справедливую стоимость для не денежных активов, которые были получены от покупателя в качестве оплаты по договору, а также в отношении активов, полученных организацией безвозмездно. Справедливая стоимость будет определяться по правилам МСФО.

Многие положения нового стандарта довольно сложны в применении, поэтому организациям, которые используют упрощенные методы ведения бухгалтерского учета разрешено не применять некоторые пункты, например, они, как и раньше, могут определять выручку кассовым методом, то есть по мере поступления денежных средств или других активов на счета организации. Однако, предполагается, что выгоднее использовать новый стандарт, так как он предоставляет возможность получать более информативную отчетность учредителям.

Таким образом, в ближайшем будущем бухгалтерский учет в России продолжит совершенствоваться. В отношении учета выручки будет введено довольно большое количество нововведений, многие из которых основываются на профессиональном суждении бухгалтера, поэтому порядок станет сложнее, чем сейчас, но в то же время

информация по новому стандарту станет более практичной, сфера ее применения расширится.

Налоговый и бухгалтерский учет станут иметь больше отличий, чем на данный момент, поэтому трудозатраты ответственных за учет сотрудников увеличатся, но согласно мнениям экспертов это необходимая плата за более высокие качество бухгалтерской отчетности.

Библиографический список

- 1. "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791) Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.11.2020) // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 10.11.2021).
- 2. «Об одобрении Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу» Приказ Минфина РФ от 01.07.2004 N 180// КонсультантПлюс: справочно-правовая система [Офиц. сайт]. URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 10.11.2021).
- 3. Проект ФСБУ «Доходы»// ИПБ России [Офиц. сайт] URL: https://www.ipbr.org/developments/fas-income/(дата обращения: 10.11.2021).

УДК 33

Харакоз Ю.К. История возникновения и развития международных стандартов финансовой отчетности

The history of the emergence and development of international financial reporting standards

Харакоз Ю.К.

канд. экон. наук, доцент Дипломатическая академия МИД России, г. Москва Кharakoz J.K. candidate of economic sciences, Docent, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow

Аннотация. Анализируя исторический аспект возникновения финансовой отчетности как отрасли бухгалтерского учета, стоит обозначить, что в каждой стране, стандарты, требования и нормы финансового учета зарождались в зависимости от национальных традиций, законодательного опыта и исторических предпосылок. Именно поэтому правила формирования финансовой отчетности в каждой стране имели значительные отличия. В рамках стандартизации современной учетной системы происходит пересмотр нормативов отчетности в соответствии с международными стандартами.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, финансовая отчетность, международные стандарты финансовой отчетности, консолидированная отчетность, Совет по международным стандартам финансовой отчетности. финансовый учет.

Abstract. Analyzing the historical aspect of the emergence of financial reporting as a branch of accounting, it is worth noting that in each country, the standards, requirements and norms of financial accounting originated depending on national traditions, legislative experience and historical background. That is why the rules for the formation of financial statements in each country had significant differences. As part of the standardization of the modern accounting system, reporting standards are being revised in accordance with international financial reporting standards.

Keywords: accounting, financial reporting, international financial reporting standards, consolidated reporting, International Financial Reporting Standards Board, financial Accounting.

DOI 10.54092/25420208 2022 3 11

Рецензент: Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна - Доктор экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

Введение

В целях конвергенции принципов, требований и правил формирования финансовой отчетности применяются два подхода:

- Подход стандартизации. Целью данного подхода является разработка стандартов по нормативам, которые будут применимы мировым экономическим сообществом;
- Подход гармонизации. Цель данного подхода заключается в том, что каждая страна должна максимально гармонично выстроить национальные стандарты, которые будут аналогичны унифицированным стандартам.

Методологическая основа исследования

Использовались общенаучные методы исследования, такие, как методы системного анализа и исследования операций, метод сравнений и аналогий, метод обобщений, а также методы формально-логические, моделирования, перехода от общего к частному, от абстрактного к конкретному.

Конвергенция принципов формирования финансовой отчетности

Подход стандартизации является наиболее приемлемым и актуальным, так как существует необходимость моделировать финансово-хозяйственную деятельность компании в формы отчетности с помощью единого «языка бизнеса». В связи с данным условием, были разработаны международные стандарты, которые используются всеми странами и направлены на унификацию требований составления финансовой отчетности. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) содержат информацию о процессе формирования финансовой отчетности – обязательное указание всех операций компании в установленной форме. Создание МСФО обусловлено проблемой поиска общего «языка» между компаниями – партнерами и компаниями – конкурентами в разных странах.

Подход стандартизации рассчитан на транснациональные компании, которые наращивают свое влияние в мировой торговле. Главными вопросами, которыми интересуются инвесторы – это будут ли его вложения приносить прибыль и какой размер дохода он получит от инвестируемых денежных средств. В случае, когда инвестор хочет вложить свои деньги в компании, которые находятся в разных странах, ему достаточно изучить информацию относительно результативности деятельности компании и ее финансовой составляющей. Для принятия грамотных управленческих решений инвесторам необходима информационно-аналитическая база о финансовой информация компаний, которая формируется по единым принципам и стандартам.

На первом этапе формирования унифицированных стандартов Совет по международным стандартам использовал принцип «постепенной гармонизации», при применении которого одни и те же операции финансово-хозяйственной деятельности в разных компаниях отражались с помощью нескольких разрешенных подходов. Впоследствии, принцип «постепенной гармонизации» подвергся критике со стороны инвесторов. Именно поэтому в 90-х годах Совет по МСФО (СМСФО) заменил принцип «постепенной гармонизации» на политику конвергенции. СМСФО и Совет по стандартам финансового учета США используют именного этот принцип в партнёрстве в рамках сферы учета.

Ведомство по финансовым инструментам США разрешило применять международные правила финансовой отчетности совместно с общепринятыми

стандартами финансового учета (Generally Accepted Accounting Principles, - US GAAP). В настоящее время Ведомство выпустило для всестороннего обсуждения проект закона, который разрешил бы использование американскими компаниями МСФО вместо общепринятых стандартов финансового учета. В рамках принятого соглашения «Партнёрство по конвергенции» между Советом по МСФО и Советом по стандартам финансового учета США проводится совместная работа по формированию норм стандартизации учетных стандартов по следующим направлениям:

- создание единых комитетов в учетной сфере (Меморандум от 2006 г.);
- разработка плана деятельности обособленных рабочих групп по изучению передового опыта в сфере применения учетно-аналитических стандартов финансовой отчетности;
- контроль и анализ работы международных Советов по стандартам в области финансового учета.
- В настоящее время стратегия конвергенции продолжает развиваться и трансформироваться под влиянием современных экономических условий мирового рынка. В 2010 году была проделана большая работа по изменениям в стратегии, был выпущен рабочий план мероприятий с приоритетностью краткосрочных проектов.

Формы применения МСФО

Международные стандарты ФО применяются компаниями по всему миру. На сегодняшний день можно выделить 4 формы применения:

- 1 форма применение МСФО как национальных стандартов;
- 2 форма применение МСФО в качестве стандартов для определенных публичных компаний;
 - 3 форма добровольное применение МСФО;
 - 4 форма применение МСФО запрещено.

Внедрение МСФО на национальном уровне происходит посредством:

- прямого внедрения на основе национальных стандартов;
- создания учетных стандартов, взаимосвязанных с международными правилами;
- применения международных стандартов публичными компаниями;
- приравнивания национальных стандартов к МСФО;
- переклассификации МСФО в национальные стандарты.

Для проведения оценки результативности работы Совета по МСФО, необходимо проанализировать применение стандартов компаниями в различных юрисдикциях (табл.1).

Таблица 1
Фрагмент структуры применения МСФО по отдельным юрисдикциям (на
основе 166 юрисдикций)

| Часть света | Количество юрисдикций | Страны, применяющие МСФО (% от общего числа) |
|----------------|-----------------------|---|
| Европа | 44 | 27 |
| Африка | 38 | 23 |
| Ближний Восток | 13 | 8 |
| Азия и Океания | 34 | 20 |
| Америка | 37 | 22 |
| Всего | 166 | 100 |

Стоит заметить, что большая часть юрисдикций поддерживают единую систему Международных стандартов, регулирующих принципы и правила формирования корпоративной финансовой отчётности.

Финансовые ведомства юрисдикций, которые внедрили МСФО в национальную учетную систему, оценивают комплекс международных стандартов, как квалифицированный набор стандартов, которые максимально правильно регулируют процесс бухгалтерского (финансового) учета. В отдельных государствах, например, Белизе, Бермудских островах, Каймановых островах, Швейцарии МСФО используется при формировании финансовой отчетности публичными компаниями.

В состав 166 юрисдикций входят государства, которые являются членами Европейского Союза (ЕС) и Европейского экономического пространства (ЕЭП). Применение МСФО в данных государствах является обязательным для компаний, акции которых обращаются на бирже.

Регулирующие документы по МСФО в Российской Федерации

В Российской Федерации реформирование системы нормативного регулирования бухгалтерского учета и финансовой отчетности на основе МСФО началось в 1998 году. С этого момента произошли значительные изменения в национальной системе регулирования бухгалтерского учета и отчетности. Сегодня система бухгалтерского учета в России находится в процессе реформирования, так как существует еще много проблем и недостатков, хотя сама система значительно приближена к международным стандартам.

Стоит отметить, что процесс перехода к международным стандартам финансовой отчетности сложный и требует серьезной и тщательной подготовки, в котором принимают участие профессиональные учетные сообщества, предприниматели, регулирующие государственные органы, а также инвесторы.

Причиной внедрения МСФО в финансовую и аудиторскую деятельность в России является создание благоприятного инвестиционного климата и повышения информационной открытости отчетности компаний.

Нормативным актом Правительства РФ от 06.03.1998 года №283 было утверждено, что международные стандарты станут основой реформирования финансовой сферы, также в данном документе был принят комплекс мер по реформированию национальной системы учета и отчетности. В 2011 году был принят Федеральный закон от 06.12.2011 года №402-ФЗ «О бухгалтерском учете», в соответствии с которым были введены в действие новые принципы и правила, регулирующие раскрытие информации о деятельности компании в финансовой отчетности. Приказом Минфина России от 25.11.2011 года № 160н в России были введены в действие 37 международных стандартов и 26 методических указаний, содержащих разъяснения стандартов. Таким образом, Россия присоединилась к тем странам, которые уже адаптировали в своей правовой системе МСФО. Также был принят Федеральный закон от 27.07.2010 года № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности», который стал законодательной основой принятия в России международных стандартов.

Таким образом, происходит постепенное реформирование системы бухгалтерского учета в Российской Федерации. Практическое применение МСФО призвано обеспечить российские компании экономическими выгодами от более эффективной интеграции в международный рынок.

Основополагающими принципами МСФО выступают: концепция соответствия доходов и расходов отчетному периоду (правила формирования финансового результата операции), концепция преобладания квинтэссенции над правилами классификации операции, принцип беспристрастности, концепция отражения категорий отчетности в денежном измерении, концепция имущественной отдельности бухгалтерской принцип предусмотрительности. Принципами, предприятия, устанавливающими качественные характеристики отчетности компании, являются: доступность, существенность, доказанность, сравнимость. Принципы, направленные на выполнение качественных характеристик: принцип полноты, своевременности, достоверности и объективности.

Заключение

Процесс реформирования национальной системы бухгалтерского учета и отчетности еще не завершен. Постоянно вносятся изменения для своевременного реагирования на быстро меняющуюся экономическую конъюнктуру мирового рынка.

Происходит процесс дальнейшей адаптации национальных стандартов в соответствии с МСФО, обеспечивая их максимальную унификацию.

Повышение прозрачности и улучшение инвестиционного климата российской экономики является одной из задач Правительства РФ в области социально-экономической политики и модернизации экономики. Адаптация бухгалтерского учета и отчетности к МСФО – одна из важнейших мер по повышению инвестиционной привлекательности российских компаний.

Применение принципов и правил формирования финансовой отчетности компаний в соответствии с МСФО требует знаний, навыков и профессионализма не только от прямых пользователей учетной сферы (компаний, аудиторов), но и от регулирующих государственных органов и инвесторов. Правительство РФ сталкивается со многими проблемами при внедрении международных стандартов, такими как неразвитая нормативно-правовая база, недостаточная компетентность профессионального сообщества, значительные различия между национальными учетными стандартами и МСФО, высокая стоимость процесса перехода к международным стандартам.

Библиографический список

- 1. "Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России" (одобрена Методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине РФ, Президентским советом ИПБ РФ 29.12.1997) Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17312/
- 2. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ Электронный pecypc: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/
- 3. Постановление Правительства РФ от 06.03.1998 N 283 "Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности" Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18125/
- 4. Приказ Минфина России от 25.11.2011 N 160н (ред. от 02.04.2013, с изм. от 21.01.2015) "О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации" Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122870/
- 5. Федеральный закон "О консолидированной финансовой отчетности" от 27.07.2010 N 208-ФЗ Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons doc LAW 103021/
- 6. Международные стандарты финансовой отчетности и Разъяснения к ним. Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140000/
- 7. Сайт Международной федерации бухгалтеров http://www.iaasb.org/clarity-center/clarified-standards.
- 8. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://www.minfin.ru/ru/perfomance/audit/audit_stat/MainIndex/

ЛОГИСТИКА

УДК 164

Бейсенбаев Р.М., Каточков В.М. Основные подходы к изучению систем реверсивной логистики

Main approaches to the study of reverse logistics systems

Бейсенбаев Руслан Маратович,

аспирант УрГЭУ

Каточков Виктор Михайлович,

д.э.н., профессор, зав. кафедрой логистики и коммерции, УрГЭУ
Веіsenbaev Ruslan Maratovich,
graduate student USUE
Katochkov Victor Mikhailovich,
Doctor of Economics, Professor, Head. Department of Logistics and Commerce, USUE

Аннотация. В данной статье рассматриваются системы реверсивной логистики как отдельные единицы в логистической науке, выделяются основные методические подходы к анализу различных аспектов систем реверсивной логистики в отечественной и зарубежной практике, на основе чего была создана общая таблица, агрегирующая и отражающая основные тренды в практике научного анализа реверсивных логистических систем, которая позволяет отметить дополнительные возможные направления изучения аспектов систем реверсивной логистики для будущих исследований в данной сфере.

Ключевые слова: логистика, реверсивная логистика, возвратные потоки, методология, системный подход. **Abstract.** This article revolves around reverse logistics systems as separate units in logistics science, the main methodological approaches to the analysis of various aspects of reverse logistics systems in domestic and foreign practice are highlighted, on the basis of which a general table was created that aggregates and reflects the main trends in the scientific analysis of reverse logistics systems, which allows the discovery of additional possible directions of study of aspects of reverse logistics systems for future research in this field.

Keywords: logistics, reverse logistics, reverse flows, methodology, systems approach.

DOI 10.54092/25420208 2022 3 17

Рецензент: Бессарабов Владислав Олегович - Кандидат экономических наук. ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»

Среди проблем, решаемых внедрением системы управления возвратными потоками в торговые предприятия – экологичная утилизация продукции, повышение оборачиваемости активов при повторной продаже кондиционных товаров, оптимизация складских запасов, и улучшение деловой репутации ритейлеров в связи с социально ориентированной политикой компании.

Одной из основных целью реверсивной логистики является оптимизация издержек через минимизацию затрат на возвратные потоки и через увеличение прибыли за счет продаж на вторичном рынке. Реверсивная логистика обеспечивает

замену оригинальных материалов экономически эффективными альтернативами, тем самым экономя природные ресурсы, производственные мощности и энергию. Реверсивная логистика — это возможность повышения стоимости возвращенного товара через процессы восстановления, повторного использования и/или ремонта [2].

Исторически сложилось, что исследователи и практики часто уделяли большее внимание прямым цепочкам поставок и игнорировали возвратные потоки [3]. Несмотря на это количество работ, связанных с вопросами возвратных логистических потоков, увеличилось экспоненциально в связи с повышенным интересом к реверсивной логистике со стороны исследователей и потребителей данных исследований. О данном факте можно судить по объему результатов запроса ключевых слов «реверсивная логистика» в названиях и текстах статей научных баз РИНЦ и ВАК и "reverse logistics" в Scopus, Web of Science, как показано на рисунке 1.

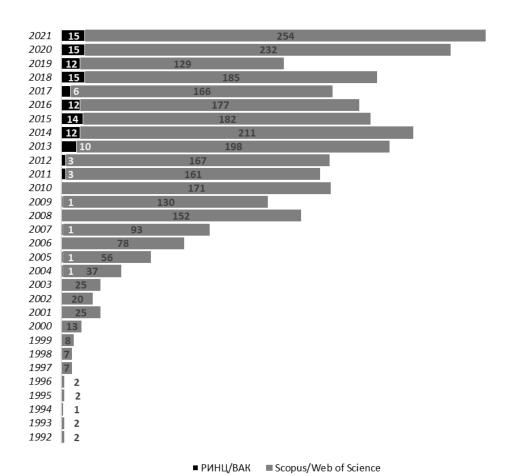


Рисунок 1 - Количество публикаций в базах Scopus, Web of Science, РИНЦ и ВАК по запросу «реверсивная логистика» и "reverse logistics" в период 1992 – 2021 гг.

