ISSN 2541-8572

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

ПРОФИЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Выпуск № 3(35) 2021

оптимус

оптимус

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

ВЫПУСК № 3 (35)
(май – июнь 2021)

Москва 2021

УДК 33(082)
ББК 65я5
А43

А43

Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. Научное обозрение. Выпуск № 3(35). – М.: ООО ИПЦ «Маска», 2021. – 115 с.

В опубликованных трудах отражены результаты научных исследований и теоретических обобщений в области экономики

Научное обозрение предназначено для экономистов, занимающихся проблемами развития экономики России и зарубежных стран – представителей вузовской и академической науки, молодых ученых, аспирантов, магистрантов, студентов, а также сотрудников научно-исследовательских учреждений и практикующих специалистов

Журнал включен в систему РИНЦ

ISSN 2541-8572

© Коллектив авторов, 2021
© ООО «Оптимус», 2021

Главный редактор: Смирнова Е.Н.

Научный редактор: Московцева Л.В., доктор экономических наук, кандидат социологических наук, профессор кафедры Государственного, муниципального управления и бизнес-технологий ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», г. Липецк

Рецензенты:

Забайкин Ю.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры производственного и финансового менеджмента ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», профессор «Российской Академии Естествознания» (Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов), г. Москва

Гурина М.А., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Государственная, муниципальная служба и менеджмент» Липецкого филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), г. Липецк

Загеева Л.А., кандидат экономических наук, Начальник управления образования и науки Липецкой области, г. Липецк

Заернюк В.М., доктор экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики минерально-сырьевого комплекса ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», профессор «Российской Академии Естествознания» (Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов), г. Москва

Моисеева И.И., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, налогообложения и бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет», г. Липецк

Шурупова А.С., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Государственная, муниципальная служба и менеджмент» Липецкого филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (РАНХиГС), г. Липецк

Якунин М.А., кандидат технических наук, декан факультета экономики, НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва

Куликов В.В., доктор технических наук, профессор, проректор по учебной работе ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва

Назарова З.М., доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой Производственного и финансового менеджмента ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва

Рощина О.Е., профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры производственного и финансового менеджмента ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва

Шендеров В.И., кандидат технических наук, профессор, профессор кафедры производственного и финансового менеджмента ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва

Зевелева Е.А., профессор, кандидат исторических наук, зав. кафедрой гуманитарных наук ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)»; доктор исторических наук Сан-Марино, академик «Российской Академии Естествознания» (Международная ассоциация ученых, преподавателей и специалистов), г. Москва
Арсентьев Ю.А., кандидат технических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ)», г. Москва
Завьялов Д.В., кандидат экономических наук, заведующий кафедрой предпринимательства и логистики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва
Казанцева С.Ю., доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и логистики ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва
Плеханов А.Ф., профессор, доктор технических наук, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва
Мишаков В.Ю., доктор технических наук, доцент, зав. кафедрой производственного менеджмента ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва
Квач Н.М., кандидат технических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва
Битус Е.И., доктор технических наук, профессор ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (ПКУ)», г. Москва
Серов В.В., профессор, доктор технических наук, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», г. Москва
Костин М.П., кандидат экономических наук, г. Москва
Пирязева Т.В., доцент, кандидат технических наук, действительный член общественной организации «Международная Академия информатизации» (МАИ), вице-президент регионального отделения МАИ, г. Москва
Булгаков П.Е., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации аграрного производства ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», г. Санкт-Петербург
Воронов В.А., кандидат технических наук, директор Центра довузовских и специальных программ, ответственный секретарь Приёмной комиссии, доцент кафедры транспорта и хранения нефти и газа ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет», г. Санкт-Петербург
Блинов А.М., кандидат экономических наук, доцент, директор Центра дополнительного профессионального образования ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет», г. Санкт-Петербург
Шоев А.Н., кандидат технических наук, доцент, зам. директора института по науке, инновациям и международной деятельности ГОУ «Институт технологий и инновационного менеджмента в городе Куляб», (ИТиИМ), Республика Таджикистан
Хорошильцев М.И., специалист 1 разряда, Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы России №2 по Ямало-Ненецкому автономному округу, г. Новый Уренгой

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Смирнова Т.В.	Особенности маркетинга при работе с корпоративными клиентами	8
Варфоломеева В.А., Иванова Н.А.	Актуальность использования подходов к оценке стоимости объектов недвижимости	13
Посная Е.А., Енишева Е.С., Яровая Н.В., Черемисинова Д.В.	Совершенствование процесса управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия	18
Евтеев А.В.	Создание индикаторов эффективности программы лояльности для измерения эффективности применения методик геймификации	22
Краснов В.Н.	Роль малого и среднего предпринимательства в экономике России, динамика его развития в современных социально-экономических условиях	27
Краснов В.Н.	Анализ инструментов господдержки субъектов малого и среднего предпринимательства	30
Нестерова М.С.	Влияние COVID-19 на страховой сектор и перспективы развития рынка страхования на 2021 год	36
Канунникова К.И.	Текущая ситуация в России в сфере инноваций	38
Игнатова Е.В.	Анализ современного состояния в развитии российской отрасли строительства	41
Нестерова М.С.	Оценка состояния страхового рынка России	43
Благонравова Ю.К., Виноградов А.В., Ляшкова Е.С., Пыхтеева И.В., Большаков Н.С.	Развитие молодежной политики в рамках социального партнерства в субъектах Российской Федерации	46
Нестерова М.С.	Инновационный процесс страховой компании как форма конкурентного преимущества	48

Уткина А.С.	Несырьевой экспорт как современная тенденция развития внешнеторговой деятельности Российской Федерации	50
Такахо Б.Р.	Обучение и развитие персонала предприятия сферы услуг	55
Васильцова А.А.	Управление конкурентоспособностью продукции в современных условиях развития производства	58
Черкасова Е.С.	Трансформация фармацевтического рынка в России	62
Князев С.А.	Цифровизация логистических операций и адаптирование российского рынка логистики к условиям пандемии	67
Мухина Т.Д., Гвоздева Е.В., Оноприенко Ю.Г.	Уровень бедности в России и странах мира	73

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Молчанова С.М.	Коэволюционность и конвергентность инновационных технологий	76
Собин С.А.	Использование мультиагентных систем в деятельности консолидационного центра	78
Тарасова А.И., Шевцов В.В.	Маржинализм и его роль в эволюции общества	82
Яловая А.С., Фролов А.А., Шевцов В.В.	Экономика России на современном этапе развития	84

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Леви Д.А.	«Зеленая сделка» в отношениях России и Европейского Союза	86
Запорожцева Е.Н., Гуан Янь, Альафлооги Али Аркан Кантеел	Развитие цифровой экономики Китая	91

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

Посная Е.А., Иващенко И.И.	Проблемы банковской деятельности в условиях пандемии	94
Юшко А.Н.	Кредитование и управление кредитным риском с использованием IT-технологий	97

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

Оноприенко Ю.Г., Бойко О.К., Щербинина А.А.	Проблема развития малого и среднего бизнеса в период пандемии COVID-19	102
Упорникова А.Я.	Использование инструментов бухгалтерского инжиниринга в аудите платежеспособности	106

КРАТКИЕ РЕЦЕНЗИИ НА ОПУБЛИКОВАННЫЕ В ВЫПУСКЕ СТАТЬИ 109

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ПРИ РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ КЛИЕНТАМИ

Смирнова Т.В., д.соц.н., профессор
ФГБОУ ВО «Российский государственный
гуманитарный университет»
г. Москва

В статье рассматриваются теоретические подходы к трактовке понятия маркетинга в современных условиях, показаны виды маркетинга. Выделены различия в этих подходах, что позволило уточнить цели и функции маркетинга в условиях работы с корпоративными клиентами и с широкими слоями населения. В статье представлен и обоснован ряд особенностей при осуществлении маркетинговых предложений при работе с компаниями – потенциальными корпоративными клиентами.

The article discusses theoretical approaches to the interpretation of the concept of marketing in modern conditions, shows the types of marketing. The differences in these approaches are highlighted, which made it possible to clarify the goals and functions of marketing in terms of working with corporate clients and with the general population. The article presents and substantiates a number of features in the implementation of marketing proposals when working with companies – potential corporate clients.

Ключевые слова: *маркетинг, корпоративный клиент, цели маркетинга, управление, целевая аудитория*

Keywords: *marketing, corporate client, marketing goals, management, target audience*

Современная трактовка понятия «маркетинг» позволяет определить его как форму деятельности, главная цель которой – удовлетворить потребности и запросы посредством обмена. Маркетинг как система действий включает в себя разработку новых товаров, формирование ценовой политики, исследования рынка. По сути, маркетинг представляет собой работу с рынком, которая направлена на удовлетворение потребностей людей. Важным понятием теории маркетинга является «управление маркетингом». Эта категория заключает в себе анализ рынка, планирование маркетинговой кампании, контроль ее осуществления. Кроме того, в рамках управления маркетингом формируются контакты с целевой аудиторией и реализация таких целей как рост прибыли, увеличение объема продаж. Основная функция управления

маркетингом – анализ спроса с целью его дальнейшего расширения. Таким образом, центральной задачей управления маркетингом в целом является, по сути, контроль спроса: в рамках управления маркетингом влияние оказывается на уровень и характер спроса. Однако в зависимости от условий на рынке спрос может как повышаться, так и значительно понижаться. И управление маркетингом призвано контролировать и регулировать подобные «скачки» для достижения организацией поставленных целей [1].

С теоретических позиций при анализе целей и функций маркетинга можно выделить несколько подходов. Согласно одному из подходов, центральной целью маркетинга выступает не максимизация потребления, а максимизация степени удовлетворенности потребителя. Однако очевидно, что уровень удовлетворения потребностей и запросов – трудноизмеримая величина. В первую очередь, это вызвано отсутствием методологической базы: в настоящее время нет методики измерения этого показателя. Затрудняет анализ и тот факт, что в условиях общества потребления удовлетворенность товаром формируется не только за счет его полезности, но и символической нагрузки, которая отличается у разных социальных страт. Кроме того, следует учитывать и некую «двусторонность» удовлетворения потребностей: удовлетворяя некую потребность, может быть нанесен вред окружающей среде, экологии, что также трудно учесть. Таким образом, весьма сложно оценить уровень или степень удовлетворенности потребностей.

Отметим еще один подход к анализу маркетинга, его роли и функций в современной экономике [2]. Согласно этому подходу, цель маркетинга понимается как максимизация товарного ассортимента на рынке и предоставление клиенту максимально широкого выбора товаров и услуг. Основной идеей является то, что потребитель в условиях разнообразия товаров получает максимальные возможность удовлетворения потребностей. Однако крупномасштабное расширение ассортимента требует значительных финансовых вложений. В то же время кроме увеличения издержек выделяют несколько причин, по которым расширение товарного ассортимента зачастую нецелесообразно. Так, в следствие расширение ассортимента и, соответственно, увеличения издержек компанию будет обязана повысить цены на продукт. При этом вынужденное повышение цены, скорее всего, спровоцирует снижение прибыли. Следующей причиной является то, что в условиях слишком широкого ассортимента потребитель может «потеряться», так как выбор товара станет занимать слишком много времени, что также может негативно сказаться на продажах. Кроме того, увеличение типов продукции не обязательно гарантирует увеличение вариантов выбора. Последняя причина кроется в самих потребителях – столкнувшись с чрезмерным многообразием многие начинают чувствовать неловкость и беспокойство.

Интересной представляется идея о том, что маркетинг призван улучшить качество жизни потребителя [3]. В рамках этой концепции «качество жизни» определяется через три фактора: уровень развития товарного рынка; ценовая политика и доступность продукта; показатели физической сре-

ды; показатели культурной среды. Здесь маркетинг оценивается не столько по степени влияния на рынок и на удовлетворенность нужд потребителя, сколько по воздействию, оказываемом системой маркетинга на культурную среду социума. Однако показатель влияния на культурную среду измерить крайне трудно, а измерение показателей различных элементов культуры может привести к получению противоположных результатов.

В рамках концепции так называемого социально-этичного маркетинга основной задачей помимо максимизации удовлетворения потребностей становится обеспечение и укрепление социальной стабильности и благополучия покупателей [4]. Социально-ответственный маркетинг сформировался как ответ на проблемы и недостатки «чистого» маркетинга, который не всегда соответствует этическим и моральным ценностям современного общества. К примеру, в рамках «чистого» маркетинга проблема конфликта между сиюминутной потребностью и будущим благополучием полностью проигнорирована. Рассматриваемая концепция социально-ответственного маркетинга ставит перед продавцами новые задачи. Если на начальный этапах развития рынка главной целью организации было увеличение прибыли любой ценой, то в дальнейшем интерес вызвала проблема удовлетворения потребностей и запросов индивида. В настоящее время важную роль стали играть и социальные последствия маркетинговых компаний. Таким образом, в рамках социально-этичного маркетинга происходит сбалансированное сочетание стремления к максимизации прибыли, к удовлетворению запросов покупателя, к поддержанию этических и моральных ценностей общества.

За последние тридцать лет возникла крупная и быстро развивающаяся междисциплинарная область исследований – поведение потребителей [2]. Актуальность изучения потребительского поведения заключается в том, что главная забота и предпринимателей, и маркетологов состоит во влиянии на это самое поведение, в итоге знания о потребителе становится первостепенно важной. Поведение потребителя – это деятельность, которая направлена на получение, потребление и распоряжение услугами и продуктами, включая в себя процессы принятия решений. Поведение потребителей определяется также как действия, которые предпринимают люди во время приобретения, потребления товаров и услуг и освобождения от них. Проще говоря, поведение потребителей традиционно понимается как выяснение того, «почему люди покупают» – продавцу легче разрабатывать стратегии влияния на потребителей, когда он знает, почему покупатели приобретают те или иные товары или марки. Прогнозы потребительского спроса требуются для разработки стратегий развития производственных и торговых предприятий и для выработки рациональной политики государственного регулирования товарного обращения.

Важной исследовательской задачей в настоящее время является разграничение и анализ двух сфер применения маркетинговых знаний – маркетинг для компаний (корпоративных клиентов) и маркетинг для населения. Здесь можно выделить несколько подходов. Некоторые исследователи считают,

что оба вида маркетинга в принципе одинаковы, поскольку специалисты и руководители, являясь одновременно потребителями, неизбежно переносят собственное представление о потребностях при принятии решения на уровне компании. Поэтому и для корпоративных клиентов справедливы основные принципы разработки, ценообразования, продвижения и доставки продуктов, традиционно и широко применяемые для розничных потребителей. Им также нужны цвет, графика и дизайн, чтобы привлечь внимание к продукту. Исходя из этого предположения, при разработке рекламы для продукта, который ориентирован на корпоративного клиента, необходимо применять те же принципы, что и для продукта, который ориентирован на население и розничного клиента.

Другая группа исследователей утверждает, что маркетинг для компаний кардинально отличается от маркетинга для населения [1,3]. К приобретению продуктов и услуг менеджеры относятся со всей серьезностью, так как в связи с высокой ответственностью снижается вероятность спонтанных решений, вызванных сиюминутным потребительским порывом. Помимо этого, корпоративные покупатели обладают большей информацией о предмете покупки, а потому для таких клиентов не всегда применим упрощенный подход, который часто используется в маркетинге. Необходимо общаться с корпоративными покупателями на языке, который отражает уровень их знаний. Маркетинговое послание должно быть информативным и предоставлять достаточно данных для того, чтобы корпоративный клиент делал обоснованное и рациональное решение о покупке. С позиции технологии маркетинга это означает, что маркетологам корпоративных продуктов и услуг нет необходимости использовать чрезмерно «творческие» и развлекательные подходы, чтобы привлечь внимание потребителя. Нужно помнить, что корпоративный клиент ищет решение проблемы, и реклама может иметь успех просто за счет определения проблемы в заголовке и путей их решения.

Кроме того, корпоративный клиент более сложен. Структура пула розничных клиентов разнообразна, и поэтому обращение к ним должно быть простым и понятным по содержанию. Отсюда следует, что маркетинговое обращение должно быть ориентировано на людей с минимальным уровнем образования. В условиях корпоративного маркетинга менеджер среднего звена, инженер, программист, руководитель компании чаще всего имеет высшее образование. Исходя из этого, маркетинговое обращение для корпоративных клиентов должно быть четкое и ясное, но не обязательно простое. Корпоративный клиент владеет достаточно высоким уровнем понимания предлагаемого продукта или услуги, или проблемы, которая решается с помощью этого продукта. В связи с этим корпоративные клиенты часто отрицательно реагируют на рекламу на уровне слоганов или чрезмерных упрощений. Маркетологу следует общаться с ними как с коллегами, для получения их доверия и доказательства того, что он достаточно компетентен, чтобы помочь им, предлагая свой продукт или услугу. Поэтому найти об-

щий язык с корпоративными клиентами может быть значительно сложнее. Маркетологу необходимо понять их предпочтения, сомнения, предубеждения [1].

Корпоративный клиент, вероятнее прочитает или просмотрит маркетинговое послание – если оно важно и актуально для него по содержанию, чем простой потребитель. Интересно, что, с одной стороны? Для большинства руководителей чтение – это вспомогательный инструмент для выполнения своих должностных обязанностей. Поэтому корпоративный клиент должен читать и привык читать, что не всегда можно сказать о розничных клиентах. С другой стороны, современный корпоративный клиент слишком занят и испытывает недостаток времени для чтения. Поэтому маркетолог корпоративных продуктов попадает в ситуацию, что хотя его продукт или услуга могут быть чрезвычайно полезны, потенциальный потребитель может просто не дойти до маркетингового сообщения из-за того, что слишком много вещей конкурирует за его внимание.

Процесс продажи корпоративным клиентам является многоступенчатым. При маркетинге для розничных клиентов маркетологи нацелены на создание пакета рекламных материалов. Например, при почтовой рассылке составляется письмо или рекламная брошюра. Пакет тестируется и корректируется до тех пор, пока не отрабатывается вариант, за которым следует массовая рассылка. В корпоративном маркетинге данный подход работает не всегда. Причина в том, что продажа розничных продуктов и услуг населению – это одноэтапный процесс, а продажа продуктов и услуг корпорациям является процессом многоступенчатым. Поэтому корпоративный маркетинг направлен не на прямую продажу, а на генерацию потенциального клиента. Поэтому маркетинговое обращение должно предполагать серию контактов с потенциальным клиентом и состоять из блока генерации контакта и блока получения заказа.

Одним из самых мало учитываемых аспектов работы с корпоративным клиентом является тот факт, что, предлагая рекламируемый продукт, маркетолог может обращать внимание корпоративного клиента не только на пользу товара «для компании», но и «для себя», то есть лично для того представителя фирмы, с кем ведутся переговоры или присылается рекламная брошюра. Представитель корпорации также подвержен влиянию и более того, рассматривает покупку относительно ее влияния на его дальнейшую работу. Именно поэтому в процессе построения рекламной кампании необходимо брать в расчет и интересы фирмы (корпоративные интересы), и интересы ее представителя. В сфере корпоративных интересов лежит закономерное желание снижения издержек, увеличения доходов, повышения количества производимых товаров.

Маркетинг при профессиональном подходе оказывает влияние на многие сферы деятельности человека – от формирования моды на потребление того или иного товара до экологических последствий. Даже краткий анализ позволяет увидеть неоднозначность взглядов на цели, функции и средства

маркетинга в самых разных разрезах. Исследование роли, последствий маркетинговых процессов, различий работы в сфере маркетинга с корпоративными клиентами и населением имеет большое научно-практическое значение, не упираясь только в вопросы роста прибыли.

Источники:

1. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с. (Lambin J. Strategic marketing. – SPb: Nauka, 1996. – 589 p.)
2. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар. Науч. ред. А.Г. Худокормов. – М.: Экономика, 2008. – 572 с. (Market Academy: Marketing: Trans. from French / A. Dayan, F. Bookerel, R. Lankar. Sci. ed. A.G. Khudokormov. – Moscow: Economics, 2008. – 572 p.)
3. Березин И.М. Маркетинг и исследование рынков. – М., 2007. – 219 с. (Berezin I.M. Marketing and market research. – Moscow, 2007. – 219 p.)
4. Стати М. Методика планирования маркетинговой деятельности фирмы // Маркетинг. – 2008. – №1. – С.27-34 (Stati M. Methods of planning the marketing activities of the company // Marketing. – 2008. – No.1. – P.27-34)

УДК 338

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

Варфоломеева В.А., к.э.н., доцент
Иванова Н.А., к.э.н., доцент
Ивангородский гуманитарно-технический институт (филиал)
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического приборостроения»
Ленинградская область, г. Ивангород

В настоящее время вопросам оценки стоимости объектов недвижимости уделяется значительное внимание, что отражает актуальность темы статьи. В статье уделяется внимание жизненному циклу, свойствам недвижимости. Авторы проводят сравнительный анализ методов оценки стоимости объектов недвижимости, таких как доходный, затратный, сравнительный подходы, а именно выделяют их преимущества и недостатки. В заключении авторы делают вывод об актуальности проведения оценки стоимости недвижимого имущества.

Currently, significant attention is paid to the assessment of the value of real estate, which reflects the relevance of the topic of the article. The article focuses on the life cycle, properties of real estate. The authors conduct a comparative analysis of methods for assessing the value of real estate objects such as profitable, cost-effective, comparative approaches, namely, highlight their advantages and disadvantages. In conclusion, the authors conclude about the relevance of assessing the value of real estate.

Ключевые слова: *недвижимость, доходный подход, затратный подход, сравнительный подход, принципы оценки недвижимости*

Keywords: *real estate, income approach, cost approach, comparative approach, principles of real estate appraisal*

Экономические отношения с недвижимостью возникают в момент непосредственно проведения операций с ней. Недвижимостью можно управлять непосредственно самому хозяину объекта, либо группой собственников, либо управляющей компанией. Так, например, в Финляндии недвижимостью управляют акционерные общества, в Германии – строительные союзы, во Франции – синдикаты и т.п. Принципы оценки недвижимости могут быть связаны с тем, как владелец представляет имущество, а именно оценивает полезность, замещение; связаны со степенью функционирования в рыночной среде, а именно соответствия спроса и предложения, конкуренции; связаны со степенью эксплуатации имущества, а именно имеется ли эффект наилучшего эффективного использования [1]. Жизненный цикл объекта недвижимости состоит из основных этапов: создание; оборот прав; использование; ликвидация.

Основные отличительные признаки недвижимости заключаются в цене, невозможности перемещения, привязанность к земле, долговечные инвестирования, уникальность, потеря ценности по мере износа и конечно государственный контроль. Свойства объектов недвижимости включают в себя фундаментальность, полезность, уникальность, ликвидность. Что касается классификации объектов недвижимости, то здесь можно привести разнообразные способы, например, если рассматривать в зависимости от происхождения, то имеем естественные и искусственные объекты; от формы собственности, то можно выделить государственную, частную либо совместную, а также долевую собственность; в зависимости от отраслевой принадлежности выделяют строительные, промышленные, жилищно-коммунальные и т.п.; в зависимости от географической особенности выделяют местный, городской, региональный, национальный, мировой.

Более глубокая классификация подразумевает деление объектов недвижимости по отраслям, например, в сельском хозяйстве – земли, леса, водные пространства; в коммунальном хозяйстве – это коммунально-бытовые предприятия, многолетние насаждения, городские дороги, искусственные зеленые уличные насаждения, а в строительстве – это недвижимость подрядных строительных организаций, строительно-монтажные конторы. Существуют четыре основных фактора возникновения стоимости: спрос, полезность, дефицитность и возможность передавать права собственности. Данные по оценке недвижимости используются юридическими лицами, физическими лицами, а также инвесторами и коммерческими банками для проведения сделки с объектом. Целью оценки является определение рыночной стоимости недвижимости.

Оценка рыночной стоимости коммерческой недвижимости особенно важна при совершении сделок купли-продажи. При проведении анализа учитываются факторы, которые влияют на рынок недвижимости в целом,

а также непосредственно на стоимость оцениваемой собственности. Оценка позволяет выявить реальную стоимость объекта, что является значимым фактором для каждого инвестора при реализации актива. Зачастую от срока, в который будет выполнена оценка и подготовлен отчет, зависит успех сделки, а качественно проведенная оценка коммерческой недвижимости сказывается на окончательной стоимости объекта.

Для оценки стоимости объектов недвижимости используется доходный, затратный, сравнительный подходы.

Так, доходный подход определяется как совокупность методов оценки стоимости объекта, основанных на определении ожидаемых доходов от его использования. К доходному подходу относится группа методов расчета общего коэффициента капитализации без учета изменения стоимости объекта оценки и группа методов расчета ставки капитализации при изменении стоимости объекта оценки [2]. Что касается преимущества доходного подхода по сравнению с двумя другими, то этот подход наиболее качественно отражает ситуацию, когда инвестор смотрит на объект недвижимости, как на источник дохода. При этом данное качество недвижимости учитывается как главный ценообразующий фактор. При доходном подходе имеется связь с рыночной оценкой. Это касается того, что значение ставки дохода определяется из анализа сопоставимости значений инвестиций, а затраты на реконструкцию рассматриваются как дополнительные инвестиции при расчете денежного потока. Главный недостаток изучаемого дохода проявляется в том, что он основан исключительно на прогнозных данных. К принципам, на которых основан доходный подход, относятся: принцип ожидания, который проявляется в определении текущей стоимости будущих доходов от объекта недвижимости; принцип замещения, который проявляется в том, что стоимость объекта равняется величине эффективного капиталовложения; принцип полезности связан с ситуацией, что стоимость недвижимости зависит от эффективности ее использования.

Затратный подход может использоваться в случаях, когда необходимо произвести оценку новых или недавно построенных объектов; требуется узнать вариант более эффективного использования земельного участка; необходимо точно определить оценку объекта незавершённого строительства; требуется написать технико-экономическое обоснование для нового объекта строительства, а также составить итоговое согласование стоимости по строительству. Затратный подход используется для определения сметной стоимости строительства. Главным преимуществом рассматриваемого метода является то, что он является надежным при оценке новостроек или жилых и нежилых комплексов, которые находятся в эксплуатации не более 5 лет. Но среди недостатков можно отметить, что в условиях индексирования цен на строительные материалы и использования техники будет сложно определить показатель затрат на производство объекта, также к числу недостатков можно сказать метод достаточно трудоемок, так как требует множество

расчетов. Метод не дает актуального показателя затрат, если оценивается здание срок эксплуатации которого долее 7 лет. Полученные результаты по стоимости объекта могут отличаться от установленных рынком цен. Принципы затратного подхода состоят в том, что оценка стоимости имущества может понадобиться для создания копии объекта на момент проведения оценочных работ, в методе обязательно учитывается износ строения в ходе эксплуатации, а также работает правило «замещения».

В сравнительном анализе сделок изучаются только те факторы, которыми объекты сравнения отличаются от объектов оценки и между собой. В процессе исследования выявляется исчерпывающий набор таких факторов и оценивается в денежных единицах изменение каждого фактора из этого набора. Если рассматривать преимущества затратного метода, то в первую очередь надо отметить, что в итоговой стоимости будет отражаться мнение большинства продавцов и покупателей, при этом в ценах продаж полностью отражается влияние финансовых условий и инфляция, а также расчёт стоимости объекта по этому методу статически обоснован. Метод имеет возможность учитывать внесения корректировок на отличия сравниваемых объектов, а также является простым в применении и дает достаточно надёжные результаты. Но при использовании метода имеется следующие недостатки, такие как сложность сбора информации о ценах продаж, сложность сбора информации о специфических условиях сделки. В данном подходе расчет стоимости оцениваемого объекта зависит от активности и стабильности рынка. В результате при использовании метода имеется сложность согласования данных о различающихся продажах. Метод основывается на принципах спроса и предложения, а именно имеет полную взаимосвязь между потребностью в объекте и ограниченностью ее предложения, и второй принцип – замещения, а именно то, что покупатель не будет платить больше, чем цена приобретения на том же самом рынке аналогичного объекта недвижимости.

Особенностью оценки недвижимости является анализ наиболее эффективного использования, что позволяет собственнику эффективно управлять объектом недвижимости, инвестору – принять решение по приобретению и дальнейшему использованию имущества. На сегодня отмечается, что в 2021 г. цены на жилье в новостройках и на вторичном рынке будут расти в регионах с высоким уровнем заработной платы. В 2021 г. может увеличиться процентная ставка по ипотеке из-за того, что Центробанк может поднять ключевую ставку. Застройщики указывают на то, что себестоимость строительства в условиях обвала национальной валюты растет, поэтому цена новостроек будет также увеличиваться в 2021 г. Наметилась тенденция сокращения выдачи новых разрешений на строительство жилья. Отметим, что в конце февраля 2021 г. начинается рассмотрение законопроекта по строительству нового населенного пункта Троицкая Гора, который будет находиться на территории Низинского сельского поселения Ломоносовско-

го района Ленобласти. Площадь нового поселка будет составлять 287,7 га, из которых 110 га будут заняты жилой, а 35 га – общественно-деловой застройкой, еще 35 га будут отданы под сельское хозяйство. На Троицкой Горе собираются возвести 442 тысячи квадратных метров жилья, в основном – малоэтажного, спортивно-досуговый центр, спорткомплекс и ДК с концертным залом и библиотекой, три школы и четыре детских сада.

По данным Knight Frank St Petersburg, объем инвестиций в коммерческую недвижимость и земельные участки под строительство жилья в 2020 г. составил 56,6 млрд. руб., то есть уменьшился на 42% по сравнению с 2019 г. (96,9 млрд. руб.). При этом в уходящем году существенно вырос спрос на участки под жилой девелопмент – почти в 2,7 раза по сравнению с итогами 2019 г. 18% россиян планируют использовать такой способ инвестирования для обеспечения своей старости [3]. На сегодняшний момент времени спрос на вторичное жилье стал снижаться по сравнению с 2020 г., когда в период пандемии потребители очень активно приобретали данный вид жилья. Продавцы все равно продолжают поднимать цену своих объектов, в результате чего рынок недвижимости «стоит». На первичном рынке спрос на объекты поддерживается благодаря льготной ипотеке.

При оценке объектов недвижимости главное значение отдается финансированию сделки. Финансирование объектов недвижимости бывает четырех видов, а именно: при помощи собственных средств; при помощи заемных средств; мезонинное финансирование. Собственные источники финансирования предприятия – это его собственные средства: прибыль и амортизационные отчисления.

Говоря о заемных средствах, имеет место быть ипотечное кредитование. Особенности ипотечного кредитования: 1. Ссуда подстрою определенный и зарезервированный залог. 2. Большинство ипотечных кредитов имеют специальное назначение. 3. Длительность сроков кредитования при ипотечном кредите. 4. Объем кредитования значительно превышает размер сумм кредитования в силу дороговизны товаров (превышает размер потребительского кредита).

Согласно «Долгосрочной стратегии развития ипотечного жилищного кредитования в РФ», стратегической целью развития ипотечного жилищного кредитования является обеспечение к 2030 г. доступности приобретения, строительства жилья с помощью ипотечного кредитования и других форм жилищного финансирования для 60% семей. Мезонинное финансирование недвижимости представляет собой финансирование, которое подразумевает внесение акций как залога. Проценты по данному виду финансирования гораздо выше, поскольку имеются огромные риски кредитора.

В заключение можно сказать, что оценочная деятельность в недвижимости стала одной из видов предпринимательской деятельности. Актуальность проведения оценки объектов недвижимости исходит из того, что она влияет на материальное благополучие и качество жизни общества, поскольку объ-

екты недвижимости принимают участие в торговом обороте, при этом оказывая воздействие на потребительские инвестиционные проекты. Благодаря недвижимости появились новые профессиональные интересы, связанные с консалтинговой, оценочной, риэлтерской, девелоперской и иными видами деятельности.

