

Следующий выпуск
в июне 2021 года

**МАТЕРИАЛЫ ПРИНИМАЮТСЯ
В СЛЕДУЮЩИЕ РУБРИКИ:**

1. Макроуровень

- А) Экономическая политика: стратегия и тактика
- Б) Межгосударственное управление
- В) Международный опыт
- Г) Государственное управление
- Д) Управление социальным развитием

2. Мезоуровень

- А) Региональное развитие
- Б) Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление
- В) Региональный маркетинг
- Г) Рынки: состояние и развитие

3. Микроуровень

- А) Управление человеческими ресурсами
- Б) Менеджмент и маркетинг
- В) Инвестиции и инновации
- Г) Предприятия
- Д) Информационные технологии
- Е) Технологии управления
- Ж) Маркетинговое управление
- З) Финансы, денежное обращение и кредит

4. Математические и инструментальные методы экономики.

5.

- А) Дискуссии и обсуждения
- Б) Точка зрения
- В) Краткие сообщения

I ISSN 2073-9338



9 772073 933004

Условия публикации статей <http://www.tolgas.ru/rio/naychizd>

2021

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА

ЭКОНОМИКА

№ 1 (64) 2021

ТОЛЬЯТТИ

СОДЕРЖАНИЕ

МАКРОУРОВЕНЬ

Экономическая политика: стратегия и тактика

Янов Виталий Валерьевич

11

ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Современный этап функционирования банковской системы предполагает развитие системы розничного кредитования, совершенствование её структуры, способствующих мотивации спроса населения на товары, услуги, повышению уровня его благосостояния и создания дополнительных импульсов роста экономики. Розничный бизнес-индикатор стабильности экономики, динамичного её развития, роста реальных доходов населения, увеличения потребности в сбережениях и инвестиционной деятельности, объемах привлеченных депозитов и размещенных кредитов.

МЕЗОУРОВЕНЬ

Региональное развитие

Акрамов Абдукодир Акрамович

16

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА

В статье проанализировано состояние экономической безопасности автотранспортной системы Согдийской области Республики Таджикистан, определено её положение в условиях рыночной экономики, выделены основные факторы, влияющие на степень загрузки инфраструктуры автомобильного транспорта транзитными грузопотоками. Приведена динамика изменения удельного веса выполнения транспортной работы различными видами транспорта.

Отмечается, что противоречия экономических интересов не только создают предпосылки для возникновения угроз жизненно важным экономическим интересам субъектов хозяйствования автомобильного транспорта на региональном уровне, но и особенности формирования системы управления в данной сфере. Соответственно должна создаваться система субъектов и объектов управления, определяться совокупность методов управленческого воздействия. Уровень экономической безопасности автотранспортной системы региона зависит от факторов внутреннего и внешнего характера, влияние которых определяется через анализ и выявление своего рода мониторинга состояния.

Иваненко Лариса Викторовна

27

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К МЕНЕДЖМЕНТУ

Настоящая статья посвящена управлению развитием малых городов. Подчеркивается значение малых городов в экономике и социально-политических процессах страны. Показан ряд проблем малых городов, связанных с преодолением короновирусной эпидемии и ее последствиями.

Муниципальные органы управления и региональные властные структуры особое внимание должны уделять формированию перспективных направлений развития территорий малых городов, а также создавать все необходимые

условия для модернизации и реновации городских территорий.

Активное привлечение на территорию малых городов инвесторов и формирование благоприятного инвестиционного климата, участие в формировании точек экономического роста на основе перспективных специализаций позволят в перспективе обеспечить динамичное развитие малых городов.

Лаврикова Наталья Игоревна
Азарова Наталья Анатольевна

34

ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА УСТОЙЧИВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Высокое качество уровня экономического развития региона позволяет увеличить эффективность общественного производства: для этого на единицу регионального дохода уменьшаются затраты производительного труда и средств производства, экономико-хозяйственное развитие улучшается, возрастает роль научно-технического прогресса и растет качество выпускаемой продукции. Эти экономические процессы обуславливают рост качества жизни населения, а также эффективность социальной политики, экологичность хозяйственного развития региона. В результате региональные инновационные экономические системы должны быть значительно модернизированы. Предыдущий функционирующий тип экстенсивных экономических отношений, которые развивались благодаря добыче полезных ископаемых, в итоге обусловили негативные экологические последствия.

Способность выйти на новое качество экономического развития в регионах является основной проблемой. Для того, чтобы ее решить, необходимо преодоление высокого уровня социальной дифференциации, недостаточной степени продолжительности жизни, предотвращение излишней эксплуатации экологичной составляющей природного потенциала [1]. Именно поэтому в настоящее время приоритетным является тот поиск альтернативных, а также более устойчивых экономических моделей, которые должны обеспечить условия для улучшения благосостояния населения в регионе и одновременно быть достаточно экологичными. Для решения этой проблемы нужно дать четкую количественную оценку качества экономического развития региональных инновационных систем, которая обеспечит единый подход к анализу всех индикаторов состояния территории региона.

Парамонова Лариса Анатольевна

43

АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ РЕГИОНАЛЬНОГО КОНСОЛИДИРОВАННОГО БЮДЖЕТА (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Мобилизация резервов роста налоговых доходов консолидированных бюджетов способствует увеличению собственной доходной части бюджетов и служит важным стимулом к развитию экономического потенциала, повышению эффективности в сфере взимания налогов, сокращения неравенства в бюджетной обеспеченности территорий, поддержания сбалансированности различных уровней бюджетной системы.

Инновационное развитие регионов обеспечивается достаточностью и стабильностью налоговых поступлений, способных укреплять экономику, поддерживать и расширять социальную стабильность.

Совершенствование регионального и местного налогового законодательства является основным приоритетом налоговой политики

государства, нацеленной на увеличение собственных доходов бюджетов и уменьшению дотационности. Самарская область занимает лидирующие позиции в части налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ, ежегодно увеличивая налоговые доходы регионального консолидированного бюджета.

Анализ данных об исполнении консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2019 год показал, что налоговые доходы Самарской области в 2019 году составили 95%. В составе налоговых доходов консолидированного бюджета Самарской области поступления налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, налога на доходы физических лиц и прочие налоговые поступления. Наибольший удельный вес составляют поступления налога на доходы физических лиц и налога на прибыль организаций.

Тохиров Тохиржон Исломжонович

49

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

В последние годы значительно возрастает интерес к проблеме обеспечения экономической безопасности стран и их регионов. Акцент на региональном аспекте экономической безопасности обусловлен тем, что каждая обособленная территория государства, как правило, обладает своей собственной спецификой, которую следует учитывать при определении концептуальных направлений и конкретных путей обеспечения экономической безопасности региона. Базисом обеспечения экономической безопасности региона является наличие определенных факторов внутреннего и внешнего характера как совокупности возможностей в области создания, распространения и использования определенных благ. Существенным для региона являются не только сами эти факторы, но и то, насколько эффективно они используются, поскольку если возможности существуют, но не используются, положительных изменений не возникает, так как в определенный промежуток времени условия меняются. Более того, неэффективное использование условий в пространстве и времени способно привести к отрицательным изменениям существующих условий. Таким образом, проблема обеспечения экономической безопасности региона является актуальной и с точки зрения науки, и с точки зрения практики, что в свою очередь и обусловило выбор направления исследования, результаты которого представлены в данной работе.

В статье рассмотрена сущность понятия таких терминов, как безопасность и экономическая безопасность региона и проанализированы существующие подходы к трактовке понятия «экономическая безопасность».

Предложено авторское определение понятию экономическая безопасность региона как совокупность условий и факторов, направленных на обеспечение справедливой и адаптивной экономической среды, способствующей инновациям, устойчивому развитию, обеспечивающей надлежащий уровень жизни населения, со способностью противостоять угрозам любого характера.

Выполнена сравнительная характеристика методов оценки экономической безопасности региона. Предложен метод оценки уровня экономической безопасности региона, который опирается на исследование значения базовых показателей экономической безопасности региона, с расчетом интегральных показателей экономической безопасности региона. Приведение базовых показателей экономической безопасности отдельного региона в сопоставимый вид путем их нормирования относительно средних значений по всем территориям страны. Предложено нормирование базовых

показателей оценки состояния экономической безопасности региона. Экономическая безопасность оценена путем расчёта интегрального коэффициента, методом многомерного сравнительного анализа. Для оценки экономической безопасности региона использована группа показателей кадровой, финансовой, транспортной, энергетической, производственно-технологической, научно-технической, информационной, экологической, продовольственной безопасности, позволяющие получение представления об экономической безопасности в целом. Предложено для каждого показателя безопасности определять наилучшее (эталонное) значение, которое принимается за единицу, далее осуществляется сравнение показателей по каждой составляющей безопасности с эталоном.