Как и в традиционных прямых, в реверсивной логистике уместно говорить о системах, в рамках которых осуществляется контроль и организация реверсивных информационных и материальных потоков, а также финансовых потоков в реверсивной логистике.

Мировой и отечественный опыт показывает, что на сегодняшний день применяется несколько подходов к анализу реверсивных логистических систем и различных ее аспектов. Большинство работ, анализирующих реверсивную логистику, направлены на изучение способов оптимизации ресурсов, реализации социальной ответственности организаций и на анализ необходимости соблюдения организациями законодательных требований в экологической и природоохранной сфере.

Среди прочих, системный подход используется в работе Джаарона А. А. М. и Бэкхаус К. в виде методики Vanguard, где исследовалась реверсивная логистика только в рамках отдельных возвратных потоков прямой логистической системы, без явного обособления реверсивной логистической системы [10].

Математическое моделирование, а именно - смешанное целочисленное линейное программирование, позволило рассмотреть оптимальную структуру системы реверсивной логистики, направленную на сокращение объемов отходов в Тайване в работе Ляо Т.-Ю. [11] и на сбор и обработку возвращаемой крупной бытовой техники в городах ОАЭ в работе Альшамси А. и Диабат А. [6].

Также, подход к организации и созданию реверсивной логистической системы через стохастическую многокритериальную модель наблюдается в работе Рамезани М. и др. [12] и в работе Ю Х. и Солванг В. [14]. В обоих случаях направлением исследования является оптимизация различных факторов закрытой прямой и интегрированной реверсивной логистической системой, таких как максимальная экологичность системы при минимальных экономических потерях, гибкость системы, и распределение сети центров приема возврата, обработки и переработки возвратных материальных потоков.

Работа Уикс К. [13] рассматривает структуру системы реверсивной логистики с точки зрения оптимизации маршрутизации в системе, аргументируя тем, что повышение эффективности маршрутов доставок в большей мере, чем такие аспекты как управление ассортиментом товаров и распределение ресурсов, влияет на доходность системы реверсивной логистики.

Система реверсивной логистики в целом анализируется с помощью обширного библиографического анализа в работе Хоссеини М.Р. и др. [9], где авторами выделяются некоторые возможные пути дальнейшего исследования аспектов систем реверсивной логистики, а также в исследовании Алямовской Н.С. и Левиной Т.В. [1], где авторами отмечается проблема фрагментарной и недостаточной информации в научных источниках о практике внедрения и/или эксплуатации систем управления возвратами

тары в российском бизнесе.

Процессный подход нашел отражение в работе Николаева В.В. и Д.А. Ипатовой [4], где авторы структурируют систему работу с отходами в арктической зоне Российской Федерации с помощью элементов реверсивной логистики на основе выделенных процессно-функциональных этапов. Схожим методом анализируется управление общими, модельными системами реверсивной логистики в работе Ткаченко М.Г. [5].

Метод анализа иерархий в виде сравнения нескольких систем реверсивной логистики между собой для выбора оптимальной структуры системы иллюстрируется в работе Даабул Дж. и др. [7].

Для определения недостающих методик анализа систем реверсивной логистики необходимо понимать какие требования должны предъявляться системе, чтобы она была эффективной. В данном случае можно исходить из 3-х шагов к определению стратегии реверсивной логистики, предложенных консультационной компанией КРМG [8]:

- 1. Первый шаг к определению стратегии реверсивной логистики состоит в том, чтобы понять текущие возвратные потоки. Необходимо определить общую стоимость возвратов, провести количественную оценку и классифицировать возвратные товарные потоки. Такая информация становится необходимой для точного определения стратегического подхода к управлению возвратами и указывает места, где необходимо снизить риски в логистической цепочке. Часто на этом этапе становится ясно, что политика возврата не подходит для бизнеса или клиентов и/или нуждается в пересмотре.
- 2. Определить требования к системе управления возвратами, то есть ту деятельность, которую она должна выполнять, а именно:
 - Планирование спроса для управления непредсказуемым характером возвратов и риск-менеджмент;
 - Диагностика и осмотр возвратных потоков, а также определение дальнейших действий с товаром после сбора (переупаковка и повторное использование, ремонт, извлечение деталей для переработки и так далее);
 - Возможность обслуживания клиентов для выявления причин и управления возвратами и любыми претензиями, в том числе необходимые средства диагностики и связанные с ними информационные и коммуникационные технологии (контроль качества, учет запасов, отслеживание).

Таблица 1

- Управление транспортом и стоимостью возвратных логистических операций;
- 3. Выбор подходящего подхода к управлению возвратами. Внедрение системы реверсивной логистики собственными ресурсами или использование соответствующего внешнего поставщика услуг на основе информации, собранной в ходе двух предыдущих этапов.

Таким образом, представляется возможным выделение следующих характеристик эффективной системы: прозрачность (возможность анализа и оценки гибкость системы), (планирование потоков, распределение потоков), масштабируемость (способность подстраиваться под разные объемы возврата, возможность изменения структуры системы). На основе данных характеристик был проведен сравнительный анализ на наличие рассматриваемых признаков среди объектов анализа перечисленных методик (Таблица 1).

Сравнительный анализ методик

| • | | • • • | |
|---|--------------|----------|------------------|
| | прозрачность | гибкость | масштабируемость |
| Vanguard | | X | X |
| Смешанное целочисленное линейное программирование | Х | | X |
| Стохастическая многокритериальная модель | | | Х |
| Оптимизация маршрутизации | | Х | X |
| Библиографический анализ | X | | |
| Процессный подход | X | | |
| Метод анализа иерархий | X | | X |

В итоге, по результатам таблицы можно сделать вывод о том, что имеется нехватка методических подходов к анализу систем реверсивной логистики, направленных на изучение возможностей гибкости систем, что, в свою очередь, является возможностью для будущих исследований, например: анализ системы реверсивной логистики с точки зрения ситуационного подхода.

Библиографический список

- Алямовская Н. С., Левина Т.В. Теоретические аспекты управления возвратами тары в цепях поставок // Логистика и управление цепями поставок. 2019.
 № 4(93). С. 22-32.
- 2. Зуева О.Н., Шахназарян С.А. Особенности внедрения реверсивной логистики товаров в цепи поставок // Journal of new economy. 2016. № 4 (66). С. 108-116.

- 3. Карх Д. А., Потапова С. В. Некоторые теоретические и прикладные аспекты возвратной логистики // Journal of new economy. 2012. №. 2 (40). С. 118-122.
- 4. Николаев В.В., Ипатова Д.А. Реверсивная логистика в системе обращения с отходами на территории арктической зоны Российской Федерации // Экономический вектор. № 2 (25). 2021. С. 21-25.
- 5. Ткаченко М.Г. Повышение конкурентоспособности предприятия за счет разработки стратегии управления обратными потоками продукции // Инновации и инвестиции. 2015. № (9). С. 274-278.
- 6. Alshamsi A., Diabat A. A reverse logistics network design // Journal of Manufacturing Systems. 2015. № 37. P. 589-598.
- 7. Daaboul J., Le Duigou J., Penciuc D., Eynard B., Reverse logistics network design: a holistic life cycle approach // Journal of Remanufacturing. 2014. № 4. С. 7.
- 8. Future-proof your reverse logistics. KPMG International. 2017. [Электронный ресурс]. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/id/pdf/2017/08/id-future-proof-reverse-logistics-2august.pdf (дата обращения: 22.02.2022).
- 9. Hosseini R. M., Chileshe N., Rameezdeen R., Lehmann S. Integration of design for reverse logistics and harvesting of information: a research agenda // International Journal of Logistics Systems and Management. 2015. № 4 (20). P. 480-515.
- 10. Jaaron A.A.M., Backhouse C. A systems approach for forward and reverse logistics design: Maximising value from customer involvement" // The International Journal of Logistics Management. 2016. № 3 (27). P. 947-971.
- 11. Liao T.-Y. Reverse logistics network design for product recovery and remanufacturing // Applied Mathematical Modelling. 2018. № 60. P. 145-163.
- 12. Ramezani M., Bashiri M., Tavakkoli-Moghaddam R. A new multi-objective stochastic model for a forward/reverse logistic network design with responsiveness and quality level // Applied Mathematical Modelling. 2013. № 37(1-2). P. 328-344.
- 13. Weeks K. Reverse logistics strategies as a means to improve profitability // International Journal of Logistics Economics and Globalisation. 2011. № 1(3). P. 17-41.
- 14. Yu H., Solvang W. A fuzzy-stochastic multi-objective model for sustainable planning of a closed-loop supply chain considering mixed uncertainty and network flexibility // Journal of Cleaner Production. 2020. №. 266. P. 121702.

МАРКЕТИНГ

УДК 33

Бекузарова З.В. Влияние покупательской вовлеченности в бренд на удовлетворенность и лояльность потребителей

The impact of brand engagement on customer satisfaction and loyalty

Бекузарова Зарина Валерьевна,

к.э.н, старший преподаватель. Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова Векиzarova Zarina Valerievna, Candidate of Economics, Senior Lecturer. North Ossetian State University named after Kosta Levanovich Khetagurov.

Аннотация. Целью статьи является оценка влияния покупательской вовлеченности в бренд на удовлетворенность и лояльность потребителей на рынке смартфонов с использованием метода регрессионного анализа. В результате выявлено отсутствие влияния покупательской вовлеченности в бренд на удовлетворенность потребителей и существенное влияние на лояльность. Наиболее важными элементами покупательской вовлеченности, влияющими на лояльность, являются близость и участие.

Ключевые слова: покупательская вовлеченность в бренд, лояльность потребителей, удовлетворенность потребителей, измерение покупательской вовлеченности, маркетинг вовлечения

Abstract. The purpose of the article is to evaluate the impact of brand involvement on consumer satisfaction and loyalty in the smartphone market using the regression analysis method. As a result, the absence of the influence of customer involvement in the brand on consumer satisfaction and a significant impact on loyalty was revealed. The most important elements of customer engagement that affect loyalty are proximity and engagement.

Keywords: brand involvement, customer loyalty, customer satisfaction, customer engagement measurement, engagement marketing

DOI 10.54092/25420208_2022_3_23

Рецензент: Бессарабов Владислав Олегович - Кандидат экономических наук. ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»

Введение

Покупательская вовлеченность в бренд/ продукт – это социальный феномен и один из важнейших факторов лояльности потребителей, что особенно стало очевидно с развитием социальных сетей. Вовлеченный потребитель постоянно мониторит новости о своем товаре / бренде, тратит время на изучение информации о бренде, делится этой информацией со своими друзьями и знакомыми и способствует таким образом популяризации бренда или товара. По меткому выражению А. Випперфюрста, вовлеченный потребитель осуществляет «маркетинг без маркетинга» и «рекламу без

рекламы», то есть производитель не тратить деньги на маркетинг и рекламу, сами потребители занимаются этим [2].

Особо актуальным данный феномен стал в начале 2000-х годов, когда практикимаркетологи заметили, что высокая удовлетворенность потребителей не всегда приводит к их лояльности, нужно еще что-то, что способствовало бы желанию потребителей оставаться с брендом [5]. Таким инструментом стала покупательская вовлеченность. Предпосылками актуализации феномена покупательской вовлеченности является развитие социальных сетей и вовлечение в них большей части человечества. Население часами находится в социальных сетях, черпает оттуда больше половины информации, которой они пользуются для принятия решений, что увеличивает их влияние на человека в разы.

В связи с этим становится актуальным исследование феномена покупательской вовлеченности и его влияния на удовлетворенность и лояльность потребителей на разных товарных рынках, что и сделано в данной статье на примере рынка смартфонов.

Феномен покупательской вовлеченности

Вовлеченность как характеристика психологии человека известна и включена в модель поведения потребителей, точнее в процесс принятия решения о покупке [1]. Уровень покупательской вовлеченности определяет затраты времени и энергии, который человек готов потратить. Если речь идет о вовлеченности в бренд, то это затраты времени и энергии на взаимодействие с брендом.

Феномен покупательской вовлеченности является частью парадигмы маркетинга взаимоотношений, которая сменила в конце прошлого века традиционный или трансакционный маркетинг [5]. Маркетинг отношений впервые перевел акцент с товара взаимоотношения с потребителями посредством развития долгосрочных взаимодействий ними. Целью было обеспечить С таких взаимодействий потребительскую лояльность в долгосрочном периоде. Традиционными инструментами потребительской обеспечения лояльности являются программы лояльности, построенные на скидках и бонусах для потребителей. Однако, эти инструменты обеспечивают скорее поведенческую лояльность, но не воспринимаемую. В вязи с этим, отношение потребителей к бренду остается важнейшим элементом, формирующим истинную лояльность.

Богатая практика управления брендами показала, что воспринимаемая лояльность к бренду зависит от многих факторов, включая покупательскую вовлеченность в бренд. Поэтому данный феномен становится все более важным для изучения и исследования на разных рынках.

Существует множество определений покупательской вовлеченности, например, вовлеченность как ощущение важности или интереса к товару [7], как сильная

мотивация потребителя, следствием которой является стойкое отношение человека к товару / бренду [1], как степень участия, глубины и качества проработки информации при восприятии рекламы и принятия решения о покупке [7], как степень проявленного когнитивного контроля со стороны потребителя [3] и, наконец, как время, энергия, усилия и эмоции, потраченные потребителем на покупку товара [5].

Обобщая данные определения, можно констатировать, что покупательская вовлеченность может измеряться несколькими аспектами, а именно: интересом к товару и мотивацией покупки, стойкой эмоциональной привязанностью к товару / бренду и , как следствие, затратами времени потребителя на процесс принятия решения о покупке,

Методология исследования

Основным исследовательским вопросом является следующий: насколько сильно покупательская вовлеченность влияет на удовлетворенность и лояльность китайских и русских потребителей смартфонов?

Для ответа на этот вопрос будет обоснован подход к измерению покупательской вовлеченности, а затем проведено исследование в виде опроса китайских и русских потребителей смартфонов.

Основная гипотеза: покупательская вовлеченность имеет более сильную связь с лояльностью, чем удовлетворенность потребителей.

Данная гипотеза обусловлена тем, что феномен вовлеченности был сформулирован в дополнение к уже существующему показателю удовлетворенности, который имеет прямую связь с лояльностью.

Поскольку исследование носит поисковый характер, то специальных требований к выборке не было. Автор ограничился малой выборкой в 92 респондента.

Подход к измерению покупательской вовлеченности

В зарубежной литературе существует достаточно много подходов к измерению покупательской вовлеченности. К примеру, Хавен выделил четыре аспекта вовлеченности в бренд: участие, взаимодействие, близость и влияние (готовность рекомендовать) [7]. Еще более часто выделяют эмоциональную, когнитивную и поведенческую составляющие вовлеченности [8]. Ш. Вивек предложил конструкт покупательской вовлеченности, состоящий из пяти элементов (табл.1) [9].

Таблица 1

Конструкт покупательской вовлеченности [9]

| Измерения | Пояснения |
|------------------|---|
| Осведомленность | Осознание и понимание цели вовлеченности |
| Энтузиазм | Сильное волнение или рвение по поводу фокуса вовлеченности |
| Взаимодействие | Обмен идеями, мыслями, чувствами о цели взаимодействия с |
| | другими. |
| Активность | Действия, направленные на программу или предложение, которыми |
| | занимается человек |
| Экстраординарный | Ощущение новизны восприятия и процесса. |
| ОПЫТ | |

В данной статье использовался подход Хавена, который был адаптирован к российским респондентам и конкретизирован за счет проведения глубинных интервью в работе Х. Юй [4]. В результате Х. Юй предложил шкалу для измерения покупательской вовлеченности, которая и была использована в рамках настоящего исследования (табл.2).

Таблица 2 Шкалы для измерения покупательской вовлеченности [4]

| Конструкт шкалы | | Утверждения | |
|-------------------|----------|---|--|
| | Участие | - я периодически трачу время на изучение новинок, которые предлагает мой бренд - я комментирую и рейтингую разные модели смартфонов, участвую в обсуждениях | |
| B | Взаимо- | - я делюсь контентом о смартфонах бренда моего телефона со | |
| Вовлеченность | действие | своими друзьями | |
| в бренд | | - я сам создаю контент, чтобы поддержать бренд моего телефона | |
| | Близость | - мне всегда интересно разговаривать о бренде моего телефона | |
| | | - я чувствую, что мой смартфон создан именно для меня, он просто идеален! | |
| Удовлетворенность | | - я удовлетворен качеством работы моего смартфона как пользователь | |
| | | - я уверен, что принял правильное решение, когда приобрел свой смартфон | |
| Лояльность - | | - я готов рекомендовать покупку смартфона моего бренда своим | |
| | | близким друзьям и знакомым, в том числе в социальных сетях | |
| | | - в следующий раз я куплю скорее всего смартфон того же | |
| | | бренда, что у меня сейчас | |

Результаты опроса

В выборке доминировали по возрасту люди от 18-40 лет с высшим образованием, в основном женщины. Большую часть составили респонденты со средними доходами. Самый популярный смартфон - марки Apple. Вторым и третьим по популярности являются китайские бренды – Honor и Xiaomi.