Источники:

1. Федеральный закон «О государственной регистрации недвижимости» от 13.07.2015 №218-ФЗ (ред. от 13.07.2020). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (Federal Law «On State Registration of Real Estate» dated 13.07.2015 No. 218-FZ. – [Electronic resource]. – URL: http://www.consultant.ru/)
2. Федеральный стандарт оценки «Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки (ФСО №1)», утвержденный приказом минэкономразвития России от 20 мая 2015 г. № 297. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (Federal Evaluation Standard «General Concepts of Evaluation, Approaches to Evaluation and Requirements for Evaluation (FSO No. 1)», approved by Order No. 297 of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation of May 20, 2015. – [Electronic resource]. – URL: http://www.consultant.ru/)
3. Бизина О.А., Варфоломеева В.А. Оценка инвестиционной привлекательности объектов недвижимости // Экономика и Бизнес. – 2020. – №12-1(70). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economyandbusiness.ru/wp-content/uploads/2021/01/Ekonomika-i-biznes-12-1.pdf (Bizina O.A., Varfolomeeva V.A. Assessment of investment attractiveness of real estate objects // Economics and Business. – [Electronic resource]. – URL: http://economyandbusiness.ru/wp-content/uploads/2021/01/Ekonomika-i-biznes-12-1.pdf)

УДК 338.24

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Посная Е.А., к.э.н., доцент
Енишева Е.С., магистрант
Яровая Н.В., к.э.н., директор экзаменационного центра
Противодействия отмыванию доходов/финансированию терроризма
Черемисинова Д.В., ст. преподаватель
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
г. Севастополь

Статья посвящена исследованию особенностей управления дебиторской и кредиторской задолженностью с использованием показателей реально существующего предприятия. Авторами представлена объективная необходимость управления дебиторской и кредиторской задолженностью в системе финансового менеджмента. На основании разработанной сбалансированной системы показателей было оценено качество и эффективность управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия. Сформированы рекомендации для дальнейшей оптимизации управления предприятием.

The article is devoted to the study of the features of management of accounts receivable and payable on the example of a particular enterprise. The author presents the objective necessity of managing accounts receivable and payable in the financial management system. On the basis of the developed balanced scorecard, the quality and efficiency of accounts management receivable and payable of enterprise was assessed. Recommendations for further optimization of enterprise management were formed.

Ключевые слова: *предприятие, управление, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, финансовый менеджмент, сбалансированная система показателей*

Keywords: *enterprise, management, accounts receivable, accounts payable, financial management, balanced scorecard*

Исследование посвящено разработке теоретических и методологических подходов к управлению дебиторской и кредиторской задолженностью, а также разработка авторского метода, направленного на оптимизацию расчетной политики организации.

Проблема поиска оптимальных путей управления дебиторской и кредиторской задолженностью является предметом исследования многих ученых и специалистов [1]. Так, в В.А. Волчаренко указывает, что оптимальное управление дебиторской и кредиторской задолженностью будет достигнуто при условии реализации целевых принципов, а также обеспечения согласованности управления по ряду элементов операционной деятельности (рисунок 1. (сост. авторами [2])

Рис. 1. Методика управления дебиторской и кредиторской задолженностью

Однако данный метод не предусматривает количественное определение эффективности управления дебиторской и кредиторской задолженностью, а также их нормативное значение для определения степени эффективности принимаемых управленческих решений.

Формирование системы показателей оценки эффективности управления

начинается с определения ключевых критериев, которые бы точно определяли цель менеджмента (табл. 1. – сост. авторами [1]). На основании разработанных критериев, была сформирована сбалансированная система показателей (табл. 2. – сост. авторами [2]).

Таблица 1. **Критерии управления задолженностью предприятия**

Критерий	Описание
Максимизация ликвидности предприятия	Показатели оценки ликвидности предприятия в рамках установленных нормативов
Повышение качества проверки контрагентов	Наличие специалиста в сфере ПОД/ФТ и применение правил внутреннего контроля
Предотвращение роста просроченной дебиторской и кредиторской задолженности	Доля просроченной дебиторской и кредиторской задолженности в соответствующей общей структуре статьи активов и пассивов
Создание условий для роста оборачиваемости дебиторской задолженности	Длительность оборачиваемости дебиторской задолженности
Сокращение длительности финансового цикла	Длительность финансового цикла предприятия

Таблица 2. **Сбалансированная система показателей**

Стратегическая цель	Показатель	Задача	Программа действий
Качество платежной политики			
Превышение дебиторской задолженности над кредиторской	Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности	> 1	Выработка универсальных критериев эффективности управления дебиторской и кредиторской задолженности
Максимизация общей ликвидности предприятия	Коэффициент текущей ликвидности = Текущие активы / Текущие обязательства	1,5 – 2	
Сокращение доли просроченной дебиторской задолженности	Соотношение просроченной дебиторской задолженности к общему объему дебиторской задолженности	Доля не более 5%	Увеличение прозрачности и эффективности осуществления операций с контрагентами за счет своевременного выявления проблем и угроз
Сокращение доли просроченной кредиторской задолженности	Соотношение просроченной кредиторской задолженности к общему объему кредиторской задолженности	Доля не более 5%	

Контроль за контрагентами			
Повышение эффективности проверки дебиторов и кредиторов	Наличие специалиста в сфере ПОД/ФТ и ПВК	1 – наличие специалиста, 0 – отсутствие специалиста	Разработка мер по минимизации риска прямой или косвенной вовлеченности предприятия в процесс легализации доходов, полученных преступным путем
Повышение общего уровня надежности контрагентов	Доля контрагентов, признанных предприятиями-однодневками	Доля не более 1%	
Минимизация вовлеченности в сомнительную предпринимательскую деятельность	Доля контрагентов, чья деятельность была признана сомнительной в связи с угрозой отмывания денежных средств	Доля не более 1%	
Финансовая эффективность			
Рост оборачиваемости дебиторской задолженности	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности = Выручка / Дебиторская задолженность	> 3	Формирование плана краткосрочного и долгосрочного развития и управления предприятия с учетом необходимости оптимизации процесса оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, а также общего повышения эффективности расчетной политики предприятия
Рост оборачиваемости кредиторской задолженности	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности = Выручка / Кредиторская задолженность	> 3	
Увеличение уровня рентабельности дебиторской задолженности	Рентабельность дебиторской задолженности = Прибыль от продаж / Дебиторская задолженность ∗ 100%	> 50%	
Увеличение уровня рентабельности кредиторской задолженности	Рентабельность кредиторской задолженности = Прибыль от продаж / Кредиторская задолженность ∗ 100%	> 100%	

Сформированная система показала, что данный метод можно применять как составляющую комплексного анализа финансового менеджмента [3], так как показатели охватывают ключевые сведения о качестве и эффективности управления расчетной политикой и позволяют выявить проблемы расчетов с контрагентами для дальнейшей их минимизации.

Источники:

1. Касьяненко А.Р., Слуцкая М.Ю. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия: проблемы и пути совершенствования // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2020. – №7(47). – С.317-320 (Kasyanenko A.R., Slutskaya M.Yu. Management of accounts receivable and payable of the enterprise: problems and ways of improvement // Skif. Student Science issues. 2020. – №7(47). – P. 317-320)
2. Волчаренко В.А. Совершенствование управления дебиторской и кредиторской

задолженностью предприятия // Проблемы науки, 2018. – №5(125). – С.23-31 (Volcharenko V.A. Improving the management of accounts receivable and payable of the enterprise // Problems of Science. – 2018. – No.5(125). – P.23-31)
3. Posnaya E.A., Ditsulenko O.I., Kolesnikov A.M., Shokhnekh A.V. Features and Advantages of Loaning of High Technology Corporations // European Proceedings of Social and Behavioral Sciences EpSBS. – 2020. – P.402-408 (Посная Е.А., Дицуленко О.И., Колесников А.М., Шохнех А.В. Особенности и преимущества кредитования высокотехнологичных корпораций // Европейские труды по социальным и поведенческим наукам EpSBS. – 2020. – P.402-408)

УДК 339.13

СОЗДАНИЕ ИНДИКАТОРОВ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ИЗМЕРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИК ГЕЙМИФИКАЦИИ

Евтеев А.В., магистрант
Научный руководитель: **Трачук А.В.**, д.э.н., профессор
ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

Из-за перенасыщенности современного рынка предложением и небывалым доныне уровнем конкуренции компаниям стало сложнее удерживать клиентов и выстраивать с ними долгосрочные отношения. В связи с этим за последние десятилетия возрос интерес к маркетингу партнёрских отношений и выстраиванию долгосрочных отношений с клиентами. В частности, под особое внимание попали программы лояльности – один из самых эффективных инструментов для создания долгосрочных отношений с потребителями. Для максимальной эффективности программ лояльности используются игровые техники, для измерения действенности которых в данной статье разработаны и представлены соответствующие индикаторы.

Due to the oversupply of the modern market and the unprecedented level of competition, it has become more difficult for companies to retain customers and build long-term relationships with them. In this regard, over the past decades, there has been an increased interest in marketing partnerships and building long-term relationships with customers. In particular, loyalty programs – one of the most effective tools for creating long-term relationships with consumers-have come under special attention. To maximize the effectiveness of loyalty programs, gaming techniques are used, to measure the effectiveness of which the corresponding indicators are developed and presented in this article.

Ключевые слова: *геймификация, игрофикация, гейм-дизайн, ретейл, программы лояльности, игровые техники, программы вознаграждений, лояльность клиентов*

Keywords: *gamification, gameful design, retail, loyalty programs, game technics, rewards programs, customer loyalty*

Введение. Основной целью геймификации является мотивация пользователей для получения ими более вовлечённого и развлекательного опыта, увеличение эффективности деятельности. Несмотря на то, что впервые геймификация использовалась в маркетинге, она также используется в ряде других областей, таких как обучение, медицина, HR и менеджмент. Игровые техники добавляются в программы лояльности с целью предоставления развлекательного клиентского опыта и укрепления отношений между брендом и потребителем. Бренды, использующие геймификацию в программах лояльности, демонстрируют рост вовлечённости на 47%, лояльности к бренду на 22% и узнаваемости бренда на 15% [1]. Для измерения эффективности геймифицированной программы лояльности, необходимо проанализировать имеющиеся подходы по созданию действенной программы лояльности и на их основе создать индикаторы эффективности программы лояльности, которые можно было бы использовать в будущих исследованиях для измерения качества геймификации.

Анализ модели эффективности программы лояльности

Одна из ключевых ошибок, приводящих к неэффективности программы лояльности, является «эффект кнута». Суть его заключается в том, что из-за скидок и других методов стимуляции продаж клиенты закупаются продукцией с лихвой, из-за чего тот объём, который обычно предлагает компания, больше не нужен. Это приводит как минимум к затовариванию, снижает маржу продукта для розничного магазина. Всё эти размышления приводят к тому, что для извлечения максимальной пользы из программы лояльности нужно уметь правильно её применить, знать индикаторы, свидетельствующие о её эффективности.

Именно для этого была создана модель эффективности программы лояльности за авторством McCall и Voorhes [2, С.35-52]. Модель зиждется на трёх столпах: структура программы лояльности, структура вознаграждения и сочетаемость потребителя с программой лояльности, которые в результате дают эффективно работающую программу лояльности. Далее будет разобрано, в чём суть каждого из трёх факторов.

1. Структура программы лояльности: под структурой программы лояльности понимаются уровни, на которые делится программа, которые предназначены для снижения затрат фирмы и придания гибкости фирме касательно сегментирования участников программы лояльности. Касательно уровней, есть два направления, которыми следует озаботиться:

1) Количество уровней: многоуровневые программы эффективны по двум причинам. Клиенты многоуровневых программ обретают чувство идентичности с компанией и общности с другими клиентами данного уровня. В совокупности это приводит к увеличению приверженности к программе и фирме.

2) Переходы участников программы между уровнями: потребители меняют своё поведение при переходе между уровнями, в частности, как только

фирмы устанавливают требования к получению вознаграждения на различных уровнях, потребители могут изменить как частоту, так и величину потребления.

2. Структура вознаграждения:

1) Тип награды: среди наград могут быть экономические вознаграждения, которые по некоторым исследованиям являются наиболее предпочтительными для клиентов [3, С.30-45]. Чуть менее предпочтительны материальные вознаграждения, например, бесплатное проживание в отеле, билеты. Клиенты самого высокого уровня программы и клиенты высокого класса пользуются вознаграждением для покупки предметов роскоши [4, С.155-170].

2) Величина и частота вознаграждений: величина и частота вознаграждений напрямую влияют на их отношение и участие в программе лояльности. Кроме того факта, что участники программы предпочитают более высокие и частые вознаграждения, исследования показывают, что предпочтения по поводу величины вознаграждения варьируются в зависимости от ситуации. Например, предпочтения потребителя в отношении величины награды меняется вместе с увеличением усилий потребителей. Конкретнее, когда от потребителя требуется небольшое усилие, он ожидает небольшую, но гарантированную награду, однако по мере увеличения усилий потребители склонны выбирать более крупные вознаграждения, даже если шанс их получения меньше [5, С.477-502].

3) Позиционирование/сегментирование награды: так как вознаграждения воспринимаются участниками программы как дополнительные льготы, которые предоставляются постоянным клиентам за счёт фирмы, клиенты позиционируют себя как выгодополучателя. В соответствии с этим, для фирмы важно адаптировать все сообщения для участников программы лояльности, чтобы подчеркнуть их особый статус и признать важность их отношений. В зависимости от уровня программы, компания должна адаптировать сообщения для участников каждого уровня [6, С.185-193].

3. Факторы потребителя: последний столп эффективной программы лояльности должен содержать в себе ответы на следующие вопросы: Как программа будет соответствовать нуждам и желаниями потребителя? Как предыдущие отношения клиента с программами вознаграждений влияют на лояльность клиента? Каковы индивидуальные различия в потребительских привычках клиента?

1) Сочетаемость потребителя с программой лояльности: одним из ключевых факторов к эффективности любой программы лояльности является способность клиента увидеть для себя выгоду в членстве в программе лояльности. Создатели программы могут поощрять более частые и большие покупки, если создадут соответствующую клиенту программу [7, С.454-467]. В идеале, для каждого клиента нужно создавать кастомизированную программу лояльности, которая соответствовала бы его потребительскому поведению и привычкам, чтобы требования программы шли в одну ногу с желаниями потребителя. Следовательно, чтобы выполнять требования по-

добной программы лояльности, клиенту не потребуется радикально изменять своё поведение.

2) Роль потребителя: характеристики клиентов сильно влияют на то, как они оценят программу лояльности, а именно различия в уровне вовлечённости, восприятия сочетаемости с программой и восприятия статуса.

Усердная работа по всем столпам модели приводит к созданию эффективной программы лояльности. Чтобы измерить её эффективность, на основе данной модели была создана таблица, в которой отражены большинство индикаторов эффективности программы, их связь с программой, а также то, как их измерить (таблица 1. [2, С.50]).

Таблица 1. **Индикаторы эффективности программы лояльности**

Индикатор	Как улучшает программу лояльности	Способы измерения
Увеличенная частота покупок	Увеличивает срок отношений с клиентом, следовательно, увеличивает выручку с каждого конкретного клиента	Частота покупок, пожизненная ценность клиента (CLV)
Сниженная чувствительность цен у клиентов	Фирма может увеличить общую цену покупки посредством увеличения стоимости перехода на продукцию конкурентов и стимулировать клиента покупать больше, однако клиент не уйдёт несмотря на то, что видит более дешёвые альтернативы	Составление опросников о восприятии цены и качества клиентом, проведение ценовых экспериментов, измерение ценовой чувствительности по Ван Вестендорпу
Защита интересов клиентов	Если компания решает возникающие проблемы клиента (качество продукции, скорость доставки, качество обслуживания), то клиент становится преданнее бренду	Качество обратной связи
Увеличенная продолжительность отношений с клиентом	Лежит в самой сути программ лояльности, так как чем дольше компания имеет дело с клиентом, тем больше выручки конкретный клиент приносит	Пожизненная ценность клиента (CLV)
Увеличенная доля кошелька (SOW)	Показывает долю затрат клиента на продукцию фирмы, использующую программу лояльности, из всех затрат, осуществляемых клиентом в данной категории товаров	Измерить SOW
Развитие клиентского сообщества	Общение с клиентом только с помощью рекламы может быть не эффективным, поэтому, чтобы создать более крепкую связь с клиентом, создаются сообщества для более тёплого продвижения товаров компании	Уровень активности пользователей (комментарии, лайки, репосты), количество подписчиков

Таким образом, данные индикаторы эффективности можно использовать для измерения эффективности применения игровых техник.

Заключение. Из всего перечисленного следует, что качественные программы лояльности могут стать дорогим удовольствием. Большинство программ лояльности просты и представляют собой скидки по членским картам, однако, в настоящее время, когда рынки перенасыщены предложением и небывалым уровнем конкуренции, простых программ лояльности стало недостаточно для удержания клиентов и построения с ними долгосрочных отношений. С этой целью компании обратились к игровым техникам, которые позволили бы увеличить эффективность программ лояльности за счёт воздействия на психологические аспекты человека. Полученные теоретические знания в данной статье могут быть использованы будущими исследователями как инструмент измерения влияния применения игровых техник к программам лояльности.

Источники:

1. Snipp. The Power of GAMIFICATION – Participation, Engagement, Loyalty. – [Electronic resource]. – URL: https://www.snipp.com/blog/2017-06-21/the-power-of-gamification-participation-engagement-loyalty/ (Снипп. Сила геймификации – Участие, Вовлечённость, Лояльность. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.snipp.com/blog/2017-06-21/the-power-of-gamification-participation-engagement-loyalty/)
2. McCall M., Voorhees C. The Drivers of Loyalty Program Success: An Organizing Framework and Research Agenda // Cornell Hospitality Quarterly. – 2010. – №51(1). – P.35-52 (МакКолл М., Вурхиз К. Факторы успеха программы лояльности: Организационная структура и программа исследований // Cornell Hospitality Quarterly. –2010. – №51(1). – С.35-52)
3. Verhoef P.C. Understanding the effect of customer relationship management efforts on customer retention and customer share development // Journal of Marketing. – 2003. – No.67. – P.30-45 (Верхоф, П.К. Понимание влияния усилий по управлению взаимоотношениями с клиентами на удержание клиентов и увеличения доли клиентов // Журнал маркетинга. – 2003. – № 67. – С.30-45)
4. Kivetz R., Simonson I. Earning the right to indulge: Effort as a determinant of customer preferences toward frequency reward programs // Journal of Marketing Research. – 2002. – No.39. – P.155-170 (Киветз Р., Симмонс И. Получение права на потакание: Усилия как определяющий фактор предпочтений клиентов в отношении частоты вознаграждений. // Журнал маркетинговых исследований. – 2002. – №39. – С.155-170)
5. Kivetz R. The effects of effort and intrinsic motivation on risky choice. // Marketing Science. – 2003. – No.22. – P.477-502 (Киветз Р. Влияние усилий и внутренней мотивации на рискованный выбор // Маркетинговая наука. – 2003. – № 22. – С.477-502)
6. Shugan S.M. Brand loyalty programs: Are they shams? // Marketing Science. – 2005. – No.24. – P.185-193 (Шуган С.М. Программы лояльности к бренду: являются ли они обманом? // Маркетинговая наука. – 2005. – №24. – С.185-193)
7. Kivets R., Simonson I. The idiosyncratic fit heuristic: Effort advantage as a determinant of consumer response to loyalty programs // Journal of Marketing Research. – 2003. – No.40. – P.454-467 (Киветз Р., Симонсон И. Эвристика идиосинкразического соответствия: преимущество усилий как определяющий фактор реакции потребителей на программы лояльности // Журнал маркетинговых исследований. – 2003. – №40. – С.454-467)

УДК 332.055

РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ, ДИНАМИКА ЕГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Краснов В.Н., магистрант
Научный руководитель: **Третьякова С.Н.**, д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
Краснодарский край, г. Краснодар

В данной статье проводится количественный анализ субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) в динамике по следующим критериям: занимаемая отрасль, занятость населения, организационно-правовая форма. В связи с резкими изменениями курсов иностранных валют по отношению к российскому рублю, а также с условиями пандемии, были сформулированы прогнозы дальнейшего развития МСП, а также предложены меры по экономической поддержке МСП.

This article provides a quantitative analysis of small and medium-sized businesses (hereinafter referred to as SMEs) in dynamics according to the following criteria: industry, employment, organizational and legal form. In connection with the sharp changes in foreign exchange rates against the Russian ruble, as well as with the conditions of the pandemic, forecasts were made for the further development of SMEs, and measures were proposed to provide economic support to SMEs.

Ключевые слова: *предпринимательство, динамика экономического развития, малый и средний бизнес, экономический кризис, финансовая поддержка*

Keywords: *entrepreneurship, dynamics of economic development, small and medium business, economic crisis, financial support*

В Российской Федерации доля участия субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП страны на 2020 г. составляет около 25%. МСП играют важную роль в поддержании и развитии рыночной экономики государств и выполняют следующие функции:

– способствуют росту предложения товаров и услуг, и, благодаря конкуренции, снижению цены;

– стимулируют поддержание денежных средств в обороте, противоборствует их изъятию. Вызывается массовым потреблением;

– играют ключевую роль в пользовании кредитными и валютными продуктами;

– являются крупнейшими налогоплательщиками в ряде муниципальных территорий, субъектах РФ [2];

– являются крупнейшими работодателями в ряде муниципальных терри-

торий, субъектах РФ. По данным на 10 апреля 2021 г., количество работников, занятых в МСП, превысило 15 млн. человек.

Однако в странах с более развитой рыночной экономикой, доля участия МСП в ВВП составляет более 60%, среди них: Германия, Великобритания, США, Франция и т.д. Это связано прежде всего с низким влиянием государственного аппарата.

На текущее развитие количества МСП значительно повлияли современные пандемические условия, а также высокая волатильность курсов российского рубля по отношению к иностранным валютам. В таблице 1 [3] прослеживается динамика докризисного периода, кризиса, а также текущего экономического подъема.

Таблица 1. **Динамика числа субъектов МСП в России**

	10.03.2019	10.04.2019	10.03.2020	10.04.2020	10.09.2020	10.04.2021
Численность субъектов МСП (юр. лиц и ИП), тыс. ед., из них:	6107,8	6141,3	5 960,4	5 979,9	5 602,7	5 780,6
микро предприятия	5840,0	5874,5	5720,5	5740,8	5 367,2	5 547,6
малые предприятия	249,1	248,1	222,9	222,1	217,9	215,4
средние предприятия	18,7	18,7	17,0	17,0	17,6	17,7

В промежуточный период (10.09.2020 г.), наблюдается наибольшее снижение численности субъектов МСП, на 8% в сравнении с 2019 г. Следует обратить внимание, что именно микро- и малые предприятия были ликвидированы, что говорит о неустойчивости низкооборотных компаний.

В отраслевой структуре оборота сектора МСП в течение 2020 г. значительных изменений не происходило. Ключевыми отраслями сектора, как и прежде являются оптовая и розничная торговля (60,4% общего оборота), разнообразные обрабатывающие производства (10,4%) и строительство (7,5%).

Значительное сокращение количества предприятий малого и среднего бизнеса Министерство Финансов Российской Федерации объясняет пересмотром и обновлением Реестра МСП и увенчавшейся успехом борьбой с фирмами-однодневками. Однако по-другому трактует ситуацию общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России», которая считает и указывает на снижение прибыльности малого и среднего бизнеса вследствие сокращения доходов населения и сложные условия предпринимательской деятельности в стране. Приведенный на рисунке 1 анализ численности граждан, занятых на микро, малых и средних предприятиях, а также о гражданах, работающих в качестве индивидуальных предпринимателей, за январь 2017 – январь 2021 гг. допускает

сделать вывод о том, что в начале 2020 г., а также в начале 2021 г. произошло сокращение численности работающих по сравнению с предыдущими периодами. Именно это является подтверждением снижения прибыльности, поскольку предприятия-однодневки в большинстве случаев не имеют более одного сотрудника.

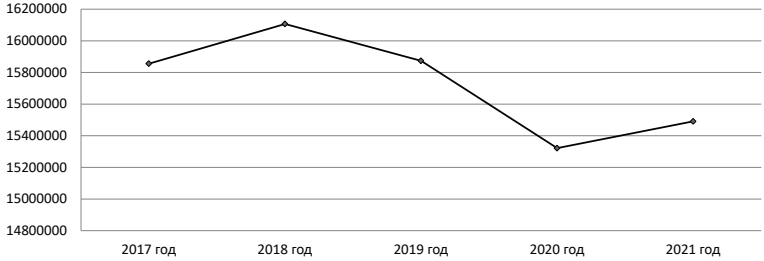

Рис. 1. Динамика числа трудоустроенных граждан в МСП.

Отмечается, что одними из причин снижения численности трудоустроенных граждан в МСП в период пандемии и кризиса являются:

– низкая рентабельность, банкротство предприятий;

– оптимизация производственных процессов посредством перехода роботизированный или онлайн-формат;

– частичный переход в теневой сектор экономики, дробление бизнеса с целью снижения налогового бремени.

О массовой оптимизации налоговых расходов свидетельствует снижение числа юридических лиц и рост количества зарегистрированных Индивидуальных предпринимателей, которые применяют УСН (упрощенная система налогообложения).

На 10.01.2017 г. доля юридических лиц составляла: 2816794/5865780∗100% = 48,0%, на 10.01.2018: 2817510/6039216∗100% = 46,65%, на 11.01.2019: 3325807/6041195∗100% = 55,0%, на 10.01.2020: 2528711/5916906∗100% = 42,73%. Таким образом, можно сделать вывод о том, что за рассматриваемый период наблюдается существенное снижение доли юридических лиц (с 48% до 42,73%), а также увеличение доли индивидуальных предпринимателей. На 10.01.2021 г. чисто индивидуальных предпринимателей составило 58,3% [4].

Пандемия, за которой следовал режим повышенной готовности в российских регионах, соответственно и временное прекращения работы предприятий, а также снижение курса российской валюты не только остро отразились на текущее состояние МСП, но и подвергли МСП ряду отраслевых изменений, таких как рост технологического и IT сектора в экономике [1]. Однако данные направления были внедрены в действующие, более «консервативные» отрасли, что позволило сохранить их долю в ВВП. Предполагается, что интегрирование МСП с технологическим сектором будет включено, как основной приоритет социально-экономического развития на ближайшие 5 лет.

Для снижения ущерба от вышеупомянутых явлений, требуется существенная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса. Предлагаются следующие меры: массовое внедрение налога на профессиональный доход (налог «для самозанятых»); выделение списка особенно «пострадавших» отраслей с дальнейшим финансированием или снижением налогового бремени [5]; «раздвоение» базовых ставок по кредитованию юридических и физических лиц, которое позволит снизить темпы сокращения числа юридических лиц, поскольку именно они способны формировать наибольшие налоговые поступления в бюджет; стимулирование промышленного импортозамещения посредством регулирования ценообразования рынка первичного сырья; развитие рынка вторсырья.

Источники:

1. Гапов М.Р., Хубиева Д.К. Малое и среднее предпринимательство в период пандемии / Московский экономический журнал. – 2020. – №9. – С.200-204 (Gapov M.R., Khubieva D.K. Small and Medium Business in the Period of a Pandemic / Moscow Economic Journal. – 2020. – No.9. – P.200-204)
2. Демцура С.С. Малое предпринимательство: роль и проблемы развития / Новая наука: Современное состояние и пути развития. – 2019. – №9. – С.223-225 (Demtsura S.S. Small Business: Role and Development Problems / New Science: Current State and Development Ways. – 2019. – No.9. – P.223-225)
3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ofd.nalog.ru/index.html (дата обращения: 10.05.2020) (Unified register of small and medium-sized businesses. – [Electronic resource]. – URL: https://ofd.nalog.ru/index.html (date accessed: 05/10/2020)
4. Кузьмина Е.В., Замыцкая А.Д. Предпринимательство как фактор развития региона / Журнал экономики и бизнеса. – 2021. – том 2-1(72). – С.122-124 (Kuzmina E.V., Zamytskaya A.D. Entrepreneurship as a factor in the development of the region / Journal of Economics and Business. – 2021. – volume 2-1(72). – P.122-124)
5. Пашаева С.С. Проблемы кредитования сегмента МСБ в России // Научный электронный журнал Меридиан. – 2020. – №7(41). – С.381-383 (Pashaeva S.S. Problems of lending to the SME segment in Russia // Scientific electronic journal Meridian. – 2020. – No.7(41). – P.381-383)

УДК 338.242.4

АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Краснов В.Н., магистрант
Научный руководитель: **Третьякова С.Н.**, д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
Краснодарский край, г. Краснодар

В данной статье рассматриваются актуальные инструменты государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, а также принятые реальные меры поддержки на федеральном и региональном уровнях. Была проанализирована социально-экономическая значимость государственной поддержки в долгосрочном периоде, а также

сформулированы практические рекомендации по дальнейшему развитию этих инструментов.

This article examines the current instruments of state support for small and medium-sized businesses, as well as the actual measures of support taken at the federal and regional levels. The socio-economic significance of state support in the long term was analyzed, and practical recommendations were drawn for the further development of these instruments.

Ключевые слова: *предпринимательство, экономическая политика, государственная поддержка, инструменты регулирования, малые и средние предприятия*

Keywords: *entrepreneurship, economic policy, government support, regulatory instruments, small and medium-sized enterprises*

В 2021 г. для предприятий малого и среднего бизнеса в России (Далее – МСБ) начнет работу единая цифровая платформа, изменится налоговый режим, а подход к проверкам станет риск-ориентированным. Использование форм поддержки направлено на создание здоровой конкуренции и повышение общего уровня жизни населения. Финансовая поддержка в соответствии с Программой поддержки малого бизнеса в 2021 г. является основной для предприятий, но предусмотрено множество и других форм поддержки, которые касаются имущественной, образовательной, информационной сфер деятельности предприятий [5].

При создании бизнеса, предприниматель сталкивается с нехваткой денег и информации. Современные формы поддержки могут помочь в этой ситуации. Предоставление государственной поддержки облегчает создание бизнеса с нуля. Однако государственной поддержки не всегда достаточно для успешного запуска.

Для любой компании сегодня в приоритете получить «живые» деньги на развитие бизнеса. С этой целью разработаны и существуют несколько видов субсидий, при помощи которых компании и ИП могут компенсировать часть своих расходов. Важной составляющей частью бизнеса является представление своих достижений на различного уровня выставках, так на участие в выставках в пределах страны предоставляются субсидии в размере – 350 000 руб., за рубежом – до 700 000 руб.

Экспортерам уровень субсидий значительно выше: на транспортировку товаров за рубеж, сертификацию продукции – до 3 млн. руб., на сертификацию менеджмента – до 500 тыс. руб., на приобретение оборудования для франчайзинга – до 1 млн. руб.

На уплату лизинговых платежей или процентов по кредитам, на приобретение разнообразного оборудования, на развитие для резидентов технопарков – до 10 млн. руб. А на развитие технопарков управляющим компаниям таких территорий – до 300 млн. руб. в год.

Для эффективного улучшения российской экономики правительствен-

ным учреждениям, важно поддерживать малый бизнес как один из самых активных субъектов нынешнего рынка. Это связано с тем, что малые предприятия, в отличие от крупных компаний, изначально не имеют достаточной базы финансовых ресурсов для стратегии ускоренного развития.

Рис. 1. Совокупные интересы малого предпринимательства и государства в области государственной поддержки [2]

Субсидии для стартующих бизнесменов выделяются ежегодно. Составляют они более миллиарда рублей. Претендовать на названные субсидии могут лишь СМП, которые ведут свою практическую деятельность более двух лет. Что касается основных и дополнительных условий и требований, они оглашаются заблаговременно на официальных сайтах ведомства.

Сумма безвозмездной субсидии составляет – 500 тыс. руб. Но израсходовать эти деньги можно только на обозначенные цели, после чего обязательным условием получения является предоставление отчетности и подтверждающих документов.

Анализ участников конкурсных мероприятий позволил выявить основные сферы деятельности, по которым чаще всего принимают участие в конкурсе на получение подобной субсидии бизнесмены:

– сельскохозяйственная сфера деятельности;
– реализация проектов социальной помощи и защиты населения;
– лица, относящиеся к социально-незащищенным категориям населения (бизнесмен, имеющий инвалидность, малолетних детей) и т.д.

Эта цифра отражает основные направления нынешней системы взаимодействия государства и малого бизнеса, основные интересы, которые их связывают. Существующий институт государственной поддержки малого бизнеса базируется на сформированном взаимодействии между государственными структурами и малым бизнесом и определяется перечнем различных конкретных принципов. Основными темами этих отношений являются малый бизнес и государство, а предметом отношений являются некоторые условия функционирования малого бизнеса. Сегодня малый биз-

нес традиционно считается сообществом независимых малых и средних предприятий, выступающих в качестве экономических субъектов современного рынка услуг и продуктов. Стоит обратить внимание на то, что в Российской Федерации существует тенденция микропредприятий к работе в теневой сфере.

Несколько слов о льготном кредитовании. Рассматривая льготное кредитование, следует понимать, что речь идет не о потребительском кредите, а о займах, которые можно получить только на бизнес цели. В качестве примеров можно говорить о покупке оборудования для развития бизнеса, материальных активов, или, к примеру, недвижимости для ведения предпринимательской деятельности и т.д.

Условия льготного кредитования довольно благоприятные и привлекательны. Например, если бизнесмен работает в сфере агропромышленного комплекса, он может оформить заем под 5% годовых. Часть оставшейся суммы компенсирует Министерство сельского хозяйства РФ.