Алексеева Наталья Дмитриевна

59

РАЗНОВИДНОСТИ И ФУНКЦИИ ИННОВАЦИЙ В ТУРИЗМЕ

Предметом работы являются разновидности и функции инноваций. Цель – рассмотреть разновидности и функции инноваций, используемых на настоящий момент в туризме. В данной статье выделяется понятие инноваций в туризме, выявлены основные функции инноваций, рассмотрены наиболее популярные инновационные приложения. Особое внимание в статье уделено классификации инноваций. Были изучены наиболее популярные туристские мобильные приложения. Выявлена необходимость интенсивного развития инновационных видов туризма в России, так как большинство туристов заинтересованы в альтернативных традиционных видах отдыха и готовы быть их участниками. Туристы очень часто путешествуют самостоятельно, разрабатывают маршруты и организуют свой отдых, используя инновационные приложения. Такой формат путешествия повлиял на иное отношение к самостоятельному туризму.

Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление

Богданова Ольга Александровна

64

Алаторцева Алёна Ивановна

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В настоящее время конкурентоспособность предприятия индустрии гостеприимства зависит от множества факторов, среди которых немаловажное значение имеет предоставление дополнительных услуг. Дополнительные услуги, помимо принесения дохода, выполняют важную функцию продвижения гостиничного предприятия на рынке, и, при условии качественного предоставления - формирования его благоприятной репутации.

Среди широкого спектра предоставляемых сегодня дополнительных услуг гостиничного предприятия именно анимацию принято считать одной из самых привлекательных. Особенно это актуально для крупных туристско-гостиничных комплексов, расположенных на территории подходящей туристской дестинации: морское побережье, курортные районы. В этом случае анимационная деятельность должна стать неотъемлемой частью работы туристско-гостиничного комплекса.

В другом случае, когда тип гостиничного предприятия не позволяет считать его отелем курортного значения, анимация становится услугой, предоставляемой периодически, по дополнительному запросу. Потребителями

таких услуг становятся корпоративные клиенты, семьи с детьми, выезжающие на непродолжительное время, спортивные команды.

В любом случае значимость гостиничной анимации уже доказана. Однако, многие отельеры намеренно не вводят анимационные услуги в спектр дополнительных для своего предприятия, так как не считают это необходимым, а также затратным и сложным с точки зрения организации.

Предметом исследования в данной статье выступает анимационная деятельность в индустрии гостеприимства.

Цель исследования – оценить роль анимации в деятельности современного гостиничного предприятия.

В данной статье использовались методы обобщения и прогнозирования.

Результатом данного исследования являются рекомендации, которые могут быть использованы в деятельности гостиничных предприятий по совершенствованию предоставляемых дополнительных услуг.

Рынки: состояние и развитие

Краснощеков Владимир Александрович

Крюкова Наталья Александровна

Белько Татьяна Васильевна

**КУЛЬТУРА И РЫНОК: РЫНКИ ТОВАРОВ ЭСТЕТИЧЕСКОГО
СОДЕРЖАНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЫНКОВ МОДЫ**

69

Мода связана с постоянно меняющейся эстетикой «нового», создаваемой широким кругом лиц, которые совместно производят, распространяют и продвигают новые идеалы. Несмотря на огромное количество литературы, мы все еще мало знаем о появлении определенных трендов и стилей в одежде, каким способом они формируются, и как те, кто находится внутри мира моды, распознают следующую большую модную тенденцию. Какие риски присущи быстро меняющимся модным рынкам и как они рассчитываются и управляются? Данная статья исследует, как продукты эстетического содержания, а мода, безусловно, к ним относится, определяются, распространяются и оцениваются на рынке моды. Основываясь на анализе работы модельных агентств и менеджеров-закупщиков одежды, делается попытка заложить теоретическую основу для понимания свойств торговых площадок товаров эстетического свойства (продуктов культуры) и эстетических характеристик расчетов внутри них.

Титкова Дарья Владимировна

Хацкелевич Анна Николаевна

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОТОВОЙ ЕДЫ НА ПРИМЕРЕ
КОМПАНИИ «КИТЫ ЕДЫ»**

76

Сектор общественного питания и ресторанного бизнеса год за годом становится одним из ключевых в удовлетворении первичных потребностей людей. Растет спрос, который формирует растущее предложение, как следствие на рынок приходит большое количество игроков и происходит ужесточение конкуренции. Для успешного существования на рынке на сегодняшний день компаниям приходится быстро адаптироваться под новые тенденции и инструменты маркетинга.

Сушкова Татьяна Васильевна

85

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА
ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ ПРОДАЖ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ**

Анализ потребительских предпочтений – это процесс, который позволяет «держать руку на пульсе» на этапе деятельности компании и наиболее полном удовлетворении имеющихся потребностей, а также при выходе на новые сегменты или рынки с новыми или имеющимися продуктами.

Изучая потребительское поведение, появляется возможность разрабатывать эффективные программы лояльности или проекты по выведению на рынок новых продуктов.

В данной статье изложены результаты исследования потребительских предпочтений на рынке продаж легковых автомобилей г. Набережные Челны. Изучены такие аспекты, как наиболее предпочитаемые марки автомобиля, технические характеристики и комплектация автомобиля, способ приобретения автомобиля, известность и предпочтения марок, срок владения автомобилями, факторы, которые являются важными и определяющими выбор автомобиля.

Исследование носило пилотажный характер. Метод сбора информации – опрос. Инструмент сбора информации – анкета, которая носила структурированный характер. Респондентами явились реальные и потенциальные клиенты.

Анализ позволил разработать программу повышения лояльности. Исследования подобного рода должны проводиться периодически. Результаты должны ложиться в основу ассортиментной и ценовой политики, а также являться ориентиром для разработки коммуникационной политики организации.

МИКРОУРОВЕНЬ**Информационные технологии****Седнев Олег Геннадьевич**

92

Баимачникова Елена Валентиновна**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ
ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА**

Залог эффективной подготовки квалифицированного специалиста в высшем учебном заведении с использованием информационных технологий - это обучение его знанию языков программирования всех уровней, различных методов программирования для дальнейшей успешной производственной деятельности. Необходимыми факторами современной системы обучения в области ИТ-технологий являются постоянное совершенствование учебной архитектуры компьютеров, непрерывное обновление программного обеспечения исходя из целей и задач поставленных, как изменениями в информационной системе предприятий (глобальная цифровизация), так и в ходе обучения самого абитуриента. Развитие информационной структуры – это не только инновационный процесс, но и совершенствование системы обучения, к которой как раз и относится данный элемент. В статье представлен анализ методов программирования и применение современных языков программирования в образовательной сфере. В работе детально описаны виды метода программирования и компонентных технологий.

Журавлева Татьяна Айдыновна
Голощапова Татьяна Викторовна

97

ЦЕННЫЕ КАДРЫ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Прошедший 2020 год и начало наступившего 2021 отразились непростой ситуацией, связанной с мировым экономическим кризисом на фоне распространения коронавирусной инфекции. Наша страна тоже понесла значительные экономические потери, что не смогло обойти стороной рынок труда, количественный и качественный состав работников на предприятиях.

Самарская область, как и все остальные регионы, проходила нелегкий путь по выживанию в непростых условиях для действующих предприятий, особенно когда были так называемые «нерабочие недели», которые заставили руководителей задуматься, как сохранить своих сотрудников и их рабочие места.

Столкнувшись с новыми обстоятельствами, когда необходимо было переводить часть сотрудников на удаленную работу, а это затронуло практически 30% от состава работников, руководство предприятий старалось не потерять качественную составляющую рабочей силы, что оказалось не так-то просто. Приходилось форсировать события буквально на «ходу»: кого-то отправили в оплачиваемый отпуск, а кто то осваивал новые технологии по удаленной работе и хорошо, если такие технологии уже были разработаны.

Перед руководителями предприятий вставали вопросы: «Насколько может быть универсален тот или иной работник для предприятия?», «Кто из них сможет адаптироваться в сложившихся реалиях?», «Кто останется востребованным специалистом?». И это не весь перечень вопросов, который необходимо было проработать и решить, при этом не принести вред производственному процессу и не остаться без специалистов, которые необходимы для этого.