В табл.3 представлены средние оценки атрибутов покупательской вовлеченности. Самыми высокими средними оценками покупательской вовлеченности

характеризуются «участие» и «близость», «взаимодействие» не получило высоких оценок (табл.2).

Таблица 3 Средние оценки респондентами атрибутов покупательской вовлеченности

| | Средняя оценка |
|-------------------|----------------|
| Участие | 3,0 |
| Взаимодействие | 1,85 |
| Близость | 4,2 |
| Удовлетворенность | 6,2 |
| Лояльность | 5,7 |

При этом общая средняя удовлетворенность выше, чем лояльность.

Далее были построены регрессионные модели, связывающие факторы покупательской вовлеченности с удовлетворенностью (1-я модель) и с лояльностью (2-я модель).

Результаты моделирования по первой модели показали ее несостоятельность, что означает, что фактически связь между факторами покупательской вовлеченности и удовлетворенностью потребителей выявлена не была.

Что касается связи между факторами вовлеченности и лояльности, то модель показала достаточно высокую значимость. Ниже представлены результаты построения регрессионной модели (табл.4 и 5).

Талица 4 Результаты построения регрессионной модели 2

| Регрессионная ст | гатистика |
|-------------------------|-------------|
| Множественный R | 0,912976174 |
| R-квадрат | 0,833525494 |
| Нормированный R-квадрат | 0,82618103 |
| Стандартная ошибка | 0,424783342 |
| Наблюдения | 72 |

Таблица 5

Коэффициенты регрессии

| | Коэффициенты | Стандартная ошибка | t-статистика |
|----------------|--------------|--------------------|--------------|
| Ү-пересечение | -0,517799139 | 0,357222597 | -1,449513954 |
| Участие | 0,70 | 0,076629934 | 9,154456457 |
| Взаимодействие | 0,13 | 0,050914245 | 2,470910406 |
| Близость | 0,43 | 0,067723682 | 6,370229819 |

Как видно, качество модели достаточно высокое, поскольку нормированный R-квадрат равен 0,82. Для проверки надежности модели использовался критерий Фишера.

F-критерий = 113,49,

Значимость = 2,04387566450103E-26.

Поскольку фактическая значимость меньше уровня значимости α =0.05, то регрессионная модель признана значимой по критерию Фишера.

Проверка значимости коэффициентов регрессии проводилась с использованием критерия Стьюдента. Табличное значение t критерия Стьюдента составило 1,995.

Все вычисленные коэффициенты регрессии выше чем табличное значение, что означает их значимость.

Следовательно, интерпретация модели следующая: максимальное влияние на лояльность оказывает фактор участия ($b_1=0,7$). Далее по влиянию на лояльность следует фактор близости (($b_3=0,43$) и последним по влиянию оказался фактор взаимодействия ($b_2=0,13$). Это означает, что повышение лояльности возможно за счет работы, в основном, с фактором участия – предложение покупателям информации о новинках, обзоров и других новостей, которые вовлекают их во взаимодействие с брендом. Самостоятельное создание контента и вовлечение во взаимодействие других пользователей не является эффективным средством повышения лояльности. И, конечно, важно работать с идентичностью бренда, его дизайном, поскольку этот фактор также оказывает существенное влияние на лояльность потребителей.

Таким образом, наша гипотеза о том, что покупательская вовлеченность оказывает более сильное влияние на лояльность, чем на удовлетворенность, подтвердилась.

Заключение

Покупательская вовлеченность все чаще рассматривается как ключевой фактор лояльности в условиях доминирования в качестве основного канала коммуникаций социальных сетей. Это создает как возможности, так и риски для производителей товаров и услуг. Возможности состоят в том, что социальные сети доступны для использования в рамках реализации маркетинговых стратегией вовлечения любому производителю как с технической, так и с экономической точек зрения. Однако, это не означает, что любое формальное присутствие в социальных сетях уже само собой гарантирует успешность бренда, его привлекательность и покупательскую лояльность. Существенное значение имеет контент, а также грамотное использование различных атрибутов вовлеченности для достижения лояльности. Наше исследование показало, что такие факторы покупательской вовлеченности как близость и участие оказывают более значимое влияние на лояльность потребителей, чем фактор взаимодействия. Это обстоятельство следует учитывать при разработке стратегий маркетинга вовлечения в бренд на рынке смартфонов.

Библиографический список

- 1. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. СПб., 2007. 944 с.
- 2. Випперфюрст А. Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию. СПБ: Коммерсантъ, 2008. 176с.
- 3. Фельсер, Г. Психология потребителей и реклама. М: Издательство «Гуманитарный центр», 2009. 844с.
- 4. Юй, Х. Влияние потребительской вовлеченности в бренд на лояльность на рынке смартфонов: магистерская диссертация / Х. Юй. Санкт-Петербург, 2021.- 75с.
- 5. Юлдашева, О.У., Окольнишникова И.Ю., Боброва Е.А. Маркетинг вовлечения покупателей в развитие бренда / Под науч. ред. д-ра экон. наук О.У. Юлдашевой. СПб.: Изд-во «Политехника-сервис», 2010.- 147с.
- 6. Ashley, C. Why customers won't relate: obstacles to relationship marketing engagement [Text] / C. Ashley, S. Noble, N. Donthu, K. Lemon // Journal of Business Research. 2010. № 16 (3). P. 749–756.
- 7. Haven, B. Marketing's New Key Metric: Engagement, August 8, Forrester Research, 2007.-15p.
- 8. Kumar, V., Lerzan Aksoy, Bas Donkers, Rajkumar Venkatesan, Thorsten Wiesel and Sebastian Tillmans (2010), Undervalued or Overvalued Customers: Capturing Total Customer Engagement Value, Journal of Service Research, 13 (3), 297-310.
- 9. Vivek, S. A scale of consumer engagement. Dissertation / S. Vivek. Tuscaloosa, Alabama, 2009. 249p.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 338.24

Батьковский А.М., Батьковский М.А., Кравчук П.В. Методические основы и показатели оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК

Methodological foundations and indicators for assessing the diversification activities of the defense industry enterprise

Батьковский Александр Михайлович

доктор экономических наук, главный научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт РАН, Россия, г. Москва

Батьковский Михаил Александрович

кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник, Научно-испытательный центр «Интелэлектрон», Россия, г. Москва

Кравчук Павел Васильевич

доктор экономических наук, коммерческий директор, Научно-испытательный центр «Интелэлектрон», Россия, г. Москва Batkovsky Alexander Mikhailovich Doctor of Economics, Chief Researcher, Central Economic and Mathematical Institute of the RAS, Russia, Moscow Batkovsky Mikhail Alexandrovich Candidate of Economic Sciences, Leading Researcher, Scientific Testing Center "Intelektron", Russia, Moscow Kravchuk Pavel Vasilyevich, Doctor of Economics, Commercial Director, Scientific Testing Center "Intelektron", Russia, Moscow

Аннотация. Предприятия оборонно-промышленного комплекса выполняют определенные функции, производя продукцию военного и гражданского назначения. Чтобы эффективно развиваться в условиях динамично изменяющейся внешней среды они должны переходить на выпуск новой продукции с использованием новых технологий. Для этого предприятия оборонно-промышленного комплекса осуществляют диверсификационную деятельность, направленную на решение данной задачи. Анализ указанной деятельности осуществляется на базе соответствующих методических основ и системы показателей, которые нуждаются в совершенствовании ввиду резкого изменения условий производственной деятельности предприятий в последние годы. В статье представлены предложения по их развитию в настоящее время. Реализация разработанных предложений в практике управления диверсификацией производства на предприятиях оборонно-промышленного комплекса позволит повысить оптимальность данного процесса и эффективность их деятельности.

Ключевые слова: предприятие, показатели, оборонно-промышленный комплекс, производство, диверсификационная деятельность.

Abstract. Enterprises of the military-industrial complex perform certain functions, producing military and civilian products. In order to develop effectively in a dynamically changing external environment, they must switch to the production of new products using new technologies. For this purpose, enterprises of the military-industrial complex carry out diversification activities aimed at solving this problem. The analysis of these activities is carried out on the basis of appropriate methodological foundations and a system of indicators that need to be improved due to the sharp change in the conditions of production activities of enterprises in recent years. The article presents proposals for their development at the present time. The article presents proposals for their developed proposals in the practice of managing the diversification of production at the enterprises of the military-industrial complex will increase the optimality of this process and the efficiency of their activities.

Keywords: enterprise, indicators, military-industrial complex, production, diversification activity.

DOI 10.54092/25420208_2022_3_30

Рецензент: Бессарабов Владислав Олегович - Кандидат экономических наук. ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»

Введение

Под диверсификационной деятельностью предприятия обороннопромышленного комплекса (ОПК) понимаются действия научного, технологического, финансового и коммерческого характера, направленные на разработку и реализацию диверсификационных мероприятий [1; 2]. Понятие «диверсификационная деятельность предприятия ОПК» можно определить, с нашей точки зрения, как деятельность, связанную с созданием и выводом на рынок нового товара (услуги), внедрением нового производственного процесса, а также формированием новых рынков. К основным видам данной деятельности относятся:

- научно-исследовательские работы, проводимые с целью совершенствования действующих и внедрения новых технологий [3];
 - работы по модернизации и реконструкции производства и управления [4];
 - производство новых или усовершенствованных образцов продукции [5];
- переобучение работников предприятия и мотивация их на реализацию диверсификационных мероприятий [6].

Реализация диверсификационных мероприятий вызывает потребность в изменении форм и методов управления диверсификационной деятельностью. В процессе развития различных идей, предложенных в разное время зарубежными и отечественными исследователями, сформировались методические основы и показатели оценки данной деятельности.

Методические основы оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК Теоретико-методологическую базу оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК образуют элементы теорий военной экономики, инновационного развития, менеджмента, институциональных изменений и др. Обобщение некоторых положений ряда теорий, используемых при управлении предприятиями ОПК, показало, что научная база управления диверсификацией производства должна представлять собой синтез данных положений и включать в себя элементы государственного и рыночного регулирования производства, а также инструментарий управления данным процессом [7].

При разработке проектов отдельных диверсификационных мероприятий необходимо выбирать наиболее эффективные ИΧ обеспеченные варианты, соответствующими ресурсами. При этом, учитывая сложность объекта анализа, необходимо рассматривать диверсификационной все аспекты деятельности предприятия оборонно-промышленного комплекса (см. рис. 1) [8; 9].

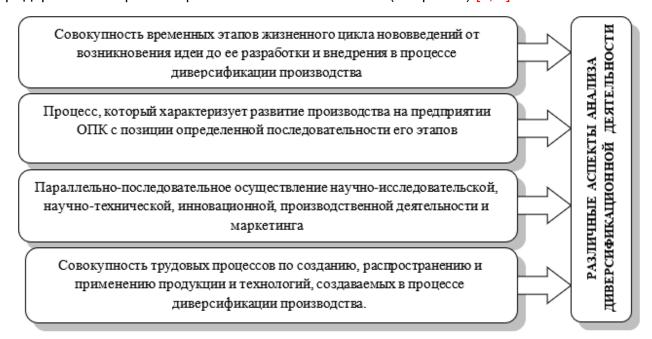


Рис. 1. Основные аспекты оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК

Развитие методических основ оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК целесообразно осуществлять, с нашей точки зрения, используя экономико-математический инструментарий, представленный в таблице 1.

Таблица 1

Экономико-математический инструментарий, рекомендуемый для оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК

| Модели (функции, уравнения) оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК | Сферы применения моделей (функций, уравнений) при оценке диверсификационной деятельности предприятия ОПК |
|--|---|
| Диффузионные феноменологические модели | Анализ процесса развития технологий в процессе диверсификации производства |
| Модель анализа развития отрасли В.Л. Кучина и Е.В. Якушева | Оценка факторов развития производства на предприятиях ОПК |
| Дифференциальные уравнения | Анализ процессов роста предприятий ОПК |
| Модель нейтрального НТП по Р. Солоу | Анализ научно-технического развития предприятия ОПК с учетом различных факторов, оказывающих на него влияние |
| Информационная модель В.А. Трапезникова | Определение уровня использования знаний в диверсификационном развитии предприятий ОПК |
| Производственные функции | Анализ факторов, влияющих на производство в процессе диверсификации производства |

Показатели оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК

Для решения всех задач, связанных с оценкой диверсификационной деятельности, необходимо использовать различные показатели:. На основе результатов измерений данных показателей определяются тенденции и прогнозируется дальнейшее развитие указанной деятельности. Совокупность данных показателей должна образовывать систему, в состав которой должны входить, с нашей точки зрения, следующие основные показатели P_1 - P_8 [10; 11; 12]:

1. Изменение стоимости активов предприятия ОПК при реализации диверсификационного мероприятия (проекта):

$$P_1 = GR^O = \frac{ST_1^A - ST_0^A}{ST_0^A} \cdot 100\% \tag{1}$$

где GR^o - величина изменения стоимость активов предприятия ОПК при реализации диверсификационного мероприятия; ST_0^A - стоимость активов предприятия ОПК в начале осуществления диверсификационного мероприятия, руб.; ST_1^A - стоимость активов в конце осуществления диверсификационного мероприятия, руб.

2. Изменение чистой прибыли предприятия ОПК в результате осуществления диверсификационного мероприятия:

$$P_2 = GR^{NP} = \frac{NP_1 - NP_0}{NP_0} \% \cdot 100$$
 (2)

где $\mathit{GR}^{\mathit{NP}}$ - величина изменения чистой прибыли предприятия ОПК в результате осуществления диверсификационного мероприятия; NP_0 – чистая прибыль предприятия на начало реализации диверсификационного мероприятия, руб. NP_1 - чистая прибыль предприятия на конец реализации диверсификационного мероприятия, руб.

3. Изменение выручки от продаж продукции, создаваемой предприятием ОПК, в результате осуществления диверсификационного мероприятия:

$$P_3 = GR^{SP} = \frac{SP_1 - SP_0}{SP_0} \cdot 100\%$$
 (3)

где GR^{SP} - величина изменения выручки от продаж продукции, создаваемой предприятием ОПК, в результате осуществления диверсификационного мероприятия; SP_0 – выручка предприятия ОПК от продаж продукции в начале осуществления диверсификационного мероприятия, руб.; SP_1 выручка от продаж продукции в конце реализации данного мероприятия, руб.

4. Изменение стоимости нематериальных активов предприятия ОПК при реализации им диверсификационного мероприятия:

$$P_4 = GR^{NM} = \frac{NM_1^A - NM_0^A}{NM_0^A} \cdot 100\%$$
 (4)

где GR^{NM} - величина изменения стоимости нематериальных активов предприятия ОПК при реализации им диверсификационного мероприятия; NM_0^A , - стоимость нематериальных активов предприятия ОПК в начале осуществления диверсификационного мероприятия, руб.; NM_1^A стоимость данных активов в конце его реализации, руб.

5. Удельный вес диверсификационной продукции в общем объеме продукции, произведенной предприятием ОПК:

$$P_5 = Q^{IP} = \frac{V^{IP}}{V^{OP}} \cdot 100\% \tag{5}$$

где $Q^{^{IP}}$ - величина изменения удельного веса диверсификационной продукции в общем объеме продукции, произведенной предприятием ОПК при реализации им диверсификационного мероприятия; $V^{^{IP}}$ - объём диверсификационной продукции, создаваемой после проведения диверсификационного мероприятия; $V^{^{OP}}$ - объём всей

продукции, производимой предприятием после осуществления диверсификационного мероприятия.

6. Гибкость производства на предприятии ОПК (возможности предприятия ОПК менять вид своей деятельности при проведении диверсификационного мероприятия):

$$P_6 = FG = \frac{RR^A}{K^P} \cdot 100\% \tag{6}$$

где FG - величина изменения гибкости производства на предприятии ОПК; RR^A – отношение между чистой прибылью предприятия ОПК, направляемой на финансирование диверсификационного мероприятия, и стоимости его собственных активов; K^P – количество новых изделий, которые готовятся к производству в процессе диверсификации производства.