Малые предприятия могут эффективно развиваться, если менеджеры таких компаний грамотно продвигают свою продукцию. Государственные и муниципальные структуры должны разработать комплекс мер, направленных на так называемую «рекламу» возможности регистрации предпринимателя, как «самозанятого» с целью выхода из теневой сферы и уплаты налога на профессиональный доход.

Конечно, вклад малого бизнеса в общее восстановление экономики страны сегодня недостаточен. Это обстоятельство объясняется существующими тенденциями снижения производства, а также многочисленными разрывами экономических связей и отсутствием государственной поддержки таких предприятий [2].

Однако, как нестабильная бизнес-структура, малые предприятия в наибольшей степени зависят от колебаний рынка, а также нуждаются в разнообразной государственной поддержке. Сегодня активно формируется региональная сеть так называемых учредительных центров для предпринимателей. Он также видит необходимость этих компаний в кредитах для различных потребностей. В целом, следует отметить, что территориальные маркетинговые и рекламные мероприятия по развитию потенциала региона также играют важную роль в совершенствовании современного малого бизнеса. Сбыт территорий осуществляется государственными и муниципальными органами власти, помогает малым предприятиям вести более успешную деятельность, увеличивать прибыль от продажи товаров и услуг. Если мы создадим подходящие условия для поддержки малого бизнеса на региональном и национальном уровнях, предоставим возможности для безрискового финансирования и оптимальной прибыли, фонды инвесторов будут способствовать созданию и развитию такого рода бизнеса и повышению успеха российской экономики на этой основе в целом. На наш взгляд, в последние годы стало возможным эффективно взаимодействовать между

малым бизнесом и законодателем, совместно искать и реализовывать стратегически важные решения.

Пандемия коронавирусной инфекции внесла свои весомые коррективы в жизнь малого и среднего бизнеса. Наиболее пострадавшим представителям этих сфер, государство предоставило безвозмездную финансовую помощь. В списке тех, кто получил финансовую поддержку от государства, представители сферы общественного питания, разнообразных услуг для населения, развлечений, гостиничного бизнеса и т.д. Представители указанных и других сфер получили выплаты в размере МРОТ (12 130 руб.) на каждого сотрудника [3].

• компаниям из самых пострадавших отраслей предусмотрены кредиты размером до шести МРОТ на каждого сотрудника;

• льготная кредитная ставка составляет 2% годовых. Если в такой компании через год будут работать хотя бы 90% сотрудников, государство спишет ей весь кредит и проценты по нему, а в случае, если останутся от 80% до 90% работников – «простят» половину кредита и процентов [4].

Для смягчения положения МСП также был разработан комплекс мер по введению отсрочек. Правительство приняло решение увеличить срок уплаты ранее начисленных административных штрафов для этих компаний с 60 до 180 дней. В качестве немаловажной меры были продлены сроки уплаты налогов, страховых взносов и пр.

Помощь малому и среднему бизнесу продолжает действовать и в настоящее время. Президент России объявил о новых видах поддержки для предприятий различных сфер экономики.

Однако для того, чтобы существенно добиться решительного изменения делового климата, необходимо обратиться с его материальными и административными ресурсами к местным органам исполнительной власти и в Центральном регионе по основным проблемам малого бизнеса. На данный момент важно принять серьезные меры для формирования высокоэффективной государственной политики по продвижению малого бизнеса в Российской Федерации. Повышение роли малого бизнеса в продолжающемся социально-экономическом совершенствовании муниципальных образований является важным фактором благосостояния территорий, а также увеличения объема российского промышленного производства. Важно уделять большое внимание формированию соответствующих мер поддержки малого бизнеса. Это также требует общего определения наиболее перспективных форм поддержки малого бизнеса. Одним из основных инструментов осуществления успешной политики развития малого бизнеса являются хорошо сформированные рекламные кампании [1].

Чтобы разработать рекомендации по улучшению организации и функционирования малого бизнеса, необходимо определить, какие меры государственной поддержки МСП в настоящее время существуют в нашей стране:

– выделение субсидии в размере 60 тыс. руб. до 25 млн. руб.;

– предоставление ресурсов на льготных условиях и в некоторых случаях может бесплатно использовать государственные земли и аренды помещений;

– создание официальных сайтов для быстрого предоставления актуальной информации предпринимателям;

– предоставление налоговых льгот;

– предоставление грантов региональными властями.

Грант предоставляется бесплатно в виде гранта неопытному предпринимателю один раз. В среднем максимальная сумма составляет 600 тыс. руб., но сумма варьируется в зависимости от региона, сферы деятельности, количества рабочих мест и других критериев.

Для формирования благоприятной экономической среды развития субъектов МСП, рекомендуется принятие следующих мер со стороны государственных органов: распределение «приоритетных» отраслей в зависимости от регионов России с созданием специализированной стимулирующей политики; увеличение доступности упрощенной системы налогообложения для среднего бизнеса; создание единой системы консультации для собственников МСП, которая позволит доступно получать правовую и экономическую информацию.

Источники:

1. Вирабян Н.М. К вопросу о выборе источников финансирования деятельности субъектов малого и среднего бизнеса / Н.М. Вирабян. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – №2(292). – С.239-242. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://moluch.ru/archive/292/66122/ (дата обращения: 23.01.2021) (Virabyan N.M. On the question of choosing sources of financing for the activities of small and medium-sized businesses / N.M. Virabyan. – Text: direct // Young scientist. – 2020. – No.2(292). – P.239-242. – [Electronic resource]. – URL: https://moluch.ru/archive/292/66122/)
2. Кириленко Н.А. Анализ развития малого предпринимательства Российской Федерации: проблемы и перспективы / Н.А. Кириленко. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – №43(177). – С.150-154. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://moluch.ru/archive/177/46157/ (дата обращения: 23.01.2021) (Kirilenko N.A. Analysis of the development of small business in the Russian Federation: problems and prospects / N.A. Kirilenko. –Text: direct // Young scientist. – 2017. – No.43(177). – P.150-154. – [Electronic resource]. – URL: https://moluch.ru/archive/177/46157/)
3. Косенко А. Тенденции и перспективы развития малого инновационного предпринимательства// Наука и инновации. – 2018 – № 3. – С.61-64 (Kosenko A. Trends and prospects for the development of small innovative entrepreneurship // Science and innovations. – 2018. – No.3. – P.61-64)
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gks.ru/ (Official website of the Federal State Statistics Service. – [Electronic resource]. – URL: https://www.gks.ru/)
5. Третьякова С.Н. Современная концепция денежно-кредитного регулирования. – Краснодар, 2016. – 323 с. (Tretyakova S.N. The modern concept of monetary regulation. – Krasnodar, 2016. – 323 p.)

УДК 338

ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА СТРАХОВОЙ СЕКТОР И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СТРАХОВАНИЯ НА 2021 ГОД

Нестерова М.С., магистрант
Научный руководитель: **Юдин С.В.**, д.т.н., профессор
Тульский филиал – ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им Г.В. Плеханова»
Тульская область, г. Тула

Пандемия коронавируса COVID-19 оказала существенное влияние на различные секторы экономики, в том числе не обошла стороной и рынок страхования. Экономические последствия пандемии повлияли как на потребности потребителей услуг, так и на сотрудников, заставив кардинально трансформировать операции страховщиков. В связи с этим, данная тема как никогда актуальна. В статье рассматриваются потенциальные последствия ковида и дальнейшее развитие рынка страхования.

The COVID-19 coronavirus pandemic has had a significant impact on various sectors of the economy, including the insurance market. The economic impact of the pandemic has affected both the needs of service consumers and employees, forcing a drastic transformation of insurers ‘ operations. In this regard, this topic is more relevant than ever. The article discusses the potential consequences of Covid-19 and the further development of the insurance market.

Ключевые слова: *страхование, страховой рынок, перспективы развития, пандемия, страховая компания*

Keywords: *insurance, insurance market, development prospects, pandemic, insurance company*

В 2020 г. COVID-19 оказал различное влияние на отрасль страхования. Впервые страховыми компаниями было поднято множество вопросов: начиная от непрерывного режима работы, как сотрудников, так и компании в целом, до вопросов клиентского обслуживания и дальнейших планов развития.

Внезапное появление COVID-19 вызвало у страховщиков разную реакцию. Пандемия оказала влияние, как на работодателей, так и на потребителей страховых услуг. У всех возникли свои особенные проблемные моменты, связанные не только со страховой отраслью, но и с обществом и экономикой в совокупности [1].

Большинство страховщиков довольно быстро адаптировались к изменившимся условиям, однако некоторые компании до сих пор сталкиваются с препятствиями на пути роста и прибыльности.

Наибольшее влияние на страховой рынок пандемия оказала в первой половине 2020 г. Многим страховщикам пришлось отменять различные мероприятия, а так же выплачивать компенсацию работникам. Большинство организаций довольно быстро отреагировали на вспышку пандемии и при-

няли незамедлительные меры для обеспечения непрерывности бизнеса и обеспечивая помощь клиентам.

Согласно аналитике PeriStrat, общая сумма потерь страховых компаний в результате пандемии, говорит о размере убытков в диапазоне от 30 до 80 млрд. долларов. При этом российские страховые компании практически не пострадали от пандемии, чего не скажешь об иностранных компаниях. Это связано с довольно сниженным уровнем страхового покрытия тех рисков, которые были реализованы в процессе пандемии, и введенными властями необходимыми карантинными мерами [3].

Страховым компаниям в 2021 г. следует рассмотреть возможность совмещение мер защиты и наступления для того, чтобы ускорить восстановление и обеспечить вступление в фазу процветания, когда учитывая всё ещё довольно тяжелые условия экономики, рост возобновиться [2].

Если же мы посмотрим с другой стороны, то увидим, что пандемия оказала влияние на продукты и услуги, которые готова предложить страховая организация. Так, выросло количество новых типов продуктов и страхового покрытия.

Чтобы и дальше оставаться на плаву, страховщикам придется внедрять всё больше инноваций. Особое внимание стоит уделить развитию онлайн продуктов и развитию дистанционного оформления полисов без посещения офиса. Это также связано с тем, карантинные ограничения во II квартале 2020 г., оказали влияние на продажи через корпоративные офисы, затронув при этом как офисы банков, так и дилерские центры. В них одновременно продажи упали на 21% в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года [3].

Анализ перспектив, как и в каком направлении будет происходить развитие страховых организаций в постпандемийный период, когда мировая экономика вернется на свои позиции, дает возможность сделать вывод, что возврата к тому, что считалось стандартной ситуацией, не будет. Влияние будет иметь и то, какой окажется реакция страховщиков не только на воздействие пандемии, но также и изменения в технологиях, потребительских вкусах и экономике. Создание инноваций в страховых полисах, новые стратегии продаж, новые операции и опыт клиентов может оказаться самым большим отличием в 2021 г. и в последующий период.

Источники:

1. Потенциальные последствия от COVID-19 для страхового сектора. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://www2.deloitte.com (Potential impact of COVID-19 on the insurance sector. – [Electronic resource]. – URL: https://www2.deloitte.com)
2. Перспективы страхового рынка 2021 по версии Deloitte. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://www2.deloitte.comhttps://calmins.com/perspektivy-strahovogo-rynka-2021-po-versii-deloitte (Prospects for the insurance market in 2021 according to Deloitte. – [Electronic resource]. – URL: https://www2.deloitte.comhttps://calmins.com/perspektivy-strahovogo-rynka-2021-po-versii-deloitte)
3. Анализ текущих тенденций и рисков рынка страхования. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://www.acra-ratings.ru/research/2113 (Analysis of current trends and risks of the insurance market. – [Electronic resource]. – URL: https://www.acra-ratings.ru/research/2113)

УДК 330.34

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ В СФЕРЕ ИННОВАЦИЙ

Канунникова К.И., магистрант
Научный руководитель: **Павлова Е.А.**, к.э.н.
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет ИТМО»
г. Санкт-Петербург

В данной статье определена значимость инноваций. Показано место России в Глобальном инновационном индексе (ГИИ) за последние 7 лет. Определены сильные и слабые стороны российской инновационной системы, исходя из рейтинга ГИИ. Приведены основные показатели инновационной деятельности в России за период с 2017 по 2019 гг. Сделан вывод о повышении эффективности отечественной сферы инноваций.

This article identifies the importance of innovation. The place of Russia in the Global Innovation Index (GII) for the last 7 years is shown. The strengths and weaknesses of the Russian innovation system are determined based on the GII rating. The main indicators of innovative activity in Russia for the period from 2017 to 2019 are presented. The conclusion is made about increasing the efficiency of the domestic sphere of innovations.

Ключевые слова: *инновации, предприятие, инвестиции, экономика, технологии*

Keywords: *innovation, enterprise, investment, economics, technology*

В современном мире инновации можно представить как успешность экономического развития страны в технологическом аспекте. В ситуации здоровой и эффективной экономики инновационная активность является главной стратегией достижения успеха для предприятий, которые составляют в совокупности центральное звено национальной экономики. Инновации – больше не просто способ соревноваться между компаниями. В условиях, когда мировая экономика замедляется, вспыхивают торговые войны и производительность труда растет все более медленными темпами, инновации – это вопрос успеха развития экономики в целом и лидерство страны на мировой арене.

Россия на протяжении 7 последних лет постоянно улучшает свои позиции в Глобальном инновационном индексе (ГИИ), так, в период с 2013 по 2016 гг., место России сместилось с 62-го на 43-е, затем до 2019 г. наша страна находилась на 46-м месте, а в 2020 г. потеряла одну позицию, заняв 47-е место. То есть, в данном рейтинге Россия занимает средние позиции [1].

Стабильные позиции в ГИИ-2020 Россия имеет в следующих сферах [1]:

– человеческий капитал и наука – 30-е место в рейтинге;

– уровень развития бизнеса – 42-е место в рейтинге;

– развитие технологий и экономики знаний – 50-е место в рейтинге.

Слабо развиты согласны ГИИ-2020 следующие отечественные сферы [1]:

– результаты креативной деятельности – 60-е место в рейтинге;

– инфраструктура – 60-е место в рейтинге.

– институты (качество регулирования и верховенство права) – 74-е место в рейтинге.

В таблице 1 представлены основные показатели инновационной деятельности в России [2].

Таблица 1. **Основные показатели инновационной деятельности в России за 2017-2019 гг.**

	Единица измерения	2017 год	2018 год	2019 год
1. Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами	млн. руб.	57 611 057,8	68 982 626,6	92 253 929,6
- в том числе инновационные товары, работы, услуги		4 166 998,7	4 516 276,4	4 863 381,9
2. Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг	%	7,2	6,5	5,3
3. Затраты на инновационную деятельность	млн. руб.	1 404 985,3	1 472 822,3	1 954 133,3

Как видно из таблицы, на протяжении трех лет нет особых всплесков активности российских предприятий в инновационной деятельности. Да, динамика есть, и она положительная, но темпы роста могли бы быть и выше, так как потенциал российских производителей очень высок. В свое время, многие предприниматели правильно отреагировали и включились в процесс импортозамещения, после ввода санкций мирового сообщества против России.

В настоящее время Россия находится на 3-м месте после США и Китая по числу занятых в науке. То есть, наша страна обладает потенциальной возможностью для бурного и быстрого развития инновационной деятельности. Но, по фактическим показателям Россия остается позади многих государств по таким показателям, как эффективность использования ресурсов, степень воздействия результатов научно-технической и инновационной деятельности на экономику и общество.

Улучшить положение в сфере инноваций в стране, призван национальный проект «Наука» (2018 г.), бюджет которого оценивается 636 млрд. руб. Данный проект рассчитан на реализацию до 2024 г. В проекте «Наука» приоритет отдается следующим направлениям:

– развитие инфраструктуры для проведения исследований – 350 млрд. руб.;
– научно-производственная кооперация – 215 млрд. руб.;
– подготовка кадров – 70,9 млрд. руб.

В развитии инновационной деятельности в стране должно базировать-

ся на следующих принципах:

– государственная поддержка сфер деятельности, где наблюдается недостаточная предпринимательская активность;

– взаимодействие государства, бизнеса и науки на всех этапах инновационного процесса;

– эффективное распределение бюджетных средств.

Первым приоритетом повестки инновационного развития должны стать улучшение среды для инноваций и стимулирование конкуренции, вовлечение в инновационную деятельность широкого круга компаний, где ведущая роль должна быть отведена малому и среднему бизнесу [3].

Для завоевания лидерских позиций в сфере инноваций, необходимо, в первую очередь, наращивать объемы финансовых ресурсов, повышать эффективность их использования, что в конечном счете, будет способствовать формированию условий, позволяющих разрабатывать, внедрять и использовать инновационные решения.

Таким образом, для улучшения текущей ситуации в России в сфере инноваций, необходимо:

1. Осуществлять качественную и более масштабную подготовку специалистов в сфере науки, образования, технологий и инноваций.

2. Значительно повышать инновационную активность бизнеса.

3. Формировать благоприятный инновационный климат, путем создания условий и стимулов для инновационной деятельности во всех секторах экономики.

4. Развивать эффективную инфраструктуру, отвечающую за исследования, разработки и внедрение новых технологий.

5. Расширять многостороннее международное сотрудничество.

Источники:

1. Гохберг Л.М., Гершман М.А., Рудь В.А., Стрельцова Е.А. Глобальный инновационный индекс – 2020 // Наука. Технологии. Инновации. – Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ. – 20.09.2020. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://issek.hse.ru/news/396120793.html (Gokhberg L.M., Gershman M.A., Rud V.A., Streltsova E.A. Global Innovation Index-2020 // The science. Technologies. Innovation. – Institute for Statistical Research and Knowledge Economics (ISRKE) National Research University Higher School of Economics. – 20.09.2020. – [Electronic resource]. – URL: https://issek.hse.ru/news/396120793.html)
2. Федеральная служба государственной статистики. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/ (Federal State Statistics Service. – [Electronic resource]. – URL: https://rosstat.gov.ru/)
3. Карпов Д.В. Экономика инноваций как основа модернизационного развития России // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №2. – С.52-55 (Karpov D.V. Economics of innovation as the basis of modernization development in Russia // Economics and business: theory and practice. – 2019. – No.2. – P. 52-55)

УДК 338

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ОТРАСЛИ СТРОИТЕЛЬСТВА

Игнатова Е.В., магистрант
Научный руководитель: **Юдин С.В.**, д.т.н., профессор
Тульский филиала – ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Тульская область, г. Тула

Развитие российской отрасли строительства во многом обусловлено различными факторами внешней конъюнктуры, которые оказывают своё воздействие на деловую активность и, соответственно, предпринимательскую уверенность компаний. В данной статье представлен анализ современного состояния и развития российской отрасли строительства.

The development of the Russian construction industry is largely due to various factors of the external environment, which have an impact on business activity and, accordingly, the entrepreneurial confidence of companies. This article presents an analysis of the current state and development of the Russian construction industry.

Ключевые слова: *деловая активность, строительная отрасль, анализ, предпринимательская уверенность компаний, темп роста.*

Keywords: *business activity, construction industry, analysis, companies' entrepreneurial confidence, growth rate.*

Анализ состояния и развития строительной отрасли возможен на основе ряда объективных и субъективных показателей. К объективным показателям относятся статистические данные, использование которых позволяет формировать динамические ряды, тренды, и т.д., к субъективным – показатель предпринимательской уверенности и ряд других [1].

В течение I квартала 2018-2020 гг. показатель предпринимательской уверенности отечественных строительных компаний в среднем поквартально уменьшался на 18,3%. Такой отрицательный аспект связан со снижением количества заключенных договоров на возведение и эксплуатацию недвижимых объектов (в среднем на 4,3%), физического объёма выполняемых работ (в среднем на 6%), численности занятого населения в компаниях (в среднем на 11,5%), обеспеченности капиталом для финансирования строительных проектов (в среднем на 10,3%), объёма внешних инвестиций (в среднем на 5%), а также с ростом цен на материалы, используемые в строительстве, (в среднем на 68,5%) и цен на строительно-монтажные работы (в среднем на 41,8%).

Итоговая оценка показателя предпринимательской уверенности в развитии отечественных строительных компаний за I квартал 2020 г. была также отрицательной и составила всего 15% (рис. 1. [2, С.5]), что меньше среднего понижательного значения на 3,3 процентных пункта.

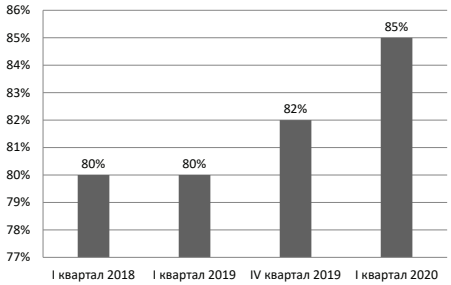

Рис. 1. Темп роста уровня предпринимательской уверенности за период с I квартала 2018 г. по I квартал 2020 г., %

При этом за I квартал 2018-2019 гг. уровень предпринимательской уверенности сократился на 20%, а в IV квартале 2019 г. он понизился на 18%.

Повышение темпа роста уровня предпринимательской уверенности к I кварталу 2020 г. было обусловлено совершенствованием портфеля заказов отечественными строительными компаниями, от чего возрос темп роста количества заключенных договоров на возведение и эксплуатацию недвижимых объектов, а также увеличением темпа роста численности занятого населения в компаниях в этом же периоде, о чём указывает рисунок 2 [2, С.5].

Вместе с тем влияние количества заключенных договоров на возведение и эксплуатацию недвижимых объектов было ниже, чем численности занятого населения в компаниях, при этом повышение темпа роста по приведённому параметру стало решающей позитивной тенденцией в увеличении темпа роста уровня предпринимательской уверенности.

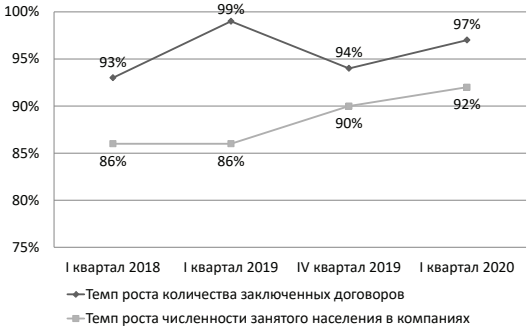

Рис. 2. Темп роста ключевых параметров современного состояния и развития российской отрасли строительства: количества заключенных договоров и численности занятого населения в компаниях, %

В начале 2020 г. активная динамика на отечественном рынке строительства создала предпосылки для положительных производственных тенденций в развитии компаний на II квартал 2020 г. Вместе с тем большинство руководителей строительных компаний в связи с этим приняло решение сохранить имевшуюся численность занятого населения. К тому же, усиление мобилизации ресурсов для укрепления деловой активности в I квар-

тале 2020 г. не способствовало сокращению масштаба существовавшего длительного отрицательного влияния на финансовое и производственное развитие строительных компаний. Множество параметров внешней конъюнктуры до сих пор говорит о том, что ситуация в российской отрасли строительства весьма неблагоприятна, поэтому компании выбирают консервативную стратегическую политику, которая способна точечно показать направления, в соответствии с которыми нужно скорректировать современное состояние.

Так, замедление понижательного значения количества заключенных договоров на возведение и эксплуатацию недвижимых объектов сопровождалось отрицательной динамикой физического объёма работ, которая, в свою очередь, привела к сокращению загрузки используемых производственных мощностей [3].

Таким образом, на начало 2020 г. современное развитие российской отрасли строительства характеризуется позитивными трендами финансово-хозяйственных показателей. Такая динамика в значительной степени связана с совершенствованием правовой базы, которая позволяет в настоящий момент значительно расширить возможности проектного финансирования будущих новостроек. Но при этом стоит обратить внимание также и на ряд факторов, сдерживающих развитие строительной отрасли.

Источники:

1. Агафонова Г.В., Козловская А.И. Стратегия управления бизнес-процессами как основа успешного пути компании // Финансовые рынки и банки. – 2020. – №3. – С.140-143 (Agafonova G.V., Kozlovskaya A.I. Business process management strategy as the basis for a successful company's way // Financial markets and banks. – 2020. – № 3. – P.140-143)
2. Деловой климат в строительстве в I квартале 2020 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2020. – 16 с. (Business climate in construction in the first quarter of 2020. – Moscow: NRU HSE, 2020. – 16 p.)
3. Асаул А. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А. Асаул, М. Войнаренко, И. Крюкова, П. Люлин. – М.: Проспект, 2016. – 400 с. (Asaul A. Organization of entrepreneurial activity: textbook / A. Asaul, M. Voinarenko, I. Kryukova, P. Lyulin. – Moscow: Prospect, 2016. – 400 p.)

УДК 368

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

Нестерова М.С., магистрант
Научный руководитель: **Швецов С.А.**, к.т.н., доцент
Тульский филиал – ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им Г.В. Плеханова»
Тульская область, г. Тула

Анализируя состояния различных сфер экономики, нельзя не обратить внимание на сферу страхования. В данной статье рассматриваются особенности функционирования современного рынка страхования Российской Федерации. Систематизируются сведения и тенденции развития рынка

за последний год, с учетом влияния пандемии COVID-19 и её последствий. Приводится наглядная оценка структуры страховых премий и концентрации страхового рынка.

Analyzing the state of various sectors of the economy, it is impossible not to pay attention to the insurance sector. This article discusses the features of the functioning of the modern insurance market of the Russian Federation. The information and trends of the market development over the past year are systematized, taking into account the impact of the CAVID-19 pandemic and its consequences. A visual assessment of the structure of insurance premiums and the concentration of the insurance market is given.

Ключевые слова: *страхование, страховой рынок, страховая компания, страховые премии, оценка состояния рынка, пандемия*

Keywords: *insurance, insurance market, insurance company, insurance premiums, market assessment, pandemic*

Проводя оценку ситуации на российском страховом рынке в 2021 г., можно заметить, что данный рынок увеличил свои показатели на 4,1% в 2020 г. в сравнении с 2019 г. Даже учитывая пандемию COVID-19, российский страховой рынок в 2020 г. вырос – размер страховых премий превысил 1,5 трлн. руб. Квартальная же динамика была неоднозначной из-за высокой волатильности экономики. Показатели второго квартала 2020 г. отразили временное уменьшение полученных страховых взносов. Это связано с моментом введения более строгие ограничений. Но уже в третьем квартале после снятия ограничений страховой рынок практически вернулся на уровень до коронавируса [1].

При анализе количества участников страхового рынка наблюдается тенденция к уменьшению их количества. К концу года на рынке осталось 162 компании. В 2020 г. из-за санкций с рынка ушли 4 страховщика, а 9 компаний добровольно отказались от своих лицензий [3].

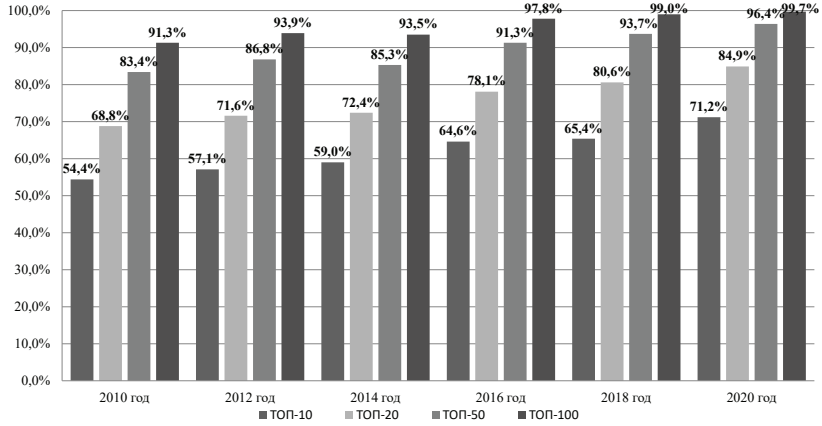

Рис.1. Изменение концентрации страхового рынка (сост. автором [3])

При этом концентрация компаний приблизилась к максимальным показателям за последние 11 лет. Страховщики, не входящие в ТОП-100, быстро теряют свои позиции, но компаниям на 50-100 местах также сложно конкурировать.

Оценивая ключевые показатели, мы видим достаточно хорошие результаты, несмотря на пандемию. Объем брутто-премий вырос на 57,8 млрд. рублей (+ 3,9%), объем премий-нетто – на 42 млрд. рублей. Объем выплат составил 658,5 млрд. рублей (+7,8%).

Отрицательная динамика выплат по рисковым видам стала одним из факторов роста чистой прибыли. Структура рынка осталась прежней: изменения долей отдельных видов не превышали 0,4 п.п. [1]

Однако в 2020 г. были и положительные последствия экономического шока для среднесрочного развития отрасли, в частности ускорение цифровизации процессов.

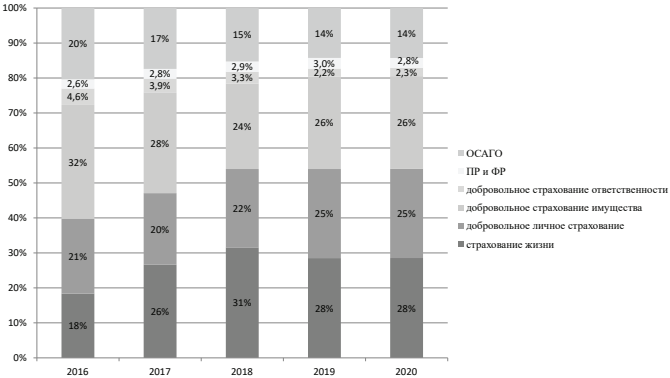

Рис.2. Структура страховых премий по видам страхования (сост. автором [3])

В первом квартале 2021 г. рынок страхования продолжил рост на фоне восстановления экономики, кроме сегментов имущественного и страхования юридических лиц. Основной движущей силой рынка страхования в начале 2021 г. стал значительный рост премий по кредитному страхованию жизни после резкого роста ипотечного и потребительского кредитования физических лиц [2].

Анализ динамики развития рынка страхования за период 2019 г. – первого квартала 2021 г. позволяет сделать вывод, что развитие рынка страхования в России в 2021 г. во многом будет зависеть от следующих факторов: адаптации продуктов по страхованию жизни к новым условиям, динамики депозитных ставок, динамики кредитования населения и темпов возврата доходов населения и МСП.

Источники:

1. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков № 4 2020 год – М., 2021. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru (Review of key performance indicators of insurers №4 2020. – Moscow, 2021. – [Electronic resource]. – URL: http://www.cbr.ru

2. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков № 1. I квартал 2021 года. – М., 2021. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа http://www.cbr.ru (Review of key performance indicators of insurers №1. I quarter 2021. – Moscow, 2021. – [Electronic resource]. – URL: http://www.cbr.ru
3. Национальное рейтинговое агентство. Страховой рынок России: итоги 2020 года. – М., 2021. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://www.ra-national.ru/ (Russian insurance market: results of 2021. – Moscow, 2021. – [Electronic resource]. – URL: https://www.ra-national.ru/)

УДК 334

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РАМКАХ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В СУБЪЕКТАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Благонравова Ю.К., магистрант
Виноградов А.В., магистрант
Ляшкова Е.С., магистрант
Пыхтеева И.В., студент
Большаков Н.С., магистрант
Научный руководитель: **Ширяева Ю.С.**, к.э.н.
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского»
Нижегородская область, г. Нижний Новгород

В статье рассматривается развитие социального партнерства в таком субъекте Российской Федерации как Нижегородская область. Отдельное внимание уделяется такому направлению как государственная молодежная политика. Данное направление является одним из разделов соглашений в сфере труда, что связано с необходимостью трудоустройства молодых граждан. Рассмотрено трехстороннее соглашение в области социально-трудовых отношений на примере Нижегородской области, а также план мероприятий по реализации данного соглашения.

The article deals with the development of social partnership in such a subject of the Russian Federation as the Nizhny Novgorod region. Special attention is paid to such a direction as the state youth policy. This direction is one of the sections of the agreements in the field of labor, which is associated with the need for employment of young citizens. A trilateral agreement in the field of social and labor relations is considered on the example of the Nizhny Novgorod region, as well as an action plan for the implementation of this agreement.

Ключевые слова: *социальное партнерство, государственные программы, трехстороннее соглашение, государственная молодежная политика, трудоустройство молодежи*

Keywords: *social partnership, state programs, trilateral agreement, state youth policy, youth employment*

Регулирование государственной молодежной политики (далее – ГМП) в Российской Федерации находится в ведении государственных органов. Так,

например, ГМП реализуется Федеральным агентством по делам молодежи, представленным в субъектах РФ органами исполнительной власти. Стоит отметить, что в каждом субъекте России полномочия по реализации ГМП также отнесены к разным органам исполнительной власти.