Для решения проблемы сохранения кадрового состава на рынке труда подключились различного рода специалисты, это были и кадровые агентства, и психологи, и аналитики, и HR-специалисты крупных предприятий области. Все они понимали, что сложившаяся ситуация может подорвать и так «хрупкий рынок труда» и процент по безработице может «взлететь» в разы. Было непонятно, как пандемия отразится на экономике, и какие будут последствия после нее.

Финансы, денежное обращение и кредит

Иноземцева Елена Юрьевна

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕПОЗИТНЫМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОМ ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

103

Чтобы отвечать требованиям клиентов, необходима смена базовых принципов организации, изменение ее бизнес-процессов, корректировка основных принципов. Одна из основных причин, активизирующая банки на постоянные изменения, – конкурентная борьба. Финансовые рынки стали прозрачны и открыты. В подобной ситуации достаточно менеджменту коммерческого банка реализовать неправильные управленческие решения или понизить качество предлагаемых услуг, кредитная организация начинает терять клиентскую базу. В то же время даже высокоразвитому банку необходимо совершенствоваться, так как все положительное в его работе и технологиях достаточно быстро становится известным на рынке и активно внедряется конкурентами. Поэтому, чтобы находиться в активной позиции,

необходимо постоянное изменение внутренних бизнес-процессов.

Насакина Лилия Аркадьевна

113

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ФОРМАТ ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Выделение в учетной системе хозяйствующего субъекта управленческого учета и управленческой отчетности направлено на устранение недостатков, характерных для современной бухгалтерской (финансовой) отчетности, на детализацию информации и ее структурирование в необходимых аспектах для принятия эффективных управленческих решений. Важным этапом построения управленческой отчетности о финансовых результатах является создание системы получения оперативной, точной и достоверной информации о функционировании организации в целом и ее структурных подразделений. Существование различных подходов к разработке форматов управленческой отчетности о финансовых результатах определяется не столько формой отчетности, сколько тем, что для принятия обоснованного управленческого решения по данным соответствующих отчетных форм объективно необходимо проведение анализа прибылей и убытков, а также факторов, их формирующих. Структура такого отчета должна быть адаптирована к имеющейся в организации структуре финансовой ответственности. Содержание информации отчета в аналитических разрезах определяется задачами и требованиями, предъявляемыми к системе управленческой отчетности на соответствующем уровне управления. Правильно выстроенный формат управленческого отчета о финансовых результатах дает возможность проводить более глубокую детализацию доходов и расходов, оценивать целесообразность и обоснованность расходов центров финансовой ответственности, что в свою очередь позволяет менеджменту различных уровней управления реализовывать мероприятия, направленные на безубыточную работу и получение максимальной прибыли. Становится возможным оценка эффективности функционирования различных сегментов и участков деятельности организации и взаимоотношений между ними.

МАКРОУРОВЕНЬ

Экономическая политика: стратегия и тактика

УДК 336.71

В. В. Янов*

**Виталий Валерьевич, доктор экономических наук, профессор*

Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти

Эл адрес: kaf_fin@tolgas.ru

ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ключевые слова: розничное кредитование, просроченные кредиты, кредиторская задолженность, категории должников, законодательные акты по розничному кредитованию.

Современный этап функционирования банковской системы предполагает развитие системы розничного кредитования, совершенствование её структуры, способствующих мотивации спроса населения на товары, услуги, повышению уровня его благосостояния и создания дополнительных импульсов роста экономики. Розничный бизнес-индикатор стабильности экономики, динамичного её развития, роста реальных доходов населения, увеличения потребности в сбережениях и инвестиционной деятельности, объемах привлеченных депозитов и размещенных кредитов.

Розничный бизнес в банковской сфере России находится в постоянном развитии, однако динамика его замедляется, данный процесс осложняется: слиянием и санацией кредитных организаций, снижением платежеспособности населения на фоне антиковидных рестрикций, сокращением депозитов, ажиотажных девальвационных ожиданий, турбулентности на финансовых рынках, ростом просроченной ссудной задолженности, сдерживающей развитие всех видов розничного кредитования. Кредитные организации, в результате экономических санкций со стороны ЕС и США, столкнулись с ограничениями при формировании ресурсной базы по причине отсутствия возможностей привлечения денежных средств зарубежных кредитных институтов и финансовых организаций, сокращения сбережений и оттоков вкладов населения, в том числе за счет снижения ключевой ставки Банка России.

По статистике, в банковской системе России около 5,5% банковских кредитов не обслуживаются заемщиками. По российским стандартам бухгалтерского учета в отчетности отражаются просроченные платежи, а не сумма самого кредита. В результате реального отображения реструктуризированных ранее кредитов, в том числе искусственно продленных, просроченная задолженность по ссудам может увеличиться. Ссудодатель, при отсутствии возможности возврата суммы долговых обязательств, принимает решение о взыскании имущества залога заемщика.

Аккумуляция денежных средств от реализации залогового актива по невозвратным ссудам не обладает большими перспективами, в то же время является вынужденной мерой для кредитной организации, так как крупные кредиты ссудозаемщикам предоставляются под залог ценных бумаг и ликвидных активов, при невозврате которых в срок подлежат реализации. Возврат предоставленного заемщику кредита – одна из приоритетных задач банка, получение залога вместо денежных средств – крайняя и нежелательная процедура. Быстрая реализация банком заложенного имущества должника или его трансформация в ликвидные активы, в условиях экономической турбулентности, маловероятна. Следовательно, у кредитной организации образуется просроченная ссудная задолженность.

При ссудной задолженности носящей краткосрочный характер возможна ее реструктуризация, способствующая снижению долговой нагрузки на период, пока заемщик ищет способы погашения обязательств по кредиту – новые виды трудовой деятельности, дополнительные источники дохода, обсуждение с кредитором мероприятий по снижению размера ежемесячных платежей. Реструктуризация долговых обязательств хозяйствующих субъектов осуществляется на основе дифференцированного подхода к различным коммерческим обязательствам. Один из вариантов реструктуризации кредитов – льготный период по уплате процентов для ссудозаемщика, ежемесячный уменьшенный платеж, а уплата процентов переносится на конец срока погашения кредита. Конкретная сумма льготного платежа зависит от многих факторов: размера кредита, обстоятельств, в которых находится заемщик, соотношения величины долгового обязательства и стоимости залога, состава семьи, количества иждивенцев. Заемщик, допустивший задолженность, но пытающийся добросовестно выполнять долговые обязательства, однако не имеющий возможности погасить накопившиеся пени, в результате фактически работает на погашение штрафных санкций и, частично, на оплату процентов. Следовательно, процедуру отмены штрафов можно отнести к одному из способов реструктуризации кредита, ибо система штрафных санкций направлена на обеспечение платежной дисциплины потенциальных должников. В результате кризисных явлений в экономике, в том числе и на фоне антиковидных ограничений, стала расти просроченная кредиторская задолженность, основная причина которой не дисциплинированность заемщиков, а результат потери работы и источников дохода. Поэтому формирование единого подхода, мотивированного на снижение или полную отмену штрафных санкций, осуществляется в интересах участников сделки: кредитора и ссудозаемщика [1, с. 13].

Профилактика просроченной задолженности, стремление к ее минимизации в периоды финансовой турбулентности – одна из самых актуальных для российских банков. Кредитные организации ориентированы на интенсификацию деятельности по повышению эффективности возврата просроченных долговых обязательств, трансформацию подходов к розничному кредитованию на основе персонификации оценки риска, определения стоимости кредита степенью риска, поиск новых способов возвратности кредитов, сотрудничество с коллекторскими агентствами. Возникновение потребности в профессиональных коллекторских услугах, основным направлением деятельности которых является взыскание задолженности, вызваны динамичным ростом розничного кредитования, началом формирования культуры жизни в долг.

Основные категории должников, с которыми коллекторские агентства сталкиваются в процессе взыскания долговых обязательств, следующие:

– должники, не рассчитавшие своих финансовых возможностей в силу гипертрофированного восприятия временного роста денежных доходов, сформировавшие позитивные ожидания относительно будущего материального положения, важнейшего условия для обращения в банк за кредитом;

– заемщики без стабильного дохода, воспользовавшиеся ситуацией выдачи кредитов банками без должной проверки, к ним относятся: люди с девиантным поведением – алкоголики, наркоманы, психически не уравновешенные люди, мошенники;

– ссудополучатели, которые, пользуясь недостатками в законодательной системе, не возвращают долг, хотя признают факт просроченных обязательств, но находятся в состоянии личного дефолта, отсутствие трудовой деятельности, утраченного источника дохода и имущества. В таких случаях дело передается в суд, и выносится постановление о невозможности взыскания долговых обязательств [2, с. 16].