7. Изменение производственных фондов предприятия ОПК в ходе диверсификации производства:

$$P_7 = NF^P = \frac{NF_1^P}{NF_2^P} \cdot 100\% \tag{7}$$

где - величина изменения производственных фондов предприятия ОПК в ходе диверсификации производства; $NF_1^{\ P}$ - стоимость введенных основных фондов предприятия в период диверсификации производства; $NF_2^{\ P}$ - стоимость всех основных фондов предприятия на конец реализации диверсификационного мероприятия.

8. Доля затрат предприятия ОПК, выделяемых на проведение диверсификационного мероприятия:

$$P_8 = Q^{SC} = \frac{V_Z^{SC}}{V_Z^{TC}} \cdot 100\% \tag{8}$$

где Q^{SC} - доля затрат предприятия ОПК, выделяемых на проведение диверсификационного мероприятия; V_Z^{SC} - затраты предприятия ОПК на проведение диверсификационного мероприятия; V_Z^{TC} - общий объём затрат предприятия.

Применение нескольких критериев оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК затрудняет анализ ее эффективности, т.к. они слабо согласованы и в некоторой мере дублируют друг друга [13]. Это не позволяет получать однозначные результаты данной оценки. Для расчета интегрального показателя оценки следует определить значимости частных показателей $P_1 \dots P_8$, путем присвоения каждому из них относительного веса $\omega_j \in [0,...,1]$, $j=\overline{1,n}$. При этом необходимо, чтобы выполнялась

следующая зависимость:

$$\sum_{j=1}^{n} \omega_j = 1 \tag{9}$$

где n – количество частных показателей, равное 8.

Определить значимости частных показателей оценки диверсификационной деятельности $P_1 \dots P_8$, можно экспертно на основе анализа экономической информации или путем использования экономико-математического инструментария [14]. Определив значимость частных показателей оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК и их нормированные значения, необходимо рассчитать критерий ее интегральной оценки:

$$EF_{qi} = \sum_{i=1}^{n} \omega_j \cdot g_{ij} \tag{10}$$

где $\mathit{EF}_{\mathit{qi}}$ – интегральный критерий оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК; n - число частных показателей оценки; g_{ij} – нормированные значения частных показателей; ω_{i} – вес частного показателя.

Методы расчета частных показателей определяются спецификой деятельности предприятия оборонно-промышленного комплекса [15; 16]. При их использовании должны применяться методы логического сложения с помощью которых исключается двойной счет. Для определения качественной оценки диверсификационной деятельности предприятия ОПК предлагаются следующие соотношения:

- высокая активность диверсификационной деятельности $EF_{ai} > 2;$
- средняя активность диверсификационной деятельности $1 < \mathit{EF}_{\mathit{qi}} \quad \leq 2;$
- низкая активность диверсификационной деятельности $0 < EF_{ai} \le 1$.

Заключение

Проведенный оценки диверсификационной анализ методических OCHOB деятельности предприятия ОПК позволил увязать основные положения сущности данного процесса и показателей, используемых в нем. Установлено, что выявленные взаимозависимости различных факторов, определяющих условия диверсификации предприятиях ОПК, производства на создают научно-методическую основу формирования системы показателей оценки данной деятельности. С помощью диверсификационной предложенного инструментария оценки деятельности предприятия оборонно-промышленного комплекса можно выбрать оптимальный

вариант ее реализации. Его развитие целесообразно осуществлять в первую очередь путем увеличения числа используемых оценочных показателей.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ, в рамках научного проекта № 21-78-20001.

Библиографический список

- 1. Бочкарёв О.И., Довгучиц С.И. Диверсификация российских оборонных предприятий: проблемы, состояние и перспективы // Научный вестник обороннопромышленного комплекса России. 2019. № 2. С. 5-18.
- 2. Голубев С.С., Беркутова Т.А., Шурукова Е.Е. и др. Механизмы диверсификации промышленных предприятий России в условиях военно-гражданской интеграции: маркетинговый аспект // Финансовая экономика. 2020. № 8. С. 36-40.
- 3. Цомаева И.В., Бажанов В.А., Киселева А.А. Диверсификация производства на предприятии оборонно-промышленного комплекса // Экономика. Профессия. Бизнес. 2020. № 3. С. 98-103.
- 4. Магомедова П.Г. Диверсификация предприятий оборонно-промышленного комплекса // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 3-1. С. 39-42.
- 5. Шамхалов Ф.И., Канкулов М.Х., Богатырёва Э.М. Вопросы диверсификации деятельности предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности // Научный вестник оборонно-промышленного комплекса России. 2019. № 4. С. 65-77.
- 6. Батьковский А., Попов С. Приемы мотивации к труду и профессиональному росту (на примере инновационных организаций) // Проблемы теории и практики управления. 1999. № 1. С. 104-109.
- 7. Авдонин Б.Н., Батьковский А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период. М.: Креативная экономика, 2011. 512 с.
- 8. Мишин Ю.В., Костерев Н.Б., Сухарев В.Б., Мишин А.Ю. Методы, процедуры и инструменты диверсификации предприятий и организаций ОПК России // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2019. Т. 10. № 1. С. 38-53.
- 9. Чемезов С.В., Волобуев Н.А., Коптев Ю.Н. и др. Диверсификация, компетенции, проблемы и задачи, новые возможности // Инновации. 2017. № 4 (222). С. 3-27.
- 10. Буренок В.М., Дурнев Р.А., Крюков К.Ю. Диверсификация оборонно-промышленного комплекса: подход к моделированию процесса // Вооружение и экономика. 2018. № 1 (43). С. 41-47.
- 11. Бойкова А.В., Самылина Ю.Н. Некоторые вопросы диверсификации оборонных предприятий // Экономика и предпринимательство. 2020. № 6(119). С. 339-342.

- 12. Батьковский А.М., Фомина А.В., Батьковский М.А. и др. Совершенствование управления оборонно-промышленным комплексом. Москва, Онто Принт. 2016. 472 с.
- 13. Кандыбко Н.В., Сорокин С.В. Методический подход к диверсификации производства высокотехнологичных предприятий оборонной промышленности // Военный академический журнал. 2020. № 2 (26). С. 128-132.
- 14. Власкин Г.А. Диверсификация ОПК как приоритетное направление построения высокотехнологичной отечественной промышленности // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2019. № 5. С. 97-113.
- 15. Батьковский А.М., Трофимец В.Я. Система поддержки принятия решений с модулями прикладных математических моделей и методов // Вопросы радиоэлектроники. 2015. № 9. С. 253-275.
- 16. Фомина А.В., Стяжкин А.Н., Батьковский М.А. Инновационное развитие радиоэлектронной промышленности России // Вопросы радиоэлектроники. 2015. № 3. С. 243-258.

УДК 33

Вакарюк Ю. Методика оценки экономической эффективности малого предприятия

Methodology for assessing the economic efficiency of a small enterprise

Вакарюк Юрий

Магистрант специальности Экономика Университет «Туран», Казахстан, г. Алматы Научный руководитель

Закирова Д.И.

PhD, профессор университета «Туран», Казахстан, г. Алматы Vakaryuk Yuri Master's Degree in Economics. Turan University, Kazakhstan, Almaty scientific adviser Zakirova D.I. PhD, Professor of the University "Turan", Kazakhstan, Almaty

Аннотация. Цель статьи – обоснование методического подхода к оценке экономического эффективности малых предприятий. В современных условиях малые предприятия, имеющие небольшой капитал, небольшую численность персонала, небольшие объемы производства товаров, работ, услуг конкурируют не только между собою, но и с крупными компаниями, имеющими значительно больше возможностей в ведении бизнеса. Важными конкурентными преимуществами малых предприятий являются гибкость управления и быстрая адаптация к изменениям внешней среды, быстрая обратная связь с потребителем товаров, работ или услуг, а также личное руководство собственника бизнесом, понимание собственника всех проблем бизнеса, а отсюда – и достаточно быстрое принятие необходимых решений. С другой стороны, такие компании в большей мере, по сравнению с крупными, ограничены в привлечении финансовых, трудовых ресурсов, они не могут позволить себе длительное время работать в убыток, наращивая клиентскую базу (как это могут сделать филиалы, отдельные подразделения крупных компаний). Эффективность как отношение результата к затратам для крупных компаний должна анализироваться постоянно. При этом, под результатом можно понимать и валовой доход, и операционную прибыль, и чистую прибыль предприятия, а под затратами – и текущие операционные затраты, и вложения в активы и вложения в собственный капитал бизнеса.

Ключевые слова: малое предприятие, эффективность, рентабельность, деловая активность, финансовые результаты.

Abstract. The purpose of the article is to substantiate the methodological approach to assessing the economic efficiency of small enterprises. In current conditions, small businesses with little capital, a small number of employees, small volumes of goods, works, and services compete with each other, and large companies with much more business opportunities. Significant competitive advantages of small businesses are flexibility of management and quick adaptation to changes in the external environment, quick feedback from the consumer of goods, works or services, as well as personal management of the business owner, understanding of the owner of all business problems, and hence the relatively quick adoption of the necessary decisions. On the other hand, in comparison with large ones, such companies are more limited in attracting financial and labor resources. They cannot afford to work at a loss for a long time, increasing their customer base (as can be done by branches, separate divisions of large companies). Efficiency as a ratio of results to costs for large companies should be constantly analyzed. At the same time, the result can be understood as gross income, operating profit, net profit of the enterprise, and under costs - both current operating costs and investments in assets and investments in the business's equity.

Keywords: small business, efficiency, productivity, business activity, financial results.

DOI 10.54092/25420208 2022 3 39

Рецензент: Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна - Доктор экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

Введение

Малые предприятия отличаются от средних и крупных, прежде всего, численностью персонала, дополнительными критериями являются сфера деятельности, объем продаж и стоимость капитала такого предприятия. В Республике PΚ Предпринимательским Кодексом [1] Κ субъектам малого предпринимательства отнесены индивидуальные предприниматели без образования юридического лица и коммерческие организации со среднегодовой численностью персонала до 100 человек и среднегодовым доходом до 300000-кратного месячного расчетного показателя (для микропредприятий – до 15 человек и с доходом не более 30000-кратного МРП). В ст.24 того же кодекса установлены ограничения по видам деятельности таких лиц (исключена охранная деятельность, деятельность в сфере лотерей и игорного бизнеса, банковская деятельность и еще ряд иных). Такие предприятия являются объектом государственной поддержки, поскольку в Республике Казахстан государством развивается и реализуется политика по поддержке малого и среднего предпринимательства, как и в других странах, для целей развития конкуренции на рынке.

Эффективность для субъектов малого предпринимательства очень высока. Эффективность подразумевает соотношение полученного результата организацию бизнеса, произведенными затратами на ведение деятельности, использование тех или иных ресурсов [2]. Для оценки эффективности применяются разные показатели, K которым относятся как показатели результативности использования таких ресурсов как материалы, труд, капитал, так и показатели рентабельности (продаж, активов, собственного капитала). Любая коммерческая организация в своей деятельности нацелена на получение прибыли, и на максимизацию прибыли, получаемой на выложенные ресурсы, что и является эффективностью. Для повышения эффективности на конкурентном рынке, к тому же и в условиях кризиса, необходимо предлагать значительные управленческие усилия, принимать сложные решения, которые бы обеспечили рост доходов, снижение расходов, оптимизировали бы объем вложений в бизнес – то есть способствовали бы росту эффективности.

Поэтому целью в статье стал анализ имеющихся методов и выбор наиболее приемлемых для анализа эффективности малых предприятий методов анализа эффективности.

Основные положения

Прежде всего, требуется привести определение эффективности, разные подходы к пониманию эффективности.

Авторы «Экономикс» К. МакКоннелл и соавторы указывают на то, что экономика в целом как наука «...исследует проблемы эффективного использования ограниченных

производственных ресурсов...» [3]. При этом, известный итальянский экономист В. Парето (1848-1923 гг.) указывал на то, что экономическая эффективность предполагает получение максимума возможных благ от имеющихся (то есть, вложенных) ресурсов [4].

М. Альберт М. Мескон. И Φ. Хедури указывают, что экономической эффективностью называется отношение результата, который получается в процессе управления к организационным издержкам, которыми обеспечен данный результат [5]. П. Друкер указывает на то, что экономическая эффективность есть положением дел, где нельзя было что-либо изменить, чтобы удовлетворить еще более полно желание одного человека, включая клиента, либо нельзя улучшить уже ни один показатель, не ухудшая другого (то есть, всё доведено до оптимума) - то есть «эффективность по Парето», и ее главной задачей должно быть согласованность интересов при формировании оптимального соотношения целей и затрат [6]. На практике достижение «эффективности по Парето» вряд ли возможно, поскольку в деятельности почти каждой организации имеются определенные проблемы и упущение, изменение которых могут улучшить деятельность без ухудшения иных показателей.

Понятие «эффективность» можно рассматривать как эффективность управления и как экономическую эффективностью. А. Рузгка указывает на наличие в английском языке двух разных терминов, характеризующих эффективность – effectiveness и efficiency [7]. Как раз эффективность, которая определяется как effectiveness – экономическая эффективность, отдача на вложенные ресурсы, а эффективность, определяемая термином efficiency –результативность, которая является результатом управления бизнесом (см. таблицу 1):

Таблица 1 Разница между экономической эффективностью и результативностью

| Подходы | Экономическая | Результативность |
|------------------|----------------------------|------------------------------------|
| | эффективность | |
| Системный подход | Рассматривается «выход» из | Рассматривается «вход» в систему: |
| | системы (предприятия) как | ресурсы и организация управления |
| | экономический результат | ИМИ |
| Организационный | Достижение общей цели | Результат достижения целей при |
| подход | бизнеса, доходность | использовании ресурсов |
| | вложений в бизнес | |
| Факторный подход | Количественное выражение: | Качественное выражение: |
| | рентабельность продаж, | достижение поставленных целей: |
| | активов, собственного | рыночная доля, количество |
| | капитала | клиентов, узнаваемость бренда, |
| | | лояльность клиентов, |
| | | удовлетворенность клиентов и т.п., |
| | | выполнение поставленных планов и |
| | | т.п. |
| | | |
| | | |

Источник: составлено автором на основе [7]

Результативность понимается как достижение определенных целей деятельности, которые важны для формирования общего результата бизнеса (а им является прибыль). Эти цели связаны с маркетингом, продажами, затратами, возможно и с персоналом, иными ресурсами бизнеса. При оценке результативности необходимо анализировать отдачу на персонал, оборудование или иные основные средства, запасы, оборотные активы, расходы на маркетинг. Потому в числителе обычно – выручка (операционные доходы), а в знаменателе – то, отдача на что именно рассматривается. Естественно, операционные доходы в отдаче должны быть связаны с конкретно этими вложениями, которые находятся в знаменателе.

Эффективность (экономическая эффективность) – именно экономическая категория, характеризующаяся отношением финансового результата (операционной прибыли, чистой прибыли) к вложенным в бизнес ресурсам: текущим затратам, инвестициям, активам, капиталу. Именно финансовый результат является обобщающим показателем анализа эффективности бизнеса, деятельности предприятия [8]. Под затратами же можно понимать и авансированные затраты (вложения в капитал, в активы), и текущие затраты. Эффективность или «рентабельность» в данном случае предполагает оценку прибыльности вложений или прибыльности продаж.

Материалы и методы

Основные методы, которые связаны с анализом эффективности, можно также разделить на методы оценки результативности и методы оценки экономической эффективности.

Прежде всего, нужно рассмотреть показатели «отдачи на ресурсы», то есть, сколько дает для предприятия с точки зрения операционных доходов каждая денежная единица, вложенная в ресурс, либо каждая физическая единица используемого ресурса (таблица 2):

Таблица 2 Показатели отдачи (эффективности) ресурсов предприятия

| Ресурсы | Расчет |
|--|--|
| Основные фонды, оборудование и т.п. | Фондоотдача: $\Phi 0 = \frac{\text{Выручка}}{\text{Средняя стоимость ОПФ}}$ |
| осорудование и тип | Отдача с площади (склада, торговой площади и т.п.). |
| | ОП = $\frac{\mathrm{Выручка}}{\mathrm{Средняя}\ \mathrm{площадь}}$ |
| Материальные ресурсы (сырье и материалы) | Материалоотдача: $MO = \frac{B_{\text{ыручка}}}{3$ атраты на материалы |
| Трудовые ресурсы | Производительность труда: $\Pi T = \frac{Bыручка}{Cредняя численость персонала}$ |
| | Производительность труда по затратам: |
| | $\Pi T = \frac{Bыручка}{3атраты на персонал}$ |
| Маркетинговые ресурсы | Отдача от затрат на маркетинг: 0 тд $M = \frac{B$ ыручка $}{3$ атраты на маркетинг |

Источник: составлено автором по материалам [9]

Кроме этого, часто рассматриваются показатели оборачиваемости оборотных активов, их элементов, рассчитываются операционный и финансовый цикл предприятия.