Большинство учреждений регулирующих государственную молодежную политику на территории субъектов РФ находятся в ведомстве органов исполнительной власти разной направленности, к примеру в Министерстве спорта или Министерстве образования и науки и т.д. Из-за этого происходит несогласованность действий в сфере ГМП, так как каждое учреждение наделено специфическим функционалом и вопросы молодежной политики уходят на второй план и решаются по остаточному принципу. Также стоит отметить, что каждый государственный орган реализует те государственные программы, которые соответствуют их полномочиям, то есть государственная молодежная политика в субъектах РФ носит не комплексный характер.

В качестве примера решения недостаточной проработки отдельных вопросов в реализации ГМП можно отметить такое направление, как социальное партнерство в сфере труда. Социальное партнерство сравнительно молодо и представляет собой взаимодействие между работодателями, работниками и органами государственной власти.

Более детально вопросы молодежной политики отражены, например, в Трехстороннем соглашении между Правительством Нижегородской области, Нижегородским областным союзом организаций профсоюзов «Облсовпроф», Региональным объединением работодателей «Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей» о взаимодействии в области социально-трудовых отношений на 2018-2023 гг. (далее – Соглашение) [2].

В данном Соглашении вопросам молодежной политики отведен целый раздел, где рассматриваются основные направления развития молодежной политики, в частности, по вопросам трудоустройства молодых граждан, развитию комплекса учебно-воспитательной работы, организации отдыха и оздоровления подростков и студенческой молодежи. В рамках реализации Соглашения был также разработан План мероприятий по реализации Соглашения [1], где четко определены мероприятия по реализации пунктов Соглашения, сроки, а также ответственные исполнители.

Развитие молодежной политики в рамках реализации социального партнерства играет важную роль, так как именно молодежь является динамично развивающейся категорией населения и, делая уклон на совершенствование подходов обучения, занятиям спортом, формирование здорового образа жизни и трудоустройства молодого поколения, государство обеспечивает рост социально-экономического развития страны. Также стоит отметить тот факт, что посредством включения сферы молодежной политики в социальное партнерство более детально прорабатываются слабые места, которым возможно, не уделяется должное внимание в государственных программах на уровне регионов.

Источники:

1. Постановление Правительства Нижегородской области от 31.08.2018 N 624 «Об утверждении Плана мероприятий по реализации соглашения между Правительством Нижегородской области, Нижегородским областным союзом организаций профсоюзов «Облсовпроф», региональным объединением работодателей «Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей» о взаимодействии в области социально-трудовых отношений на 2018-2020 годы от 9 января 2018 г. N 2-П/4/А-11» // Официальный сайт Правительства Нижегородской области. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://government-nnov.ru/?id=220038 (Resolution of the Government of the Nizhny Novgorod Region of 31.08.2018 N 624 «On approval of the Action Plan for the implementation of the Agreement between the Government of the Nizhny Novgorod Region, the Nizhny Novgorod Regional Union of Trade Union Organizations «Oblsovprof», the regional association of employers «Nizhny Novgorod Association of Industrialists and Entrepreneurs» on cooperation in the field of social and labor relations for 2018-2020 of January 9, 2018 N 2-P/4/A-11» // Official Website of the Government of the Nizhny Novgorod Region. – [Electronic resource]. – URL: https://government-nnov.ru/?id=220038)
2. Соглашение между Правительством Нижегородской области, Нижегородским областным союзом организаций профсоюзов «Облсовпроф», Региональным объединением работодателей «Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей» о взаимодействии в области социально-трудовых отношений на 2018-2023 годы // Официальный сайт Управления по труду и занятости населения Нижегородской области. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://czn.nnov.ru/ru/3/1199 (Agreement between the Government of the Nizhny Novgorod region, the Nizhny Novgorod Regional Union of Trade Union Organizations «Oblsovprof», the Regional Association of Employers «Nizhny Novgorod Association of Industrialists and Entrepreneurs» on cooperation in the field of social and labor relations for 2018-2023 // Official website of the Department for Labor and Employment of the population of the Nizhny Novgorod region. – [Electronic resource]. – URL: https://czn.nnov.ru/ru/3/1199)

УДК 368

ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ КАК ФОРМА КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Нестерова М.С., магистрант
Научный руководитель: **Швецов С.А.**, к.т.н., доцент
Тульский филиал – ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Тульская область, г. Тула

Современные экономические условия всё больше дают понимание того, что, не ориентируясь на потребности клиента, у компании мало шансов оказаться выбранным. Особенно это ощущается в страховом бизнесе, воспроизводящем услуги, которые «продаются, а не покупаются». Конкурентное давление мотивирует организации соответствовать ожиданиям и предпочтениям покупателей страховых услуг. В данной статье рассматривается влияние инноваций на конкуренцию компании.

Modern economic conditions increasingly give an understanding that, without focusing on the requirements of the client, the company has little chance of being selected. This is especially true in the insurance business, which reproduces services that are «sold, not bought». Competitive pressures motivate organizations to meet

the expectations and preferences of insurance buyers. This article examines the impact of innovation on the company's competition.

Ключевые слова: *страхование, страховой рынок, конкуренция, инновации, страховая компания, конкурентное преимущество.*

Keywords: *insurance, insurance market, competition, innovation, insurance company, competitive advantage.*

Современное общество не представляет собой существование без инноваций. Инновации проникли в самые различные сферы жизни, такие как социальная, организационная, управленческая и т.д.

В сфере страхования инновации подразделяются на различные группы, обусловленные их функциями (табл. 1.).

Таблица 1. **Классификация инноваций в страховании** [4]

Коммерческие (рыночные)	Создание новых товаров в связи с интеллектуальным развитием общества
Технические	Использование новых технологий и новой техники
Финансовые	Открытие новых видов страховых рисков в финансовой сфере
Организационные	Проведение организационных новшеств, которые существенно влияют на ценность продукта для клиента
Социальные	Освоение нового рынка сбыта

Цифровизация экономики, а также вектор инновационной деятельности российских страховых компаний в предоставлении продуктов с применением новых технологий, заставляют компании всё больше вовлекаться в процесс конкурентной борьбы, выводя на рынок новые инновационные продукты.

При этом, внедряя инновационные продукты, любая организация должна помнить о том, что данный процесс является высоко рискованным в сфере предпринимательской деятельности. Неопределенность факторов, влияющая на результаты деятельности, вызывает высокие риски. Поэтому инновационная деятельность является привлекательной для тех участников рынка, которые не боятся рискнуть [1].

Каждая инновация должна решать конкретную проблему конкретной группы потребителей или быть направлена на удовлетворение вполне конкретной потребности [2]. Именно при таком подходе у страховой компании больше шансов создать продукт, который будет клиентоориентированным и отвечающий запросам потребителей.

В то же время стоит учитывать тот факт, что к 2021 г. произошли существенные сдвиги в клиентской демографии. Доминантной потребительской группой становятся миллениалы и поколение Z, которые имеют свои предпочтения в выборе продуктов и услуг.

Так как данная группа в большинстве случаев ориентируется на цифровые продукты, наиболее актуальными и эффективными инновациями мож-

но признать новые технологии и каналы продаж, активное использование цифровых технологий, удаленный агентский доступ. В ближайшее время возможным становится применение искусственного интеллекта и биометрических технологий, на что обращается особое внимание в зарубежной практике [3].

Для того чтобы компании успешно конкурировать на страховом рынке, особое внимание стоит уделить направлениям обслуживания клиентов, предполагающим применение в практике страховщиков web-интерфейса и ассистанс-программ, P2P, M2M, технологии ТЕЛЕ успешно зарекомендовавших себя в зарубежной практике и активно внедряемых в деятельности ведущих российских страховых компаний.

Трансформация рынка страхования в сторону цифровых услуг, применения новых технологий будет происходить и дальше. Именно поэтому компаниям так необходимо уделять внимание инновационным процессам и внедрением на рынок инновационных продуктов, обеспечивающих не только запросы клиентов, но и обеспечивая тем самым своё устойчивое положение на страховом рынке.

Источники:

1. Клёцкин. А.Н. Совершенствование страхования инновационного продукта. – М., 2009 – 185с. (Kletskin. A. N. Improvement of insurance of innovative product – Moscow, 2009. – 185p)
2. Степанова М.Н. Инновации в страховании: основные мировые тенденции.// Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. – №3(32). – С.341. (Stepanova M.N. Innovations in insurance: the main global trends // Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration. – 2020. – №3(32). – P.341)
3. Аксютина С.В. Трансформация страхования: инновационные продукты и технологии // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – №2. – С. 405 (Aksyutina S.V. Transformation of insurance: innovative products and technologies // Economy, Entrepreneurship and Law. – 2020. – №2. – P. 405)
4. Савина Н.Е. Инновации в российском страховании: мода или необходимость? // Вестник финансового университета. – 2014. – № 6. – С.76 (Savina N.E. Innovations in Russian insurance: Fashion or necessity? // Bulletin of the Financial University. – 2014. – №6. – P.76)

УДК 338.27, 339.97

НЕСЫРЬЕВОЙ ЭКСПОРТ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Уткина А.С., магистрант
Научный руководитель: **Бирюков Д.В.**,к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»
Нижегородская область, г. Нижний Новгород

В статье рассмотрено такое направление внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, как экспорт несырьевых товаров и

приводится динамическая статистика за несколько последних лет. Также в статье обосновывается важность использования экономического прогнозирования. Делается вывод, что экспорт несырьевых товаров является приоритетным направлением экономики РФ, и развитию данной области уделяется особое внимание.

This article considers such a direction of foreign economic activity of the Russian Federation as the export of non-raw materials. The article concludes that the export of non-raw materials is a priority direction of the Russian economy, and special attention is paid to the development of this sphere.

Ключевые слова: *несырьевой экспорт, внешнеторговая деятельность, экспорт, торговля, ВЭД*

Keywords: *non-raw export, raw materials, foreign trade activity, export, trade*

Масштабы и эффективность участия страны в международном процессе разделении труда позволяют определить ее положение в системе мирохозяйственных связей в условиях быстро развивающегося процесса глобализации. Кроме того, степень интеграции определяется способностью страны адаптироваться к складывающимся тенденциям мировой экономики.

Для России основной формой выхода на зарубежные рынки продолжает оставаться внешнеторговая деятельность, которая осуществляется путем экспорта и импорта товаров и услуг. Это отличает ее от других стран, которые делают акцент на международное инвестиционное, научно-техническое развитие, международное производственное кооперирование.

По данным Федеральной таможенной службы Российской Федерации, стоимость российского внешнеторгового оборота в 2018 г. составила 688,115 млрд. долл. США и увеличилась на 17,82% по сравнению с 2017 г. Объемы экспорта также выросли на 26,01%. Россия входила в первую двадцатку стран-экспортеров и занимала 16-е место среди всех стран по объёмам экспортапродукции [1]. По экспортно-импортному сальдо Российская Федерация занимала третью строчку после Китая и Германии в общемировом рейтинге. Доля экспорта РФ в общемировых поставках в 2017 г. составляла чуть более 2%.

Однако структура российского экспорта распределена непропорционально. Традиционно топливно-сырьевые товары занимали лидирующую позицию среди продуктов экспорта (табл.1).

Таблица 1. **Динамика внешней торговли Российской Федерации в 2010-2018 гг.,** *млрд. долл. США* [1]

	2010	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*
Товарооборот	626,0	822,5	842,0	842,2	782,9	526,3	467,8	584,1	688,1
Экспорт	397,1	516,7	524,7	527,3	496,9	343,6	285,5	357,1	449,0
Импорт	228,9	305,8	317,3	315,0	286,0	182,7	182,3	227,0	238,2
Сальдо	168,2	211,0	207,5	212,3	211,0	160,9	103,2	130,1	211,8

Основным критерием причисления товара к сырью и не сырью является участие человека в формировании его принципиально важных характеристик. Например, сырьем являются материалы, имеющиеся в природе и извлекаемыеиз нее. Особенно выделяют минеральное топливо, руду идругие полезные ископаемые, древесину, пушнину. Массовые отходы, в особенности вторичные: лом черных и основных цветных металлов, макулатура и т.п., также являются сырьевыми товарами. Продукты, являющиеся результатом труда человека и изначально отсутствующие в природе, не являются сырьем.

В рассматриваемом периоде сырьевой экспорт составлял наибольшую долю во всем экспорте РФ (табл. 2). Среди всех продуктов особо выделялись минеральные продукты.

Отмечается, что наибольший прирост экспорта России в 2018 г. был зарегистрирован в области поставок таких материалов, как минеральное топливо, нефть, битумные вещества, а также чёрные металлы. Эти группы товаров являются сырьевыми, и поэтому прирост их экспорта не может считаться благоприятным фактором экономического развития страны (табл. 2).

Таблица 2. **Структура экспорта Российской Федерации 2010-2018 гг.,** *% от общего объема экспорт*а [1]

Вид товаров	*2010*	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	2,4	2,6	3,2	3,1	3,8	4,7	6,0	5,8	5,53
Минеральные продукты	68,8	71,1	71,3	71,5	70,5	63,8	59,2	60,4	64,8
Продукция химической промышленности	6,4	6,3	6,1	5,8	5,9	7,4	7,3	6,7	6,09
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	2,5	2,2	1,9	2,1	2,3	2,9	3,4	3,3	3,1
Текстиль и обувь	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
Драгоценные металлы и камни	2,2	2,2	2,6	2,7	2,4	2,3	3,1	3,1	2,24
Металлы и изделия из них	10,7	9,2	8,5	7,7	8,2	9,6	10,2	10,4	9,88
Машины, оборудования и транспортные средства	4,4	3,9	4,2	4,4	4,5	5,7	6,4	6	5,13

За последние годы в области развития экспорта было приложении немало усилий. Так, в годовом отчете РЭЦ за 2017 г. отмечается, что с 2013 г. впервые отмечено увеличение общего объема экспорта и, в том числе, не сырьевого неэнергетического экспорта (ННЭ). Объемы последнего по срав-

нению с 2016 г. увеличились на 23%, достигнув 134 млрд. долл. США. В его числе особенно существенно увеличились экспортные поставки продукции металлообработки на 31% до 7 млрд. долл., потребительских товаров на 30% до 1,7 млрд. долл., продукции машиностроительной отрасли на 22% до 19,6 млрд. долл. [2].

Страны стремятся к увеличению поставок продукции несырьевого разряда. Это показательный признак качественности отечественных товаров на зарубежных рынках, факторснижения зависимости отечественной экономики от колебаний мировых цен на сырье и повышения ее устойчивости. Именно поэтому в Послании к Федеральному Собранию 1 марта 2018 г. Президент РФ В.В. Путин отметил необходимость удвоения объёма несырьевого неэнергетического экспорта до 250 млрд. долл. в течение 6 лет. Особое внимание уделялось развитию субъектов МСП. К 2024 г. доля МСП в общем объеме несырьевого экспорта должна вырасти с 8% до 10%, а вклад в общий объем НЭ в абсолютном значении – 35,9 млрд. долл. США. Также прогнозируется прирост МСП-экспортеров до 2024 г. В количестве около 42 тыс. компаний. Данные показатели планируется достичь за счет энергичного привлечения частных ресурсов для финансирования крупных проектов.

Для достижения поставленных целей ведётся активная работа. Лидерами в осуществлении данных планов и помощи предпринимателям в улучшении экспортной деятельности по праву можно назвать РЭЦ РФ и региональные центры поддержки, ЭКСАР, агентство стратегических инициатив и другие организации. В частности, региональные Центры оказывают широкий спектр услуг, включая полноценные исследования рынков, содействуют организации бизнес-миссий и международных выставок.

Для успешного развития несырьевого экспорта предпринимателям необходимо учитывать некоторые важные факторы.

Фактор уникальности и качества продукции на практике чаще всего реализуется в экспорте продукции, являющейся инновационной для зарубежного рынка. Разрабатываемые и внедряемые продуктовые инновации должны иметь высокую степень новизны, а «часто они являются совершенно новыми, не имеющими аналогов продуктами. Рынок инновационной продукции становится рынком покупателя» [4]. Такие условия усиливают влияние неуправляемых факторов внешней среды на деятельность компании, разрабатывающей и экспортирующей новую продукцию, в результате чего ей приходится работать в условиях неопределенности. В дальнейшем такая неопределенность может возрастать еще более.

Важным вопросом при осуществлении анализа состояния и дальнейшего развития экспортной деятельности страны является организация и проведение прогнозных исследований. Грамотно построенные прогнозы обеспечивают выработку своевременных и адекватных реальным условиям управленческих решений, реализация которых способствует развитию внешнеторговой деятельности.

Прогнозирование, проведенное на макроэкономическом уровне, позволяет определитьвозможные направления и ключевые параметры «развития социально-экономической системы страны и ее отдельных элементов, регионов и отраслей экономики» [3], в том числе экспортной сферы. При проведении прогнозирования на микроэкономическом уровне первостепенное внимание может быть уделено «прогнозированию потребительских свойств нового продукта; определению экономических результатов его продвижения на рынках; размеров потенциальных рынков сбыта» [4].

Принимая во внимание большое влияние внешней среды на развитие внешнеторговой деятельности, повышается важность осуществления ее комплексного и подробного анализа, который уместно осуществлять по трем направлениям:

• «рассматривая изменения внешней среды, которые влияют на текущую стратегию;

• выявляя и изучая факторы, представляющие угрозу для реализации стратегии развития;

• анализируя факторы, способствующие достижению поставленных целей» [3].

Усиление влияния неконтролируемых факторов диктует необходимость применения адекватных «методик прогнозирования, адаптированных к специфическим условиям полной неопределенности и влияния неуправляемых факторов» [4].

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что внешняя торговля России в области несырьевого экспорта растет. Эта область рынка на сегодняшний день является приоритетной. Успешная реализация на международных рынках российских проектов способствует стабильности поступленияв бюджет валютной выручки и развитию отечественного бизнеса. Дальнейшее поступательное развитие необходимо осуществлять, базируясь на методологических основах экономического прогнозирования.

Источники:

1. Отчёт о внешней торговле России в 2018 году: товарооборот, экспорт, импорт, структура, товары, динамика. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2018-godu/ (Report on Russia's foreign trade in 2018: trade turnover, exports, imports, structure, goods, dynamics. – [Electronic resource]. – URL: https://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2018-godu/)
2. Годовой отчет АО «Российский экспортный центр» за 2017 год. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://2017.exportcenter.ru/expocenter/3. (Annual report of JSC «Russian Export Center» – [Electronic resource]. – URL:https://2017.exportcenter.ru/expocenter/3)
3. Бирюков Д.В. Прогнозирование развития социально-экономических систем в условиях неопределенности // Экономика и управление: проблемы, решения: Научно-практический журнал. – №11. – том 1. – ноябрь 2016. – Москва: Научная библиотека, 2016. – С.76-83 (Biryukov D.V. Forecasting the development of socio-economic systems in conditions of uncertainty // Economics and management: problems, solutions. Scientific and practical journal. – №11. – volume 1(58). – 2016 november. – Moscow: Scientific Library, 2016. – P.76-83)
4. Бирюков Д.В. Многошаговое прогнозирование развития инновационной дея-

тельности // Экономика и управление: проблемы, решения. Научно-практический журнал. – №4. – том 4. – апрель 2018. – М.: Научная библиотека, 2018. – С.26-31 (Biryukov D.V. Multi-step forecasting of the development of innovation// Economics and management: problems, solutions. Scientific and practical journal. – №4. – volume 4 (76). – 2018 april. – Moscow: Scientific Library, 2018. – P.26-31)

УДК 331.108.26

ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Такахо Б.Р., магистрант
Научный руководитель: **Лобанова В.В.**, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
Краснодарский край, г. Краснодар

В настоящей статье рассматривается понятие обучения и развития персонала, а также наиболее популярные в настоящее время формы обучения применительно к организациям сферы услуг. Также дается краткое описание и некоторые особенности применения рассмотренных форм обучения и развития персонала. Кроме того, в статье обосновывается значение обучения и развития персонала для предприятий сферы услуг.

This article discusses the concept of personnel training and development, as well as the most popular forms of training in relation to service organizations. A brief description and some features of the application of the considered forms of personnel training and development are also given. In addition, the article substantiates the importance of personnel training and development for service sector enterprises.

Ключевые слова: *обучение, персонал, развитие, система обучения персонала, сфера услуг, формы обучения*

Keywords: *training, personnel, development, personnel training system, service sector, forms of training*

Переход нашего государства к рыночным отношениям требует кроме всего прочего и повышения качества рабочей силы. Это касается, прежде всего, сферы услуг, так как работники таких организаций взаимодействуют с людьми, а потому от качества персонала будет зависеть эффективность деятельности всего предприятия.

В современном мире профессиональное образование является основной характеристикой качества рабочей силы. Компании, особенно крупные, стараются вкладывать свои средства в подготовку и обучение своего персонала, поскольку с развитием производства, появлением новых технологий персонал может быть неспособен эффективно работать в силу отсутствия у него необходимых знаний и навыков. Поэтому образование и развитие персонала сейчас является необходимым условием конкурентоспособности

организации, ее развития и доходности.

Обучение персонала – это основной путь получения профессионального образования. Это целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, специалистов, руководителей, наставников и т.п. [4, С.8].

Развитие персонала – это комплекс мероприятий, направленных на повышение профессиональной и управленческой компетентности сотрудников организации для более эффективного достижения целей и задач самого предприятия. Целью развития предприятия является обеспечение предприятия профессионально подготовленными сотрудниками [2, С.89].

Под системой развития персонала понимают комплекс образовательных, информационных элементов, которые привязаны к каждому конкретному рабочему месту, позволяющие повышать квалификацию работников для обеспечения выполнения задач организации. К числу основных элементов развития персонала в любой организации относятся: повышение квалификации, мотивация к прохождению обучения, адаптация к введенным изменениям, управление результатами обучения.

Программа развития персонала организации позволяет сформировать такой штат работников, который обладает большим количеством способностей, навыков, имеет сильную мотивацию. В конечном итоге это будет способствовать увеличению производительности предприятия, а также повысит значимость человеческих ресурсов.

Развитие персонала осуществляется посредством его обучения. В настоящее время существуют различные формы обучения персонала:

1. Индивидуальное и групповое обучение.

2. Внешнее и внутреннее обучение. Внешнее обучение – это обучение персонала в различных учебных заведениях, курсах, тренингах, проведение аттестации персонала, проведение стажировок и пр. Внутреннее обучение всегда проводится на территории организации сферы услуг. Это может быть как отдельное помещение внутри самого предприятия, так и арендуемое помещение. К внутреннему обучению относятся, например, различные лекции и семинары, наставничество, видеокурсы и т.д.

Наиболее часто применяемым является метод наставничества. Считается, что при помощи наставника работник может получить максимально большое количество необходимых знаний и навыков, а в итоге занять более высокую должность в организации.

Чаще всего под наставничеством понимается разновидность индивидуальной работы с новыми сотрудниками. Наставничество также является формой адаптации нового персонала, его профессиональной подготовки, ориентирования на правильное выполнение своих функций. В сфере услуг это весьма важно, так как практические навыки могут быть быстро переданы новому сотруднику только от наставника, который объяснит и покажет,

что нужно делать, как делать и когда.

На предприятиях сферы услуг внедрение наставничества необходимо для:

– повышения качества подготовки сотрудников.
– развития положительного отношения к работе.
– развития профессиональных компетенций.
– развитие способности качественно и самостоятельно выполнять свои обязанности.
– быстрое достижение необходимых рабочих показателей.
– обеспечение карьерного роста сотрудников.
– уменьшение текучести кадров в организации.
– обеспечение быстрой адаптации новых сотрудников.
– повышение клиент-ориентированности [1, С.45]

Как правило, наставниками являются уже опытные сотрудники организации, имеющие большой стаж работы. Сейчас такая система может применяться как для обучения простых рабочих, так и для подготовки управленческого состава организации. Обычно один наставник «ведет» одного либо двух подопечных. Наставник обучает своих подопечных основным приемам работы, помогает освоить различные производственные процедуры, контролирует результаты их работы и процесс обучения.

В результате наставник помогает развить карьеру себе и своим подопечным, помогает сформировать в организации кадровый резерв. Это стимулирует сотрудников к работе на одном предприятии, то есть способствует уменьшению текучести кадров.

В последнее время еще одним из перспективных направлений современного менеджмента стало направление формирования «самообучающихся организаций». Вместе с ним пришла и технология обучения – action learning – «обучение действием».

Данная технология позволяет эффективно и без отрыва от производства обучать управленческие кадры, менеджеров. Длительность такого обучения может составлять до года. Число участников одной группы, как правило, не превышает шести сотрудников. Периодичность встреч может колебаться от трех раз в неделю по два часа, до двухдневных семинаров в выходные дни.

При данном подходе используются знания нескольких ведущих менеджеров предприятия, которые решают в процессе обучения свою задачу. Здесь производится анализ ситуации, ставится определенная цель и прорабатываются конкретные шаги для достижения этой цели. В этом случае обучающиеся работают над конкретной практической задачей, которая имеет место на предприятии, что позволяет сделать процесс обучения эффективным [3, С.43].

Таким образом, в настоящее время обучение и развитие персонала можно назвать одним из видов инвестиций предприятия. При грамотном развитии персонала предприятие становится более доходным, стабильным, престижным для работников. Правильно обученные и мотивированные работники

будут стремиться показать лучшие результаты для построения своей карьеры, будут стремиться сохранить свое место работы. Предприятие же получит высоко квалифицированных сотрудников, которые способны выполнять свою работу надлежащим образом, минимально возможный уровень текучести кадров, хороший доход.

Источники:

1. Герчиков В.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 282 с. (Gerchikov V.I. Personnel management: the employee is the most effective resource of the company: textbook. – Moscow: INFRA-M, 2012. – 282 p.)
2. Карпенко Е.З. Обучение как средство развития человеческого капитала организации // Вестник Академии. – 2016. – №3. – С.89 (Karpenko E.Z. Training as a means of developing the human capital of an organization // Bulletin of the Academy. – 2016. – No.3. – P.89)
3. Кибанова А.Я. Управление деловой карьерой, служебно-профессиональным продвижением и кадровым резервом. Учебно-практическое пособие. – М.: Проспект, 2018. – 64 с. (Kibanova A.Ya. Management of business career, service and professional promotion and personnel reserve. Educational and practical manual. – Moscow: Prospect, 2018. – 64 p.)
4. Соловьёв Д.П. Обучение и развитие персонала: учеб. пособие. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2019. – 204 с. (Solovyov D.P. Training and development of personnel: studies. stipend. – Samara: Publishing House of the Samara State University of Economics, 2019. – 204 p.)

УДК 338

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА

Васильцова А.А., магистрант
Научный руководитель: **Зайнутдинова Э.Э.**, к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Республика Татарстан, г. Казань

Статья ориентирована на получение информации о конкурентоспособности организации и ее управлении. В современном мире рынок изготовления мебели довольно насыщен, что обеспечивает достаточно высокую конкуренцию в данной области. В статье проводится исследование на выявление конкурентных преимуществ ООО «Мебель Град», а также предложены стратегии, которые позволили бы сохранить и улучшить положение организации на рынке.

The article is focused on obtaining information about the competitiveness of an organization and its management. In the modern world the furniture manufacturing market is quite saturated, which provides a fairly high competition in this area. The article conducts a study to identify the competitive advantages of Mebel Grad LLC, and also proposes strategies that would allow maintaining and improving the organization's position in the market.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, управление конкурентными преимуществами, качество продукции, конкурентные стратегии, конкуренция*

Keywords: *competitiveness, competitive advantage management, product quality, competitive strategies, competition*

Конкурентная борьба на рынке является очень актуальной, поскольку концентрация внимания с одной организации на другую меняется быстро за счет внутренних и внешних факторов среды.

Конкуренция для организаций стала быстрой и оперативной и, если раньше достаточно крупная организация держала свои позиции хорошо и не уступала микропредприятиям, то теперь все изменилось и даже микропредприятие может встать на тот же уровень что и крупные предприятия. В условиях жесткой борьбы необходимо оценивать конкурентоспособность организации, так как новые конкуренты появляются с каждым днем, и все тяжелее становится организациям держать свои лидирующие позиции, поскольку появление «новичка» на рынке позволяет потребителям протестировать его продукцию и, если она окажется качественнее – уйти к нему.

Практике известно, что единой конкурентной стратегии для удержания лидирующих позиций не существует – организации сами вправе выбирать, какие способы они будут использовать для позиционирования уникальности своей продукции. В целом, если существовала бы единая конкурентная стратегия, весь мир придерживался бы ее и тогда потребителю было бы сложно выбирать из одинаково хороших организаций одну, которая бы удовлетворяла его потребности [1, С.29].

Конкурентоспособность предприятия определяется следующими факторами: качество продукции и услуг; наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта: уровень квалификации персонала и менеджмента; технологический уровень производства: налоговая среда, в которой действует предприятие; доступность источников финансирования.

Кроме этого отметим, что конкурентоспособность – понятие относительное, поскольку оно определяется на основе сравнения с аналогичными показателями конкурентов, Важнейшим источником конкурентного преимущества одних предприятий перед другими является производство продукции высокого качества, предоставление самых лучших услуг. Количественная характеристика одного или нескольких продуктов является оценкой с точки зрения показателя качества. Так, качество продукции объединяет в себе индивидуальные и косвенные показатели качества продукции [2, С.219].

Конкретно обобщающие показатели качества продукции характеризуют ее вид и назначение. Здесь можно говорить о мировых стандартах, правилах и ограничениях эксплуатации. Индивидуальные же показатели качества направлены больше на полезность продукции, а также еще надёжность для потребителя, эстетичность и технологичность продукции. Косвенные показатели отражают нарушения в сфере продукции, например, штраф за плохое

качество продукции, брак продукции и как следствие – потеря прибыли из-за брака и т.д.

Отвечая на вопрос, зачем нужна оценка конкурентоспособности, следует ответить, что оценка нужна для разработки мероприятий, которые повысят конкурентоспособность организации; для привлечения большего количества лучших поставщиков; для выхода на новые рыки сбыта; для благоприятного инвестиционного климата.

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

– рост объемов реализации продукта;
– улучшение качества выпускаемого продукта;
– уменьшение расходов;
– бенчмаркинг.

1. Рост объемов реализации продукции. Данный путь выбирается за счет большего объема реализации продукции, которую производит организация. Важные показатели конкретности не учитываются, так как все ресурсы направлены только на увеличение объёма реализуемой продукции. Производственный процесс дает решить задачу только с безубыточным производством, а на внешние факторы не ориентируется.

2. Улучшение качества продукции. Качество продукции немаловажный аспект, который рассматривается потребителями. К качеству будут возвращаться, предпочтение будут отдавать не объёму реализации продукции, а качеству, так как надежная продукция – залог успешного поддержания существующей базы клиентов, что способствует поднятию имиджа организации.

3. Уменьшение расходов. Один из наиболее классических путей увеличения конкретных преимуществ. Организация просто сокращает расходы на производимую продукцию и усиливает затраты на выпуск и реализацию продукции. В ходе данного пути очень важна роль маркетолога, поскольку продажа будет главным двигателем реализации продукции.

4. Бенчмаркинг – это систематический, непрерывный поиск и изучение передового опыта конкурентов и игроков смежных отраслей, постоянное сравнение желаемых результатов и изменений бизнеса с разработанной эталонной моделью. На основании полученных сведений необходимо обеспечить поддержку системы постоянных улучшений результативности деятельности [3, С.68].

Таким образом, данные пути повышения конкурентоспособности предприятия позволяют не только проанализировать конкурентные преимущества, но и создать определённые мероприятия по улучшению конкурентоспособности организации.

Можно провести оценку конкурентоспособности на примере ООО «Мебель Град». «Мебель Град» – это современное предприятие с полным циклом обработки древесины и производства мягкой мебели и мебели из массива. Используется сырье, качество и безопасность которого подтверждено документально. С момента основания фабрики вся мебель проходит обяза-

тельную сертификацию. Использование только экологически чистых материалов в производстве является неотъемлемым и неизменным принципом. Качество мебели подтверждено многочисленными дипломами и наградами.

Видим, что организация сразу заявляет о своем качестве и экологичности, о чем было написано выше. Проведем комплексную оценку конкурентоспособности ООО «Мебель Град».

Высшее руководство данной организации понимает, что конкурентоспособность очень важный элемент для коммерческой организации, поэтому, хоть ООО «Мебель Град» достаточно популярная организация, в условиях постоянной борьбы на рынке предпринимательской деятельности, даже такие крупные организации должны иметь высокие конкурентные преимущества. Для определения стратегий повышения конкурентоспособности ООО «Мебель Град», прежде всего, следует провести оценку составляющих и сопоставить ее дальнейшую тенденцию.