Соотношение выше названных категорий должников в разных российских регионах неодинаковое, формируется тенденция: чем хуже кредитная организация изучает платежеспособность потенциальных ссудополучателей, тем больше неплательщиков второй и третьей категорий. Уменьшение доли просроченной задолженности банкам способствует проведение верификации заемщиков и использование информации бюро кредитных историй

– главного критерия надежности заемщика. Для обеспечения возврата денежного долгового обязательства и снижения вероятности возникновения просроченной задолженности ссудодатель применяет различные механизмы, в том числе предварительный анализ кредитной истории потенциального заемщика. Можно полагать, с большой долей вероятности, что использование экстраполяции дает возможность определить ожидаемое поведение заемщика в будущем, на основе его платежной истории в прошлом. Таким образом, бюро кредитных историй позволяет уменьшить размеры асимметрии информации между кредитором и заемщиком и снизить ее негативное воздействие на банковский сегмент экономики. Речь идет не только о доле кредитной организации на рынке розничного кредитования и ее увеличении, но и качестве, изменении стратегии в области кредитных продуктов, которая стала более избирательной.

Среди всех видов банковских кредитов розничное кредитование превратилось в наиболее динамично растущую сферу банковских услуг. Между тем, несмотря на существенный рост объемов розничного кредитования, увеличению потребления и значительного вклада в экономический рост, возникают определенные сложности, связанные с повышением рисков, снижением финансовой устойчивости банковской системы, ростом просроченной задолженности по кредитам. Реальная практика розничного кредитования требует дальнейшего развития, поиска эффективных методов и инструментов решения проблем:

- общего повышения стоимости капитала и фондирования, необходимость решения которых связано с тем, что на фоне экономических санкций, введенных странами ЕС, США, а также противовирусных ограничений, стоимость заемных средств для банков возросла, уменьшилась их ресурсная база, возросли риски потерь от розничных займов, сократилось количество кредитных организаций;

- повышения уровня рисков в банковском сегменте, особенно в розничном кредитовании. Стремление к минимизации кредиторской задолженности в условиях экономической турбулентности проявляется в ужесточении требований к заемщикам, увеличении процентных ставок по кредитам, в которую банк закладывает: стоимость привлеченных денежных средств, расходы на операционное обслуживание клиента и на вероятностные потери;

- ужесточения условий кредитования и корректировки политики займов для физических лиц, проявляющихся в увеличении ставок процентов и повышении требований к платежеспособности ссудозаемщиков. Банки избавляются от излишне рискованных программ кредитования, практически исчезли кредиты без первоначального взноса, поскольку высокий уровень нестабильности рынка делал банковские риски неадекватными, повысились требования к ликвидности залога;

- снижения объемов кредитных портфелей при росте доли просроченной задолженности. Основной объем увеличения задолженности образуется за счет нецелевых кредитов, которые выдаются без залога и поручительства. Именно по таким кредитам, в первую очередь, наблюдался рост просроченной задолженности.

- уменьшения достаточности капитала.

В экономически развитых странах вопросы розничного кредита достаточно детально урегулированы законодательно и четко определены существующей практикой:

- В США соответствующие отношения регулируются как на федеральном уровне (такими актами, как Consumer Credit Protection Act, Truth in Lending Act, Fair Credit Reporting Act, Fair Credit Billing Act, Equal Credit Opportunity Act, The Fair Credit Debt Collection Act), а также соответствующими законами штатов.

- В странах Европейского Сообщества (ЕС) действуют Директива 2002/65/ЕС об унификации законодательства в области потребительского кредита и национальных законодательств стран – членов ЕС.

В настоящее время взаимоотношения между заемщиком и коммерческим банком в Российской Федерации определяются рядом нормативных актов общего характера, которые

содержатся в Гражданском кодексе [3], Федеральном законе «О банках и банковской деятельности» [4], Законе «О защите прав потребителей», [5], «О потребительском кредите» [6]. По потребительскому кредиту достаточно дискуссионным остается подход: распространяются ли на него нормы Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей». При предоставлении кредита, принятыми поправками предусматривается информация об услугах, оказываемых потребителю, сведения о размере кредита, полной сумме, подлежащей выплате заемщиком, графике ее погашения (п. 2 ст. 10 Закона). Таким образом, в Законе сформулирована норма, непосредственно ориентированная на отношения по потребительскому кредитованию. Наряду с этим этой нормой регламентируются только информационные аспекты данных правоотношений, их содержательная субстанция по-прежнему вне законодательного регулирования. Это порождает сложности юридического характера, без решения которых дальнейшее развитие потребительского кредитования является затруднительным, например, полнота информации, порядок предоставления ее заемщику, информация об условиях, на основании которых заключается договор потребительского кредита.

При составлении содержания кредитных договоров банки активно используют ссылки на внутренние регулятивные документы кредитной организации, определяющие ряд существенных условий договора, таких как меры ответственности заемщика за ненадлежащее исполнение долговых обязательств по договору, в том числе размер неустойки и порядок ее расчета; право банка увеличивать размер уплачиваемых процентов, размер платежей заемщика в пользу третьих лиц по сопутствующим договорам и др. Закономерным следствием информационной недостаточности физических лиц об условиях получения и алгоритма возврата кредитов, выдаваемых банками, стало увеличение числа ссудозаемщиков, которые оказываются неплатежеспособными, не имеющие возможности погасить свою задолженность перед кредитной организацией. Снижение финансовых и правовых рисков, связанных с вероятностным невозвратом заемных денежных средств предполагает обеспечение паритета прав и обязанностей сторон по кредитным договорам, сбалансированный механизм защиты интересов участников ссудной сделки - потребителей финансовых услуг и организаций, их предоставляющих, закрепление принципов транспарентности и простоты исполнения обязательств заемщиками. Все вышеперечисленное создает условия для достижения общего баланса интересов, возникающих в отношениях между должником и ссудодателем на протяжении всего периода действия договора потребительского кредита.

Таким образом, темпы розничного кредитования несколько снизились по причине ее адаптации к экономическим санкциям, введенными странами ЕС, США и антивирусными рестрикциями, реформирования системы розничного кредитования, направленного на удовлетворение потребностей населения в качественных банковских услугах, персонификацией субъектов кредитных отношений с последующим учетом специфики каждого из них на основе содержания и направленности их экономических интересов путем сопоставления рисков, приемлемых для кредиторов и ожидаемым доходом участников кредитных отношений.

Развитие сегмента розничного кредитования способствует повышению спроса на розничные банковские продукты, более мотивированной реализации функций коммерческих банков на трансформацию сбережений инвесторов в кредитные продукты населению

Список литературы

1. Бушева Е. И. Рынок потребительского кредитования: итоги прошедшего года // *Consumer Finance in Russia & CIS*. – URL :<http://finance/rumagazine/?id=55&aid=61&tid=13>.
2. Горев А. Рынок потребительского кредитования ждут серьезные проблемы // *Электронный журнал «Business Investor»*. – URL: [https:// ria.Ruanalytics/200701959370463.html](https://ria.Ruanalytics/200701959370463.html).

3. Гражданский кодекс Российской Федерации. – № 51ФЗ от 30.11.1994 (ред. от 08.12.2020).
4. О банках и банковской деятельности. – № 395-1ФЗ от 02.12.1990 (ред. от 30.12.2020).
5. О защите прав потребителей. – № 2300-1 ФЗ от 07.02.1992 (ред. от 08.12.2020).
6. О потребительском кредите (займе). – № 353 ФЗ от 21.12.2013 (ред. от 03.04.2020).
7. Казаков М. Банки заинтересованы выдавать потребительские кредиты // РБК. Кредит. – URL: [http:// credit.rbc.ru/ recommendation/potrtb2009/10/12/82600.shtml](http://credit.rbc.ru/recommendation/potrtb2009/10/12/82600.shtml).54

© Янов В. В., 2021

МЕЗОУРОВЕНЬ Региональное развитие

УДК 338.47:656(575.3)

А. А. Акрамов*

**Акрамов Абдукодир Акрамович, кандидат технических наук, доцент*

Таджикский технический университет имени академика М. С. Осими, г. Худжанд, Таджикистан akramov54@mail.ru

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА

Ключевые слова: экономическая безопасность, автотранспортная система региона, оценка уровня экономической безопасности, транспортное предприятие, стратегия экономической безопасности, автомобильный транспорт, грузовые перевозки, пассажирские перевозки.