Таблица 3 Показатели оборачиваемости (деловой активности)

| Показатель | Расчет |
|--------------------------------|--|
| Коэффициент оборачиваемости | ${ m Ko6}=rac{TR}{ar A}.$ ${ m Ko6}-{ m ko9}$ ффициент оборачиваемости; ${ m TR}-{ m выручка}$ за период $ar A-{ m cpe}$ дняя величина активов или пассивов (в т.ч. по группам) |
| Период оборота, дней | $To6 = \frac{\bar{A}}{TR} \times t$. $To6 - $ период оборота (в днях); $TR - $ показатель выручки за период (могут использоваться и затраты); $\bar{A} - $ средняя величина активов или пассивов (в т.ч. по группам); $t - $ количество дней в периоде (если год $- $ обычно берется 365 дней). |

Источник: составлено автором на основе [10].

Соответственно, чем больше дней оборачивается актив или пассив, тем ниже его оборачиваемость. На основе этого показателя также рассчитываются производственный, операционный и финансовый циклы предприятия (рис.1):

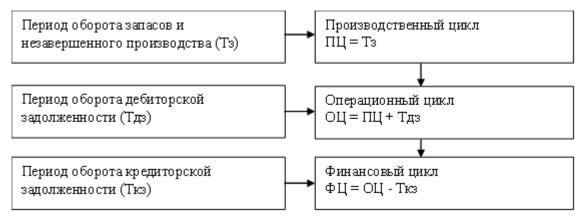


Рисунок 1 – Производственный, операционный и финансовый цикл Источник: составлено автором на основе [10].

Производственный цикл показывает, насколько долго вовлекаются ресурсы в производственную деятельность. Операционный цикл показывает, насколько долго вовлекаются ресурсы в производственно-коммерческую деятельность предприятия (до момента расчетов за товары и услуги). Финансовый цикл же показывает, насколько долго собственные и платные заемные (кредиты) ресурсы привлекаются для обеспечения производственно-коммерческой деятельности. кредиторская задолженность, поскольку она платной не является. Соответственно, чем выше финансовый цикл, тем больше могут быть либо финансовые расходы (требуется больше привлекать кредитов), либо альтернативные издержки владельца бизнеса.

Показатели рентабельности же отражают именно экономическую эффективность предприятия, основные из них представлены в таблице 3:

Расчет

налогов)

Показатели рентабельности текущей деятельности

продаж

Показатель

Рентабельность

валовой прибыли

амортизации

операционной прибыли

уплаты процентов, налогов,

Рентабельность затрат (ROC)

Рентабельность продаж

Рентабельность продаж (ROS)

Показатели рентабельности

 $ROS = \frac{EBIT}{OI} \times 100\%$ OI - операционные доходы (выручка и прочие); EBIT – операционная прибыль (до уплаты процентов и $ROS = \frac{EBITDA}{OI} \times 100\%$ EBITDA - операционная прибыль плюс амортизация $ROC = \frac{EBIT}{OE} \times 100\%$ ОЕ – операционные расходы $ROS = \frac{GP_i}{R_i} \times 100\%$

 GP_i – валовая прибыль (выручка за вычетом прямых

расходов) по і-му продукту, направлению;

Таблица 4

| Показатель | Расчет | |
|------------------------------------|--|--|
| | R_i – выручка по і-му продукту, направлению. | |
| Показатели рентабельности вложений | | |
| Рентабельность активов (ROA) | $ROA = \frac{NI}{\overline{TA}} \times 100\%$ | |
| | NI – чистая прибыль; | |
| | \overline{TA} – средняя величина общих активов предприятия | |
| Рентабельность капитала (ROE) | $ROE = \frac{NI}{\overline{E}} \times 100\%$ | |
| | $ar{\it E}$ – средняя величина капитала предприятия | |

Источник: составлено автором на основе [11], [12]

Анализ рентабельности продаж помогает показать, какая доля операционной прибыли (или EBIDA – показателя, близкого по своей сути к денежному потоку, поскольку из затрат исключена амортизация) содержится в операционных доходах. Анализ рентабельности затрат помогает ответить на вопрос, в какой мере окупаются затраты, какая операционная прибыль на вложенные операционные затраты получается. Анализ рентабельности по валовой прибыли целесообразно проводить по отдельным продуктам и направлениям, чтобы понимать, какой из продуктов или какое из направлений бизнеса наиболее эффективно.

Анализ показателей рентабельности вложений уже показывает не просто отдачу в операционной деятельности, а общую отдачу от бизнеса для владельца. Анализ рентабельности активов позволяет дать ответ, какая отдача от активов как от вложения средств в бизнес имеется у фирмы, и если ставка кредитования ниже, то вполне реально привлекать кредиты, с учетом сохранения той же ставки рентабельности активов. Анализ рентабельности капитала позволяет понимать, насколько выгодно инвестированы в бизнес собственные средства предпринимателя (владельца бизнеса).

Рентабельность продаж влияет на рентабельность собственного капитала в конечном итоге, что можно проанализировать с помощью факторного анализа при использовании модели Дюпон:

$$ROE = ROA \times LR = ROS \times Nop \times Ko \times LR$$
,

(1)

где ROE - рентабельность собственного капитала;

ROA – рентабельность активов;

Nop – отношение операционной прибыли к чистой прибыли;

LR – коэффициент капитализации или «финансовый рычаг» (отношение пассивов к собственному капиталу, т.е. ТА / E);

ROS – рентабельность продаж;

Ко – коэффициент оборачиваемости активов (NS / \bar{A}) [13].

Обсуждение

Анализ показателей эффективности деятельности малого предприятия должен быть построен на получении ответов на исследовательские вопросы, которые в будущем бы позволили принять решения о том, что необходимо сделать для повышения эффективности.

Очевидно, что показатели использования ресурсов необходимо анализировать в первую очередь. Требуется рассчитать показатели эффективности использования основных средств, но только если такие есть (не в аренде), и если они действительно способствуют получению дохода (например, в торговле, в общественном питании площадь помещения может влиять на это, а в ряде видов услуг нет). Требуется рассчитать эффективность использования трудовых ресурсов, хотя и здесь многое зависит от специфики деятельности, и трудоемкость в каждом виде бизнеса неодинакова. Возможно, снижение эффективности использования трудовых ресурсов свидетельствует о необходимости оптимизации численности или размера оплаты труда, необходимости большей привязки результатов деятельности к оплате труда. Также требуется рассчитать эффективность маркетинга, сопоставить ее изменение по периодам, сравнить динамику маркетинговых расходов и продаж. Должен быть получен ответ на вопрос, насколько эффективно используется каждый из видов ресурсов, как изменилась эффективность их использования по сравнению с прошлыми периодами.

Анализ показателей деловой активности для предприятия малого бизнеса целесообразно рассчитывать, если имеются большие запасы, дебиторская и кредиторская задолженность, используются механизма отсрочки платежей как в расчетах с поставщиками и заказчиками, так и с покупателями и подрядчиками. Если ничего этого нет, такой расчет также не принесет значимых результатов. При расчете финансового цикла целесообразно отслеживать его изменение, при его росте рассчитывать дополнительные финансовые потери на привлечение кредитов, либо на привлечение собственного капитала – нераспределенной прибыли (которая могла бы быть и выплачена собственникам бизнеса).

Анализ рентабельности целесообразно всегда начитать с рентабельности продаж по валовой прибыли и общей рентабельности продаж. Надо выявить, какие продукты и направления приносят максимум эффекта при продажах, какие минимум. При анализе общей рентабельности продаж, если показатель небольшой, целесообразно будет рассчитать его с использованием EBITDA (если у фирмы есть основные средства и амортизация), поскольку в капиталоёмком бизнесе амортизация может оказывать существенное значение на операционные расходы, особенно если она учитывается ускоренно.

Далее требуется рассчитать рентабельность активов и капитала, чтобы понимать, выгодно ли вкладывать в бизнес даже заемные ресурсы (по итогам анализа рентабельности активов) и выгодно ли вложен собственный капитал (по итогам анализа рентабельности капитала).

Если имеются данные по использованию ресурсов, по экономической эффективности конкурентов, следует сравнивать с ними, поскольку чем выше эффективность бизнеса по сравнению с конкурентами – тем больше у бизнеса конкурентных преимуществ.

Заключение

Таким образом, эффективность – это отношение результата к затратам. Затраты бизнесе могут рассматриваться узко – как операционные расходы на ведение деятельности, либо широко – как авансированные вложения в активы или конкретно в собственный капитал. Близкое понятие к эффективности – результативность, под которой чаще всего понимают эффективность использования ресурсов (основных средств, трудовых ресурсов, маркетинга, оборотных средств, в том числе, запасов, дебиторской задолженности и расчетов).

В соответствие с этим рассчитываются показатели отдачи от основных средств, персонала, маркетинговых расходов, показатели деловой активности (коэффициенты и периода оборота, в первую очередь, оборотных средств, а также конкретно запасов, дебиторской и кредиторской задолженности), показатели производственного, операционного и финансового цикла.

Для малого бизнеса анализ в этих направлениях (результативность, в том числе, деловая активность и экономическая эффективность – рентабельность) – важное направление анализа, позволяющее дать ответы на вопросы: насколько эффективно используются ресурсы и как эта эффективность меняется; как изменился финансовый цикл и как это повлияло на финансовые расходы или альтернативные издержки бизнеса; насколько эффективно каждое направление бизнеса или продукт; насколько эффективна в целом операционная деятельность (в том числе, без учета расходов на амортизацию); насколько эффективны вложения в бизнес, в том числе, в сопоставлении со ставками привлечения кредитов; насколько эффективно вложение в бизнес собственного капитала. Рассчитанные показатели сравниваются в динамике, а при возможности – и с показателями основных конкурентов.

Библиографический список

- 1. Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V «Предпринимательский кодекс Республики Казахстан» (с изм. на 06.07.2021 г.) // ИС Параграф. URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=38259854
- 2. Штеле, Е.А., Вечерковская О.Б. К вопросу о понятии «эффективность» // Экономический анализ: теория и практика. 2017. №5 (464). с.935-947.
- 3. McConnell, C.R., Brue, S.L., Flynn, S.M. Economics: Principles, Problems, and Policies. 21st edition. New York: McGraw-Hill, 2018. 540 p.
- 4. Pareto, V. Manual of Political Economy: A Critical and Variorum Edition. London: OUP Oxford, 2014. 315 p.
- 5. Mescon, M.Kh., Albert, M., Hedouri, F. Fundamentals of management. Moscow: Publishing House Williams, 2016.
 - 6. Druker, P.E. The Effective Executive. Moscow: Exmo, 2014. 315 p.
- 7. Pyszka, A. Istota efektywności. Definicje i wymiary, Studia Ekonomiczne // Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. 2015. №230. s.13-26.
- 8. Надольская, Н.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия. Екатеринбург: УрГЭУ, 2017. 350 с.
- 9. Бородай, В.А., Галенко, Е.В., Дегтева, Л.В. Экономика предприятия (организации). Н.Новгород: Профессиональная наука, 2018. 500 с.
- 10. Борщева, А.В., Хайк, М. Эффективные технологии анализа деловой активности и рентабельности организации // Бизнес и дизайн ревю. 2018. №3 (11). с.10-17.
- 11. Хамчуков, Д.Ю. Использование показателей рентабельности для сравнительного анализа эффективности работы промышленности // Белорусский экономический журнал. 2015. №2(71). с.110-133.
- 12. Бурлака, Е.В. Анализ рентабельности деятельности предприятия // Молодой ученый. 2017. №12. с. 243-245.
- 13. Уланова, Н.К., Гущина Е.Ю., Привалова О.Ю. Модифицированная модель Дюпона в финансовой модели компании // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. №6. с.174-181.

УДК 342.5

Шарипова Э.А., Гумирова Э.В. Оценка введения системы контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота

Assessment of the implementation of a control system for the turnover of precious metals, precious stones and products from them at all stages of this turnover.

Шарипова Э.А.

Канд. филос. наук, доцент кафедры государственного права Института права Башкирского государственного университета, г. Уфа

Гумирова Э.В.

Студентка 2 курса магистратуры Института права Башкирского государственного университета, г. Уфа

Sharipova E.A.

Ph D., Associate Professor of the Department of State Law of the Institute of Law

Bashkir State University, Ufa

Gumirova E.V.

Student of the Institute of Law Bashkir State University, Ufa

Аннотация. В статье рассматриваются плюсы и минусы введения ГИИС ДМДК в 2021 г. Описываются предпосылки введения данной системы, трудности, с которыми встречаются участники рынка драгоценных металлов в переходный период и положительные моменты от введения ГИИС ДМДК. Делается вывод о том, что введение ГИИС ДМДК отвечает политике электронного государства и имеет больше положительных, чем отрицательных последствий. В долгосрочной перспективе указанная система докажет свою эффективность.

Ключевые слова: оборот драгоценных металлов, ГИИС ДМДК, Пробирная Палата.

Abstract. The article examines the pros and cons of the introduction of the GIIS DMDK in 2021. The prerequisites for the introduction of this system, the difficulties with the participation of participants in the precious metals market during the transition period and the positive aspects of the introduction of the GIIS DMDK are described. It is concluded that the introduction of GIIS DMDK offers electronic states and has more positive than negative consequences. In the long term, this system will prove to be effective.

Keywords: circulating valuable metals, GIIS DMDK, Assay Office.

DOI 10.54092/25420208_2022_3_49

Рецензент: Тлехурай-Берзегова Лариса Талибовна - Доктор экономических наук, доцент. ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

С давних пор люди оценили особые свойства драгоценных металлов: они не окисляются и не подвержены коррозии, не вступают в реакцию со многими кислотами, но могут быть обработаны. Драгоценные металлы имеются на Земле в ограниченном количестве и потому имеют особую ценность. С давних времен правители использовали золото и серебро для чеканки монет и только в 1971 году доллар перестал быть обеспечен золотом, но до сих пор центральные банки хранят золотовалютные резервы

как защитный актив. Иными словами, золото играет важную роль в финансовой системе, но одновременно является также и материалом для изготовления ювелирных изделий и в таком виде может выступать как объект гражданского оборота.

«Информационные технологии, электронные базы данных, цифровизация, хранение данных в электронном формате приобрели глобальный трансграничный характер» [1], и сферу, связанную с драгоценными металлами и камнями, также затронула модернизация. С 2021 г. в России постепенно вводится государственная интегрированная информационная система в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота (далее - ГИИС ДМДК). Данная система призвана отслеживать драгоценные металлы от их получения до их реализации. Рассмотрим более подробно историю создания, цели и функционирова0ние ГИИС ДМДК.

Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (FATF) выпустила «40 рекомендаций» [2], которые предлагают государствам урегулировать отдельные виды правоотношений в финансовой сфере таким образом, чтобы денежных финансирование терроризма легализация средств И оказалось невозможным, а зона «серой экономики» сокращена. Рекомендации направлены в целом на устройство системы финансового контроля и правоохранительную деятельность. Нас интересует рекомендация № 32 «Курьеры наличных», в которой предлагается введение мер для отслеживания ценностей на предъявителя через систему декларирования или информирования. В п. 8 Пояснительной записки к «40-ка рекомендациям», подчеркивается, что драгоценные металлы имеют ликвидность и могут быть использованы как средство для получения взятки или финансирования терроризма, однако их рекомендуется контролировать при помощи таможенных органов, то есть при экспорте (но в целом правила регулирования оборота драгоценных металлов остаются за государством). Тем не менее, именно указанная рекомендация стала отправной точкой для создания ГИИС ДМДК. В 2017 году в Министерстве финансов при подготовке к проверке FATF задумались о том, чтобы создать централизованную систему, обеспечивающую прозрачность оборота движения драгоценных металлов и драгоценных камней [3]: данная система должна будет освободить бизнес от бумажных отчетов, вывести изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней из теневого оборота и облегчить проверку для контролирующих органов.

Разработке ГИИС ДМДК предшествовал эксперимент со схожей платформой, который проводился на добровольной основе с 1 июня 2018 г. по 1 ноября 2018 г., и в эксперименте приняли участие компании всего производственного цикла драгоценностей: добычи, аффинажа (очистке драгоценного металла от примесей или

переплавке), огранке драгоценных камней, реализации драгоценных изделий [4]. Данный эксперимент показал эффективность введения подобной системы, и законодатель и правительство начали разрабатывать нормативный материал для обеспечения функционирования ГИИС ДМДК.

Цифровизация государственных услуг в настоящее время является одним из приоритетных направлений государств всего мира. Россия не стала исключением и все большее количество государственных органов тесно работают с автоматизированными системами и получают документацию, подписанную электронной подписью: Федеральная налоговая служба, Пенсионный фонд Российской Федерации, суды и многие другие активно внедряют дистанционную форму получения и отправления документов. В настоящее время государственный контроль и надзор также переводится в цифровую сферу.

Общей нормой, предусматривающей необходимость создания системы для осуществления государственного (муниципального) контроля и надзора является ст. 17 Федерального закона «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» [5]. В Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» [6] были внесены изменения: упомянута ГИИС ДМДК и введена новая статья 12.2, посвященная функционированию данной системы и целям ее создания.