Анализ конкурентных преимуществ представлен в таблице 1. (сост. автором [3]).

Таблица 1. **Определение конкурентных преимуществ ООО «Мебель Град»**

Вид конкурентного преимущества	Конкурентное преимущество
Внутреннее, высшего порядка	Высокая квалификация персонала, опыт работы, обеспечение безопасности производства на предприятии
Внутреннее, высшего порядка	Достаточно новое оборудование для изготовления продукции
Внешнее, высшего порядка	Опыт работы по изготовлению продукции
Внешнее, высшего порядка	Налаженные и долгосрочные связи с поставщиками
Внешне-внутреннего высшего порядка	Высокое качество продукции, которое отвечает международным стандартам мебели

Таким образом, мы можем сказать, что ООО «Мебель Град» устойчиво стоит на рынке и имеет достаточные конкурентные преимущества. Так, можем выделить некоторые стратегии, которые являются для ООО «Мебель Град» перспективными в плане конкурентоспособности:

1. Наступательная стратегия. Наступательная стратегия может позволить организации выходить на рынок за счет действий наступательного характер ста, однако опасность в том, что конкуренты, имеющие примерно такие же показатели или выше, могут давать ответные действия организации и тогда не следует надеяться, что борьба будет выиграна. Здесь следует минимизировать риски и держать нейтралитет или же укреплять свои конкурентные преимущества.

2. Общая стратегия М. Портера. Исходя из данной методики, организация должна работать с минимальными издержками, которые могут снизить-

ся за счет реконструкции, сервисного обслуживания, применения новых технологий.

3. Поддерживающая стратегия. Из названия стратегии уже можно понять, что стратегия направлена на поддержания того уровня конкуренции, который есть на данном этапе.

4. Стратегия нововведений. Для того чтобы использовать эту стратегию, организации необходимо использовать новые технологии для изготовления качественной продукции.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что конкурентность – это преимущества на рынке идентичных организаций. Не всякая организация находится на одном уровне, поэтому имеет смысл конкурентная борьба за лидирующие позиции на рынке, ведь чем выше конкурентоспособность, тем лучше продукция организации реализуется. На примере ООО «Мебель Град» мы рассмотрели, какие у организации есть конкурентные преимущества, а также рассмотрели стратегии ее повышения.

Источники:

1. Дариенко О.Л., Стрюкова Ю.В. Повышение конкурентоспособности в системе оценки конкурентных преимуществ и стимулирования // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. – Ростов н/Д.: ДГТУ, 2017. – С. 28-36 (Darienko O.L., Stryukova J.V. Increasing competitiveness in the system of assessing competitive advantages and stimulating staff performance // Innovative technologies in mechanical engineering, education and economics. – Rostov-on-Don: Don State Technical University, 2017. – P. 28-36)
2. Луговой О.Ю., Хасанов А.С. Сущность и виды конкурентных преимуществ // Аллея науки. – Томск: ИП Шелистов Д.А. Издательский центр «Quantum», 2017. – С.218-223 (Lugovoy O.J., Khasanov A.S. The nature and types of competitive advantages // Allay of Science. – Tomsk: PE Shelistov D.A. Publishing Center «Quantum», 2017. – P.218-223)
3. Остапенко В.В. Анализ конкурентных преимуществ ПАО ГМК «Норильский никель» // Вестник науки и образования. – Спб: Олимп, 2018. – С.67-72 (Ostapenko V.V. Analysis of competitive advantages of JSC MMC «Norilsk Nickel» // Herald of Science and Education. – Saint Petersburg: Olimp, 2018. – P.67-72)

УДК 339.13

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА В РОССИИ

Черкасова Е.С., магистрант
Научный руководитель: **Мосалев А.И.**, к.э.н.
ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

В данной работе рассмотрен современный фармацевтический рынок в России, который показывает положительную динамику за последние годы даже несмотря на то, что он претерпевает трансформацию под воздей-

ствием ряда факторов. В результате исследования были выявлены следующие ключевые факторы, оказывающие на него влияние: цифровизация, пандемия COVID-19, закон о дистанционной торговле лекарственными средствами и девальвация рубля.

This paper examines the modern pharmaceutical market in Russia, which shows positive dynamics in recent years, even though it is undergoing transformation under the influence of a number of factors. As a result of the study, the following key factors influencing it were identified: digitalization, the COVID-19 pandemic, the law on distance selling of medicines and the devaluation of the ruble.

Ключевые слова: *фармацевтический рынок, цифровизация, трансформация, цифровая трансформация, фармацевтическая компания*

Keywords: *pharmaceutical market, digitalization, transformation, digital transformation, pharmaceutical company*

Введение. Фармацевтический рынок в России сам по себе крайне сложен и специфичен: с одной стороны он жестко регулируется государством, а с другой – имеет множество обязательств перед потребителями и пациентами в виду особой щепетильности темы здоровья. Это создает определенные барьеры для быстрой трансформации в этом секторе, поэтому в нем она происходит гораздо медленнее. Тем нее менее, современные тренды цифровизации, пандемия COVID-19, законодательные инициативы ускоряют трансформацию фармацевтического рынка в России. В работе будет рассмотрено данное влияние.

Общая характеристика фармацевтического рынка в России

Современная фармацевтическая индустрия развивается очень быстрыми темпами и достигла особенно стремительного роста за последние годы. Российский фармацевтический рынок характеризуется положительной динамикой в стоимостном выражении. На графике видно (рис. 1.), что фармацевтический рынок России состоит из трех крупных сегментов – это госпитальные закупки, коммерческий рынок лекарственных средств (рецептурных и безрецептурных) и коммерческий рынок парафармацевтиков, куда входят продукты, не обладающие статусом лекарственного средства (БАДы, косметика, гигиенические средства и другие). Несмотря на то, что в России сегмент государственных закупок достаточно большой, основной объем рынка приходится именно на коммерческие сегменты. В 2020 г. объем совокупного фармацевтического рынка России составляет 2041 млрд. руб. (2% от мирового рынка), что на 10% выше показателя 2019 г. При этом коммерческие рынки и государственный сегмент выросли на 10% каждый. Ранее основными драйверами были только коммерческие рынки. Из них коммерческие рынки составляют почти 70% от всего рынка – 1407 млрд. руб. К 2023 г. прогнозируется дальнейший рост общего фармацевтического рынка до 2354 млрд. руб., а коммерческих рынков – до 1691 млрд. руб.

Рис. 1. Выручка фармацевтического рынка в России 2016-2023 гг. (прогноз 2021-2023 гг.) [2]

Несмотря на значительный рост рынка в деньгах, в натуральном выражении потребление лекарственных препаратов, наоборот, имеет отрицательную динамику, что можно видеть на графике (рис. 2.). В 2020 г. продажи лекарственных препаратов на коммерческом рынке России снизились на 2% по сравнению с 2019 г. и составляют 5002 млн. упаковок. Продажи в государственном сегменте также снизились по сравнению с 2019 г. на 11% и в 2020 г. составляют 1016 млн. упаковок.

В целом рост фармацевтического рынка в денежном выражении был обусловлен рядом факторов: ростом цен на препараты, изменением предпочтений потребителей в сторону более дорогих лекарственных препаратов (в связи с дороговизной препаратов от COVID-19) и ростом государственного сектора, который характеризуется более высокими ценами на лекарственные препараты, потому что льготные и госпитальные препараты более дорогие [4, С.4].

Рис. 2. Фармацевтический рынок в России 2016-2020 гг. (млн. уп.)* [2]

Таким образом, рост фармацевтического рынка в 2020 г. в рублевом выражении на 10% был вызван следующими факторами: повышением цен на лекарственные препараты, изменением потребительского спроса в пользу более дорогих лекарственных средств и ростом государственного сегмента на фармацевтическом рынке, где лекарства традиционное дороже. Такие вы-

*Данные по продажам коммерческого рынка парафармацевтиков в реальном выражении отсутствуют

сокие показатели объёмов и роста фармацевтического рынка обусловлены тем, что фармацевтические препараты – это товары первой необходимости, которые напрямую влияют на здоровье людей, поэтому, вне зависимости от экономической ситуации, они всегда будут пользоваться спросом. Как видно из графиков, даже пандемия COVID-19 и ассоциированный с ним экономический кризис не оказывают значимого влияния на объём и темпы роста рынка в России. Несомненно, может меняться структура потребления внутри рынка, могут расти или падать отдельные его сегменты, но сам рынок будет расти. С одной стороны, растущий рынок – это всегда огромное преимущество для фармацевтических производителей. С другой – в таких условиях фармацевтические производители сталкиваются с огромной конкуренцией и растущими требованиями со стороны потребителей.

Современный фармацевтический рынок в России является очень высоко конкурентным. На нём присутствуют как крупные зарубежные игроки, так и развивающиеся российские производители. По данным аналитического агентства DSM Group, в 2020 г. на российском фармацевтическом рынке присутствовало 1100 игроков [3, С.54]. В Таблице № 1 приведён рейтинг ТОП-10 фармацевтических производителей, лидирующих по стоимостному объёму продаж на коммерческом рынке России в 2020 г. Из неё видно, что наибольший объём продаж на рынке принадлежит зарубежным компаниям – «Байер», Novartis, Sanofi и другим, в ТОП-10 игроков рынка входит только одна отечественная корпорация «Отисифарм». Однако традиционным лидером фармацевтического рынка в России остаётся немецкая корпорация «Байер» с долей 4,6% и объёмом продаж 51,6 млрд. руб. в 2020 г., который вырос на 18,1% по сравнению с прошлым годом. Именно о данной компании и пойдёт речь в данной работе.

Таблица 1. **ТОП-10 фармацевтических производителей в России по стоимостному объёму в 2020 г.** [2]

Рейтинг	Изменение в рейтинге, 2020/2019	Производитель	Объём продаж, млн. руб.	Доля	Прирост, % 2020/2019
1	-	Bayer	51 602	4,6%	18,1%
2	+2	Novartis	47 045	4,2%	26,6%
3	+4	Отисифарм	44 276	3,9%	37,1%
4	-1	Sanofi	41 351	3,7%	6,2%
5	-3	Stada	40 857	3,6%	3,2%
6	-1	Teva	38 014	3,4%	10,1%
7	-1	Servier	34 190	3,0%	2,3%
8	-	KRKA	30 862	2,7%	6,1%
9	+1	A. Menarini	30 684	2,7%	11,5%
10	-1	GlaxoSmithKline	29 730	2,6%	3,2%

Факторы, влияющие на трансформацию фармацевтического рынка в России

В настоящее время фармацевтический бизнес сильно трансформируется под влиянием различных факторов. Несомненно, таких факторов большое множество. В данной работе приведены ключевые из них, которые за последнее время оказывают существенное влияние на стратегии маркетинга и продаж фармацевтических производителей в России и которые в дальнейшем будут более подробно раскрыты на примере компании «Байер».

Первый важнейший фактор, оказавший влияние на фармацевтический рынок в мире и в России – это глобальная цифровизация, которая развернулась во всех областях науки и промышленности. Поскольку фармацевтический рынок характеризуется консервативностью и «закостенелостью» ввиду щепетильности темы здоровья, для него цифровая трансформация началась позже [2, С.2].

Второй фактор – это COVID-19. Во-первых, из-за ухудшения финансово-экономического положения населения и снижения покупательной способности граждан в связи с начавшейся в 2020 г. пандемии произошло снижение продаж в натуральном выражении. Во-вторых, из-за длительного локдауна фармацевтические компании были вынуждены перенести большую часть своей деятельности в онлайн-формат – как внутренние бизнес-процессы, так и процессы, связанные с продвижением препаратов.

Третий фактор – это принятие 3 апреля 2020 г. Федерального закона, разрешающего дистанционную торговлю безрецептурными лекарственными препаратами [1, С.2]. Данный закон открыл фармацевтическим производителям новый канал продвижения и продаж – электронный.

Четвёртый фактор – это девальвация рубля в результате экономического кризиса. Основная часть активных фармацевтических ингредиентов (АФИ) производится не в России, а импортируется. Соответственно, девальвация рубля негативно сказывается на стоимости импортных АФИ и рентабельности фармацевтических производителей в России. Многие из них вынуждены повышать цены на свою продукцию, чтобы компенсировать убытки.

Заключение. Таким образом, на основании анализа фармацевтического рынка в России были выявлены ключевые факторы, оказавшие влияние на фармацевтическую индустрию в России, а также оценено их влияние на неё. Первый важнейший фактор, оказавший влияние на фармацевтический рынок в мире и в России – это глобальная цифровизация, которая началась в фармацевтической индустрии позже, чем в остальных ввиду высокой консервативности рынка. Вторым важнейшим фактором является COVID-19, который не только спровоцировал финансовый кризис по всему миру, но и смог ускорить цифровые процессы в компаниях. Третьим фактором можно назвать принятие 3 апреля 2020 г. Федерального закона, разрешающего дистанционную торговлю безрецептурными лекарственными препаратами. Наконец, четвёртый фактор – это девальвация рубля в результате экономи-

ческого кризиса. Все эти факторы оказали существенное влияние на фармацевтический рынок за последние два года.

Источники:

1. Федеральный закон от 03.04.2020 № 105-ФЗ «О внесении изменений в статью 15 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» // Собрание законодательства РФ. – 03.04.2020. – ст. 15. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/00012020040300 60?index=0&rangeSize=1 (дата обращения 28.04.2021) (Federal Law of 03.04.2020 No. 105-FZ «On Amendments to Article 15 of the Federal Law «On Circulation of Medicines and Information Protection» // Collection of legislation of the Russian Federation. – 03.04.2020. – art. 15. – [Electronic resource]. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202004030060?index=0&rangeSize=1)
2. Ding M., Eliashberg J. & Stremersch S. The Pharmaceutical Industry: Specificity, Challenges, and What You Can Learn from this Book / M. Ding, J. Eliashberg & S. Stremersch. Innovation and Marketing in the Pharmaceutical Industry. – New York: Springer, 2014. – P.1-18 (Динг М., Элиашберг Дж. и Стремерш С. Фармацевтическая промышленность: специфика, проблемы и то, что вы можете узнать из этой книги / М. Динг, Дж. Элиашберг и С. Стремерш. Инновации и маркетинг в фармацевтической промышленности. – Нью-Йорк: Спрингер, 2014. С.1-18)
3. Годовой отчёт. Фармацевтический рынок России-2020 // DSM. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dsm.ru/news-reports/?category=13 (дата обращения 28.04.2021) (Annual report. Pharmaceutical market of Russia-2020 // DSM. – [Electronic resource]. – URL: https://dsm.ru/news-reports/?category=13)
4. Тренды фармацевтического рынка России-2020 // Deloitte. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/life-sciences-health-care/russian/russian-pharmaceutical-market-trends-2020.pdf (дата обращения 28.04.2021) (Trends of the Russian pharmaceutical market-2020 // Deloitte. – [Electronic resource]. – URL:https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/life-sciences-health-care/russian/russian-pharmaceutical-market-trends-2020.pdf)

УДК 65

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ И АДАПТИРОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛОГИСТИКИ К УСЛОВИЯМ ПАНДЕМИИ

Князев С.А., магистрант
Научный руководитель: **Максимова Ю.М.**, к.э.н.
Обнинский институт атомной энергетики – филиал
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский
ядерный университет «МИФИ»
Калужская область, г. Обнинск

Актуальность выбранной темы обусловлена бурным ростом сферы логистического обслуживания, во многом спровоцированного распространением коронавирусной инфекции, введением глобальной изоляции и увеличивающимися потребностями населения планеты в оперативной доставке как товаров и услуг первой необходимости, так и других средств удовлетворения различных потребностей. Мир столкнулся с проблемой, которая по-

влияла на привычный нам образ жизни. Многие компании сумели выжить, подстраиваясь под новые реалии, в том числе и представители сфер информационных и логистических услуг.

The relevance of the chosen topic is due to the rapid growth of the logistics service sector, largely provoked by the spread of coronavirus infection, the introduction of global isolation and the increasing needs of the world's population in the rapid delivery of both essential goods and services, as well as other means of meeting various needs. The world is faced with a problem that has affected the way of life we are used to. Many companies have managed to survive, adjusting to new realities, including representatives of the information and logistics services.

Ключевые слова: *транспортная логистика, поставщик логистических услуг, цепочка поставок, цифровизация, инструменты взаимодействия, управление персоналом, планирование*

Keywords: *transport logistics, logistics service provider, supply chain, digitalization, collaboration tools, personnel management, planning*

Ударившая по мировой экономике в начале 2020 г. коронавирусная инфекция SARS COVID-19 изменила мир навсегда во многих аспектах. Тотальная изоляция, закрытые границы, государственный контроль за передвижением граждан во многих странах и постоянно нарастающие вследствие всего этого проблемы подстегнули потребителей обратиться к службам доставки, логистическим агентам, транспортным компаниям в попытке удовлетворить свои потребности. В России экстремальная популярность таких сервисов как СДЭК, Boxberry, Деловые Линии обернулась полным коллапсом, повлекшим за собой многочисленные изменения в работе поставщиков логистических услуг.

Адаптация рынка происходила поспешно, что отрицательно отражалось на удовлетворенности клиентов, а также работе рядовых сотрудников логистических компаний и предприятий, самостоятельно занимающихся цепью поставок собственной продукции.

В ходе сложившихся обстоятельств реагирование логистической цепи на изменчивый спрос становится одним из ключевых факторов. Задачи для менеджеров выстраиваются, исходя из приоритета на сокращение времени реакции логистического оператора на внешние информационные и продуктовые запросы.

Доналд Дж. Бауэрсокс и Дейвид Дж. Клосс описывают процесс реакции логистических поставщиком на внешние изменения как совокупность реорганизации, реструктуризации и инновации [1].

Отсюда можно вывести три основных направления развития:

- Информация
- Транспортировка
- Управление запасами

Развитие информационных каналов описано как направление, которому лишь недавно стали уделять достаточно внимания для использования

всех возможностей в полной мере. Это мощный инструмент для повышения качества и эффективности логистических процессов. При этом однозначно стоит уделять внимание как источникам информации, так и скорости ее приобретения, а также качеству этой информации. Отсюда мы имеем две основных задачи: прогнозирование спроса и управление заказами. При прогнозировании мы оцениваем будущие потребности в продукте или услуге, временные отрезки поставки и возможные риски. При управлении заказами компании обычно уделяют особое внимание оперативному контролю за текущими поставками, ведь от этого зависит стабильность всей логистической цепи. Начиная от исполнения заказа потребителя и заканчивая пополнением склада сырья – все эти процессы поставлены на четкий контроль. При этом для рядового менеджера главной задачей остается построение глобальной стратегии с учетом всех внешних и внутренних факторов и особенностей взаимодействия.

Транспортировка товаров является основным процессом при исполнении услуг. Возможные издержки и непредвиденные ситуации заставляют компании уделять пристальное внимание организации перевозок продукции. Отсюда вытекают такие стратегии, как развитие собственного парка техники, аутсорсинг логистических мощностей и комбинирование первых двух методов в зависимости от ситуации. Главными критериями при этом выступают своевременность и бесперебойность поставок.

Управление запасов включает в себя снижение издержек путем сокращения остатков на складах, оптимизации закупочной деятельности с учетом актуальных потребностей предприятия и увеличения эффективности использования сырья и прочих ресурсов. При этом осуществляется углубленный анализ потребляемых предприятием материальных потоков и формируются мероприятия, направленные на их сокращение. При этом приоритет отдается продуктам-лидерам, но при чрезмерном сокращении запасов можно столкнуться с недостаточным количеством запасов для продуктов с малым и периодичным спросом.

Осенью 2020 г. издательство РБК произвело исследование, направленное на изучение влияния коронавирусных ограничений и мер на российский бизнес [2]. В ходе опроса были оценены изменения в бизнес-процессах 150 различных компаний, которые перестроили или адаптировали под сложившиеся условия. Данные исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1. **Перестроенные бизнес-процессы, анализ РБК** [2]

Управление персоналом	53%
Маркетинг	51%
Планирование	51%
Продажи онлайн	51%
Закупки	37%
Производство	26%

Продажи офлайн	24%
Финансовый учет	24%
Логистика	20%
Цепи поставок	16%
Управление базой клиентов	14%
Другое	4%
Затруднились ответить	3%

Наиболее актуальные факторы, которым уделили внимание компании: управление персоналом, маркетинг, планирование и продажи онлайн. При этом 53% опрошенных компаний уделили внимание управлению персоналом, а 51% уделили внимание планированию. Эти факторы как нельзя лучше характеризуют неготовность большинства предприятий к сложившимся изменениям с точки зрения бизнес-процессов, протекающих при организации логистических цепей и не только. Многие из них потребовали не только пересмотра политики управления персоналом, но и изменений, связанных с краткосрочным и долгосрочным планированием.

При этом если рассматривать ключевые пять факторов в сфере логистики, то изменения выглядели следующим образом (табл. 2)

Таблица 2. **Пять ключевых факторов, измененных в логистических компаниях, анализ РБК** [2]

Управление персоналом	63%
Планирование	58%
Маркетинг	37%
Закупки	26%
Продажи онлайн	21%

Можно сразу сделать вывод, что многие компании не ожидали стремительного роста популярности логистических услуг, поэтому мы можем наблюдать особое внимание, уделяемое планированию сразу после управления персоналом, обоснованного преимущественно дистанционным взаимодействием персонала друг с другом. Кроме этого, внимания потребовали как и маркетинг, так и закупки, а также онлайн продажи.

Еще одно положение из опроса РБК – использование компаниями инструментов оптимизации и автоматизации в целях перестройки критически важных бизнес-процессов. Данные исследования представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3. **Процент использования инструментов автоматизации и ПО для оптимизации бизнес-процессов, анализ РБК** [2]

Использовали	51%
Не использовали	32%
Затруднились ответить	17%

Более половины опрошенных компаний использовали специальные инструментарии и ПО для исправления трудностей, связанных с их критическими бизнес-процессами.

При этом если оценивать ситуацию с позиции логистических поставщиков, ситуация становится более выраженной (табл. 4).

Таблица 4. **Процент использования инструментов автоматизации и ПО для оптимизации бизнес-процессов среди логистических компаний, анализ РБК** [2]

Использовали	59%
Не использовали	21%
Затруднились ответить	21%

59% поставщиков логистических услуг обратилось к помощи стороннего инструментария и ПО для преодоления возникших трудностей, связанных с их критическими бизнес-процессами.

Также стоит учесть, что при использовании любого инструментария стоит дифференцировать его происхождения. В таблице 5 мы можем увидеть данные по использованию инструментария или ПО сторонней или собственной разработки логистическими компаниями.

Таблица 5. **Статистика использования инструментария и ПО логистическими компаниями по происхождению, анализ РБК** [2]

Собственное ПО	94%
Приобретенное ПО	6%

Подавляющее большинство логистических компаний оказались готовы разработать собственный инструментарий для сохранения эффективности критических бизнес-процессов.

В таком случае можно определить следующие тенденции на рынке логистических услуг. Издательства РБК и 1Prime поделились собственными выводами, основанными на произведенных исследованиях [3, 4].

Тенденции – основные направления развития, на которых осуществляется наиболее усиленная наработка новых методов и стратегий. Это передовые рубежи развития конкретного рыночного сегмента, достижению которых следует подавляющее большинство компаний, ведь от этого напрямую зависит их выживание в конкурентной борьбе.

Тенденция 1. Цифровизация рыночного пространства. Проблемы удаленного управления персоналом, а также сложившиеся критические условия вынудили поставщиков логистических услуг перейти на цифровые экосистемы, зачастую совмещающие в себе различный функционал, необходимый для грамотного управления персоналом, заказами и распределением материальных ресурсов.

Среди принятых мер можно выделить такие практики, как усиленное внедрение ERP систем с уклоном на взаимодействие при помощи видеозвонков и других актуальных информационных каналов. Компания Panorama

Consulting Solutions подвела итоги прошедшего 2020 г. и сделала выводы об изменившемся рынке ERP и в каких отраслях были сделаны интеграции на основе опроса 180 респондентов [5]. В таблице 6 представлены основные направления интеграции.

Таблица 6. **В каких отраслях внедрялись ERP в 2020 г.? Анализ Panorama Consulting Solutions** [5]

Производство	33,66%
Ит	14,85%
Профессиональные и финансовые службы	13,86%
Оптовая торговля и дистрибуция	9,90%
Некоммерческие организации	7,95%
Здравоохранение	4,95%
Ритейл	3,96%
Коммунальные службы	3%
Строительство 1,98%	1,92%
Образование	0,99%
Транспорт	0,99%
Сельское хозяйство	0,99%
Международная торговля	1%

Представленные данные отражают картину, сложившуюся в пандемических условиях. Производства в попытке оптимизировать материальные потоки ввели в эксплуатацию ERP-системы, став лидирующим потребителем технологии. Это обосновано тем, что при планировании цепочки поставок в кризисных условиях довольно тяжело пользоваться универсальными или проприетарными, устаревшими, системами, что может приводить к потере прибыли и даже к прекращению существования компании на рынке.

Тенденция 2. Перенаправление логистических потоков. Закрытие границ и ограничение транспортного сообщения во многих регионах замотивировали крупных игроков рынка усиливать свои логистические службы. По информации исследовательской компании «Pitchbook Data» 86% управленцев в логистической среде планируют внедрение информационных технологий для сокращения расходов [6]. Такие компании как «1С» и «BIA Technologies» смогли добиться интеграции своих решений в сервисы логистический операторов, что подтверждает предыдущие положения. Прогнозы также сообщают, что кризисную ситуацию переживут те компании, которые смогут предложить потребителю сервисные решения с простой интеграцией.

Можно подвести итоги и сказать, что тяжелый период 2019-2021 гг. для многих сфер рынка повлек за собой качественные изменения в логистической организации хозяйственной деятельности. Возникающие препятствия и трудности спровоцировали поставщиков логистических и информацион-

ных услуг принимать в своем роде новые меры для удержания позиций на рынке. Появились новые тенденции в таких направлениях как цифровизация рыночного пространства и перенаправление логистических потоков. После того как рынок адаптировался к новым пандемическим условиям работы, основные игроки рынка продолжили инвестировать в новые перспективные направления. Это отразилось на качестве обслуживания и планировании внутри организаций, связанных с цепочкой поставок.

Источники:

1. Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. Логистика: интегрированная цепь поставок. – Олимп-Бизнес, 2008. – С.46-48 (Donald J. Bowersox, David J. Closs. The Integrated Supply Chain Process. – Olympus Business: Publishing Housem, 2008. – P.46-48)
2. Исследование влияния пандемии COVID-19 на российский бизнес. – РБК, 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sapmybiz.rbc.ru/RBK_Issledovanie_vliyaniya_pandemii_COVID_19_na_rossiyskiy_biznes.pdf (Study of the impact of the COVID-19 pandemic on Russian business. - RBC, 2020. – [Electronic resource]. – URL: https://sapmybiz.rbc.ru/RBK_Issledovanie_vliyaniya_pandemii_COVID_19_na_rossiyskiy_biznes.pdf)
3. Противовирусная логистика: ИТ-сервисы, востребованные в грузоперевозках. – РБК+, 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://plus.rbc.ru/news/5fd1e1487a8aa92dbb116f17 (Antiviral logistics: IT services in demand in cargo transportation. – RBC+, 2020. – [Electronic resource]. – URL: https://plus.rbc.ru/news/5fd1e1487a8aa92dbb116f17)
4. Тренд на онлайн: логистика во время пандемии. – 1Prime, 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://1prime.ru/business/20201111/832302102.html (Online trend: logistics during a pandemic. – 1Prime, 2020. – [Electronic resource]. – URL: https://1prime.ru/business/20201111/832302102.html)
5. Обзор мирового рынка ERP в 2020 году. – SFX-Tula, 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sfx-tula.ru/news/infoblog/10238/ (Review of the global ERP market in 2020. – SFX-Tula, 2020. – [Electronic resource]. – URL: https://www.sfx-tula.ru/news/infoblog/10238/)
6. Елекоева Т. Пандемия ускорила развитие цифровых технологий в транспортной логистике. – Коммерсант, 25.12.2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4627864 (Elekoeva T. Pandemic has accelerated the development of digital technologies in transport logistics. – Kommersant, 25.12.2020. – [Electronic resource]. – URL: https://www.kommersant.ru/doc/4627864)

УДК 364.2

УРОВЕНЬ БЕДНОСТИ В РОССИИ И СТРАНАХ МИРА

Мухина Т.Д., студент
Гвоздева Е.В., студент
Оноприенко Ю.Г., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»
Волгоградская область, г. Волгоград

Данная статья посвящена одному из самых актуальных вопросов современности – проблеме бедности в России и других странах мира. Также рассматривается то, какое влияние оказывает возникновение бедности на население. Представлены масштабы уровня бедности на основе сравнения уровня жизни населения и прожиточного минимума не только в рамках

Российской Федерации, но и в сравнении с различными странами мира.

This article is devoted to one of the most pressing issues of our time – the problem of poverty in Russia and other countries of the world. It also examines the impact of the emergence of poverty on the population. The scale of the poverty level is presented on the basis of comparing the standard of living of the population and the subsistence minimum not only within the Russian Federation, but also in comparison with different countries of the world.

Ключевые слова: *бедность, прожиточный минимум, уровень бедности, доходы, общество*

Keywords: *poverty, living wage, poverty level, income, society*

В условиях активной трансформации российского общества значительная часть населения оказалась за чертой бедности с доходом ниже прожиточного минимума. В то же время проблема бедности всегда остается одной из самых острых социальных проблем не только в Российской Федерации, но и в других странах мира.

За первый квартал уровень бедности в России 2021 г. вырос до 18 млн. руб., тогда как годом ранее показывал всего 12% от общей численности населения, о чем сообщает статистика Росстата. Хотя, сравнивая полученные коэффициенты с первым кварталом, этот показатель увеличился на 0,1 пункта. Данная статистика проводится каждый год, и с каждым годом уровень бедности увеличивается [1].

Прожиточный минимум подразумевает под собой определенный уровень стоимости продуктов питания и непродовольственных товаров, необходимых для нормального существования индивида в социуме. Согласно Постановлению Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2406 актуальные значения прожиточного минимума на 2021 г. по категориям населения составляют: на душу населения – 11653 руб., для населения трудоспособного возраста – 12702 руб., для пенсионеров – 10022 руб., для детей – 11303 руб. [3].

Как кажется на первый взгляд, на эту сумму можно прожить. Однако, помимо всего прочего, необходимо платить налоги, оплачивать коммунальные услуги и приобретать одежду. К слову, по сравнению с США прожиточный минимум в 2020 г. составлял около 83 тыс. руб. в месяц [2].

Всемирный банк непрерывно ведёт учёт общемирового уровня бедности, исходя из $1,9 в сутки. Если человек зарабатывает менее 140 руб. в день, то он, к сожалению, не способен переступить порог бедности.

Минимальная бедность среди населения, согласно рисунку 1 [2], зарегистрирована в таких странах, как Исландия, Финляндия, Бельгия, Голландия и Норвегия. Несмотря на то, что главы этих государств откровенно не признаются, но уровень социальных гарантий, которые уходят своими корнями в социализм, здесь достигает максимальных пределов: расслоение общества практически не бросается в глаза. Все хорошо живут в той или иной мере.

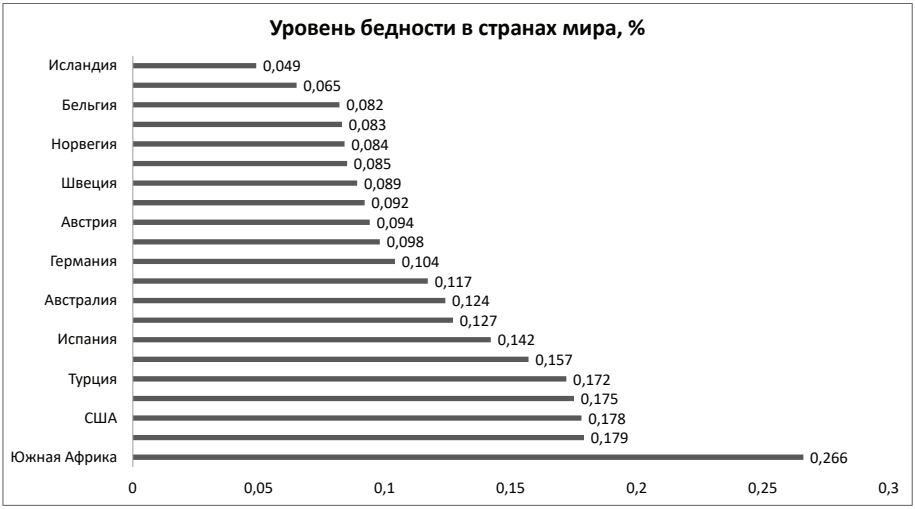

Рис. 1. Уровень бедности в странах-участниках Организации экономического сотрудничества и развития, % [2]

Стоит отметить, что в ЮАР около 27% граждан живут за чертой бедности. В США дела обстоят немного иначе: около 18% населения живет в бедности по американским меркам. Ситуация в России относительно неплохая – 12,7%, но не лучшая.