В статье проанализировано состояние экономической безопасности автотранспортной системы Согдийской области Республики Таджикистан, определено её положение в условиях рыночной экономики, выделены основные факторы, влияющие на степень загрузки инфраструктуры автомобильного транспорта транзитными грузопотоками. Приведена динамика изменения удельного веса выполнения транспортной работы различными видами транспорта.

Отмечается, что противоречия экономических интересов не только создают предпосылки для возникновения угроз жизненно важным экономическим интересам субъектов хозяйствования автомобильного транспорта на региональном уровне, но и особенности формирования системы управления в данной сфере. Соответственно должна создаваться система субъектов и объектов управления, определяться совокупность методов управленческого воздействия. Уровень экономической безопасности автотранспортной системы региона зависит от факторов внутреннего и внешнего характера, влияние которых определяется через анализ и выявление своего рода мониторинга состояния.

Экономическую безопасность (ЭБ) принято определять как состояние защищенности национального хозяйства от внешних и внутренних угроз, при котором оно способно обеспечивать поступательное развитие общества, его экономическую и социально-политическую стабильность в условиях наличия неблагоприятных внешних и внутренних факторов [1].

Важную роль в обеспечении ЭБ играет развитие автотранспортной системы региона (АТСР) как в части полноты географического покрытия территории региона и страны автомобильными дорогами, так и в части технического и технологического уровня развития отдельных видов перевозок, гармоничности их взаимодействия, соответствия развитию производительных сил государства. Особую роль в экономике Таджикистан из-за географических особенностей играет автомобильный транспорт. Его доля в грузообороте составляет порядка 87%. Соответственно, велико влияние автотранспортной отрасли на экономическую безопасность государства и её регионов.

АТСР формируют города, регионы, способствуя мобильности людей, оказывают влияние на общество. Правительства играют важную роль в транспорте в качестве инвесторов, политиков и действующих лиц. Политическая роль транспорта неоспорима (потребности транспорта отвечают экономическим требованиям) и оказывает влияние на территориальное единство стран.

Эволюция транспорта (развитие и совершенствование) всегда была связана с развитием экономической деятельности и созданием прямых и косвенных рабочих мест. Транспорт также является экономическим фактором при производстве товаров и услуг. Он добавляет стоимость товарам и услугам, позволяет крупномасштабное производство, влияет на стоимость земли и позволяет географическую специализацию определенных регионов. Транспорт является как фактором, так и отражением экономической деятельности.

Социальный прогресс стремится к улучшению условий жизни людей путем изменений в социальной и технологической организации. Это явление выступает в качестве экономического базиса общества. С этой точки зрения автотранспортная система с течением времени под воздействием внутренних и внешних факторов эволюционирует.

АТСП может быть определена как сочетание взаимосвязанных элементов, обеспечивающих заданную функцию при определенных условиях, концепция ЭБ предполагает отсутствие опасности или риска (угроз) функционирования. Функционирование АТСП – это достижение поставленной перед ней цели или выполнение возложенных на нее народно-хозяйственных задач. Автомобильный транспорт с позиции системы представляет собой структурную целостность взаимосвязанных элементов, может оцениваться с позиций потенциала. АТСП может считаться безопасной по отношению к ожидаемым результатам. В этих условиях уровень ЭБ АТСП может быть определен следующим образом: для данного набора нежелательных событий уровень ЭБ АТСП определяется с вероятностью того, что эти события происходят в течение определенного периода времени.

Данный вывод коррелирует с наблюдаемыми различиями в уровнях сложности транспортных систем (ТС) мира и общим уровнем их развития: как правило, в экономически развитых странах ТС более масштабные и сложные, чем в странах развивающихся.

Становится очевидным, что объективная оценка уровня ЭБ, зависящего от множества разноплановых факторов, возможна только при создании системы качественно-количественных показателей, способных адекватно отразить истинное положение экономической системы и своевременно предупредить как позитивные, так и негативные тенденции движения среды.

Обзор литературных источников о теории ТС [1] и развитии транспортной инфраструктуры [2] показал, что связь между сложностью ТС и степенью её устойчивости воздействию различных негативных факторов является неразрывной.

Устойчивость функционирования АТСП снижается с усложнением самой системы, несмотря на тенденции к самоорганизации и адаптации. С развитием АТСП все более усложняется её структура, вопросы обеспечения ЭБ приобретают все большее значение.

Динамический анализ развития автотранспортной системы Согдийской области Республики Таджикистан свидетельствует о том, что она развивается неравномерно, наблюдаются существенные изменения ее базовых подсистем, элементов и связей по трем направлениям: технологическому, социально-экономическому, управленческому.

Технологические изменения связаны с использованием прогрессивных аналогов подвижного состава, систем навигации, планирования и организации перевозочной деятельности.

Социально-экономические изменения связаны с планом перевода экономики страны из аграрно-индустриальной в индустриально-аграрную.

Управленческие преобразования обусловлены переходом от командно-административной модели управления к рыночным моделям.

Неустойчивость современной экономики многих стран, мировые экономические кризисы негативно влияют на функционирование ТС, в этих условиях риск ошибок и их цена существенно возрастают, приводят к катастрофическим последствиям. Для снижения негативного влияния этих ошибок АТСП должна иметь определенные резервы.

Наиболее обоснованный с методологической точки зрения подход к оценке (анализу) уровня ЭБ АТСП – это определение уровня защищенности приоритетных экономических

интересов от угроз. При этом решение задачи, вытекающей из понимания безопасности как защищенности интересов, представляет собой весьма сложный процесс разработки инструментария количественно-качественной оценки и мониторинга уровня ЭБ, а также оценки рисков безопасности по каждому реализуемому интересу.

Риск безопасности – отклонение от цели реализации интересов, вызываемое угрозами безопасности [2]. Оценка риска безопасности по каждой угрозе приводит к необходимости определения уровня риска безопасности по каждому интересу при предварительной привязке выявленных угроз безопасности к конкретным экономическим интересам.

Развитие современных методов математического моделирования делает возможным создание механизма упреждающего управления функцией безопасности через управление рисками безопасности и тем самым восполняет недостатки классических методов управления безопасностью, основанных в основном на субъективном эмпирическом знании и опыте. Определение уровня защищенности приоритетных экономических интересов от угроз при конкретизации интересов по степени связанности с видом деятельности позволяет сформировать набор специальных измеряемых показателей (индикаторов) по каждому виду безопасности и регулярно осуществлять по ним мониторинг состояния среды.

На основе полученных данных и анализа информации создается реальная возможность количественно оценить уровень ЭБ АТСР и его основной тренд в каждый момент времени.

Анализ и оценка состояния экономической безопасности автотранспортной системы Согдийской области

АТСР, реализуя функцию пространственного перемещения продукции народно-хозяйственного назначения, объединяет производство и потребление, связывает различные отрасли и регионы в единый комплекс, обеспечивая непрерывный процесс развития производительных сил. Тем самым ускоряет кругооборот материальных благ в общественном производстве, преумножает суммарную продукцию всех отраслей народного хозяйства региона.

Стратегическое месторасположение Республики Таджикистан делает её естественным мостом для перевозки грузов и пассажиров между странами Ближнего Востока, Центральной и Южной Азии. Сотрудничество республики со странами дальнего и ближнего зарубежья является основным фактором формирования работы транспорта во внешнеэкономической деятельности, которое выражается в увеличении межгосударственных потоков грузов и пассажиров, повышении интенсивности международного движения факторов производства и усилении взаимосвязи между экономическими системами отдельных государств.

Как утверждает в Национальной стратегии развития Республики Таджикистан на период до 2030 года, в данный момент достигнута высокая степень открытости национальной экономики. Внешнеторговый оборот в 2020 году составил 11,56% внутреннего валового продукта [1, 2].

С целью оценки влияния пассажирских перевозок на ЭБ изучена динамика объема перевозки пассажиров всеми видами транспорта Республики Таджикистан за 2014–2019 годы (табл. 1).

Таблица 1

Динамика объема перевозки пассажиров всеми видами транспорта Республики Таджикистан за 2014–2019 гг. (млн пасс.)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 г. к 2014 г., %
Всего	556,9	564,5	572,9	594,7	614,5	658,1	118,2
Автомобильный легковой	541,3	548,3	554,1	574,3	588,0	619,2	114,4
Таксомоторный	3,9	4,8	6,6	7,9	14,6	16,2	415,4
Троллейбусный	10,2	10,2	10,9	11,1	10,6	21,4	209,8

Железнодорожный	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	150
Авиационный	1,1	0,8	0,8	0,9	0,8	0,7	63,6

Источник: Статистический сборник. Транспорт и связь Республики Таджикистан. – Душанбе, 2020. – 32 с.