Разработкой ГИИС ДМДК по распоряжению Правительства Российской Федерации занималось АО «Гознак» [7], созданное при Министерстве финансов Российской Федерации. Использование ГИИС ДМДК в целях осуществления контроля (надзора) осуществляет Федеральная пробирная палата (ст. 26.1 ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»).

В ГИИС ДМДК обязаны регистрироваться участники рынка, осуществляющие добычу, производство (аффинирование) или реализацию драгоценных камней или драгоценных металлов на профессиональной основе. Физические лица, реализующие ювелирные украшения на вторичном рынке или юридически лица, которые в силу обстоятельств вынуждены иметь дело с драгоценными камнями и драгоценными металлами, но не являются постоянными участниками рынка драгоценных металлов, не могут регистрироваться в системе. Непосредственное регулирование ГИИС ДМДК ГИИС ДМДК, осуществляется Правилами функционирования утвержденными Постановлением Правительства № 270 (далее – Постановление № 270) [8]. В соответствии с данным постановлением, каждое изделие из драгоценных металлов будет иметь уникальный идентификационный номер (УИН), позволяющий отследить его историю от момента добычи металла до потребителя. Сроки введения ГИИС ДМДК можно разделить на добровольные, то есть предназначенные для тех участников рынка,

которые готовы использовать ГИИС ДМДК в числе первых и обязательные, которые переводят всех участников рынка на работу с системой. На добровольных сроках оператор платформы может изучить обратную связь и улучшить систему для ее применения конечными пользователями.

С 1 марта 2021 г. с ГИИС ДМДК можно было работать в добровольном порядке и осуществлять регистрацию ювелирных изделий (п. 5 Постановления № 270); с 1 августа 2021 г. аффинажные организации могли вносить информацию о происхождении продукции, переданной на аффинаж (п. 7 Постановления № 270); с 1 ноября 2021 г. – добровольное внесение в систему металлов, которые находятся у организации, использующей драгоценные металлы в производственных, научных и социально-культурных ценностях (п. 9 Постановления № 270).

Обязательный этап начался с 1 сентября 2021 г. – для аффинажных организаций обязательно внесение сведений в ГИИС ДМДК об источниках получения металла (п. 8 Постановления № 270); до 15 января 2022 г. юридические лица, занимающиеся реализацией продукции из драгоценных металлов и драгоценных камней должны внести сведения об остатках по данным бухучета на 1 января 2022 г.- то есть предоставить информацию о тех изделиях, которые еще остаются не реализованными и будут реализованы позже (п. 10 Постановления № 270), данная информация подается в агрегированном виде [9] в соответствии с рекомендациями Пробирной палаты. Стоит отметить, что данные рекомендации не носят нормативный характер, о чем прямо указано в преамбуле, но так как нормативных требований о том, насколько точно должен быть описан оставшийся товар нет, необходимо пользоваться этими рекомендациями. Стоит отметить, что слово «агрегированный» использовано намерено - это позволяет не описывать каждый товар подробно, как того требует Постановление № 270, а объединить товары общим признаком – видом драгоценного металла, видом изделия или иным образом (степень агрегированности не определена в нормативных актах или рекомендациях), и сообщить общие сведения – вид металла, количество штук, общий вес изделий. Это связано с тем, что не все участники рынка готовы внести сразу сведения обо всех имеющихся изделиях, но необходимо соблюдать сроки, установленные в Постановлении № 270 [10].

Однако с 1 апреля 2022 г. юридические лица, занимающиеся реализацией драгоценны металлов и камней; а с 1 июня 2022 г. аффинажные компании, должны подать уточненную информацию (п. 10 Постановления № 270). Каждая партия в соответствии с рекомендациями должна к указанному сроку содержать следующие сведения:

- 1) код ОКП2;
- 2) производитель (лицо, сделавшее изделие или импортировавшее его);

- 3) собственник (лицо, в собственности которого находится объект например, очень актуально при использовании давальческой схемы или договора комиссии, так как владелец и собственник не будут совпадать);
 - 4) владелец (лицо, у которого физически находится объект);
 - 5) количество единиц учета;
 - 6) масса;
 - 7) артикул (обозначение разновидности товара в кодировке производителя);
 - 8) торговая марка (бренд) и изображение изделия (заполняются опционально);
 - 9) проба
 - 10) вид металла
 - 11) основной драгоценный металл (в случае, если изделие состоит из сплава);
 - 12) химическая масса (вес чистого вещества драгоценного металла в изделии);
- 13) сведения о вставка драгоценных камней (указывается вид, масса и количество вставок).

Отметим, что сведения о недрагоценных или полудрагоценных металлах или камнях не заносятся в ГИИС ДМДК, однако если изделие имеет вставку из недрагоценного камня, его вес все равно придется высчитывать – для определения веса драгоценного металла.

Введение учета драгоценных камней и металлов продолжится необходимостью с 1 сентября 2022 г. присвоить УИН всем товарам, а на ценнике для информирования покупателя должен быть выставлен УИН изделия.

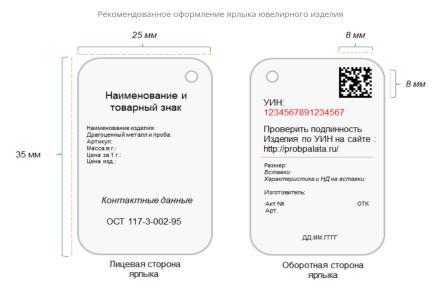


Рисунок 1. Рекомендации по оформлению ярлыка (бирки) ювелирного изделия [11]

С 1 января 2023 года все новые изделия должны быть помечены двухмерными штриховыми кодами, которые позволяют установить УИН. С 1 марта 2024 г. – все изделия, заявленные в качестве остатков, должны быть промаркированы двухмерными штриховыми кодами. Двухмерные штриховые коды позволят не присваивать новый УИН, а заново вносить в ГИИС ДМДК сведения об изделиях, которые были выведены из оборота, но вновь попали в оборот (под выводом из оборота и снятием с учета в ГИИС ДМДК понимают, например, продажу физлицу и экспорт – п. 21 Правил функционирования ГИИС ДМДК).

Переходный период, который наступает в начале – середине 2022 г. не обошелся без проблем, связанных с функционированием ГИИС ДМДК и нормативным регулированием: ранее, обязанность участников рынка драгоценных металлов по вводу всей информации о конкретном изделии в полном объеме должна была быть внесена до 15 января 2022 г. Только после «Открытого письма от ювелирной торговли» [12] сроки для внесения были увеличены. Участники ГИИС ДМДК еще на стадии постановки на специальный учет жаловались на нестабильную работу системы [13] и подобные жалобы продолжаются. Высказываются опасения начет того, что система из-за активного ее использования в период с 1 по 15 января 2022 г. не сможет нормально функционировать [14]. Подробных описаний данной проблемы в литературе или отзыва Гознака мы не обнаружили, однако на наш взгляд, как всегда бывает с новыми системами, ГИИС ДМДК будет доработана в ходе ее использования и станет удобной для участников рынка драгоценных металлов.

Серьезной проблемой остается то, что ранее к производителям предъявлялись требования о том, чтобы указывать отдельно вес вставки и изделия на сопроводительной документации, поэтому находящиеся в обороте ювелирные изделия не имеют отдельного веса вставки и драгоценного металла, как и сплавы зачастую могут не иметь сведений о пропорции. Изъятие вставки из ювелирного изделия зачастую невозможно – это повредит его. Понимая это, Пробирная Палата в Методических рекомендациях предлагает использовать расчетный метод (или метод косвенных измерений), который состоит в поиске схожей вставки, ее взвешивания и заполнения необходимых граф ГИИС ДМДК в отношении всех товаров с похожей вставкой. В то же время в некоторых случаях трудно будет использовать данный метод и придется использовать метод экспертной оценки - то есть определять вес «на глаз». Данная проблема остается и решить ее будет довольно трудно, особенно в случае, если вес вставки был посчитан неверно и при отправлении на аффинаж вес металла не соответствует весу материала. По всей видимости, в данном случае аффинажным компаниям следует перевешивать изделия, которые были маркированы

«заявленные остатки» в ГИИС ДМДК. Конечно, по мере выхода новой продукции данная проблема перестанет существовать.

Следующую проблему отметил Михаил Дягилев, председатель Комитета ТПП РФ по драгоценным металлам и драгоценным камням: чрезвычайное регулирование, которое усложняет процесс производства и увеличивает стоимость конечного продукта [15]. Речь идет об опробовании и клеймении ювелирных изделий в соответствии со ст. 12.1 ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Клеймо о сути будет выполнять ту же функцию, что и двухмерный штриховой код, однако о том, что клеймение будет упразднено, речи не ведется. Получается, что Пробирная Палата контролирует на всех этапах производства ювелирные заводы, обязывает их наносить двухмерный штрихкод, но все равно сохраняет законодательную обязанность отправить готовые изделия из драгоценных металлов на клеймение. На наш взгляд, от практики клеймения необходимо отказываться с введением ГИИС ДМДК в полной мере. Более того, в некоторых странах, например США, клеймение является добровольным (кроме банковских слитков) и осуществляется самим производителем [16].

Тем не менее, ГИИС ДМДК имеет большое количество преимуществ для государства, бизнеса и потребителя.

Государственные органы смогут проверять движение драгоценных металлов и драгоценных камней, что позволит отслеживать возможные риски коррупции или кражи. Пробирная Палата сможет осуществлять контроль (надзор) в автоматическом режиме, с использованием ГИИС ДМДК.

Потребитель сможет проверить изделие по УИН и удостовериться в том, что покупает настоящее изделие, которое соответствует характеристикам на этикетке. Кроме того, при желании продать изделие на вторичном рынке или сдать его в ломбард, потребитель будет понимать примерную стоимость своего изделия.

Бизнес в целом и розничные сети в частности должны получить выгоду от сокращения теневого сектора – предприниматели, соблюдающие требования закона, будут защищены от конкуренции со стороны лиц, которые получили ювелирные изделия сомнительным способом; а также от постепенного сокращения и окончательного прекращения необходимости предоставлять отчеты на бумажных носителях. Большим плюсом будет то, что ювелирные изделия теперь легко можно будет отследить при реимпорте и не доказывать происхождение изделия большим количеством документов, а таможенные пошлины при реимпорте могут быть возвращены плательщику (ст. 235, 237 Таможенного кодекса ЕАЭС [17]) Для розничных сетей, на наш взгляд, трудно найти еще какие-то плюсы: при осуществлении выкупа драгоценных металлов у населения, необходимо снова вносить их в ГИИС ДМДК; поставщики у большинства розничных ювелирных магазинов – производители, которые дорожат своей репутацией, а в самом

магазине есть специалисты по оценке ювелирных изделий, поэтому перепроверять изделие с помощью ГИИС ДМДК не имеет смысла.

Большую выгоду получат аффинажные предприятия, имеющие статус «Good Delivery» от «London Bullion Market Association (LBMA)». LBMA является независимой неправительственной организацией, которая проверяет производителей драгоценных металлов на соблюдение ими технологии. Статус «Good Delivery» позволяет коммерческим банкам напрямую закупать слитки у производителя без необходимости отправлять их на повторный аффинаж для получения чистой пробы. Для каждого производителя действуют свои правила (Guide). Например, для производителей золотых слитков, действуют «Правила LBMA ответственного производства золота» [18]. В соответствии с п. 1.3 данных Правил, аффинажные организации обязаны собирать информацию о прослеживаемости: в том числе выявлять источники происхождения металла. Неисполнение данной обязанности может лишить завод статуса «Good Delivery», что закроет производству экспорт продукции на иностранные рынки. ГИИС ДМДК позволит убедиться в происхождении металла и чистоте его пробы при повторной переработке металла и выполнить требования LBMA.

Таким образом, ГИИС ДМДК вводится как часть концепции электронного государства. Введение данной системы сопровождается серьезными бюджетными затратами; серьезными затратами со стороны участников рынка – им необходимо вводить в ГИИС ДМДК заявленные остатки; работа системы не отлажена к настоящему моменту в идеале, однако настоящий период, на наш взгляд, является переходным периодом и в целом идея о возможности отслеживания драгоценных металлов и камней является правильной. Плюсов для государства, бизнеса и потребителя после запуска ГИИС ДМДК на полную мощность в конечном итоге будет больше, чем временных минусов, которые имеются сейчас. На наш взгляд, со временем законодатель откажется полностью от клеймения в пользу нанесения двухмерного штрихового кода.

Библиографический список

- 1. Шарипова Э.А., Файзрахманова И.Р. Защита персональных данных в контексте основных принципов конституционно-правового статуса личности // Евразийский юридический журнал. 2019. № 11 (138). С. 103-105.
- 2. Рекомендации ФАТФ. Международные стандарты по противодействию отмыванию денег, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/recommendations/pdfs/FATF-40-Rec-2012-Russian.pdf (дата обращения: 27.12.2021).

- 3. Восканян Е.Ю. Новый уровень прослеживаемости драгоценных металлов и камней в России // Бюджет.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://bujet.ru/article/422636.php (дата обращения: 27.12.2021).
- 4. Пояснительная записка к проекту федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» // Система обеспечения законодательной деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://sozd.duma.gov.ru/bill/891666-7 (дата обращения: 27.12.2021).
- 5. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» (ред. от 06.12.2021 № 408-ФЗ) // Официальный интернет-сайт правовой информации parvo.gov.ru (дата обращения: 27.12.2021).
- 6. Федеральный закон от 26 марта 1998 г. № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» (ред. от 11 июня 2021 г. № 170-ФЗ) // Официальный интернет-сайт правовой информации parvo.gov.ru (дата обращения: 27.12.2021).
- 7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 21 марта 2020 г. № 701-р // Официальный интернет-сайт правовой информации parvo.gov.ru (дата обращения: 27.12.2021).
- 8. Постановление Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2021 г. № 270 «О некоторых вопросах контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Официальный интернет-сайт правовой информации parvo.gov.ru (дата обращения: 27.12.2021).
- 9. Методические рекомендации по заполнению форм сведений (информации) об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных и других изделий из них, которые вносятся юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями в государственную интегрированную информационную систему в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота // Официальны сайт Пробирной палаты [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://probpalata.ru/Metodic (дата обращения: 27.12.2021).
- 10. Румянцев Д. Ввод остатков в ГИИС ДМДК // Канал «UvelirSoft» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=dc_WfXEnNGY (дата обращения: 27.12.2021).
- 11. Рекомендации по оформлению ярлыка (бирки) ювелирного изделия // Официальный сайт пробирной палаты [Электронный ресурс]. Режим доступа: URhttps://www.probpalata.ru/birka (дата обращения: 27.12.2021).

- 12. Открытое письмо от ювелирной торговли от 30 ноября 2021 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://junwex.com/news/poslednie-novosti/otkryitoe-pismo.html (дата обращения: 27.12.2021).
- 13. Форум «Участники ГИИС ДМДК» // Официальный сайт ГИИС ДМДК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://dmdk.ru/forum/forum5/topic42/?PAGEN_1=13 (дата обращения: 27.12.2021).
- 14. Румянцев Д. Все о ГИИС ДМДК вебинар от 19.11.2021 // Канал «UvelirSoft» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=A8oQpy4BmcE (дата обращения: 27.12.2021).
- 15. Дягилев М. Михаил Дягилев о внедрении ГИИС ДМДК // Канал «Гильдия ювелиров» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=fsSd4HgUrdU (дата обращения: 27.12.2021).
- 16. Клеймение ювелирных изделий: США и Канада [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rough-polished.com/ru/expertise/12972.html (дата обращения: 27.12.2021).
- 17. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный сайт правовой информации parvo.gov.ru (дата обращения: 27.12.2021.)
- 18. LBMA Responsible Gold Guidance November 2021 (Version 9) // Официальный сайт LBMA [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cdn.lbma.org.uk/downloads/Publications/2021/Responsible-Gold-Guidance-Version-9-Final.pdf (дата обращения: 27.12.2021).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 33

Салбиева А.И. Особенности социального обеспечения военнослужащих

Features of social security for military services

Салбиева А.И.

студентка Владикавказского филиала Финансового университета при Правительстве РФ г. Владикавказ

Научный руководитель:

Мардеян Н.А.

Канд.пед.наук.,доцент Владикавказского института управления,

Финансового университета при Правительстве РФ

Владикавказского филиала,

г. Владикавказ

Salbieva A.I.

student of the Vladikavkaz branch

Financial University under the Government of the Russian Federation

Vladikavkaz

Scientific adviser:

Mardeyan N.A.

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Vladikavkaz Institute of Management,

Financial University under the Government of the Russian Federation

Vladikavkaz branch.