Уровень бедности в России выражается в утвержденных Государственной Думой показателях, которые пересчитываются ежегодно. Как было сказано выше, минимальный уровень доходов соотечественника не должен опускаться ниже 11,6 тыс. руб. [2].

По данным Росстата, уровень располагаемых доходов населения нашей страны постоянно снижается, а рост обязательных платежей и инфляции заставляет население меньше сберегать и брать кредиты [2].

Понятно, что распределить 12 тыс. руб. на бытовые нужды непросто. При таком «достатке» каждый будет беспокоиться о том, что есть сегодня и как платить за квартиру. То есть ничего не остается на досуг, развлечения, смену одежды (не реже одного раза в два года), лечение, не говоря уже о профессиональном развитии и повышении квалификации.

Если принять во внимание реальную ситуацию, то действительно бедными считаются около 35% россиян. Это значение близко к послевоенному периоду и вызывает некое недоумение, поскольку наличие ресурсов, углеводородов, нефти и других источников экспорта и внутреннего промышленного потребления не влияет на экономическое благосостояние населения страны.

Источники:

1. Уровень бедности по данным Росстат. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://rosinfostat.ru/uroven-bednosti/ (The level of poverty according to Rosstat. – [Electronic resource]. – URL: https://rosinfostat.ru/uroven-bednosti/)

2. Уровень бедности в России: статистика и причины. – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://ratenger.com/economics/bednost-rossiya-statistika/ (The level of poverty in Russia: statistics and reasons. – [Electron. resource]. – URL: https://ratenger.com/economics/bednost-rossiya-statistika/)
3. Новости – Правительство России – [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/news/41287/ (News – Russian Government. – [Electron. resource]. – URL: http://government.ru/news/41287/)

© Мухина Т.Д., Гвоздева Е. В., Оноприенко Ю.Г., 2021

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 338

КОЭВОЛЮЦИОННОСТЬ И КОНВЕРГЕНТНОСТЬ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Молчанова С.М., к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»
г. Санкт-Петербург

В статье рассматривается смена направленности инновационных подходов в сторону коэволюционности и конвергентности. Представлены факторы, оказывающие влияние на развитие научно-технологического развития, решение проблем эффективности деятельности и результативности цепочки создания стоимости для компаний. Особо выделено влияние кризиса, вызванного пандемией, на устойчивость и социальную направленность инновационных технологий.

The article discusses the change in the direction of innovative approaches towards co-evolution and convergence. The factors influencing the development of scientific and technological development, solving the problems of operational efficiency and the effectiveness of the value chain for companies are presented. The impact of the crisis caused by the pandemic on the sustainability and social orientation of innovative technologies is highlighted.

Ключевые слова: *цифровая трансформация, глобализация, конвергентность, коммерциализация, коэволюционный подход*

Keywords: *digital transformation, globalization, convergence, commercialization, co-evolutionary approach*

Скорость трансформации бизнес процессов протекает и изменяется сообразно развитию когнитивных технологий, науки, колебаниям финансового рынка и политическим проблемам. Мировой рынок становится все более неопределенным, из-за проблем в области экологии, демографии, урбаниза-

ции, глобальной пандемии, этнических и религиозных войн.

Современные тенденции глобализации и торговых взаимоотношений видоизменяются, вектор развития политических отношений, разворачивается в разные стороны, империализм и капитализм, желая поглотить весь мир, упирается в противостояние растущих рынков России, Китая и других развивающихся экономик. Закономерно на данном этапе развития экономики и изменение бизнес-процессов организаций, которые пытаются подстраиваться под неопределенность, стремительное развитие научно-технического прогресса, с конвергентным натиском, нарушением цепочек поставок между компаниями в период пандемии.

Мы остро ощущаем, как технологии меняют жизнь каждого человека, их полезность при решении социальных задач. Пандемия подтолкнула использование цифровых технологий в лечении людей, возможностях удаленной работы, образовательных технологиях, сфере питания и многих других. По мнению автора [1], такие улучшающие инновации связаны с существенным усовершенствованием существующих продуктов или с внедрением новых или значительно усовершенствованных методов организации производства, но они носят научный характер, выражают специфику новаторства в определенной отрасли или национальной инновационной системе [2]. Совершенствующиеся возможности накопления и распространения информации и знаний на основе информационно-коммуникационных технологий обеспечивают при использовании конвергентности, новые формы взаимодействия участников и новое качество результатов в современных инновационных процессах [3].

Стоит отметить, что именно внедрение конвергентных инновационных технологий позволило перепрофилировать бизнес-процессы, реструктуризировать имеющееся производство для медицинских защитных материалов, конкурировать за счет устойчивых инноваций, которые должны стать стратегическим приоритетом для каждого из нас. Коллаборация идей, технологий, общества для стратегического устойчивого развития с помощью аналитики больших данных позволят решить проблемы эффективности деятельности и результативности цепочки создания стоимости для компаний.

Кризис 2020-2021 гг. мотивировал организации внедрять новые технологии доставки продуктов, ретейла, перепрофилирование производств на изготовление аппаратов ИВЛ, эффективную работу системы здравоохранения, совершенствование коммуникационных сетей. На наш взгляд, первоначальная идея масштабируемости и коммерциализации, на которой строится принцип инновационной реализуемости, должен базироваться, помимо конвергентности, на принципах коэволюционности. Коэволюционный подход требует междисциплинарного подхода к биологическим, природным, социальным и экономическим системам, с минимизацией негативного воздействия на окружающий мир. Таким образом, можно резюмировать поворот инновационного развития в сторону устойчивости, социальной направленности и конвергентности.

Источники:
1. Гончаренко Л.П. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021 (Goncharenko L.P. Innovation management: textbook for universities / edited by L.P. Goncharenko. - 2nd ed., Rev. and add. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2021)
2. Алексеев А.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. А. Алексеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021 (Alekseev A.A. Innovative management: textbook and workshop for universities / A. A. Alekseev. - 2nd ed., Rev. and add. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2021)
3. Мальцева С.В. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата / С. В. Мальцева; ответственный редактор С. В. Мальцева. – Москва: Издательство Юрайт, 2019 (Maltseva S.V. Innovation management: textbook for academic bachelor's degree / S. V. Maltseva; executive editor S.V. Maltseva. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2019)

УДК 33.01

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУЛЬТИАГЕНТНЫХ СИСТЕМ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНСОЛИДАЦИОННОГО ЦЕНТРА

Собин С.А., магистрант
Научный руководитель: **Максимова Ю.М.**, к.э.н.
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Калужская область, г. Обнинск

В данной статье кратко рассмотрена концепция 4С, призванная обеспечить «прозрачность» цепочки поставок строительных материалов. Предложенная система является неотъемлемой частью консолидационного центра и призвана обеспечивать информационное сопровождение транспортной и складской логистики. Концепция 4С предполагает наличие своеобразного концентратора данных на базе консолидационного центра. Использование современного программного обеспечения позволяет распределительному центру выполнять функцию «диспетчерской вышки», которая отслеживает передвижение материалов и составляет цифровую копию цепочки поставок.

This article briefly discusses the concept of 4C, designed to ensure the «transparency» of the supply chain of construction materials. The proposed system is an integral part of the consolidation center and is designed to provide information support for transport and warehouse logistics. The 4C concept assumes the presence of a kind of data hub based on a consolidation center. The use of advanced software allows the distribution center to function as a «control tower» that tracks the movement of materials and makes a digital copy of the supply chain.

Ключевые слова: *логистика, цепочки поставок, строительство, консолидационный центр, информационный хаб*

Keywords: *logistics, supply chains, construction, consolidation center, information hub*

Когда речь заходит о модернизации цепочки поставок строительных предприятий во многих зарубежных исследованиях рассматривается концепция консолидационного центра [2]. Строительный консолидационный центр – это распределительный центр, через который осуществляется доставка материалов на строительные площадки. Материал обрабатывается соответствующим оборудованием и хранится в сухих, безопасных местах. По заказу с площадки оператор КЦ составляет консолидированные грузы и доставляет их точно в срок [1].

Этот процесс часто сочетается с выездом специалистов по логистике, доставляющих материалы к месту использования, и дает прекрасную возможность повысить общую ресурсоэффективность строительного проекта.

Функции консолидационных центров включают в себя:

– Перевалка/кросс-докинг.
– Обработка крупногабаритных грузов.
– Консолидация нагрузки (исходящая).
– Складирование.
– Менеджмент поставок (входящих и исходящих) [3].

Но чтобы обеспечить качественную и своевременную консолидацию грузов в консолидационном центре операторам необходимо грамотно обрабатывать входящие информационные потоки, иметь возможность оперативно отслеживать потребности обслуживаемых строительных площадок. Для выполнения этих задач предлагается ряд решений на основе программного обеспечения и облачных технологий, о которых и пойдет речь в данной статье.

Специфика деятельности консолидационного центра предполагает в себе работу со множеством поставщиков строительных материалов с одной стороны, и с множеством строительных организаций с другой. В связи с этим в оборот вводится понятие 4С (Cross Chain Control Center). Эта концепция является относительно новой в управлении цепочками поставок и привлекает внимание исследователей и практиков во многих отраслях экономики. По своей сути концепция предполагает единый центр управления, из которого можно координировать несколько цепочек поставок с использованием современных технологий. Будучи центральным действующим лицом для нескольких логистических потоков, 4С способна поддерживать деятельность всех подконтрольных ей цепочек с помощью прогнозирования, финансового инжиниринга и управления базами данных.

Концепция 4С во многих источниках сравнивается с диспетчерской вышкой, которая координирует и обрабатывает различные информационные потоки, а также обеспечивает «прозрачность» цепочки поставок.

Прозрачность цепочки поставок описывается как «степень, в которой субъекты в рамках цепочки имеют возможность обмениваться информацией, которую они считают ключевой и полезной для своей деятельности и которая, по их мнению, будет иметь важное значение».

Новая концепция 4С должна не только создать прозрачность цепочки

поставок, но и осуществлять определенный контроль над логистическими потоками, реализуя следующие *задачи*:

– *Информационный хаб.* «Диспетчерская башня» должна являться информационным узлом, интегрирующим, собирающим и хранящим данные из различных источников. С помощью программного обеспечения информационный узел должен обеспечивать анализ информации для моделирования внешних и внутренних воздействий на логистику.

– *«Цифровой близнец»* – копия физической цепочки поставок, которая обновляется в (почти) реальном времени. Этот цифровой близнец обеспечивает контроль над работой консолидационного центра для всех партнеров с целью поддержки принятия решений и координации.

В конечном счете, 4С «башня» – это цифровая платформа цепочки поставок, которая предоставляет различным сторонам актуальную и точную информацию о логистике. Это включает в себя использование целого ряда взаимосвязанных вычислительных устройств (например, интернета вещей) и, в определенной степени, искусственного интеллекта (например, для прогнозной аналитики), чтобы постоянно учиться, генерировать идеи и давать рекомендации.

Также диспетчерская вышка реализует следующие *бизнес-функции*:

– *Горизонтальное транспортное планирование.* 4С должна уметь планировать наиболее эффективный способ транспортировки грузов из одного места в другое. Она определяет поставщиков, их грузы и место, в которое эти грузы должны быть доставлены, основываясь на графике строительства, а также на транспортном планировании различных поставщиков и перевозчиков. 4С управляет как прямой логистикой (т.е. транспортировкой на строительные площадки), так и обратной логистикой (т.е. транспортировкой отходов со строительной площадки в место повторного использования, переработки и возврата).

– *Планирование окон сроков поставки.* 4С необходимо планировать оптимальное время доставки грузов на погрузочные площадки. Поставки на строительную площадку и консолидационный узлы могут контролироваться и координироваться с помощью билетов доставки для перевозчиков и поставщиков. При планировании учитывается текущее состояние строительства, а также транспортное планирование.

– *Планирование консолидации* [1]. 4С планирует группировку товаров, поступающих от различных поставщиков, чтобы увеличить коэффициент загрузки грузовых автомобилей, уменьшить заторы и снизить общую стоимость транспортировки. 4С определяет, какие товары могут быть консолидированы в координации с ежедневным планированием на строительной площадке. При этом системе необходимо учитывать технические характеристики грузов, которые могут быть определены из информационной модели здания (BIM).

– *Выбор предпочтительного маршрута.* 4С разрабатывает наиболее эффективный маршрут для операторов с целью перевозки определенных

грузов из одного места в другое. Планирование маршрута снижает расход топлива, транспортные пробки и выбросы CO_2.

– *Мониторинг грузов и перевозок в режиме реального времени.* 4С позволяет участникам отслеживать местоположение определенных товаров, уровень запасов и местоположение грузовых автомобилей для оценки времени прибытия поставок. Можно отслеживать и другие показатели, которые могут повлиять на дорожный или крановый транспорт, включая ежедневные прогнозы погоды (скорость ветра), узкие места на дорогах или меры по обеспечению дорожного движения.

Весь перечисленный функционал невозможно реализовать без грамотно выстроенного взаимодействия различного программного обеспечения. Так как концепция 4С охватывает сразу несколько видов различной деятельности (планирование, консолидация, хранение данных, мониторинг), вопрос информационной архитектуры встает крайне остро. Основой для реализации концепции 4С может стать одна из существующих на данный момент ERP систем, поскольку именно в подобном программном решении присутствует функционал планирования и хранения больших объемов данных.

В свою очередь, остальная часть ПО должна встраиваться в существующее ERP решение. Например, для решения задач мониторинга грузов в реальном времени, необходимо внедрить в функционал мультиагентной системы программное обеспечение, отслеживающее местоположение автотранспорта по GPS – навигации и проводящее анализ погодных условий. Также представляется возможным использование мультиагентной системой интернет – ресурсов, обеспечивающих сбор требуемых данных и последующий автоматизированный анализ в реальном времени. В связи с последними прорывами в технологиях, связанных с искусственным интеллектом и нейросетями, теоретически представляется возможным использование подобных технологий для решения представленных задач по анализу данных.

В заключении стоит отметить, что диспетчерская вышка 4С – это, прежде всего, централизованная информационно-управляющая система, которая связывает информационно-коммуникационные системы различных участников цепочки поставок и другие внешние системы для обеспечения сквозного понимания поставок и улучшения принятия решений по всей цепочке. От грамотной работы этой системы полностью зависит вся деятельность консолидационного центра.

Источники:

1. Johansson H. Customer Benefits in City Logistics: Towards Viable Urban Consolidation Centres. – 2020. – 101 p. – [Electronic resource]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/340900175 (Йоханнсон Х. Преимущества для клиентов в городской логистике: на пути к жизнеспособным городским центрам консолидации. – 2020. – 101 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/340900175)
2. Shigute S.A, Nasirian A. The Future of Construction Logistics: Consolidation Centers in Construction Logistics, 2014. – 63 p. – [Electronic resource]. - URL: https://www.academia.edu/14724423/ (Шигуте С.А., Насирьян А. Будущее строительной ло-

гистики: консолидационные центры в строительной логистике. – 2014. – 63 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/14724423/)
3. Valencia port fundacion website. – [Electronic resource]. – URL: http://www.fundacion.valenciaport.com/en/ (Сайт порта Валенсия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fundacion.valenciaport.com/en/)

УДК 330.01:330

МАРЖИНАЛИЗМ И ЕГО РОЛЬ В ЭВОЛЮЦИИ ОБЩЕСТВА

Тарасова А.И., студент
Шевцов В.В., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина»
Краснодарский край, г. Краснодар

В экономической теории есть несколько направлений и школ, основные положения которых существенно повлияли на развитие экономики. Именно теория маржинализма, в основе которой стоимость, а не затраты труда, стала классической школой экономической теории. В данной публикации анализируются факторы, наиболее существенно повлиявшие на развитие теории маржинализма, и позволившие этому экономическому учению сыграть заметную роль в эволюции общества.

In economic theory there are several directions and schools, the main provisions of which have significantly affected the development of the economy. It is the theory of marginalim, based on which the cost, not the costs of labor, has become a classic school of economic theory. This publication analyzes the factors that most significantly influenced the development of the theory of marginalism, and allowed this economic teaching to play a prominent role in the evolution of society.

Ключевые слова: *маржинализм, экономическая теория, экономика, историческая школа, эволюция общества*

Keywords: *marginalism, economic theory, economics, historical school*

Изменения, происходившие в общественно-экономической жизни развитых стран Запада под влиянием научно-технического прогресса, обусловили возникновение в последней трети XIX в. в экономической теории нового течения – маржинализм. Это течение впоследствии стало определяющим направлением развития политической экономии. Название этого направления экономической теории происходит от французского «marginal» – «предельный».

Методологическим принципом маржинализма является использование предельных величин (предельная полезность, предельная производительность, предельные затраты, предельный продукт, предельный доход и т.д.). На этой основе маржиналистам удалось создать эффективный аналитический аппарат исследования проблем экономического развития. Возникно-

вение маржинализма было обусловлено не только экономическими факторами, но и идеологическими. Маржиналисты противопоставляли свои концепции марксизму и выступали против трудовой теории стоимости. Для маржинализма была характерна новая методология, отличная от марксистской и классической теории [1].

Основная идея маржинализма – исследование предельных экономических величин как взаимосвязанных явлений экономической системы в масштабе фирмы, отрасли (микроэкономика), а также и всего народного хозяйства (макроэкономика). В данном контексте современный маржинализм включает в себя и неоклассическую, и кейнсианскую экономические концепции [2, С.137].

Социально-экономические процессы конца XIX в. характеризовались ростом монополистических тенденций, усилением кризисных явлений, снижением эффективности функционирования денежной системы. Из классических позиций невозможно было объяснить ни причины экономических кризисов, ни процессы ценообразования, ни другие новые явления хозяйственной практики.

Маржинализм явился следствием маржинальной революции. Он включает ряд школ экономической теории: австрийскую, лозаннскую, американскую и другие. Маржинальная революция осуществлялась в два этапа. Первый этап охватывал 70-80-е годы XIX в. и назывался ранний маржинализм, второй этап (90-е годы XIX в.) назывался соответственно поздний маржинализм [3].

Теория маржинализма оказала большое влияние не только на экономическую теорию. Понятия, которыми оперировали сторонники маржинализма – «стоимость» («ценность»), «полезность», как видим, находят свое отражение и в учете. Течения экономической теории, которые определяли теорию стоимости, по-разному трактовали данное понятие, рассматривая ее как ценность или как характеристику вещи. Идея разделения затрат на постоянные и переменные обоснованна Дж.Б. Кларком. Также Дж.Б. Кларк и Д. Харрис стояли у истоков системы «директ-костинг».

Экономисты также обосновывали необходимость социальных реформ; характер, границы и направления регуляторного влияния государственных институтов на экономические процессы. При этом анализ указанных проблем базировался на системном подходе, который характеризовался комплексной оценкой рыночного хозяйства, попыткой провести микро- и макроанализ рыночных связей, проследить их динамику, этапы развития, влияние на различные стороны жизни общества, привлечь к экономическому анализу факторы вне экономического порядка.

М.Х. Бунге уже в 70-е годы XIX в. выходит за пределы классических доктрин с их абсолютизацией законов свободной конкуренции, утверждая о необходимости привлечения к экономическому анализу правовых норм.

Такие нововведения в методологии исследований ученого обусловили то, что современные исследователи экономического наследия Н. Бунге при

идентификации его взглядов с ведущими направлениями мировой экономической теории приходили к кардинально разным выводам [4].

Таким образом, в научном наследии представителей «старой» исторической школы институциональный контекст присутствует главным образом не в качестве самостоятельного предмета исследования, а в виде неявных теоретических предпосылок экономического анализа. Однако анализ научного наследия предшественников институционализма из числа представителей маржиналистского и исторического направления дает возможность сделать вывод об их важной роли в учреждении и развитии новой институциональной экономической теории, что также является важным вкладом в эволюционное развитие общества.

Источники:

1. Кавтарадзе Г.А. История экономического развития Запада. – М.: Энигма, 2015. – 336 с. (Kavtaradze G.A. History of economic Development of the West. – Moscow: Enigma, 2015. – 336 p.)
2. Коуз Р. Фирма, рынок и право. Пер.с англ. Науч. ред. Левит Р. – Нью-Йорк: Телекс, 2018. – 192 с. (Coase R. Firm, market and Law. Trans. from English. Scientific ed. Levit R. – New York: Telex, 2018 – 192 p.)
3. Сажина М.А. Научные основы экономической политики государства: Учебное пособие. – М.: Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА–ИНФРА М), 2020. – 224 с. (Sazhina M.A. Scientific bases of economic policy of the state: Textbook. – M: Publishing house NORMA (Publishing group NORMA-INFRA M), 2020. – 224 p.)
4. Туган-Барановский М.И. Учение о предельной полезности хозяйственных благ как причине их ценности // Юридический вестник. – 2017. – №10. – Том 2. – С.192-230 (Tugan-Baranovsky M.I. The doctrine of the marginal utility of economic goods as a reason for their value // Legal Bulletin. – 2017. – No.10. – Vol. 2. – P.192-230)

УДК 338.12

ЭКОНОМИКА РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Фролов А.А., студент
Яловая А.С, студент
Шевцов В.В., д.э.н., профессор
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина»
Краснодарский край, г. Краснодар

Сегодня российская экономика находится в сложном состоянии. Распространение коронавирусной инфекции существенно повлияло на экономическую активность многих стран. В статье рассматриваются события, связанные с 2020 г., которые привели к снижению спроса на энергоресурсы и ухудшению экономической ситуации в стране. Проанализированы экономические показатели Российской Федерации в период пандемии, а также пути выхода экономики страны из экономического кризиса.

Today the Russian economy is in a difficult state. The spread of coronavirus infection has significantly affected the economic activity of many countries. The article examines the events related to 2020, which led to a decrease in demand

for energy resources and a deterioration in the economic situation in the country. The article analyzes the economic indicators of the Russian Federation during the pandemic, as well as the ways of the country's economy's recovery from the economic crisis.

Ключевые слова: *пандемия, экономическая активность, финансовый кризис, экспорт, импорт*

Keywords: *pandemic, economic activity, financial crisis, export, import*

Распространение коронавирусной инфекции существенно повлияло абсолютно на все отрасли экономики. В первую очередь пострадали компании из сферы услуг, к которым относятся кафе, рестораны, салоны красоты и торгово-развлекательные центры. Масштаб сжатия экономики в России стал одним из наибольших за последние 20 лет. ВВП в 2020 г. снизился на 3,1%. Основной вклад в абсолютном выражении в падение ВВП внесли такие отрасли, как добыча полезных ископаемых, торговля, транспорт и услуги [1].

Снижение экономической активности отразилось на реальных доходах населения, сократившихся на 3,5%. Ухудшение финансового состояния жителей России подтверждается сокращением потребления домохозяйств, ростом безработицы и бедности. Также существенные потери понесла отрасль розничной торговли и платных услуг населению [2]. Принятые Правительством РФ и Банком России меры по поддержке предприятий и населения позволили ограничить спад в экономике и обеспечить ее дальнейшее восстановление. Государственная поддержка была направлена на максимальное снижение издержек компаний, что, в свою очередь, способствовало сохранению занятости населения. Также были предусмотрены отсрочки по налогам, аренде и кредитам. Для сохранения малых и средних предприятий были предоставлены льготные кредиты и продлены лицензии.

Меры государственной политики, направленные на сохранение занятости населения, существенно замедлили высвобождение рабочей силы, но полностью не исключили рост безработицы. Уровень безработицы увеличился с 6% до 6,3% в 2020 г. по сравнению с 2019 г. [3].

В настоящее время стремительное развитие России требует не только внутренних, но и внешних финансовых ресурсов. Необходимо более активно участвовать в процессах глобализации, устранять препятствия для российского экспорта и направлять российские предприятия в международные производственные цепочки, тем самым помогая российским компаниям преодолевать внутренний рынок и преодолевать препятствия, связанные с таможенным регулированием и валютным контролем.

Следует отметить, что российская экономика, несмотря на финансовые, социальные и другие проблемы, возникшие в прошлом году, смогла относительно быстро адаптироваться к новым реалиям и даже сформировать ряд позитивных тенденций, таких как развитие цифровизации и широкое использование различных видео сервисов для удаленной работы.

Источники:
1. Елисеев В.С., Веленто И.И. Теория экономического права. Теория отраслей права, обеспечивающих экономические отношения. Учебное пособие. – М.: Проспект, 2020. – 416с. (Eliseev V.S., Velento I.I. Theory of Economic Law. Theory of branches of law that provide economic relations. Textbook. – Moscow: Prospekt, 2020 – 416p.)
2. Иванова Ю.Н. Экономическая статистика: Учебник / Под ред. Ю.Н. Иванова. – М.: Инфра, 2020. – 355с. (Ivanova Yu.N. Economic statistics: Textbook / Edited by Yu. N. Ivanov. – Moscow: Infra, 2020 – 355p.)
3. Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения 03.06.2021) (Federal State Statistics Service. – [Electronic resource]. – URL: http://www.gks.ru/)

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 620.9

«ЗЕЛЕНАЯ СДЕЛКА» В ОТНОШЕНИЯХ РОССИИ И ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Леви Д.А., к.полит.н., доцент
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
г. Санкт-Петербург

В статье дается политико-экономический обзор и оценка европейской «Зеленой сделке» – экологической новелле, непосредственно затрагивающей интересы российских экспортеров углеводородов, транспортников и энергетиков. Автор оценивает «Зеленую сделку» с точки зрения ресурса внутренней и внешней политики Евросоюза, а также с точки зрения потенциала для развития диалога между Россией и ЕС в условиях обозримого будущего.

The article provides an overview of the political and economic review and assessment of the European Green Deal – an environmental novel that directly affects the interests of Russian hydrocarbon exporters, transport workers and energy companies. The author assesses the Green deal from the point of view of the resource of the EU's domestic and foreign policy, as well as from the point of view of the potential for developing a dialogue between Russia and the EU in the foreseeable future.

Ключевые слова: *зеленая сделка, безуглеродная энергетика, Европейский союз, внешняя политика России, международная торговля*

Keywords: *green deal, no-carbon energy, European Union, Russian foreign policy, international trade*

В 2019 г. Европейский союз запустил инициативу, которая всерьез может претендовать на статус следующей по значимости после, например, единой сельскохозяйственной политики. Речь идет о так называемой Зеленой сделке или Green Deal, представляющей собой политическую стратегию по дости-

жению углеродной нейтральности уже к 2050 г. Повышение эффективности использования ресурсов и эко-ориентированная экономика – вот основные средства достижения нового уровня энергоэффективности и «дружелюбия» по отношению к экологии континента. Снизить эмиссию парниковых газов, сократить потребление угля и других традиционных видов сырья – это промежуточные цели, которых ЕС всерьез стремится достичь к 2030 г. Политически модная и востребованная обществом инициатива оказалась инструментом с двойным дном, ее направленность на очевидное внутреннее потребление оказалось дополнена важным внешнеполитическим рычагом. Но реализуемы ли эти задачи на столь коротком отрезке времени и как они могут отразиться на отношениях России и Европейского Союза, которые и без оригинальных новелл переживают далеко не лучшие времена – вопрос, который сегодня актуален для исследователей-европеистов.

В последнее десятилетие аргументы европейских и американских коллег по внешнеполитическому цеху, как правило, содержали тезисы о том, что сырьевой ресурс России в поздне-путинские годы стал использоваться как инструмент внешней политики. Речь идет и о валовых ценовых инструментах, и о ресурсе предоставления скидок «дружественным» странам. Безусловно, для России – газ и нефть – это последние оставшиеся инструменты для жесткого торга. С начала периода российско-украинского конфликта, инструментом ответа на внешнее давление и санкции при слабой экономике, остался опять же только ресурс углеводородов, а также возможности манипулирования внутренним карманом своих же граждан. Последнее уже вошло в историю популистской формулировкой «бомбить своего» и в целом означает введение ограничений для своих граждан на совершение финансовых операций, выгодоприобретатели которых находятся за рубежом. Речь об ограничении импорта, туризма, «импортозамещении» в худших формах. Инструменты внутренней экономической политики в этой связи являются вполне себе инструментами политики внешней. И, что характерно, логика претензий, которые предъявляют западные партнеры к России, вполне применима и в обратную сторону. Все зеленое направление деятельности ЕС, а также координация на уровне энергетических политик по большому счету имеет непосредственное влияние и на внутреннее политическое потребление и на внешнее. Размышляя широко, это игра на монопольно-монопсонном рынке, где каждая из сторон стремится выторговать более интересные условия, а экологическая проблематика, как и проблематика назначения справедливой цены – не более чем риторический прием.

Но все же, проект «Зеленой сделки» и намерение минимизировать углеродный вред, наносимый природе оказался очень востребованным в ЕС, согласно «Зеленой сделке» в ближайшее десятилетие ЕС заявило о намерении сократить потребление угля к 2030 г. на 71-77%, нефти на 23-25%, природного газа – на 13-19% по сравнению с 2015 г. В ЕС управление инвестициями в озеленение энергетических отраслей предлагается реализовывать посредством предложенного углеродного налога – BTC, border carbon tax

(или более широко - углеродного трансграничного механизма корректировки, Carbon border adjustment mechanism – CBAM) , который должен помогать выровнять экономические условия для тех, кто снижает и не снижает углеродный вред.

Обосновывая с высокой трибуны целесообразность «Зеленой сделки» в ЕС, лидеры и официальные спикеры указывают на особое внутреннее европейское значение экологической тематики, ведь «Зеленая сделка» в первую очередь должна перестроить внутренний энергетический климат ЕС. Однако здесь есть и доля лукавства, поскольку одновременно с внутренней перестройкой, зеленая сделка явным образом содержит и намерение активизировать климатическую повестку в других странах, которые, по мнению ЕС, недостаточно прилагают усилия по снижению эмиссии парниковых газов и изменению климата [1]. И в первую очередь речь идет о наиболее несговорчивых торговых партнерах ЕС.

С точки зрения России, для которой экспорт в ЕС по-прежнему остается преимущественно нефтегазовым, проект Зеленой сделки носит черты протекционистского решения. Зеленая промышленность в ЕС – это своеобразный бренд, успешно продаваемый населению. Это неплохо, но механизм углеродного налога в этой связи больнее всего бьет по компаниям и экономикам стран, где эффективность учета углеродного следа налажена не так хорошо и эффективно. На этом фоне есть серьезные риски, что даже при интенсификации работы российских экспортеров по бумажному и реальному внедрению зеленых технологий, расчет углеродного следа для российских экспортеров будет проводиться без учета национальных особенностей, а с легкой руки недоверия к России вообще, европейские аналитики призовут игнорировать национальные российские системы учета парниковых газов. И политика не даст увидеть результатов разрабатываемой Российской Стратегии декарбонизации и Закона о Государственном регулировании выбросов парниковых газов или аналогичных документов по водородной энергетике.

Впрочем, определенные успехи отдельных российских компаний уже навряд ли удастся игнорировать. На финансовом рынке при всех прочих сложностях уверены в сильных позициях по возможностям экспорта электроэнергии компании ЭНЕЛ. Роснефть планирует построить ветропарк в рамках проекта Восток Ойл. НОВАТЕК в 2020 г. формализовал стратегические цели по экологическим стандартам до 2030 г. и планирует замещать природный газ углеродно-нейтральным водородом при выработке электроэнергии. Газпром и Газпром нефть работают над озеленением и использованием возобновляемых источников энергии, предлагается даже создать на территории Германии промышленное предприятие по переработке российского газа в водород. Лукойл также декларирует задачи по сокращению углеродного следа. Поддавшись общей эко-истерии даже Сбербанк недавно заявил о намерении полностью избавиться от отрицательного углеродного воздействия, хотя это, конечно, предельно популистская мера, мера сугубо для внутреннего потребления.

На фоне вырисовывающегося понимания намерений ЕС не только предъявить России неудобные форматы учета и удорожания углеводородов, но и сократить объемы импорта газа, в России начался новый виток газификации глубинки. Помощь негазифицированным районам пришла от куда не ждали: неуверенность в возможности серьезной зеленой модернизации, угроза остаться с переполненными хранилищами и отсутствие альтернатив для нефтегазового комплекса заставляет и государство и компании обратить внимание на внутренний недостаточно доходный, но стабильный рынок.