Проведенный анализ (табл. 1) показывает, что из года в год объем перевозки пассажиров автомобильным транспортом имеет тенденцию к увеличению. С другой стороны, согласно статистическим данным, установлено, что за анализируемый период перевозка пассажиров всеми видами транспорта в целом возросла на 18,2%, а при этом автомобильным легковым транспортом увеличилась на 14,4%, железнодорожным – на 50%, таксомоторным – 315,4%, троллейбусным – 109,8%, на авиационном транспорте наблюдается снижение пассажирских перевозок, что составило 36,4%. Автомобильным легковым транспортом перевозится 94% пассажиров по Республике Таджикистан, таксомоторным транспортом перевозится 2,5% пассажиров и троллейбусами перевозится 3,3% пассажиров, а доля железнодорожного и авиационного транспорта является незначительной (рис. 1).

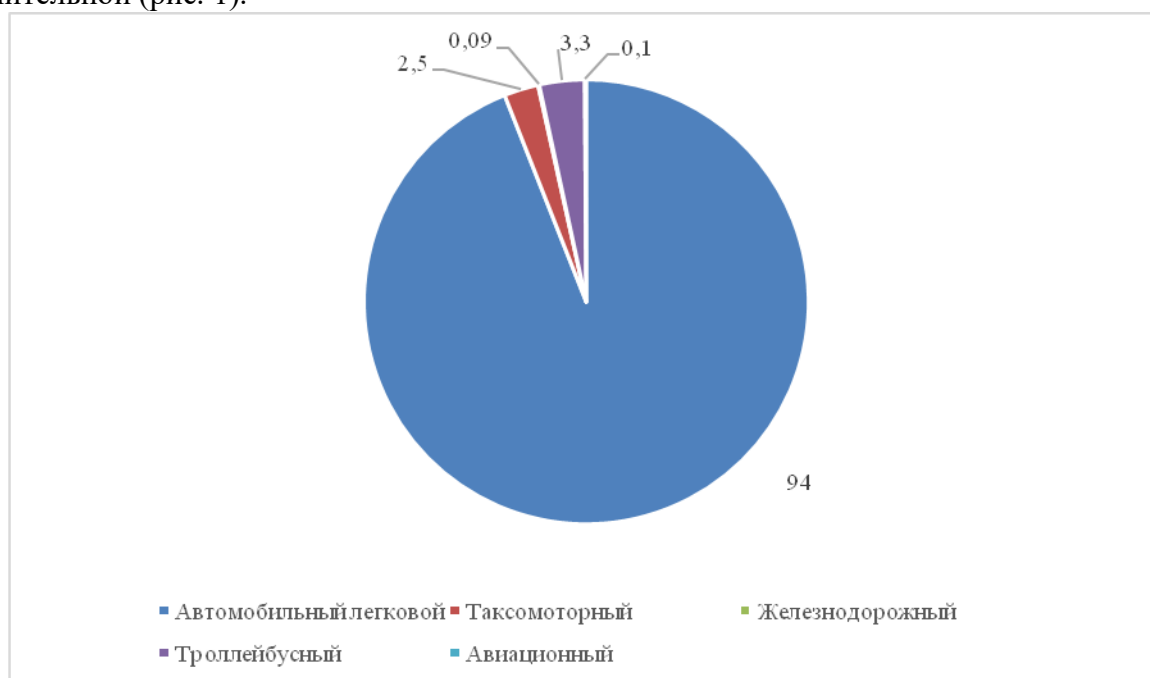


Рис. 1. Структура пассажирских перевозок всеми видами транспорта Республики Таджикистан за 2019 г., %

В связи с тем, что 93% территории Республики Таджикистан занимают горы, среди всех видов транспорта получил развитие автомобильный транспорт, на долю которого приходится 94% перевозки пассажиров.

Перевозка пассажиров автомобильным транспортом (табл. 2) показывает положительную динамику – 14,4%, а при этом наибольшее увеличение наблюдается в Хатлонской области (88,8%) и ГБАО (41%). Что касается районов республиканского подчинения, то здесь наблюдается снижение объема перевозки пассажиров автомобильным транспортом на 31,8%. Структура перевозки пассажиров автомобильным транспортом в 2019 году показывает, что удельный вес перевозки пассажиров автомобильным транспортом составляет в Душанбе 45,6%, Согдийской области – 27 %, Хатлонской области – 15,5%, в РРП – 10,6% и по ГБАО – 1,3%.

Так, одним из приоритетных направлений в «Развитии транспортного комплекса Республики Таджикистан на 2010–2025 годы» указывается адекватное совершенствование транспортного комплекса, которое согласуется с целью повышения конкурентоспособности экономики и качества жизни населения и включает следующие задачи:

- формирование единого транспортного пространства путем устранения территориальных и структурных диспропорций;
- повышение качества и доступности транспортных услуг;
- повышение конкурентоспособности транспортного комплекса страны;
- обеспечение устойчивости и комплексной безопасности транспортного комплекса страны;
- снижение вредного воздействия транспортного комплекса на окружающую среду [3].

Решение перечисленных задач позволит создать на базе транспортной отрасли прочную основу для успешной интеграции Республики Таджикистан в мировое хозяйство и вовлечения в хозяйственный оборот новых территорий за счет создания дополнительных транспортных связей, повышения эффективности других отраслей экономики путем предоставления возможности беспрепятственного выхода хозяйствующих субъектов на региональные и международные рынки.

При этом отмечается, что опорная транспортная сеть развивается на принципах транспортных коридоров, в рамках которых обеспечивается ускоренное продвижение крупных товароматериальных потоков за счет применения современных логистических технологий доставки грузов.

В зонах тяготения к международным транспортным коридорам располагается инфраструктура и коммуникации опорной транспортной сети, по которой осуществляется скоординированное взаимодействие различных видов транспорта на принципах интегрированной логистики.

Основная цель формирования системы международных транспортных коридоров – унификация транспортно-технологических процессов и гармонизация национальных транспортных систем на основе создания глобальной системы, способной обеспечить ускоренное и качественное товародвижение с высоким уровнем сервисного обслуживания, на основе единого товаросопроводительного документа и сквозной ставки тарифов.

Несмотря на свой гористый рельеф, Таджикистан располагает автодорожной транспортной артерией, состоящей из 17 дорог международного значения и более 80 автодорог государственного и местного значения, которые связывают Таджикистан с соседними странами [1, 2].

Через республику проходят три азиатские магистрали (АМ). Душанбе является центральной точкой и узлом коммуникаций для всех магистральных маршрутов. АМ-7 простирается с севера на юг и служит окном в Южную Азию через Афганистан. АМ-65 простирается с востока на запад, связывая таджикско-кыргызские и таджикско-узбекские автодорожные сети. АМ-66 пролегает через центр республики до Душанбе и уходит вверх по направлению к таджикско-китайской границе на перевале Кулма и является самой длинной автодорожной артерией республики [1, 2].

Согласно Государственной программе развития транспорта Республики Таджикистан до 2025 года (принятой в 2011 г.), в период с 2014 г. по 2019 г. Правительство планирует осуществить крупные инвестиции в реконструкцию и реабилитацию 734 км дорог международного значения на сумму 160 млн долл. США. За этот период оно также намеревается выделить 129 млн долл. США на ремонт дорог международного и государственного значений. В целом инвестиции в автодорожные перевозки составят около 500 млн долл. США до 2015 г. и 680 млн долл. США до 2020 г [3].

Перевозка грузов за анализируемый период показала положительную динамику, рост на 14,8%, в т.ч. на автомобильном 17,8%. На железнодорожном (– 14,8%) и авиационном (– 67,7%) транспорте наблюдается спад перевозки грузов. По грузообороту положительную динамику показал автомобильный транспорт.

Анализ перевозки грузов автомобильным транспортом в региональном разрезе показал, что лишь Согдийская область показала отрицательную динамику, 2019 год автомобильным транспортом в Согдийской области перевезено 22487,2 тонн грузов, что

составляет 28,2% от общего количество перевезенных грузов по Республики Таджикистан (табл. 2).