Vladikavkaz

Аннотация. Система социального обеспечения вооруженных сил страны является фактором обеспечения высокого уровня боевой готовности ее солдат и, безусловно, помогает военному руководству более эффективно решать стоящие перед ним задачи. Мы знаем, что успех социальной защиты определяется доступностью и качеством законодательства. В связи с этим несомненный интерес представляет механизм разработки, утверждения и изменения законодательства о социальной защите военнослужащих.

Ключевые слова: социальное обеспечение, пенсия, военнослужащие, выслуга лет, социальная защита, материальное обеспечение, военная служба.

Abstract. The social security system of the country's armed forces is a factor in ensuring a high level of combat readiness of its soldiers and, of course, helps the military leadership to more effectively solve the tasks facing it. We know that the success of social protection is determined by the availability and quality of legislation. In this regard, of undoubted interest is the mechanism for developing, approving and amending legislation on the social protection of military personnel.

Keywords: social security, pension, military personnel, length of service, social protection, material support, military service.

DOI 10.54092/25420208_2022_3_59

Рецензент: Бессарабов Владислав Олегович - Кандидат экономических наук. ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского»

Социальная защита военнослужащих рассматривается как неотъемлемая часть системы социальной защиты населения России, очерчивается специфика этой системы, а также определяются основные направления реформирования системы материального обеспечения военнослужащих. Оценивается эффективность обучения правительства России материальному и жилищному обеспечению военнослужащих.

Один из важнейших аспектов привлекательности военной службы – это достойное пенсионное обеспечение, так как военная служба отличается повышенными рисками для жизни и здоровья, поэтому военные должны быть уверенными в том, что и после увольнения в запас или отставку их ждет обеспеченная старость. Ввиду особой значимости данной структуры в жизни общества и государства, можно сказать, что от нее зависит военная, а, следовательно, и национальная безопасность России в целом. Поэтому от того, насколько эффективно будет обеспечено пенсионное обеспечение военнослужащих, в конечном итоге будет зависеть безопасность страны и общества.

Социальная защита военнослужащих является неотъемлемой частью социальной защиты всего населения России и в то же время занимает особое место. Это относительно самостоятельный структурный элемент общей отечественной системы социальной защиты, с одной стороны, и самостоятельная система, включающая в себя все элементы общей социальной защиты, с другой. Социальная защита военнослужащих - система социально-экономических отношений, обеспечивающая материальное благополучие и социальное благополучие военнослужащих и членов их семей.

Социальной защите военнослужащих, граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей в отличие от социальной защиты других категорий граждан присущ ряд характерных особенностей, основными из которых являются:

- 1) Социальная защита распространяется не только на личностные характеристики военнослужащего, но и на социальное устройство членов его семьи во время и после выхода военнослужащего на пенсию (отставку).
- 2) Социальная защита военнослужащих в первую очередь направлена на поощрение справедливой службы и компенсацию ограничений их общегражданских прав и свобод, тогда как социальная защита населения направлена только на снижение социальных рисков и компенсацию утраченного заработка и других доходов, вследствие безработица, инвалидность, старость и т. д.
- 3) Система социального обеспечения военнослужащих финансируется исключительно за счет федерального бюджета. Внебюджетные фонды (такие как Пенсионный фонд и Фонд социального страхования), играющие ключевую роль в российской системе социального обеспечения, в системе социального обеспечения военнослужащих не используются.

- 4) Социальное обеспечение военнослужащих включает в себя несколько видов социального обеспечения, пособий и компенсационных выплат, которые распространяются только на эти категории граждан. Например, существует прямая зависимость между гарантиями и компенсациями военнослужащим.
- 5) Нормы права системы социальной защиты содержатся, главным образом, в федеральном законодательстве законах, указах Президента РФ, постановлениях Правительства РФ, нормативных правовых актах федеральных органов исполнительной власти, в которых законодательством предусмотрена военная служба. Правовые акты субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и иные локальные акты в общем массиве военно-социального законодательства имеют весьма незначительный удельный вес и играют вспомогательную роль.

Представляется, что в силу особого характера военной службы, военная пенсия, в том числе и пенсия за выслугу лет, должна трактоваться не только как компенсация потери утраченного заработка военнослужащего, но и как компенсация вреда, причиненного его здоровью, жизни, а также всех тягот и лишений военной службы, повышенного риска, гибели, потери здоровья, ограничений общепризнанных прав и свобод, предусмотренным законодательством.

Библиографический список

- 1. Федеральный закон "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации" от 28.12.2013 N 442-ФЗ (последняя редакция)//СПС КонсультантПлюс.
- 2. Федеральный закон "О статусе военнослужащих" от 27.05.1998 N 76-ФЗ (последняя редакция) //СПС КонсультантПлюс.
- 3. Антипьева Н. В. Единство и дифференциация в праве социального обеспечения. М: Проспект, 2017. 238 с.
- 4. Афанасьев М.А., Голубева Т.Ю. Право социального обеспечения России. Учебное пособие. М: Проспект, 2020. 184 с.
- 5. Григорьев И. В., Шайхатдинов В. Ш. Право социального обеспечения. Учебник и практикум для вузов. — М: Юрайт, 2019. 428 с.

УДК 316.334.2

Ягупова Е.А., Черникова Л.Ф. Повышение финансовой грамотности населения на примере использования базовых банковских продуктов и услуг

Improving financial literacy of the population by the example of using basic banking products and services

Ягупова Е.А.,

д.э.н., доцент, профессор кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Крымский филиал Российского государственного университета правосудия г. Симферополь, Российская Федерация

Черникова Л.Ф.

доктор филологических наук,

профессор, профессор кафедры гуманитарных и социально- экономических дисциплин

Крымский филиал Российского

государственного университета правосудия

г. Симферополь, Российская Федерация

Yaqupova E. A.

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, Russian State University of Justice, Crimean Branch, Russian

Federation Simferopol

Chernikova L.F.

Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Humanities and Socio-Economic Disciplines, Russian State University of Justice, Crimean Branch, Russian Federation Simferopol

Аннотация. Данная статья посвящена роли и значению повышения финансовой культуры и финансовой грамотности, которые необходимы современному человеку. Приведены в качестве примера базовые банковские продукты и услуги, которые наиболее востребованы россиянами. С учетом того, что банковская сфера наиболее динамично развивающийся сектор экономики, появляются новые различные банковские продукты и услуги, в которых простые обыватели, далекие от финансовой сферы, должны уметь разбираться и правильно использовать в своей повседневной жизни, постоянно повышая собственный уровень финансовых знаний.

Ключевые слова: финансовая грамотность, банк, потребительское кредитование, Интернет- банкинг, операции с пластиковыми картами.

Abstract. This article is devoted to the role and importance of improving financial culture and financial literacy, which are necessary for a modern person. The basic banking products and services that are most in demand by Russians are given as an example. Taking into account the fact that the banking sector is the most dynamically developing sector of the economy, various new banking products and services are emerging, in which ordinary people, far from the financial sphere, should be able to understand and use correctly in their daily lives, constantly increasing their own level of financial knowledge.

Keywords: financial literacy, bank, consumer lending, Internet banking, operations with plastic cards.

DOI 10.54092/25420208_2022_3_62

ВВЕДЕНИЕ. Уровень финансовой грамотности населения представляет собой важный показатель экономической грамотности, которая, в свою очередь, выступает составляющей общего уровня просвещенности нации, ее культуры в целом. Общепризнан факт, что от общего уровня финансовой грамотности населения страны зависят ее социально-экономическое развитие, финансовая стабильность в обществе. В свою очередь, социально-экономическое развитие определенной территории влияет на степень финансовой грамотности проживающих на ней лиц.

Под финансовой грамотностью понимается определенная совокупность (в отдельных случаях - система) знаний в области финансовых инструментов, а также практические навыки их использования в конкретной ситуации, которая позволяет правильно оценивать ситуацию на рынке и принимать разумные решения.

В международной практике принято представление о финансовой грамотности как о способности физических лиц управлять своими финансами и принимать эффективные краткосрочные и долгосрочные финансовые решения, то есть финансовая грамотность отождествляется исключительно с деятельностью физических лиц в определенной сфере.

Специалисты также позиционируют финансовую грамотность как результат финансового образования и представляют ее в качестве двух составляющих: владение индивидами информацией о существующих финансовых продуктах и их производителях (продавцах), а также о существующих каналах получения информации и консультационных услуг; способность потребителя финансовых услуг использовать имеющуюся информацию в процессе принятия решения.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА. Знание ключевых финансовых понятий и умение их использовать на практике дает возможность человеку грамотно управлять своими денежными средствами. То есть вести учет доходов и расходов, избегать излишней задолженности, планировать личный бюджет, создавать сбережения, а также ориентироваться в сложных продуктах, предлагаемых финансовыми институтами и приобретать их на основе осознанного выбора. Наконец, использовать накопительные и страховые инструменты [3, с. 218].

Стоит отметить, что от общего уровня финансовой грамотности населения страны во многом зависит ее экономическое развитие. Низкий уровень таких знаний приводит к отрицательным последствиям не только для потребителей финансовых услуг, но и для государства, частного сектора и общества в целом. Поэтому разработка и внедрение программ по повышению финансовой грамотности населения – важное направление государственной политики государства. Высокий уровень осведомленности жителей в области финансов способствует социальной и экономической стабильности в стране. Рост финансовой грамотности приводит к

снижению рисков излишней личной задолженности граждан по потребительским кредитам, сокращению рисков мошенничества со стороны недобросовестных участников рынка и т. д.

В России финансовая грамотность находится на низком уровне. Лишь небольшая часть граждан ориентируется в услугах и продуктах, предлагаемых финансовыми институтами. Так, в 2020 году Центральный Банк (Банк России) опубликовал результаты замера уровня финансовой грамотности населения, так называемый — индекс финансовой грамотности. Этот индекс рассчитывается по международной методике Организации экономического сотрудничества и развития и может принимать значения от 1 до 21 балла. Он показывает способность граждан грамотно управлять персональными финансами. Согласно исследованиям, в 2020 году индекс финансовой грамотности россиян составляет 12,4 балла, что на 0,6 балла выше, чем в 2017 году, когда были проведены первые вычисления, но остается на низком уровне [2].

Впервые проблему финансовой грамотности населения в России стали обсуждать в 2006 году на встрече в Санкт-Петербурге министров финансов G8, после чего меры по формированию финансовой грамотности в стране нашли отражение в целом ряде документов президента и правительства РФ.

В России работа по финансовому образованию стартовала в 2011 году, когда начал свою реализацию проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности и развитию финансового образования в Российской Федерации», поддерживаемый Всемирным банком и разработанный Минфином России.

На сегодняшний день Правительством Российской Федерации утверждена и реализована Стратегия повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы с целью увеличения охвата и качества финансового образования и повышения осведомленности общественности, а также создания необходимой основы и ресурсов образовательного сообщества с учетом развития современных финансовых технологий. С помощью Стратегии вводятся элементы финансовой грамотности в образовательные программы в школах и университетах, центрах профориентации и переподготовки кадровр, повышения квалификации специалистов разных уровней, разрабатываются необходимые информационные продукты и организуются массовые мероприятия для различных категорий потребителей финансовых услуг [6, с.18].

На сегодняшний день по-прежнему большинство россиян получают теоретические знания в области финансов самостоятельно, посредством специализированных интернет-сайтов, телепередач, литературы, новостей, вебинаров, посещая курсы и тренинги, а опыт приобретают на собственных ошибках.

Нужно понимать, что финансовая грамотность является достаточно сложной сферой, которая требует от человека понимания основных финансовых аспектов. При

этом полученная из различных источников информация, должна быть правильно воспринята и интерпретирована, что впоследствии способствует правильному принятию важных решений, а также повышению уровня грамотности. Чтобы быть «подкованным» в финансовом плане, индивиду придется вести постоянный учет всех своих доходов и необходимых расходов, также придется научиться жить без долгов и кредитов, предстоит планировать свой бюджет и постоянно увеличивать сбережения. Более того, чтобы стать грамотным в финансовом плане, надо будет научиться быстро ориентироваться в многочисленных финансовых инструментах, которые сегодня предлагает современный рынок. Ведь от грамотного выбора финансового инструмента будет напрямую зависеть доходность человека, его благополучие материальная устойчивость его семьи.

Можно выделить несколько основных принципов финансовой грамотности, которые лежат в основе рационального управления личными денежными средствами:

- грамотный и разумный подход к деньгам, он должен быть управленческим, а не потребительским;
- планирование и учет личных финансов, стремиться к рациональному и взвешенному использованию имеющихся финансовых ресурсов;
 - формирование взаимовыгодных отношений с банками;
 - использование пассивного дохода и создание резервов;
 - сбережение;
 - инвестирование [4, с.119].

Основные факторы, обусловливающие повышенные требования к финансовой грамотности:

- финансовые продукты потребляются редко, что ограничивает формирование опыта их использования;
- невозможность проверить качество финансового продукта в момент его покупки, тем самым повышая риск обмана со стороны продавца;
- высокие издержки при проверке достоверности взятых сторонами обязательств. Использование финансовых продуктов, не обладая необходимой финансовой грамотностью, может привести к достаточно неприятным последствиям. Отрицательный опыт использования тех или иных финансовых продуктов, может подорвать доверие потребителей ко всей финансовой системе.

Распространенные последствия неправильного использования финансовых услуг, вследствие низкой финансовой грамотности:

 принятие неэффективных решений, результатом которого может быть уменьшение доверия к финансовым институтам и их продуктам;

- прекращение использования продуктов финансового рынка, что приводит к упущенным выгодам и возможностям;
 - высокий уровень личных долговых обязательств;
- передача негативного опыта использования финансовых продуктов родственникам, друзьям, подрастающему поколению;
- низкая финансовая грамотность способствует мошенническим действиям со стороны продавцов финансовых услуг;
 - неэффективное формирование личных сбережений и их управление [3, с.219].
 Традиционно финансовую грамотность разделяют на два уровня:
- Знания, необходимые для повседневной жизни: личные финансы, оценка собственной кредитоспособности, понимание процентных ставок и инфляции.
- Знания, необходимые для получения инвестиционного дохода: понимание работы финансового рынка, его инструментов (акций, облигаций, и пр.), пенсионных фондов (негосударственных) и инвестиционных стратегий.

Развитие культуры инвестирования важно для обеспечения экономического роста. Эта задача актуальна для развитых рыночных экономик, таких как США, Канада, Швеция и др. Население этих стран активно пользуется инвестиционными продуктами.

В развивающихся рыночных экономиках, а также в постсоциалистических экономиках, в частности для РФ важна концентрация именно на «первом уровне»: знаниях, необходимых гражданам для повседневной жизни [5].

Рассмотрим понятие финансовой грамотности населения на базовых банковских продуктах и услугах (потребительское кредитование, операции с пластиковыми картами, Интернет-банкинг) современного банковского учреждения и риски, связанные с ними.

Банковская сфера одна из самых динамично развивающихся секторов национальной экономики, которая постоянно наполняется различными инструментами, продуктами, услугами и другими инновациями в которых нужно уметь разбираться человеку, живущему в XXI в.

Разнообразие предложений различных банковских учреждений побуждает потенциальных клиентов повышать уровень экономической грамотности и лучше разбираться в условиях кредитования. Рассмотрим сущность и условия потребительского кредита, как самого востребованного на сегодняшний день.

К потребительским относятся займы, по которым полученные денежные средства можно тратить только на личные нужды. Это может быть покупка товаров (мебель, бытовая техника, одежда) или оплата услуг (лечение или обучение). Стоит отметить, что такие кредиты дают возможность приобрести тот или иной товар здесь и сейчас при

соблюдении всех условий – именно поэтому они настолько популярны. Отметим, что часто это займы с небольшим номиналом на сравнительно короткий срок.

Чтобы принять решение, пригодится приблизительное представление об основных видах потребительского кредитования. Существуют следующие разновидности потребительских займов:

• Целевые и нецелевые. Целевые выдаются только на определенные нужды заемщика. В этом случае деньги на руки клиент не получит: банк перечисляет сумму непосредственно поставщику товаров или услуг. Обычно такой вид займа предлагают в магазинах, туристических фирмах или частных клиниках.

Нецелевой кредит подразумевает выдачу наличных на любые нужды. Заемщик сам решает, на что потратить деньги. Это, пожалуй, самый популярный вид потребительского кредитования.

- Краткосрочные и долгосрочные. Краткосрочными считают кредиты, которые оформляются на срок не более 12 месяцев. Если срок кредитования больше года, то данный банковский продукт можно отнести к долгосрочным.
- С обеспечением или без обеспечения. Такие займы предполагают или, соответственно, не предполагают залог для получения денег. От наличия обеспечения зависят как сумма займа, так и условия погашения задолженности.