Однако даже интенсификация настоящего, а не имитации зеленого реформирования в России может не быть принята в зачет. Главный импортер сырья – ЕС – с позиции покупателя уверенно манипулирует не только принципом ценообразования, но и ресурсом высокого технологического и экономического развития, используя данные и статистику для расчета квот за счет большого валового накопленного объема потребления: так с 1751 по 2017 гг. общие объемы выбросов углекислого газа СО2 в США составили 25% от общемировых, в ЕС – 22%, а в России – всего 6%, что разрешает ЕС существенно менее строго относиться к собственному реформированию [4].

В известном смысле «Зеленая сделка» для ЕС – это тоже «бомбардировка своего»: очевидно, что снижение углеродного влияния – это рост цен для конечного потребителя, хотя формально оплачивает ее производитель. Однако, европейский потребитель, ввиду популярности зеленой повестки [7], готов к реформам, особенно если они будут не просто растянуты во времени, а внедряются системно: перед утверждением зеленой сделки ЕС был буквально «беременным» идеями энергоэффективности и на производствах, и в строительстве, и в быту. Сочетание всех предпосылок и технологических возможностей в этой связи дает возможность ЕС нивелировать минусы увеличения цен для потребителей [3]. У России и даже у США такого ресурса понимания нет. Отчасти поэтому инициатива внедрения ВСТ, например, на использование в авиаперевозках, натолкнулась на блокаду со стороны и США, и России, и Индии и других стран.

Внешнеполитическое давление решений по зеленой сделке для России со стороны ЕС пока не приняло серьезные масштабы [6]. До 2030 г. резкого снижения спроса на нефть и газ пока не планируется, на этом отрезке есть только геополитические риски, связанные с маршрутами передачи углеводородов: Украина, Южный поток, Северные потоки, а также не очень убедительные риски, связанные с политически мотивированными пожеланиями по диверсификации поставок в ЕС (из Саудовской Аравии, из США и т.п.). Россия может подстраховать удар с введением ВСТ, используя свое национальное регулирование. Но, что более важно, следование России в фарватере международного тренда или моды, кому как нравится, может, наконец, позволить стране начать восстанавливать репутацию. Следует понимать, что сегодня, обосновано или нет, уровень доверия к России достаточно низок. Но как бы ЕС не хотел отодвинуть РФ из сектора энергетики, ключевые игроки – и Газпром, и Лукойл, и Роснефть – активно участвуют в работе в

наиболее востребованном с точки зрения новой энергетики направлении – в направлении водородной энергетики.

Россия – это полигон, где могут быть эффективно и быстро внедрены стройки века. Инструментами циркулярной экономики и политики спущены решения о переходе на новые энергоресурсы, а значит, обкатана новейшая технология, причем за счет бюджета. Прогнозы IRENA позволяют предположить, что к 2050 г. на водородную энергетику будет приходиться до 12% от общего потребления энергии, и это далеко не самый оптимистичный прогноз [2]. Сотрудничество в области энергоэффективности между Россией и ЕС в этой связи отодвигает политическую повестку на второй план, выводя экономическую и технологическую наоборот – вперед. Взаимная потребность в сырьевом, технологическом обмене имеет шансы спровоцировать новый этап развития отношений между Россией и ЕС, что, со временем и после обновления политической элиты в России, может привести к потенциально новому периоду бума в отношениях.

Говоря о том, нацелена ли «Зеленая сделка» ЕС на усложнение отношений с Россией и готов ли Брюссель использовать этот рычаг в этом отношении, следует уверенно отметить, что зеленая сделка – это все-таки в первую очередь факт внутренней политики ЕС, а история с Россией – это нецелевой бонус. Европейские стратегии «От фермы к столу», «Лесная стратегия», пересмотр директив по налогообложению и т.п. – это сугубо внутренние решения, это сфера компетенций и ответственности европейских чиновников перед своим электоратом. Но зеленая сделка – это еще и большая борьба с внутренним «эко-врагом», ведь в ЕС далеко не все страны «зеленые» и богатые. Как будет та же Польша повторять подвиг М. Тэтчер со своим угольным сектором – большой вопрос. Пока страна заявила о готовности к зеленой сделке «со своей скоростью» [5]. Известно, что та же Чехия и Венгрия с большим сопротивлением согласились с логикой зеленой сделки, да и то только после того, как получили заверения о том, что атомная энергетика будет рассматриваться ЕС как средство достижения углеродной нейтральности. Впрочем, на фоне последних событий весны 2021 г., связанных с отлучением российских компаний от восточно-европейских проектов по модернизации местной атомной энергетики, трудно прогнозировать, готовы ли страны к озеленению энергетики любой ценой, или требования, предъявляемые к партнерам по озеленению, с политической точки зрения могут оказаться важнее, чем экономический и качественный эффект от всего проекта.

Источники:

1. Fuchs R., Brown C., Rounsevell M. Europe's green deal offshores environmental damage to other nations // Nature. – The UK: Springer, 2020. – Vol.586. – №7831. – P.671-673 (Фукс Р., Браун К., Раунсевелл М. Вред, наносимый офшорами Европейской Зеленой сделки // Nature. – The UK: Springer, 2020. – Т.586. – №7831. – С.671-673)
2. Мировой обзор энергетического перехода. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.irena.org/publications/2021/March/World-Energy-Transitions-Outlook (World Energy Transitions Outlook. – [Electronic resource] – URL: https://www.irena.org/publications/2021/March/World-Energy-Transitions-Outlook)

3. Амирханова Р.М., Магомедова С.З., Ханахмедова М.Х. Экономика Европейского Союза и ее стимулирование в рамках «зеленой сделки» // Экономика и предпринимательство. – 2020. – №12(125). – С.650-652 (Amirhanova R.M., Magomedova S.Z., Hanahmedova M.H. Economics of the EU and it's stimulation within the «Green Deal» // Economy and Entrepreneurship. – 2020. – №12(125). – P.650-652)
4. Догуаб А.А. «Зеленая сделка» – реальность, в которой надо жить // Энергетическая политика. – 2020. – №10(152). – С.34-39 (Doguab A.A. «The green deal» – nowadays reality to live in // Energy Politics. – 2020. – №10(152). – P.34-39)
5. Насколько интересна «Зеленая сделка – 2050» ЕС для Москвы // Независимая газета. – 08.02.2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ng.ru/energy/2021-02-08/11_8077_hydrogen.html (How «Green deal – 2050» in interesting for Moscow // Independent Paper. – 08.02.2020. – [Electronic resource]. – URL: https://www.ng.ru/energy/2021-02-08/11_8077_hydrogen.html)
6. Шиматюк О.А. Энергетическое сотрудничество России и Евросоюза в условиях «зеленой сделки» // Вопросы национальных и федеративных отношений. – 2021. – Т.11. – №2(71). – С.603-611 (Shimatyuk O.A. Energy cooperation between Russia and the EU with «the Green Deal»// Questions of national and federative relations. – 2021. – T.11. – №2(71). – P.603-611)
7. Заславская Н.Г. Отношения ЕС и России: теоретические интерпретации Российского восприятия ЕС // Политологические исследования. – 2020. – Вып. 56. – P.195-212 (Zaslavskaya N.G. EU-Russia relations: a theoretical interpretation of Russia's perception of the European Union // Studia Politologiczne. – 2020. –Vol.56. – P.195-212)

УДК 339

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КИТАЯ

Запорожцева Е.Н., к.э.н., доцент
Гуан Янь, магистрант
Альафлооги Али Аркан Кантеел, магистрант
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
Ростовская область, г. Ростов-на-Дону

В данной статье исследуются преимущества развития цифровой экономики Китая, а именно преимущества пользователей сети, технологические преимущества и институциональные преимущества. Быстрое развитие компьютерных и сетевых коммуникационных технологий обеспечивает техническую поддержку и поддержку платформ для развития цифровой экономики. Поэтому вступление в стадию структурной модернизации, создание технологий преобразования энергии, компьютерных технологий, предоставило возможность проявления нового образа мышления для экономических преобразований Китая.

This article explores the advantages of developing China's digital economy, namely the advantages of network users, technological advantages, and institutional advantages. The rapid development of computer and network communication technologies provides technical support and platform support for the development of the digital economy. Therefore, the entry into a new stage of structural modernization and energy transformation, as well as the advent of computer technology, has provided a new way of thinking for China's economic transformation.

Ключевые слова: *цифровая экономика, компьютер, сетевые коммуникационные технологии, блокчейн*

Keywords: *digital economy, computer, network communication technologies, blockchain*

Согласно «Белой книге о развитии цифровой экономики Китая в 2020 году», масштабы цифровой экономики Китая в 2020 г. достигнут 39,2 трлн. юаней, что составляет 38,6% ВВП, что на 9,7% больше, чем в годовом исчислении, а цифровая экономика ускоряется, чтобы противостоять негативным тенденциям, связанным с эпидемической обстановкой в мире, эффективно поддерживая профилактику эпидемий, контроль, экономическое и социальное развитие [1].

Быстрое развитие компьютерных и сетевых коммуникационных технологий обеспечивает техническую поддержку и поддержку платформ для развития цифровой экономики. Развитие цифровой экономики имеет большое значение для Китая.

Вступление в стадию замедления роста, структурной модернизации и технологического преобразования энергетической отрасли, а также появление компьютерных технологий предоставило возможности реализации нового образа мышления для экономических преобразований Китая. Цифровые инструменты, цифровое производство и цифровые продукты достигли цифровой экономики, а также способствовали выживанию и развитию цифровых технологий. Информационная революция, характеризуемая оцифровкой, сетями и интеллектом, породила цифровую экономику, а также дала новый импульс экономическому развитию. С 2008 г. облачные вычисления, Интернет вещей, мобильный Интернет, большие данные, интеллектуальные роботы, постоянное появление информационных технологий и приложений, таких как блокчейн, расширило масштабы цифровой экономики Китая и постепенно стало важной силой в экономическом развитии Китая.

Развитие цифровой экономики Китая имеет особые преимущества, которые в основном отражаются в трех аспектах: преимущества пользователей сети, технологические преимущества и институциональные преимущества [2].

1. Преимущество пользователей сети.

По состоянию на декабрь 2020 г. количество пользователей сети в Китае приблизилось к 1 млрд., что составляет одну пятую всех пользователей сети в мире. Огромная база пользователей сети является ключевым фактором в содействии быстрому развитию цифровой экономики Китая. В 2019 г. сумма мобильных платежей в Китае достигла 347 трлн. юаней, увеличившись на 25% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Быстрое развитие мобильных платежей обеспечило техническую поддержку транзакций электронной коммерции, доставки еды, онлайн-такси и других отраслей. В 2020 г. объем транзакций электронной торговли в Китае составил

37,21 трлн. юаней, что на 4,5% больше, чем в предыдущем году. Среди них только 11 ноября 2020 г. объем транзакций на крупнейшей в Китае платформе электронной коммерции – Alibaba – достиг 4 982 100 млн. юаней. В 2019 г. объем транзакций в индустрии доставки еды в Китае превысил 600 млрд. юаней, что на 30,8% больше, чем в 2018 г., при этом сохраняется тенденция быстрого роста.

2. Технические преимущества.

По состоянию на декабрь 2020 г. Китай построил 718000 базовых станций 5G, содействовал строительству 330 000 общих базовых станций 5G, более 180 миллионов подключенных терминалов и построил крупнейшую в мире сеть 5G. В 2020 г. Китай продолжит совершать прорывы в передовых технологиях, таких как квантовые технологии, блокчейн и искусственный интеллект. Было внедрено множество технологических инноваций и получены значительные результаты в создании и реализации специализированных приложений. Поскольку квантовые технологии стали центром информационных и коммуникационных технологий и модернизации промышленности, Китай добился значительного прогресса в разработке политики, технологическом развитии и промышленных приложениях; в области блокчейна. Китай построил 40 промышленных парков блокчейнов в 2020 г. Количество компаний, связанных с блокчейном, достигло 64 996. В первой половине 2020 г. масштаб рынка отрасли блокчейн составил 1,715 млрд. юаней, что на 246,5% больше, чем за тот же период прошлого года; в области больших данных масштаб индустрии больших данных Китая превысила один триллион юаней в 2020 г., достигнув 110 млрд. юаней, что на 26,3% больше, чем в прошлом году; в области искусственного интеллекта – новое поколение технологий искусственного интеллекта ускоряет углубленную интеграцию и применение в различных отраслях, способствуя ускорению экономической и социальной сфер от оцифровки и создания сетей до интеллектуализации.

3. Институциональные преимущества.

Китай реализует социалистическую систему, и его институциональные преимущества в общей координации, организации и мобилизации, а также в инклюзивном развитии будут более заметными в век информации, что очень полезно для содействия здоровому и быстрому развитию цифровой экономики. Китай выпустил ряд программных документов, касающихся развития информатизации и цифровой экономики, включая инициативу «Интернет+», широкополосный доступ в Китае, сделано в Китае 2025, стратегию больших данных, потребление информации, электронную коммерцию, умные города, инновационное развитие, стратегии и др. Различные департаменты и регионы также сформулировали и выпустили соответствующие планы действий и организовали защитные меры. Преимущества китайской системы способствуют консолидации национальных сил, быстрой реализации политики и формированию движущей силы восходящего развития цифровой экономики.

Источники:
1. Белая книга о развитии цифровой экономики Китая / Китайский институт информации и коммуникаций. Министерство промышленности и информационных технологий. – 2017. – 19 с. (White Paper on the Development of China's Digital Economy / Chinese Institute of Information and Communications. Ministry of Industry and Information Technology. – 2017. – 19 p.)
2. Чжан С. Цифровая экономика и развитие Китая / С.Чжан // Электронное правительство. – 2016. – С.2-11(Zhang S. Digital Economy and Development of China. Zhang // E-government. – 2016. – P.2-11)

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.71

ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Посная Е.А., к.э.н., доцент
Иващенко И.И., магистрант
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
г. Севастополь

В статье определены основные проблемные аспекты деятельности банковского сектора в условиях пандемии COVID-19, сделаны выводы и даны рекомендации по их успешному решению выявленных проблем. Целью исследования является разработка и внедрение принципиально новых подходов к антикризисному управлению в банковском секторе России с учетом современных тенденций распространения вируса и фиксации в некоторых странах второй и третьей волны заболевания среди населения.

The article identifies the main problematic aspects of the banking sector in the context of the COVID-19 pandemic, draws conclusions and provides recommendations for their successful solution of the identified problems. The aim of the study is to develop and implement fundamentally new approaches to crisis management in the Russian banking sector, taking into account current trends in the spread of the virus and the fixation of the second and third waves of the disease among the population in some countries.

Ключевые слова: *пандемия, кризис, банки, кредиты, государство*
Keywords: *pandemic, crisis, banks, loans, government*

В связи с текущим кризисом в банковском секторе, вызванным коронавирусной инфекцией, государство оказывает существенную помощь банковским учреждениям. Кроме того, банки уже начали отменять комиссии, увеличивать лимиты по кредитным картам, предлагать ипотечные каникулы и получать доступ к фиксированным сберегательным счетам для пострадав-

ших от вируса. В эти трудные времена важно, чтобы клиенты чувствовали, что у банка есть плацдарм в форме платежных каникул или краткосрочной денежной поддержки. Как правило, у банков не должно быть проблем с ликвидностью и предлагать своим клиентам ипотеку из-за рекордно низких процентных ставок. Но они должны пересмотреть профили рисков своих клиентов и, в частности, реклассифицировать заемщиков, пострадавших от COVID-19. Таким образом, выплата процентов – важный доход для банков. В противном случае сами банки столкнутся с нехваткой ликвидности, а стоимость заимствования будет расти из-за нехватки ликвидности на межбанковском рынке.

Помимо управления непосредственными экономическими последствиями пандемии, банки должны иметь план защиты сотрудников и клиентов от ее распространения.

Поскольку банковский сектор является важнейшим элементом экономики страны, его ключевой задачей сейчас является эффективное перераспределение средств между населением, субъектами хозяйствования и государством в связи с привлечением средств вкладчиков для обеспечения их поддержки во время пандемии.

Внезапный вынужденный переход на удаленную работу может иметь долгосрочные последствия для модели банковской деятельности, во избежание операционных рисков которой, с нашей точки зрения, российским банкам следует:

1) применять весь спектр цифровых возможностей для повышения вовлеченности клиентов. Пандемия стимулирует использование инструментов цифрового банкинга и новых способов взаимодействия клиентов с банками. Банки должны продолжать инвестировать в развитие цифровых технологий, переводить информацию с бумажных на цифровые носители;

2) проводить полноценное финансовое консультирование клиентов относительно текущей ситуации и специфики работы банков. Банки могут расширять спектр своих услуг: запускать инвестиционные услуги, удаленно консультировать клиентов, предлагать бухгалтерские и налоговые услуги.

3) обеспечивать обслуживание клиентов на основе создания последующих мер и решений по реструктуризации кредита и продвижению альтернативных продуктов.

РНКБ Банк реструктурировал кредиты малому и среднему бизнесу, пострадавшему от пандемии, на 2,9 млрд. руб. РНКБ оказывает поддержку предприятиям в рамках различных государственных программ, а также в соответствии с Федеральным законом №106 [1].

В апреле-мае этого 2020 г. банк одобрил более 1200 заявок от представителей бизнеса, еще около 200 договоров на сумму 0,6 млрд. рублей находятся в стадии обработки. При этом более 300 поступивших в банк заявок от предприятий не соответствовали требованиям госпрограмм, им предлагались программы реструктуризации банков.

Кроме того, РНКБ работает по программе Правительства Российской

Федерации в соответствии с Постановлением № 422 от 2 апреля. Принимает заявки и предоставляет льготные ссуды на выплату заработной платы работникам под 0% по программе Правительства РФ «Ссуды, выданные малым и средним предприятиям в 2020 г. на срочную поддержку трудоустройства и получения».

По этим кредитам уже получено финансирование более 250 предприятий на общую сумму 319 млн. руб. По 500 предприятиям приняты положительные решения по предоставлению 0% кредитов на сумму 860 млн. руб. Это позволит десяткам тысяч жителей Республики Крым, Севастополя и Краснодарского края вовремя получать заработную плату.

Помимо программ, направленных на поддержку бизнеса в условиях пандемии, РНКБ участвует в нескольких государственных программах по стимулированию кредитования малого и среднего бизнеса. В том числе: программа Минсельхоза России со ставкой 5% годовых, программа Минэкономразвития России со ставкой 8,5% годовых; программа по стимулированию кредитования МСБ со стороны ОАО «Корпорация МСП» по ставке 9,6-10,6% годовых.

В контексте текущей эпидемиологической ситуации в стране РНКБ считает одним из важнейших приоритетов в своей работе поддержку клиентов, которые оказались в сложной ситуации из-за пандемии. Банк разрабатывает план мероприятий по поддержке как физических, так и юридических лиц.

Так, в настоящее время банк разрабатывает и реализует программу реструктуризации существующих кредитов для представителей малого и среднего бизнеса с возможностью отсрочки погашения основной суммы кредита до 6 месяцев и отсрочки выплаты процентов до 3 месяцев.

Согласно пояснениям Минфина РФ, налогом будет облагаться сумма доходов по вкладам в той части, где они превышают 1 млн. руб., а разные вклады одного и того же физического лица будут суммироваться. При этом налогообложение процентных доходов по вкладам свыше 1 млн. рублей начнется не раньше 2021 г., а до 2022 г. налог не будет уплачиваться. Облагается налогом только процентный доход, сами депозиты налогом не облагаются. В настоящее время РНКБ готовит предложения по программе лояльности по зачету налога, уплаченного вкладчикам.

В РНКБ вдвое увеличилось количество платежей в рамках услуг вне офисного банковского обслуживания – мобильного приложения РНКБ 24/7 и Интернет-банкинга по сравнению с январем 2020 г. Таким образом, среднесуточное количество платежей в октябре в настоящее время составляет около 229 тыс. руб., в то время как это цифра в январе 2020 г. составляла около 119 тыс. руб.

При этом среднедневная сумма таких выплат за указанный период увеличилась почти в три раза – с 244 млн. руб. до 604 млн. руб. К наиболее популярным платежам относятся мгновенные переводы на номер телефона, коммунальные платежи и оплата мобильной связи.

С начала года количество активных пользователей мобильного прило-

жения выросло примерно на 45%, с 605 тыс. человек в январе до 876 тыс. человек в октябре.

Также увеличилось количество финансовых транзакций, которые клиенты начали выполнять удаленно, не обращаясь в отделения банка в удаленных сервисах – регистрация или погашение кредита, подключение или отключение информации через SMS, получение всевозможных сертификатов.

Кроме того, растет количество заявок на получение кредита, основанных на онлайн-заявках, сделанных в мобильном приложении, интернет-банке или на веб-сайте банка.

Так, например, количество ежедневно выдаваемых кредитов наличными, которые согласовывались удаленно, без посещения клиентом отделения банка, с начала года увеличилось в 2,4 раза.

Таким образом, можно сказать, что у банков, безусловно, есть многогранные операционные проблемы в свете новой вспышки COVID-19. Заемщики и предприятия сталкиваются с потерей рабочих мест, снижением продаж и прибыли, поскольку вирус продолжает распространяться по всему миру [2]. Клиенты банков постоянно обращаются за финансовой помощью в случае пандемии, и федеральные (государственные) банковские регуляторы поощряют коммерческие банки помочь им.

Источники:

1. Posnaya E.A., Ditsulenko O.I. The role of bank capital in the lending process // Topical issues of accounting and management in the information economy. – 2020. – No.2. – P.236-240 (Посная Е.А., Дицуленко О.И. Роль банковского капитала в процессе кредитования // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и управления в информационной экономике. – 2020. – №2. – С.236-240)
2. Борщ Л.М., Посная Е.А., Дицуленко О.И., Казнова М.И. Бюджетная политика в регионах: направления социально-экономического развития // Аудит и финансовый анализ. – 2020. – №3. – С.66-72 (Borsch L.M., Posnaya E.A., Ditsulenko O.I., Kaznova M.I. Budgetary policy in the regions: directions of socio-economic development // Audit and financial analysis. – 2020. – No.3. – P.66-72)

УДК 336.77.01

КРЕДИТОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ IT-ТЕХНОЛОГИЙ

Юшко А.Н., магистрант
Научный руководитель: **Медведская Т.К.**, к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
Ростовская область, г. Ростов-на-Дону

Статья посвящена кредитованию и управлению кредитным риском с использованием IT-технологий и обосновывается необходимость их внедрения в условиях трансформации существующей мировой финансовой системы. Кредитная деятельность банка является одним из основополагающих критериев, который отличает его от небанковских учреждений.

Основным банковским риском, особенно в российской практике, является кредитный риск. Анализ кредитного риска представляет собой творческий процесс, требует от работников знаний, аналитического мышления, умения определять и оценивать тенденции в хозяйственной деятельности и финансовом положении заемщиков, прогнозировать будущее состояние дел заемщика, способности возврата кредита. Управление кредитным риском – ключевой фактор, определяющий эффективность деятельности банка. Снижение рисков – основа банковского дела.

The article is devoted to lending and credit risk management using IT-technologies and substantiates the need for their implementation in the context of the transformation of the existing global financial system. The bank's lending activity is one of the fundamental criteria that distinguishes it from non-banking institutions. The main banking risk, especially in Russian practice, is credit risk. Credit risk analysis is a creative process that requires employees to have knowledge, analytical thinking, the ability to identify and assess trends in economic activity and the financial situation of borrowers, to predict the future state of affairs of the borrower, and the ability to repay the loan. Credit risk management is a key factor in determining the effectiveness of a bank's operations. Risk mitigation is the foundation of banking.

Ключевые слова: *коммерческий банк, кредитование, снижение рисков, финансовые технологии, IT-технологии, commercial bank, lending, risk mitigation, financial technologies, IT-technologies*

Keywords: *коммерческий банк, кредитование, снижение рисков, финансовые технологии, IT-технологии*

Введение. С каждым днем в современном мире происходит много открытий и внедрений современных технологий, банковская сфера также не стоит на месте, а идет нога в ногу с научно-техническим прогрессом, который неизбежно влечет за собой кардинальные изменения в банковской сфере – появляются новые банковские услуги, которые заменяют собой устаревшие, а часто сразу несколько. Данный фактор увеличивает конкуренцию, что ведет к появлению большого количества новых игроков на финансовом рынке. Чтобы идти в ногу со временем, банки не могут стоять на месте, а вводят большое количество инновационных технологий во всех процессах своей финансовой деятельности, чтобы не упустить современного клиента.

Основная часть. В настоящее время современная концепция кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства является неким фактором риска, который имеет в своем инвентаре высокие процентные ставки. На данном этапе предлагается внедрить новую платформу, она поможет не только снизить значительно риски в банковской сфере, но и убрать их вообще. Эта платформа будет позволять получить кредиты всевозможным учреждениям, снизит время на обработку заявки, что особенно важно в быстроразвивающемся мире, а также платформа позволит автоматизировать

процесс кредитования юридических лиц. При введении данной платформы на первоначальном этапе подразумевается выдача кредитов по нескольким направлением, три из них – это основа: на исполнение контракта, на закупку материалов, обеспечение факторинга. С постепенным развитием и некоторой эволюцией данной платформы планируется расширение ее направлений на выдачу кредитов с учетом полученного опыта и наработанных механизмов оценки кредитоспособности заемщиков, а также наблюдений за нейросетями [1].

Для оптимальной и бесперебойной работы этой площадки очень важно создать такую систему, позволяющую смотреть вперед на несколько шагов и предугадывать и анализировать риски. Основа анализа рисков подразумевает использование и рекуперацию целого ряда новых технологичных систем и современных технологий, таких как технологии blockchain, системы ИИ (искусственный интеллект) анализа рисков, системы анализа BigData, нейросети анализа риска и т.д. Необходимо разработать модель, которая будет автономно анализировать риски, избегать их. Данная модель предполагает четыре этапа: анализ внутренней структуры риска и сопоставление с другими группами риска данного вида займа; разработка концепции потерь; тестовый запуск этой методики; автоматизированное обновление системы на всех уровнях [2].

При общем анализе всех систем риска видно, что он позволяет увидеть все события способные привести к невозврату ресурсов банка. Использование систем машинного обучения позволяет банкам сократить время ожидания, рассмотрения и обработки информации, тем самым проникнуть и обнаружить все потайные точки и точно определить всевозможные факторы риска.

Во время разработки системы издержек, которая всегда включает в себя подробный и качественный анализ закономерностей и трендов большого количества установленных параметров при формировании концептуальной базы данных о банковском бизнесе на территории России. Можно существенно сократить время на обработку всевозможной информации, таких как затрат на поддержку оборудования и оптимизации системы анализа. Это возможно только при использовании современных «облачных» технологий в реальном времени, использования систем анализа «BigData», а также высокопроизводительного компьютерного оборудования.

При проведении тестовой проверки и во время обновления технологии (что является важным элементом для функционирования деятельности данной системы, которая будет непрерывно менять вид и условия), а также непрогнозируемая обстановка на финансовом рынке провоцируют постоянно и непрерывно обновлять модели, для того чтобы каждая заявка была рассмотрена и эффективно проанализирована на возникновение риска. Данная платформа позволит банкам кредитовать средства без ущерба даже для тех клиентов, которые не подходят по тем или иным причинам.

После рассмотрения большинства российских банков видно, что пока-

занный подход очень сильно отличается от подхода, который используется в этих банках. Часто банки «встречают по одежде», то есть оценивают кредитоспособность заемщика, не учитывая специфики определенного вида кредитования. Для банка не имеет значения, дает ли он кредит кому-то для обеспечения заявки в тендере или для пополнения основных средств используемых при производстве, но самое главное, что эти виды займов отличаются друг от друга кардинально и их запрещено сравнивать в их концепции [3].

Банки во время рассмотрения и изучения заявки заемщика на кредит должны выдвинуть и определить существование стоп-факторов. В настоящее время банками определено несколько основных, таких факторов: компания начала свое существование менее полугода назад; компания имеет место в реестре недобросовестных заемщиков кредитных средств; судом установлено, что генеральный директор недееспособен или его паспорт утрачен, недействителен; низкая платежеспособность компании, которую установила налоговая служба или по данным бюро кредитных историй и т.д.

Данный проект имеет все перспективы развития. При анализе полученного опыта можно начинать расширение тестового проекта. После расширения кредитной линейки для сельскохозяйственных предприятий малого и среднего бизнеса, а именно для таких предприятий этот проект и создавался, т.к. они чаще всего нуждаются в финансовых ресурсах для старта и дальнейшего существования, эти предприятия всегда хотят получить ощутимую поддержку, льготные условия кредитования и «твёрдую землю под ногами» [4].

В наше время куда не пойти, то слышно про Bitcoin, ethereum, dogecoin и так далее. Все они относятся к технологии «Blockchain». Данная технология со временем будет использоваться повсеместно, а сегодня уже используется активно. «Blockchain» – технология, которая позволит защитить от мошенничества, хакеров и DoS-атаки как сам банк, так предприятия и самих пользователей этого банка, путем интеграции систем «Blockchain» в самые глубокие недра банковской системы. Подобный шаг может существенно увеличить поиск необходимой информации, а также снизить время ожидания этой информации банком и предприятием, сделает банковские операции прозрачными как стекло, а также сделает невозможным подделку различной документации внутри самой банковской системы.

При использовании таких облачных технологий, как JustCloud, Зоолз, pCloud, Microsoft Azure, Adobe Creative Cloud и так далее, появляется возможность снизить нагрузку на локальные мощности компьютерных серверов предприятий, а также обрабатывать данные с использованием нейронных сетей, что положительно влияет на оценку рисков и установку уже скорректированных процентных ставок с учетом полученного опыта.

Заключение. В современном быстродвижущемся мире, где у человека нет времени ходить в банки и стоять в очереди, теряя драгоценное время, приходят на помощь интернет технологии, которые последние двадцать лет

развиваются семимильными шагами.

В 2017 г. Правительство Российской Федерации утвердила программу «Цифровая экономика Российской Федерации» [6], которая предполагает развитие условий, они являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности. Банки, как один из важных, системообразующих элементов экономики должны быть первыми в реализации данной программы. Очень близкие и похожие по принципу проекты, как предлагаемый нами, уже близки к реализации, к примеру, АО КБ «Модуль-банк» запустил сервис прямых инвестиций, благодаря чему люди могут, не вставая с дивана, получить доступ к инвестициям в различные компании, тем самым они получают финансирование на реализацию своих проектов. Таким образом, существует острая необходимость в реализации предлагаемого нами проекта.

Источники:

1. Маткова А.А. Почему в ближайшие 3 года операционистов в банках может заменить искусственный интеллект? / А.А. Маткова // Экономика. Право. Менеджмент: Современные проблемы и тенденции развития. – 2017. – №13. – С. 10 (Matkova A.A. Why can artificial intelligence replace tellers in banks in the next 3 years? Matkova // Economics. Right. Management: Modern problems and development trends. – 2017. – No.13. – P.10)
2. Андрюшин С.А. Открытый банкинг, кредитная активность, регулирование и надзор / С.А. Андрюшин // Банковское дело. – 2017. – №6. – С.26-35 (Andryushin S.A. Open banking, credit activity, regulation and supervision / S.A. Andryushin // Banking. – 2017. – No.6. – P.26-35)
3. Yuryeva O., Pudeyan L., Medvedskaya T., Zaporozceva E., Zemlyakova N. The impact of the digital revolution on the Russian financial sector development and the results of economic transformation // E3S Web of Conferences, 2020. – [Electronic resource]. – URL: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57214330291 (Юрьева О., Пудеян Л., Медведская Т., Запорожцева Е., Землякова Н. Влияние цифровой революции на развитие финансового сектора России и результаты экономической трансформации // E3S Web of Conferences, 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57214330291)
4. Коломеева Е.С., Шереужева М.А. Оценка подверженности банковского сектора Российской Федерации риску ликвидности / Е.С. Коломеева, М.А. Шереужева // Международный технико-экономический журнал. – 2015. – №4. – С.16-21 (Kolomeeva E.S., Shereuzheva M.A. Assessment of the exposure of the banking sector of the Russian Federation to liquidity risk / E.S. Kolomeeva, M.A. Shereuzheva // International technical and economic journal. – 2015. – No.4. – P.16-21)
5. Коломеева Е.С., Шереужева М.А. Тенденции развития рынка вкладов физических лиц в Российской Федерации / Е.С. Коломеева, М.А. Шереужева // Актуальные проблемы управления финансами в исследованиях молодых ученых: сборник статей. – М.: ООО «УМЦ «Триада», 2015. – С.43-49 (Kolomeeva E.S., Shereuzheva M.A. Trends in the development of the retail deposit market in the Russian Federation / E.S. Kolomeeva, M.A. Shereuzheva // Actual problems of financial management in the research of young scientists: a collection of articles. - M .: OOO «UMC «Triada», 2015. – P.43-49)
6. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» от 28 июля 2017 г. № 1632-р. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf (Program «Digital Economy of the Russian Federation» – No.1632-r dated July 28, 2017. – [Electronic resource]. – URL: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf)

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

УДК 338.14

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Оноприенко Ю.Г., к.э.н., доцент
Бойко О.К., студент
Щербинина А.А., студент
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»
Волгоградская область, г. Волгоград

Вспышка коронавирусной инфекции существенно повлияла на развитие как российской, так и мировой экономики в целом. В данной статье анализируется влияние кризиса, вызванного пандемией COVID-19, на предприятия малого и среднего бизнеса, рассматриваются основные проблемы, а также пути их решения. Кроме того, оценивается эффективность мер государственной поддержки малого и среднего бизнеса, и выявляются наиболее и наименее пострадавшие отрасли, в которых осуществляют свою деятельность исследуемые предприятия.