Таблица 2

Перевозка грузов автомобильным транспортом (тыс. тонн)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 г. к 2014 г., %
Всего	67600,9	68304,1	78610,5	79482,5	84257,6	79594,7	117,7
ГБАО	592,2	507,3	578,9	676,3	796,7	753,5	127,2
Согдийская область	25361,6	21745,8	23114,0	22306,8	23947,9	22487,2	88,6
Хатлонская область	18901,5	23816,7	25017,3	23798,7	24597,6	25341,8	134,07
г. Душанбе	7583,2	8049,4	8725,3	8178,1	8298,5	8828,6	116,4
РРП	15162,4	14184,9	21175	24522,6	26616,9	22183,6	146,3

Источник: Статистический сборник. Транспорт и связь Республики Таджикистан. – Душанбе. – 2020. – 32 с.

Положительная динамика перевозки грузов автомобильным транспортом наблюдается в РРП (+46,3%), Хатлонской области (+34%) и ГБАО (+27,2%).

Формирование единой транспортной системы и развитие экспорта транспортных услуг путем интеграции автотранспортной системы региона в мировую транспортную систему на основе международных транспортных коридоров обеспечит интенсификацию процессов региональной экономической интеграции, продвижение национальных товаров и услуг на мировые рынки, удовлетворение потребностей экономики и общества в качественных и конкурентоспособных транспортных услугах.

Факторы обеспечения экономической безопасности автотранспортной системы региона

Обеспечение экономической безопасности автотранспортной системы региона позволяет устойчивое и эффективное функционирование в современных условиях и обеспечение высокого потенциала развития и роста под влиянием вызовов и угроз. Для выполнения этой задачи необходимо выделить основные группы угроз и выявить их влияние на экономическую безопасность автотранспортной системы региона. Согласно литературным источникам [4-8] угрозы экономической безопасности классифицируются по определенным признакам:

- по месту возникновения (внутренние и внешние);
- по объекту посягательства (имуществу, информации, технологиям и т. д.);
- по природе их возникновения (экономические, правовые, экологические, конкурентные и др.);
- по величине потерь или ущерба, к которому могут привести (вызывающие трудности, значительные и катастрофические);
- по степени вероятности (невероятные, маловероятные, вероятные, весьма вероятные, вполне вероятные);
- по отдаленности во времени (близкие, далекие).
- информационные (влияет на принятие управленческих решений);
- кадровые (решение задач любого характера связано со знанием, обладателями которых являются специалисты);
- финансовые (манёвренность во всех сферах деятельности);
- технико-технологическое (решение задач в рамках технологического уклада).

Для эффективной работы механизма под названием экономическая безопасность необходимо особое место отвести грамотному обеспечению, организации и его управлению. В свою очередь, для реализации выделенных функций должна быть создана система

управления экономической безопасностью автотранспортной системы региона. Управление экономической безопасностью автомобильного транспорта на региональном уровне состоит из организационно-управленческих, режимных, технических, профилактических и пропагандистских мер, направленных на защиту интересов как от внешних, так и от внутренних угроз различного характера.

Основные сложности функционирования автотранспортной системы Согдийской области Республики Таджикистан:

- низкий уровень развития производственно-технической базы;
- низкий уровень организации технического обслуживания и текущего ремонта подвижного состава;
- низкий уровень развития маршрутной сети;
- низкий уровень организации перевозочной деятельности;
- несовершенство структуры парка подвижного состава;
- нерациональные схемы размещения предприятий автомобильного транспорта;
- малоэффективные организационные структуры управления автотранспортных предприятий.

Субъектом управления экономической безопасностью автотранспортной системы региона выступают специалисты, осуществляющие обеспечение экономической безопасности в целом.

Объектом управления экономической безопасностью автотранспортной системы региона является функция экономической безопасности, источники ресурсов и отношения интересов и угроз, возникающие как между элементами автотранспортной системы и другими отраслями народного хозяйства, так и внутри каждого элемента автотранспортной системы региона.

Одним из основных конкурентных преимуществ субъектов хозяйственной деятельности и экономической эффективности её хозяйственной деятельности является целенаправленное управление производственными запасами и сокращения времени цикла экономической деятельности. Это приводит к уменьшению объемов «замороженного» капитала, представленных в виде запасов, и повышаются темпы оборачиваемости, что положительно влияет на размер прибыли, увеличение которой поясняется тем, что сокращение периода выявления потребностей и их удовлетворение дает возможность значительно расширить круг клиентов, занять новые рынки и в перспективе диктовать свою ценовую политику [9].

Обеспечение экономической безопасности автотранспортной системы региона зависит от безопасности структурных и институциональных преобразований в регионе [10], а также от условия неопределенности, в которой функционирует транспортная система [11].

Но и экономика региона зависит от устойчивого функционирования транспортной инфраструктуры [12], которая является связующим звеном между отраслями народного хозяйства.

Слаженная работа всех элементов автотранспортной системы региона находится в прямой зависимости от тесной работы, неразрывной связи и взаимодействия управления и обеспечения экономической безопасности.

Анализ современных методов обеспечения экономической безопасности в транспортной отрасли показал, что уровень экономической безопасности зависит от реализации определенных организационно-экономических и управленческих мероприятий:

- управления экономическими рисками [13];
- управления принятия экономических решений [14, 15];
- оценки и мониторинга уровня экономической безопасности [16-20];
- инновационного развития и формирования инновационного климата.

Исходя из этого, обеспечение экономической безопасности автотранспортной системы региона обусловлено такими процессами, как:

1. Защита интересов каждого элемента автотранспортной системы региона.

2. Поддержка интересов хозяйствующих субъектов автотранспортной системы на макроуровне.
3. Управление эффективностью использования экономических ресурсов автотранспортной системы.
4. Управление эффективностью и безопасностью финансирования основных подсистем.
5. Обеспечение безопасности имущества хозяйствующих субъектов.
6. Обеспечение кадровой безопасности субъектов автотранспортной деятельности.
7. Управление эффективностью инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования.
8. Защита от воздействия экологических угроз.
9. Обеспечение нормативно-правовой защиты экономических интересов всех элементов системы.
10. Организация защиты коммерческой тайны и др.

Таким образом, цель анализа состояния экономической безопасности автотранспортной системы региона – это своевременное выявление и предотвращение внешних и внутренних опасностей и угроз, обеспечение бесперебойного функционирования и выполнение всех поставленных перед ним целевых задач.

Обеспечение экономической безопасности автотранспортной системы региона требует выполнения следующих функциональных задач: прогнозирование, выявление, предупреждение, снижение воздействия опасностей и угроз, обеспечение защищенности деятельности каждого хозяйствующего субъекта системы, обеспечение кадровой безопасности, сохранение основных фондов, создание благотворительной конкурентной среды, ликвидация последствий нанесенного ущерба и др.

Однако реализация экспорта транспортных услуг на базе интеграции автотранспортной системы региона в систему международных транспортных коридоров, кроме коммерческой выгоды, имеет и более широкое значение, которое в сложившихся условиях заставляет рассматривать этот процесс с позиции региональной (национальной) безопасности и таких ее составляющих, как: военная, экономическая, промышленная, технологическая, энергетическая и других.

Значительная совмещенность, а порой тождественность, национальных и международных транспортных коридоров, помимо несомненных преимуществ, которые выражаются в мультипликативном социально-экономическом и технологическом эффекте от их развития, накладывает повышенные требования по соблюдению баланса интересов между использованием ресурсов автотранспортной системы, как для обеспечения международного товародвижения, так и товародвижения внутри страны.

Обеспечение сильных позиций региональной автотранспортной системы возможно только при системном подходе к вопросам синхронизации графиков товародвижения, гармонизации законодательства и соблюдения мер безопасности, способных гарантировать равновесие в удовлетворении внутренних потребностей экономики и спроса внешнеэкономических связей.

При обслуживании экспортно-импортных и транзитных перевозок основными требованиями являются надежность, стоимость и время доставки. Чем больше зависимость экономической безопасности страны от импорта, тем более высокие требования накладываются на первые два параметра, так как в этом случае прерывание поставок может привести к осложнению снабжения населения продовольствием и товарами первой необходимости.

Скоординированное развитие международных и национальных транспортных коридоров затрагивает аспекты всех основных видов национальной безопасности: военную, экономическую, технологическую, продовольственную, энергетическую, демографическую.

Так, военные аспекты безопасности непосредственно сопряжены с плотностью опорной транспортной сети и концентрацией объектов транспортной инфраструктуры.

Интенсификация и удешевление процессов транспортировки при условии интеграции в международные транспортные коридоры позволяет сблизить удаленные друг от друга регионы страны, укрепить территориальное единство государства и создать более благоприятные условия для реализации экономического потенциала регионов.