Банковское кредитование на сегодняшний день остается в приоритете для кредитных организаций. В Банке России отмечают, что цифровизация банковских услуг повышает их доступность и позволяет заключать сделки в частности по кредитованию гораздо быстрее [8, с.149]. Среди основных преимуществ для клиента - сокращение времени оформления и доступность своих электронных документов в режиме онлайн, также больше не придется хранить документы дома (бумажные документы будут доступны только в отделении). Более того, крупные российские банки заявили о планах стать полностью или почти полностью безбумажными. Это означает, что все договоры на кредиты и выпуск карт, открытие вкладов будут оформляться не в офисах, а дистанционно. Бумажный документ по сути становится вторичным и будет выдаваться клиентам только по желанию. В первую очередь для банков это довольно большое сокращение издержек. Прежде всего планируется сэкономить на хранении и логистике документов, так аналитики ВТБ только для своего банка оценивает экономию от безбумажных технологий более чем в 1,5 млрд рублей к 2022 году [8, с.150].

Хотелось бы отметить и Единую биометрическую систему (ЕБС) — проект, разработанный по инициативе Министерства цифрового развития связи и массовых коммуникаций РФ в рамках национальной программы «Цифровая экономика

Российской Федерации». Его реализацией занимаются Банк России и «Ростелеком». ЕБС позволяет гражданам получать банковские (открытие счета или вклада, получение кредита) и другие услуги без посещения отделений, идентификация клиента происходит удаленно по лицу и голосу.

Запуск проекта состоялся еще летом 2018 года. Изначально предполагалось, что все банки будут обязаны подключиться к системе и обеспечить отделения средствами для сбора биометрии до конца 2019 года. Однако к ЕБС не хотели подключаться ни банки, ни население. Банки были недовольны дополнительными расходами, связанными с оборудованием офисов и запросами в систему, при неочевидной окупаемости. Граждане опасались мошенничества из-за возможных утечек персональных данных и не доверяли новым технологиям.

Законом 479-ФЗ от 29 декабря 2020 года были внесены изменения, которые, в частности, сняли обязанность банков с базовой лицензией подключаться к системе (теперь они могут делать это по собственному желанию) и расширили список возможных операций с применением ЕБС.

На 1 января 2021 года в России насчитывалось около 27 тыс. отделений 366 действующих банков, 248 участников рынка обладали универсальной лицензией. сбор биометрии на февраль 2021 года осуществляли 231 банк в 13,3 тыс. отделений (почти половина от общего числа структурных подразделений). За период действия проекта удалось собрать 164 тыс. образцов (0,1% от населения РФ). Среди банков топ-50 услуги по сбору биометрии оказывают 86% кредитных организаций [2].

С подробными условиями предоставления кредита можно ознакомиться как в самом отделении банка, так и на его официальной странице в Интернете, там же есть кредитный калькулятор, который поможет узнать сумму ежемесячного платежа по заданным условиям (сроку кредитования, сумме и пр.). Сегодня широко применяется по кредитованию онлайн-заявка: так на сайтах банка есть возможность подать ее на получение потребительского или ипотечного кредита, открытие вклада и пр. Оплатить кредит также можно онлайн по номеру договора, расчетному счету и другим реквизитам. Оформить и получить кредит стало намного проще. Потребительский кредит можно оформить в течении часа, кредитную карту получить за 5 минут.

Важно ознакомиться с кредитным договором заранее, до его подписания, задать все интересующие вопросы банковскому сотруднику.

Пластиковая карта представляет собой разновидность финансовых карт — персонифицированного платежного инструмента для безналичной оплаты товаров и услуг, получения наличных денежных средств в банковских автоматах.

Карточка — это собственность банка-эмитента и средство доступа к деньгам на счетах ее держателя и проведения платежей.

Представляет собой пластину из устойчивой к механическим и термическим воздействиям пластмассы. На лицевой стороне наносится логотип выдавшего документ финансово-кредитной организации, голограмма торговой марки платежной системы, номер карты и срок ее действия, ФИО обладателя (по желанию клиента), иногда микросхема и защитный элемент. На обратной стороне — магнитная полоса, панель для подписи, данные эмитента, иногда фото клиента.

Персонализация, ввод информации о личных данных держателя, проводится при выдаче пластика клиенту. Доступ к записанным данным защищается кодированным паролем — пин-кодом. После любой операции при помощи авторизации из обслуживающей точки отправляется запрос в платежную систему для идентификации карты, прав пользователя и его платежеспособности [1].

Утвержденная технология изготовления карточек, международные стандарты выполнения операций с ними четко регламентируются в рамках каждой платежной системы. Отделение кредитной организации, магазин, предприятие сферы услуг работают по единым правилам приема карт, отвечающим условиям совместимости.

Типы банковских карт классифицируют по различным признакам.

- 1. На основании механизма расчетов:
- двусторонние системы на базе двусторонних соглашений между участниками расчетов, при которых обладатели карт используют их для покупки товаров в замкнутых сетях, контролируемых эмитентом. Пример: карта конкретного универмага, сети АЗС;
- многосторонние системы позволяют держателям покупать в кредит у различных торговцев и организаций сервиса, которые признают эти карты в качестве платежного средства. Такие системы возглавляют национальные ассоциации банковских карт, и компании, выпускающие карты туризма и развлечений, пример: Visa, Mastercard, American Express.
- 2. По виду проводимых расчетов:
- кредитная карта открывает кредитную линию в финансово-кредитном институте: специальный ссудный счет с лимитом кредитования на срок действия пластика;
- дебетовая позволяет снимать наличные в банкомате или оплачивать товары и услуги через электронные терминалы безналичным способом. Дебетовая карта не позволяет оплачивать покупки при отсутствии денег на счете, если только это не овердрафт, по которому, в отличие от кредитки, отсутствует отсрочка платежа, низкий кредитный лимит и процентная ставка;

- предоплаченная предназначена для совершения операций, расчеты по которым осуществляет эмитент от своего имени, и удостоверяет право требования держателя к эмитенту по оплате или выдаче денег;
- виртуальная считается дебетовой, но расплачиваться ею возможно только онлайн. Держатели таких карточек не могут получать наличные через банкоматы и POS-терминалы.
 - 3. По категории клиентуры, статусу обладателя:
- обычная карточка предназначена для рядового клиента. Пример: Visa Classic, Mastercard Mass;
- серебряная (Silver, Business) предназначена для частных лиц или сотрудников компаний, уполномоченных расходовать в определенных пределах средства своей компании;
 - золотая (Gold) для наиболее состоятельных клиентов;
- элитные, выпускаемые ограниченным тиражом, с высокой стоимостью обслуживания и большим набором привилегий. Пример: VISA Platinum Black, Mastercard Black Edition, Visa Infinite;
- действующие исключительно в пределах остатка на счете, выдаются клиенту не выше уровня его обеспеченности. Пример: Visa Electron, Mastercard Maestro.
 - 4. По характеру использования:
 - индивидуальная для отдельных клиентов;
- семейная для членов семьи человека, который заключил контракт и несет ответственность по счету;
- корпоративная для юридического лица с его ответственностью перед банком выдается избранным лицам с открытием персональных счетов, привязанных к корпоративному.
 - 5. По территориальной принадлежности:
 - международные действуют в большинстве стран мира;
- национальные, за редким исключением действительны в пределах лишь одного государства;
 - локальные используются на части территории государства;
 - 6. По способу записи информации на карту:
- графическая, самая простая форма записи персональных данных, которая еще сохранилась на документах передовых платежных систем;
- эмбоссированная, нанесенная при помощи механического выдавливания рельефных знаков, позволяет быстрее проводить операцию по карточке;
- штрих-код применялся до изобретения магнитной полосы и распространения в платежных системах не получил. Из-за низкой стоимости документа

и считывающего в инфракрасном свете оборудования пластик со штрих-кодами используется в программах, не требующих расчетов;

- кодирование на магнитной полосе, или карточка с магнитной полосой и образцом подписи держателя на обороте, иногда фото;
 - чип обеспечивает более высокий уровень защиты смарт-карт;
- лазерная запись наносится по той же WORM-технологии, что и в лазерных дисках. Несмотря на возможность хранения больших объемов информации, оптические карточки не получили широкого распространения из-за высокой стоимости их изготовления и считывающего оборудования [7].

Порядок совершения операций по банковским картам

- 1. Банк-эмитент финансово-кредитная организация, выпускающая пластиковый документ заключает с платежной системой основные международные VISA, Mastercard, American Express, Diners Club, JCB Card и российская национальная МИР договор, на основании которого приобретает право выпускать платежные карты, обслуживаемые этой системой.
- 2. Клиент открывает в эмитирующей финансово-кредитной организации специальный банковский счет и заключает с ним договор на обслуживание, получая банковскую карту.
- 3. Оплачивая товар, работу, услугу или получая наличные деньги, держатель предоставляет карту в POS (Point Of Sale организацию сферы торговли или услуг), или вставляет ее в банкомат и вводит свой пин-код.
 - 4. POS-терминал или банкомат проводит авторизацию карты.
- 5. В случае успешного завершения процедуры, с банковского счета обладателя пластика списывается сумма реализации и выдается слип квитанция, плательщик получает товар, работу, услугу, наличные, и карта возвращается к нему.
- 6. В конце рабочего дня POS передает слипы в банк-эквайрер кредитную организацию, занимающуюся удаленными расчетами с торговыми сетями и сервисами или выдачей денег не являющимся ее клиентами лицам.
- 7. Банк-эквайрер зачисляет общую сумму по всем квитанциям на банковский счет POS.
- 8. Банк-эквайрер передает информацию о проведенных расчетах в процессинговый центр учреждение для информационного и технологического взаимодействия участников расчетов; процессинг сбор, обработка и рассылка участникам информации по операциям с картами.
- 9. Процессинговый центр осуществляет процессинг сбор, обработку и рассылку участникам данных по операциям.

- 10. Участники расчетов погашают взаимные обязательства, возникшие при проведении операций.
 - 11. Банк-эмитент и обладатель карты осуществляют взаиморасчеты:
- по расчетной, дебетовой списываются средства с банковского счета ее держателя;
- по кредитной обладатель погашает предоставленный кредит и уплачивает проценты по нему.

Виды операций с банковскими картами

Согласно положению Банка России «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием», пластиковые карточки позволяют своим владельцам:

- получать деньги в национальной или в иностранной валюте, снимая наличные в банкоматах или обналичивая в кассах кредитно-финансовых институтов;
- оплачивать товары, работы, услуги как в национальной валюте в пределах страны, так и иностранной валюте за ее пределами;
 - переводить деньги;
 - управлять средствами в интернете.

Особенность продаж и выдач по картам заключается в том, что эти операции осуществляются магазинами и банками «в долг»: товары и наличные предоставляются клиентам сразу, а средства в их возмещение поступают на счета обслуживающих предприятий через некоторое время. Гарантом выполнения платежных обязательств выступает банк-эмитент [7].

Растущая популярность пластиковых финансовых документов может омрачить неосмотрительных их обладателей рисками мошеннических операций:

- разглашение сведений о пин-коде обладателем либо с использованием ложных пин-падов для копирования;
 - фальшивые банкоматы для копирования данных с магнитной полосы;
- skimming с использованием клавиатур для считывания проводок клиента и изготовления на их основе поддельной карты;
- фишинг посредством рассылки через интернет писем с предложением подтвердить конфиденциальную информацию;
- вишинг, или голосовой фишинг, использующий технологию автоматического сбора информации о номерах карточек и счетов;
- неэлектронный фишинг, связанный с негласным копированием с магнитной полосы и трехзначного кода на обороте, записью пин-кода и изготовлением поддельной банковской карты для снятия денег со счетов клиента.

Возврат потерянных в результате мошеннических действий средств возможен не всегда, поэтому специалисты советуют соблюдать простые меры предосторожности при использовании пластиковой карты и интернет-банкинга [8, с.151].

С развитием цифровизации банки стараются упростить жизнь своим клиентам предлагая все новые онлайн услуги и продукты. Яркие примеры цифрового банкинга — мобильное приложение и личный кабинет на сайте. Чтобы открыть счет, взять кредит или заказать новую пластиковую карту, достаточно нажать на кнопки смартфона или компьютера. Услуги доступны не только частным, но и юридическим лицам. Бухгалтерия использует программу клиент-банк и переводит зарплату сотрудникам, оплачивает налоги и получает деньги от покупателей. Когда звоните на горячую линию своей финансовой организации, вам уже отвечает не специалист, а робот: виртуальные помощники заменили часть сотрудников. Людям удобнее работать с банками дистанционно, поэтому кредитные учреждения вкладывают солидные средства в цифровизацию. Важно, чтобы интерфейс приложений был удобным и понятным, а транзакции проходили максимально быстро и безопасно. Это привлечет больше клиентов и, соответственно, увеличит прибыль банка.

Цифровые технологии в сфере банковского обслуживания развиваются стремительными темпами. Направление имеет объективные преимущества:

- услуги кредитных организаций доступны из любой точки мира;
- стоимость дистанционных операций дешевле (не нужно платить за работу кассира и аренду помещения);
 - нет очередей.

Но минусы тоже есть, это в первую очередь:

- привязка к интернету;
- приложения работают только на современном оборудовании (смартфонах и планшетах с доступом к всемирной сети);
- уязвимость систем безопасности, регулярные хакерские атаки;
- неготовность клиентов полностью перейти на «дистанционку» [8, с.152].

Финансовая грамотность стала доступнее для всех начинающих. Гражданам не обязательно поступать в университет на экономическую специальность, чтобы уметь распоряжаться своим капиталом. Сегодня практически все инструменты повышения финансовой грамотности есть в свободном доступе. Обучаться можно на компьютере во время рабочего перерыва или через телефон, по дороге домой.

ВЫВОДЫ. Таким образом, низкий уровень финансовой грамотности населения отрицательно влияет не только на самих потребителей финансовых продуктов, но и на государство, бизнес и экономику в целом. Для государства, низкий уровень финансовой

грамотности населения, является одним из основных препятствий развития платежной индустрии, снижает эффективность регулирования финансовых рынков, препятствует переходу к пенсионной системе с высоким индивидуальным участием. Для компаний, предоставляющих финансовые услуги, низкая финансовая грамотность способствует росту отрицательных отзывов, что приводит к снижению доверия ко всему финансовому сектору в целом. Одним из ярких примеров можно привести использование кредитных карт- в интернете множество отрицательных отзывов об использовании данного банковского продукта, в большинстве случаев, даны отрицательные отзывы, зачастую обусловленные неправильным их использованием, чему способствовала низкая финансовая грамотность. Сегодня практически все инструменты повышения финансовой грамотности есть в свободном доступе онлайн. Книги, курсы и вебинары помогут научиться финансовой грамотности с нуля. Остается только выбрать наиболее комфортный для каждого способ обучения. Появление у граждан знаний в области финансовой грамотности позволит им использование новых финансовых возможностей, соответствующих потребностям современного цифрового мира, тем самым повысит их благосостояние и конкурентоспособность всей экономики в целом.

Библиографический список

- 1. Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере. Правовые аспекты регулирования и практического применения. М.: Издание Государственной Думы, 2019. 160 с. [Электронный ресурс]:Режим доступа: http://duma.gov.ru/media/files/ONpz3AjFkualqgKS9lsgtqckucXiScBP.pdf
- 2. Официальный сайт центрального банка (Банка России) [Электронный ресурс]: Режим доступа:http://www.cbr.ru/
- 3. Петухов Р. Н. Влияние финансовой грамотности на уровень материального благосостояния населения / Р. Н. Петухов. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2017. № 5 (139). С. 217-220. URL: https://moluch.ru/archive/139/39218/ (дата обращения: 17.03.2022).
- 4. Рогачёв А. И. Вопросы повышения финансовой грамотности и финансовоправовой культуры в банковской деятельности / А. И. Рогачёв. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2019. № 1 (239). С. 118-120. URL: https://moluch.ru/archive/239/55375/ (дата обращения: 17.03.2022).
- 5. Финансовая грамотность: как не потратить всю зарплату и заработать больше [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://trends.rbc.ru/trends/education/60abb47c9a79470e6482d2b7

- 6. Финансовая грамотность населения: проблемы, региональные практики и перспективы развития: сборник научных статей по материалам межрегиональной научно-практической конференции / под редакцией Матчинова В.А., Сусляковой О.Н. Калуга, 2021. 298 с.
- 7. Цифровая трансформация банков: что это, как работает, зачем внедряют. [Электронный ресурс] :Режим доступа: https://bankiroff.ru/articles/analytics/cifrovaya-transformaciya-bankov-chto-eto-kak-rabotaet-zachem-vnedryayut-2436
- 8. Ягупова Е.А., Черникова Л.Ф. Цифровая трансформация банковской сферы России // В сборнике: Инновации в информационных технологиях, машиностроении и автотранспорте (ИИТМА-2020). Сборник материалов IV Международной научнопрактической конференции с онлайн-участием. Кемерово, 2020. С. 149-153.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ № 3/2022

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 60х84/16. Усл. печ. л.3,9. Тираж 100 экз. Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород, пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1