The outbreak of coronavirus infection has significantly affected the development of both the Russian and global economy as a whole. This article analyzes the impact of the crisis caused by the COVID-19 pandemic on small and medium-sized businesses, examines the main problems as well as ways to solve them. In addition, the effectiveness of state support measures for small and medium-sized businesses is evaluated, and the most and least affected industries in which the studied enterprises operate are identified.

Ключевые слова: *пандемия, COVID-19, малый и средний бизнес, предпринимательство, государственная поддержка, влияние кризиса, экономика*

Keywords: *pandemic, COVID-19, small and medium-sized businesses, entrepreneurship, government support, impact of the crisis, economy*

Важное значение для стабильного развития экономики государства имеют малый и средний бизнес, эффективность которых зависит от возможностей граждан использовать свои способности для осуществления предпринимательской деятельности. На конец 2020 г. в России доля малого бизнеса в производстве ВВП не достигает и 25%, в то время как в большинстве других экономически развитых странах эта доля превышает 50%. Исходя из этого, государство стремится поддержать малый и средний бизнес, но в нынешних условиях пандемии COVID-19 это становится сложнее.

В связи с этим необходимо и важно провести анализ влияния кризиса,

вызванного коронавирусной инфекцией, на предприятия малого и среднего бизнеса, а также путей его преодоления.

Меры, предпринятые государством с целью ограничить распространение коронавирусной инфекции, такие как введение продолжительного режима самоизоляции и нерабочих дней, перевод сотрудников на дистанционный формат работы, закрытие некоторых частей отраслей экономики, соблюдение жестких санитарно-эпидемиологических мер и т.д., хоть и были эффективны для сохранения здоровья граждан, однако привели к спаду экономики [2].

Проблема развития малого и среднего бизнеса в период пандемии COVID-19 связана с тем, что малый бизнес не обладает подушкой безопасности и не готов обеспечить себя самостоятельно в данный период, а государственную поддержку получить сложно ввиду причин, связанных с размерами бизнеса, спецификой деятельности и т.д.

Предприятия, занятые в производстве товаров повседневного спроса, таких как фармацевтика, розничная торговля, а также в производстве товаров народного потребления, в отличие от классических предприятий промышленности, смогли успешно осуществлять свою деятельность в дистанционном формате без необходимости непосредственного очного участия работников [3].

Согласно результатам исследования влияния пандемии COVID-19 на российский бизнес, которое было проведено РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ, значительная часть российских компаний не только малого и среднего бизнеса, но и крупных корпораций ощутила на себе отрицательное воздействие пандемии коронавируса независимо от сферы ведения бизнеса [3].

Доля компаний с сокращением выручки в 2020 г. составила около 70% (рис. 1). Среди этих компаний среднее падение выручки составило 13%. Наиболее тяжелые последствия затронули предприятия розничной торговли и производители промышленных товаров и товаров народного потребления, не относящихся к продуктам питания.

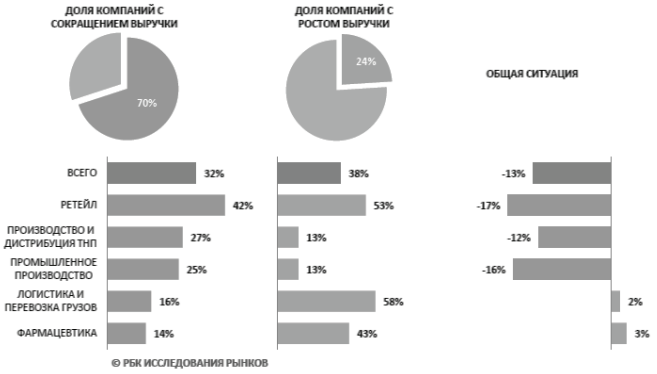

Рис. 1. Распределение компаний по сокращению/приросту объема выручки в условиях пандемии COVID-19, 2020 г. [3]

Несмотря на это, компании, осуществляющие продажу продуктов питания и товаров первой необходимости, а также те компании, которые перенаправили своё производство на изготовление и продажу средств защиты, смогли не только сохранить уровень выручки, но и увеличить его. Например, выручка большинства фармацевтических компаний сократилась в среднем не более чем на 16%, при этом до трети опрошенных экспертов отметили рост выручки на показатели, превышающие 50% – отмечают РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ [3]. Лишь 14% фармацевтических компаний отметили падение выручки, в то время как 43% отметили увеличение ее размера (рис. 1).

Во многом это объясняется тем, что фармацевтическая отрасль оказалась в выгодном положении в период COVID-19, поскольку население страны активно приобретало медицинские препараты, а также государство осуществляло массовые закупки для формирования резервного фонда, что в совокупности обеспечило повышенный спрос по сравнению с предыдущими годами.

На начало 2021 г. положение малого и среднего бизнеса в России практически не изменилось. Проблемы, существовавшие в разгар пандемии, остались актуальными и сегодня.

Это иллюстрирует тот факт, что спрос на товары и услуги так и не восстановился более чем у 50% предприятий. Кроме того, такими фактами являются снижение заработной платы работников и падение объемов выручки.

По итогам 2020 г. по данным РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ около 80% опрошенных отметили снижение спроса на свои товары и услуги, среди них примерно у 40% компаний он упал в полтора раза и более. Что касается выручки, около 60% компаний в 2020 г. отметили уменьшение ее размера более чем на 30%, в связи с чем был урезан фонд оплаты труда, как минимум у 45% респондентов.

На данный момент малый и средний бизнес находятся не в лучшем положении. На начало 2021 г., у трети респондентов продолжил снижаться товарный оборот, а у некоторых он сохранился на уровне 2020 г.

Несмотря на то, что 19,1% компаний планируют постепенно восстановить и даже улучшить свое положение на рынке, около 10% в то же время не видят перспектив для дальнейшего развития и готовятся к закрытию [3].

В целях поддержки малого и среднего бизнеса во время пандемии COVID-19 и предотвращения его закрытия государство осуществляет как финансовые, так и нефинансовые виды поддержки [4].

В качестве финансовых мер выделяют льготное кредитование, оказание поручительских гарантий по банковским кредитам, субсидирование части затрат и гранты.

Как нефинансовые виды поддержки рассматривают оказание помощи в выдвижении товаров на экспорт в условиях пандемии, организация разнообразных консультаций, конференций, семинаров и тренингов, проведение

выставок для товаров и услуг субъектов малого и среднего предпринимательства [1].

К проблемам малого и среднего бизнеса, прежде всего, относится отсутствие возможности платить налоги на имущество и оплачивать аренду и коммунальные платежи. Также актуальна проблема отсутствия достаточного количества денежных средств для своевременных выплат заработных плат работникам и страховых взносов с фондов оплаты труда. Помимо этого, некоторые контрагенты не производят оплату за ранее поставленные товары и предоставленные услуги, и одновременно с этим поставщики срывают сроки поставок материалов и товаров на предприятия. Эти проблемы выделяют около 25% респондентов.

Система государственной поддержки малого и среднего бизнеса в период коронавируса оказалась недостаточно эффективной, поскольку она была направлена на поддержку малообеспеченного населения и больших корпораций, являющихся крупными налогоплательщиками. Именно это не позволило малому и среднему бизнесу сохранить его текущее состояние без каких-либо потерь [2].

При этом, малый и средний бизнес оказался в ситуации, когда система поддержки предпринимательства стала весьма малоэффективной и не позволяет, тем самым, сохранить бизнесу его текущее состояние без каких-либо потерь.

Воспользовались налоговыми и кредитными отсрочками и возможностью реструктурировать долги 36,7% предпринимателей, при этом примерно для каждого второго из них эти меры оказались недостаточными – 42,9% бизнесменов, получивших такую поддержку, говорят, что им нужна новая реструктуризация, а 7,7% признают, что никогда не смогут погасить долг и вынуждены будут закрыть бизнес [3].

Проведя опрос среди представителей малого и среднего бизнеса, РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ отметили, что кредитование под 2% оказалось самой популярной мерой поддержки среди предпринимателей – этим инструментом воспользовались 21,4% опрошенных. На втором месте – отсрочка по всем налогам (кроме НДС) – 19,6%, на третьем – продление сроков уплаты страховых взносов (16,6%), следует из мониторинга.

Проведя оценку влияния кризиса, вызванного коронавирусной инфекцией, на предприятия малого и среднего бизнеса, а также путей его преодоления, авторы делают вывод, что, действительно, малый бизнес не обладает подушкой безопасности и не готов обеспечить себя самостоятельно в данный период, а государственную поддержку получить сложно ввиду причин, связанных с размерами бизнеса, спецификой деятельности и т.д.

В заключении важно отметить, что крупные предприятия и корпорации, на которых в основном направлены меры государственной поддержки, не несут таких серьезных финансовых потерь, как субъекты малого и среднего бизнеса.

Так как любое государство, и Российская Федерация не исключение,

стремится выйти из кризиса, вызванного пандемией COVID-19 с наименьшим уроном для своей экономики, то России необходимо акцентировать свое внимание на обеспечение устойчивого развития малого и среднего предпринимательства. В частности, можно предложить введение запрета банкам ухудшать кредитную историю заемщиков при реструктуризации кредитов субъектам предпринимательства в период борьбы с пандемией коронавируса; необходимость расширения списка отраслей, признанных пострадавшими от распространения коронавирусной инфекции; отсрочка взимания платы за проезд большегрузов по дорогам федерального значения.

Источники:

1. Крюкова И.В., Харитонова Н.А. Анализ государственной поддержки малого бизнеса до пандемии, дальнейшие перспективы // E-Scio. – 2020. – №6(45). С.125-154 (Kryukova I.V., Kharitonova N.A. Analysis of state support for small businesses before the pandemic, future prospects // E-Scio. – 2020. – №6(45). – P.125-154)
2. Степанов Н.С. Почему не работают институциональные механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства в условиях пандемии (коронавирусной инфекции) // Бизнес. Образование. Право. – 2020. – №3(52). – С.243-247 (Stepanov N.S. Why institutional mechanisms to support SMEs do not work in a pandemic (coronavirus infection) environment // Business. Education. Law. – 2020. – №3(52). – P.243-247)
3. Исследование влияния пандемии COVID-19 на российский бизнес // rbc.ru. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sapmybiz.rbc.ru/RBK_Issledovanie_vliyaniya_pandemii_COVID_19_na_rossiyskiy_biznes.pdf (дата обращения 05.05.2021) (Study on the impact of the COVID-19 pandemic on Russian business // rbc.ru. – [Electronic resource]. – URL: https://sapmybiz.rbc.ru/RBK_Issledovanie_vliyaniya_pandemii_COVID_19_na_rossiyskiy_biznes.pdf)
4. Меры государственной поддержки бизнеса и граждан в период пандемии // Портал ГАРАНТ.РУ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://base.garant.ru/77398919/ (дата обращения 05.05.2021) (Government support measures for businesses and citizens during a pandemic // GARANT.ru portal. – [Electronic resource]. – URL: https://base.garant.ru/77398919/)

УДК 65

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО ИНЖИНИРИНГА В АУДИТЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ

Упорникова А.Я., магистрант
Научный руководитель: **Кушнаренко Т.В.**, д.э.н., к.с.х.н., профессор
ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»
Ростовская область, г. Ростов-на-Дону

Совершенствование инжиниринговой методологии обеспечивает переход на новый современный уровень развития – учет и управление резервной системой, рисками, интеллектуальным капиталом, зонами финансового риска на микро- и макроуровнях, а также использование современных инструментальных методов, построенных на базе компьютерных технологий, что напрямую зависит от платежеспособности и финансовых результатов предприятия в целом. Аудит финансово-имущественного со-

стояния, в свою очередь, заключается в общей оценке изменений финансовых показателей.

Improving the engineering methodology ensures the transition to a new modern level of development – accounting and management of the reserve system, risks, intellectual capital, financial risk zones at the micro and macro levels, as well as the use of modern instrumental methods based on computer technologies, which directly depends on the solvency and financial results of the enterprise as a whole. The audit of the financial and property condition, in turn, consists in a general assessment of changes in financial indicators.

Ключевые слова: *платежеспособность, аудит, контрагент, финансовый риск, хозяйственная ситуация, инжиниринг*

Keywords: *solvency, audit, counterparty, financial risk, economic situation, engineering*

Инструменты бухгалтерского инжиниринга имеют широкое распространение, что требует решения двух основных проблем: идентификация определяющих факторов их функционирования и использования, формирование модели бухгалтерского инжиниринга [2].

В соответствии с учетной моделью показателей платежеспособности используется варианты анализа и контроля платежеспособности предприятия: система коэффициентов, система моделей и инструменты бухгалтерского инжиниринга.

В сфере бухгалтерского учета основой использования инструментов бухгалтерского инжиниринга выступает структурированный план счетов, который строится на производственной, финансовой или специализированной оптиках и модульной основе, что позволяет внедрить инжиниринговые инструменты. Такие инструменты невосприимчивы к определенным факторам или угрозам [3]. Инструменты бухгалтерского инжиниринга используются в целях прогнозирования: стратегии, финансового состояния, платежеспособности, экономических ситуаций и т.д., на базе комплекса моделей в виде системы производных балансовых отчетов [3]. Анализируя состояние платежеспособности предприятия необходимо рассматривать причины финансовых затруднений, частоту их образования и продолжительность просроченных долгов [1].

По результатам исследований разработана методика управления платежеспособностью и решаемой задачи на базе инструмента бухгалтерского инжиниринга. Такая методика основана на систематизации процессов управления на трёх уровнях (размеры, сроки, процентные ставки и риски): управление платежеспособностью на уровне предприятия на базе иммунизационного балансового отчёта, мониторинг платежеспособности, а также стратегическое управление платежеспособностью с учетом факторов внешнего воздействия [3]. Проблемы финансового, управленческого и стратегического мониторинга дали возможность разработать данные методики, позволяющие следить за финансовым состоянием предприятия и эффек-

тивным функционированием с учетом его специфики. Инжиниринговые подходы ориентированы на использовании принципа «денежные средства/чистые пассивы», который обеспечивает расчет дезагрегированного показателя собственности (чистые пассивы) на основе гипотетического удовлетворения обязательств и гипотетической реализации активов в ценах, соответствующие ситуации.

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующий вывод: для повышения платежеспособности необходимо регулярно проводить различные мероприятия с использованием инструментов бухгалтерского инжиниринга, которые устраняют причины и факторы снижения платежеспособности и способствуют повышению ликвидности активов, а также следить за развитием предприятия, проводить аудит, следить за рисками и просчитывать их, детально анализировать и планировать денежные потоки субъекта.

Источники:

1. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация / Л.А. Бернстайн. – М.: Финансы и статистика, 2014. (Bernstein L.A. Financial reporting analysis: theory, practice and interpretation / L.A. Bernstein. – Moscow: Finance and Statistics, 2014)
2. Русина Е.Ю. Анализ и контроль финансового состояния организации с использованием инструментов бухгалтерского инжиниринга: монография / Е.Ю. Русина. – Ростов-на-Дону: Рост. гос. строит. ун-т, 2013. – 195 с. (Rusina E.Yu. Analysis and control of the financial condition of the organization using accounting engineering tools: monograph / E.Yu. Rusin. – Rostov-on-Don: Rostov State University of Civil Engineering, 2013. – 195 p.)
3. Ткач В.И., Шумейко М.В. Инжиниринговая бухгалтерия и управление экономическими процессами // Международный бухгалтерский учет. – М., 2012. – С.2-9 (Tkach V.I., Shumeiko M.V. Engineering accounting and management of economic processes // International accounting. – Moscow, 2012. – C.2-9)

КРАТКИЕ РЕЦЕНЗИИ НА ОПУБЛИКОВАННЫЕ В ВЫПУСКЕ СТАТЬИ

Благонравова Юлия Кирилловна, Виноградов Александр Валерьевич, Ляшкова Елизавета Сергеевна, Пыхтеева Ирина Вадимовна, Большаков Николай Сергеевич	**Развитие молодежной политики в рамках социального партнерства в субъектах Российской Федерации.** В данной статье рассматривается проблема развития социального партнерства на примере субъекта Российской Федерации Нижегородской области. В частности, авторы выделяют в качестве отдельного направления государственную молодежную политику как одно из направлений в сфере трудоустройства молодых граждан. В статье рассматривается трехстороннее соглашение в области социально-трудовых отношений в Нижегородской области и план мероприятий по реализации данного соглашения.
Варфоломеева Вера Александровна, Иванова Наталия Александровна	**Актуальность использования подходов к оценке стоимости объектов недвижимости.** В данной статье рассматривается проблема способов оценки стоимости объектов недвижимости. Авторы статьи отмечают жизненный цикл и свойства недвижимости. Представлен сравнительный анализ методов оценки стоимости объектов недвижимости – доходный, затратный, сравнительный подходы, выделяя их преимущества и недостатки. По мнению авторов, актуальность проведения качественной оценки стоимости недвижимого имущества заключается в многогранном влиянии сферы недвижимости на различные виды экономической деятельности.
Васильцова Алёна Анатольевна	**Управление конкурентоспособностью продукции в современных условиях развития производства.** В данной статье рассматривается проблема управления конкурентоспособностью организации. Автор отмечает важность получения качественной и своевременной информации о конкурентах и использования ее в управлении собственным производством. В частности, автор рассматривает проблему на примере современного рынка изготовления мебели, отличающийся насыщенностью, что влечет за собой высокую конкуренцию в данной области. Автор проводит исследование проблемы, выявляя конкурентные преимущества на примере ООО «Мебель Град», предлагая стратегии, которые позволили бы сохранить и улучшить положение данной организации на рынке.
Евтеев Алексей Владимирович	**Создание индикаторов эффективности программы лояльности для измерения эффективности применения методик геймификации.** Актуальность данной статьи определяется проблемой перенасыщенности современного рынка предложением и крайне высоком уровнем конкуренции, в связи с чем компаниям стало сложнее удержать клиента, выстраивать с ним долгосрочные отношения. По мнению автора, программы лояльности в сочетании с игровыми техниками – один из самых

	эффективных инструментов для создания долгосрочных отношений с потребителями. В статье отмечается, что качественные программы лояльности могут стать дорогим удовольствием для компаний, поэтому следует использовать игровые техники, которые позволяют увеличить эффективность программ лояльности за счёт воздействия на психологические аспекты человека. Автор представляет для измерения эффективности программ лояльности с использованием игровых техник разработанные им соответствующие индикаторы.
Запорожцева Елена Николаевна, Гуан Янь, Альафлооги Али Аркан Кантеел	**Развитие цифровой экономики Китая.** Авторы данной статьи рассматривают преимущества развития цифровой экономики Китая, особо выделяя преимущества пользователей сети, технологические преимущества и институциональные преимущества. По их мнению, быстрое развитие компьютерных и сетевых коммуникационных технологий обеспечивает техническую поддержку и поддержку платформ для развития цифровой экономики, в связи с чем вступление в стадию структурной модернизации, создание технологий преобразования энергии, компьютерных технологий предоставило возможность проявления нового образа мышления, необходимого для экономических преобразований Китайской Народной Республики.
Игнатова Елизавета Васильевна	**Анализ современного состояния в развитии российской отрасли строительства.** В данной статье рассматриваются особенности современного развития строительной отрасли в России. По мнению автора, развитие строительства как отрасли в России во многом обусловлено различными факторами внешней конъюнктуры, т.к. они оказывают серьезное воздействие на деловую активность и, соответственно, предпринимательскую уверенность компаний.
Канунникова Кристина Игоревна	**Текущая ситуация в России в сфере инноваций.** В данной статье рассматриваются особенности современного состояния в сфере инноваций в России. Автор определяет значимость инноваций, анализируя рейтинг России в Глобальном инновационном индексе (ГИИ) за последние 7 лет, отмечая, исходя из данных ГИИ, сильные и слабые стороны российской инновационной системы. В статье представлены основные показатели инновационной деятельности в России за период с 2017 по 2019 гг. По мнению автора, на современном этапе наблюдается повышение эффективности отечественной сферы инноваций.
Князев Сергей Александрович	**Цифровизация логистических операций и адаптирование российского рынка логистики к условиям пандемии.** Автор данной статьи отмечает, что актуальность выбранной им темы обусловлена бурным ростом сферы логистического обслуживания, во многом спровоцированного распространением коронавирусной инфекции, введением глобальной изоляции и увеличивающимися

	потребностями населения планеты в оперативной доставке как товаров и услуг первой необходимости, так и других средств удовлетворения различных потребностей. В статье отмечается, что многие компании, в том числе и представители сфер информационных и логистических услуг, сумели выжить, т.к. оперативно учитывали новые реалии и связанные с ними экономические условия.
Краснов Виктор Николаевич	**Роль малого и среднего предпринимательства в экономике России, динамика его развития в современных социально-экономических условиях.** В данной статье рассматривается особенности развития российского малого и среднего бизнеса в современных социально-экономических условиях. Автор отмечает, что актуальность темы связана с бурным ростом сферы логистического обслуживания из-за пандемии коронавируса и вынужденной глобальной изоляцией, приведшей к увеличению потребителей товаров и услуг с доставкой. Кроме того, по мнению автора, многие компании сумели выжить, в том числе и представители сфер информационных и логистических услуг, во многом благодаря оперативному реагированию на экономический запрос современности.
Краснов Виктор Николаевич	**Анализ инструментов господдержки субъектов малого и среднего предпринимательства.** Автор данной статьи представляет анализ инструментов государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в России на федеральном и региональном уровнях. В статье отмечается социально-экономическая значимость государственной поддержки в долгосрочном периоде, автором сформулированы практические рекомендации по дальнейшему развитию этих инструментов.
Леви Дмитрий Андреевич	**«Зеленая сделка» в отношениях России и Европейского Союза.** В данной статье представлен политико-экономический обзор отношений России и Евросоюза. Автор дает оценку стратегии экономического развития, одобренной Евросоюзом в 2019 г. и направленной на достижение углеродной нейтральности к 2050 г., так называемой «Зеленой сделке». В статье отмечается, что этот экологической проект непосредственно затрагивает интересы российских экспортеров углеводородов, транспортников и энергетиков. «Зеленая сделка» оценивается с точки зрения ресурса внутренней и внешней политики Евросоюза и потенциала для развития диалога между Россией и ЕС в условиях обозримого будущего.
Молчанова Светлана Маратовна	**Коэволюционность и конвергентность инновационных технологий.** В данной статье рассматривается проблема смены направленности инновационных подходов в сторону коэволюционности и конвергентности. Автором представлены факторы, влияющие на развитие научно-технологического развития, а также возможное решение проблем эффективности деятельности компаний и

	результативности цепочки создания стоимости их товара/ услуг. По мнению автора, стоит особо выделить влияние кризиса, вызванного пандемией, на устойчивость и социальную направленность инновационных технологий.
Мухина Татьяна Дмитриевна, Гвоздева Екатерина Валерьевна, Оноприенко Юлия Геннадиевна	**Уровень бедности в России и странах мира.** В данной статье рассматривается одна их наиболее острых проблем как в России, так и в мире – проблема бедности, ее влияние на население. Авторы приводят масштабы бедности на основе сравнения уровня жизни населения и прожиточного минимума не только в рамках Российской Федерации, но и в сравнении с различными странами мира. В статье отмечается особенно высокий уровень бедности в России при условии обладания большим количеством полезных ископаемых и ресурсов.
Нестерова Маргарита Сергеевна	**Влияние COVID-19 на страховой сектор и перспективы развития рынка страхования на 2021 год.** В данной статье рассматривается проблема влияния пандемии коронавируса на страховой сектор экономики в 2021 г. Автор отмечает, что эпидемия COVID-19 оказала существенное влияние на рынок страхования – экономические последствия пандемии повлияли как на потребности потребителей услуг, так и на сотрудников,вынужденные кардинально трансформировать операции страховщиков. Кроме того, в статье отмечаются и потенциальные последствия ковида, и дальнейшее развитие рынка страхования.
Нестерова Маргарита Сергеевна	**Инновационный процесс страховой компании как форма конкурентного преимущества.** В данной статье рассматривается конкурентное преимущество страховой компании, которое могут дать инновации, и, наоборот, влияние инноваций на конкуренцию компании. Автор отмечает, что современные экономические условия позволяют понять, что главное в экономическом успехе компании – ориентация на потребности клиента. По мнению автора, особенно это ощущается в страховом бизнесе, воспроизводящем услуги, которые «продаются, а не покупаются», и конкурентное давление мотивирует организации соответствовать ожиданиям и предпочтениям покупателей страховых услуг.
Нестерова Маргарита Сергеевна	**Оценка состояния страхового рынка России.** Автор данной статьи рассматривает особенности функционирования современного российского рынка страхования, систематизируя сведения и тенденции развития отрасли за последний год, с учетом пандемии коронавируса и её последствий. В статье представлены оценка структуры страховых премий и концентрации страхового рынка в России.
Оноприенко Юлия Геннадиевна, Бойко Ольга Константиновна,	**Проблема развития малого и среднего бизнеса в период пандемии COVID-19.** В данной статье рассматривается одна из наиболее актуальных проблем – развитие малого и среднего бизнеса в период распространения корона-

Щербинина Анастасия Алексеевна	вирусной инфекции, существенно повлиявшей на развитие как российской, так и мировой экономики. Авторами представлен анализ влияния кризиса, вызванного пандемией COVID-19, на предприятия малого и среднего предпринимательства, рассматриваются основные проблемы, а также пути их решения. В статье предложена оценка эффективности мер господдержки МСП, отмечены наиболее и наименее, по мнению авторов, пострадавшие отрасли.
Посная Елена Анатольевна, Енишева Екатерина Сергеевна, Яровая Наталья Владимировна, Черемисинова Диана Валерьевна	**Совершенствование процесса управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия.** Данная статья рассматривает особенности управления дебиторской и кредиторской задолженностью с использованием показателей реально существующего предприятия. По мнению авторов, существует объективная необходимость управления дебиторской и кредиторской задолженностью в системе финансового менеджмента. В связи с этим в статье представлена разработанная авторами сбалансированная система показателей, на основании которой оценивается качество и эффективность управления дебиторской и кредиторской задолженностью предприятия. Авторы приводят рекомендации для дальнейшей оптимизации управления предприятием.
Посная Елена Анатольевна, Иващенко Ирина Игоревна	**Проблемы банковской деятельности в условиях пандемии.** В данной статье рассматриваются основные проблемы в деятельности банковского сектора экономики России в условиях пандемии коронавируса. Авторы предлагают выводы и рекомендации эффективного решения выявленных проблем. По мнению авторов, необходимо разработки и внедрение принципиально новых подходов к антикризисному управлению в российском банковском секторе с учетом существующих реалий, вызванных распространением вируса как в России, так в мире.
Смирнова Татьяна Вячеславовна	**Особенности маркетинга при работе с корпоративными клиентами.** В данной статье рассматриваются различные теории в трактовке понятия «маркетинг» в современных условиях, представлены виды маркетинга. Автор выделяет отличия в трактовках понятия, что, по его мнению, позволяет уточнить цели и функции маркетинга в условиях работы как с корпоративными клиентами, так и с широкими слоями населения. Кроме того, автором представлен и обоснован ряд особенностей при реализации маркетинговых предложений для потенциальных корпоративных клиентов.
Собин Савва Андреевич	**Использование мультиагентных систем в деятельности консолидационного центра.** Автор данной статьи представляет краткое рассмотрение концепции 4С, задача которой обеспечить «прозрачность» цепочки поставок строительных материалов. По мнению автора, предложенная система является неотъемлемой частью консоли-

	дационного центра и призвана обеспечивать информационное сопровождение транспортной и складской логистики. Автором отмечается, что концепция 4С предполагает наличие своеобразного концентратора данных на базе консолидационного центра и использование современного программного обеспечения позволит распределительному центру выполнять функцию «диспетчерской вышки», которая отслеживает передвижение материалов и составит цифровой проект цепочки поставок.
Такахо Белла Руслановна	**Обучение и развитие персонала предприятия сферы услуг.** В данной статье автор рассматривает проблему обучения и развития персонала, в том числе наиболее популярные и современные формы обучения применительно к организациям сферы услуг. Автор предлагает краткое описание и некоторые особенности применения рассмотренных форм обучения и развития персонала. В статье предложено обоснование важности и актуальности обучения и развития персонала предприятий сферы услуг.
Тарасова Алина Ивановна, Шевцов Владимир Викторович	**Маржинализм и его роль в эволюции общества.** В данной статье представлен анализ факторов, оказавших, по мнению авторов, существенное влияние на развитие теории маржинализма и позволившие этому экономическому учению сыграть заметную роль в эволюции общества. Авторы отмечают, что в экономической теории есть несколько направлений и школ, основные положения которых существенно повлияли на развитие экономики и именно теория маржиналима, в основе которой стоимость, а не затраты труда, стала классической школой экономической теории.
Упорникова Анастасия Яковлевна	**Использование инструментов бухгалтерского инжиниринга в аудите платежеспособности.** Автор данной статьи рассматривает проблему совершенствования инжиниринговой методологии, которая, по его мнению, обеспечивает переход на новый современный уровень развития. В статье речь идет об учете и управлении резервной системой, рисками, интеллектуальным капиталом, зонами финансового риска на микро- и макроуровнях, а также использовании современных инструментальных методов, построенных на базе компьютерных технологий, что напрямую зависит от платежеспособности и финансовых результатов предприятия в целом. Автор отмечает, что аудит финансово-имущественного состояния, заключается в общей оценке изменений финансовых показателей.
Уткина Анастасия Сергеевна	**Несырьевой экспорт как современная тенденция развития внешнеторговой деятельности Российской Федерации.** В данной статье рассматривается экспорт несырьевых товаров как одно из направлений внешнеэкономической деятельности Российской Федерации. Автор приводит статистика за последние несколько лет обосно-,

	вывает важность использования экономического прогнозирования. По мнению автора, экспорт несырьевых товаров является приоритетным направлением экономики РФ, поэтому развитию данной области уделяется особое внимание.
Фролов Александр Андреевич, Яловая Алина Сергеевна, Шевцов Владимир Викторович	**Экономика России на современном этапе развития.** Авторы данной статьи рассматривают экономические события 2020 г., которые привели к снижению спроса на энергоресурсы и ухудшению экономической ситуации в России. В статье представлен анализ экономических показателей Российской Федерации в период пандемии коронавируса, а также способов выхода страны из экономического кризиса.
Черкасова Екатерина Сергеевна	**Трансформация фармацевтического рынка в России.** В данной статье рассматривается состояние и особенности современного фармацевтического рынка в России, который, по мнению автора, показывает положительную динамику за последние годы, даже несмотря на его трансформацию вследствие влияния различных факторов. Автор отмечает такие ключевые факторы, оказывающие на него влияние, как цифровизация, пандемия коронавируса, закон о дистанционной торговле лекарственными средствами и девальвация рубля.
Юшко Артем Николаевич	**Кредитование и управление кредитным риском с использованием IT-технологий.** В данной статье рассматривается такой вид экономических отношений, как кредитование, а также проблема управления кредитным риском с использованием IT-технологий. Автор приводит обоснование необходимости их внедрения в условиях трансформации существующей мировой финансовой системы. По мнению автора, кредитная деятельность банка – основ его деятельности, в которой основным риском, особенно в России, является кредитный риск. В статье отмечается, что анализ кредитного риска является творческим процессом, который требует от работников знаний, аналитического мышления, умения определять и оценивать тенденции в хозяйственной деятельности и финансовом положении заемщиков, прогнозировать будущее состояние дел заемщика, т.е. все, что позволит оценить способности клиента для возврата кредита. По мнению автора, управление кредитными рисками, их снижения – основа эффективной деятельности банка.

Статьи публикуются в редакции авторов.
Ответственность за содержание статей несут авторы.

Все материалы издателя являются объектами авторского права (в том числе дизайн). Запрещается копирование, распространение или любое иное использование информации и объектов без указания источника заимствования, а также запрещается любое копирование с целью извлечения прибыли.