Повышение требований международной конкуренции и необходимость унификации всех технологических процессов при осуществлении транспортных операций по международным транспортным коридорам оказывают прямое воздействие на технологическую безопасность страны.

Стабильный спрос на качественные и безопасные транспортные услуги обуславливает необходимость интенсификации процессов товародвижения путем применения современных информационных, аналитических, навигационных систем, способных обеспечить синхронное взаимодействие всех видов транспорта, транспортно-логистических комплексов, таможенных и других служб.

В этих условиях транспортные коридоры и транспортно-логистические центры становятся точками технологической активности, заставляющими непрерывно повышать качество изготовления транспортного и обслуживающего оборудования.

В то же время чем больше зависимость экономики страны от импорта, тем важнее роль транспорта в бесперебойном обеспечении народного хозяйства продовольствием в объемах, необходимых для его эффективного функционирования.

Без адекватной транспортной системы, способной отвечать современным требованиям, невозможно экономическое освоение новых территорий месторождений полезных ископаемых, которые являются жизненно необходимыми в условиях роста и структурной перестройки экономики.

По многим отмеченным позициям автотранспортная система Таджикистана имеет значительные недостатки в сравнении с другими способами доставки грузов между странами Центральной Азии и Китаем: особое географическое положение; международное взаимодействие; большие сроки доставки транзитных грузов; малоразвитая инфраструктура; низкий уровень безопасности перевозок. Вместе с тем транзитный потенциал автотранспортной системы зависит не только от технических характеристик транспортных средств, сетей и инфраструктуры, но и в значительной мере от решений по согласованию параметров транспортных потоков, которые обслуживают автотранспортную систему, их координации и интеграции. Для управления транзитными грузопотоками в автотранспортной системе могут быть использованы положения теории транспортной логистики, в соответствии с которой с позиции системного подхода интегрируются многочисленные операции процесса доставки грузов от отправителя до получателя с целью обеспечения оптимальных параметров конкретных критериев эффективности. По мнению зарубежных специалистов, таджикские перевозчики не активно используют передовые логистические технологии. Многочисленные исследования показывают, что следствием этого являются высокие эксплуатационные расходы, в том числе при обслуживании транзитных грузов. Данное обстоятельство сдерживает международные компании отправлять груз транзитом через Таджикистан.

Сбалансированная национальная транспортная система с тяготением к исторически сложившимся направлениям международного взаимодействия путем формирования опорной транспортной сети циклического типа, в основе которой лежит полицентрическая решетка, позволит обеспечить надежные межрегиональные и международные связи, удовлетворение спроса экономики и общества в качественных и конкурентоспособных транспортных услугах.

В настоящее время усилия большинства стран направлены на снижение административных и тарифных барьеров и обеспечение конкурентоспособности национальных транспортных систем по средствам гармонизации транспортного законодательства.

В этих условиях становится необходимым системное повышение качества

транспортных услуг, конкурентоспособности отечественных субъектов транспортного процесса с последовательной оптимизацией тарифной доступности услуг, где в качестве самоограничения выступают заданные уровни безопасности и экологичности.

К современным проблемам развития региональной автотранспортной системы относят:

- Недостаточность выходов на сеть круглогодично эксплуатируемых автомобильных дорог;
- Негармоничность спроса и предложения на рынке автотранспортных услуг;
- Несоответствие в развитии автотранспортной инфраструктуры различных регионов;
- Низкий уровень экспорта автотранспортных услуг;
- Недостаточный уровень транспортной безопасности;
- Усиление негативного влияния транспорта на экологию [5, 6].

Вышеуказанные проблемы оказывают неоспоримое влияние на темпы экономического роста и в условиях усиления вызовов и угроз глобализации возрастают по мере экономического продвижения мировых оппонентов относительно Республики Таджикистан. В этой связи перед республикой для сохранения существующих позиций и обеспечения стабильности развития стоит неотложная задача увеличения как общих темпов экономического роста, так и темпов роста отдельных экономических подсистем.

В этой ситуации развитие конкурентоспособной автотранспортной системы региона в рамках международных транспортных коридоров выступает базисом устойчивости развития экономики региона, а также основным элементом на пути интеграции Республики Таджикистан в мировое хозяйство.

Однако в то же время интеграция в мировое экономическое пространство подразумевает повышение степени открытости экономической системы страны, что в условиях игнорирования проблем обеспечения безопасности ее отдельных элементов может привести к значительным нарушениям целостности и стабильности функционирования, а в некоторых случаях и прекратить его.

На основании вышеизложенного становится необходимым рассмотрение не только принципиальной позиции национальной транспортной системы и ее роли в интеграционных процессах, но и аспектов обеспечения ее экономической безопасности.

Список литературы

1. Андриянов С. В., Решетнева А. А. Транспортный комплекс как инфраструктурный элемент системы экономической безопасности региона // Инновационный путь развития экономики регионов : материалы 2-й международ. научно-практич. конф. – 2014. – С. 243-250.
2. Болгаров Н. И. Моделирование условий неопределенности функционирования транспортных систем в целях обеспечения экономической безопасности // Гуманитарный вестник. – 2014. – № 2 (29). – С. 154-159.
3. Гольская Ю. Н. Понятие транспортной инфраструктуры и оценка ее влияния на региональную экономику // Транспортная инфраструктура Сибирского региона : материалы второй межвузовской научно-практич. конф. : в 6 т. – Иркутск : Изд-во ИрГУПС, 2011. – С. 157-162.
4. Горев А. Э. Теория транспортных процессов и систем : учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс]. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2017. – 217 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/401401>.
5. Долгачева И. Н. Методы управления рисками транспортной компании в сфере контейнерных перевозок как фактор обеспечения экономической безопасности финансовой системы России // Деньги, кредит, бюджет России: история и современность : материалы международной научно-практической конференции, посвященной 125-летию со дня рождения Г. Я. Сокольникова. – 2014. – С. 232-235.

6. Тохиров Т. Угрозы экономической безопасности развитию автотранспортных предприятий и пути их снижения // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – № 2. – С. 34-37.
7. Ермошин Н. А. Экономические аспекты управления безопасностью на автомобильном транспорте // Экономика. Теория и практика : материалы Международной научно-практической конференции. – 2014. – С. 5-8.
8. Задворный Ю. В. Критерии эффективности транспортной инфраструктуры региона // Российское предпринимательство. – 2011. – № 1 (1). – С. 168-172.
9. Тохиров Т. И. Ретроспективный анализ состояния автотранспортной системы Согдийской области // Идеи и идеалы. – 2014. – Т. 2. – № 2 (20).
10. Тохиров Т. И. Оценка экономической безопасности автотранспортной системы региона // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 10 (056).
11. Комаров В. В. Концепция системы управления рисками в автотранспортных системах // Труды Института системного анализа Российской академии наук. – 2009. – Т. 51. – С. 24-42.
12. Константинов И. С. Структура системы мониторинга территориальной автотранспортной системы / И. С. Константинов, Н. В. Бакаева, Д. И. Федоров, О. В. Озаренко // Вестник компьютерных и информационных технологий. – 2012. – № 4 (94). – С. 33-37.
13. Межох З. П., Соколов Ю. И., Кожевников Р. А. Стратегический риск-менеджмент в системе экономической безопасности транспортной компании // Транспортное дело России. – 2016. – № 6 С. – 34-37.
14. Никитин А. Б. Управление экономической безопасностью национальных транспортных систем в условиях развития высокоскоростного движения // Управление экономическими системами : электронный научный журнал. – 2017. – № 7 (101). – С. 24.
15. Павлова А. Н. Основные проблемные аспекты кадровых рисков транспортных компаний в системе экономической безопасности // Корпоративное управление экономической и финансовой деятельностью на железнодорожном транспорте : сб. трудов по результатам III международной научно-практической конференции. В 2 т. / под общ. ред. Л. В. Шкуриной. – 2019. – С. 12-14.
16. Солодкий А. И. Транспортная инфраструктура : учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] / А. И. Солодкий, А. Э. Горев, Э. Д. Бондарева. – М. : Юрайт, 2017. – 290 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/399063>.

© Акрамов А. А., 2021

УДК 332.05

Л.В. Иваненко*

**Иваненко Лариса Викторовна, доктор экономических наук, профессор Самарский национальный исследовательский университет Имени академика С.П. Королева, г. Самара
Ivanenko_lv@mail.ru*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К МЕНЕДЖМЕНТУ.

Ключевые слова: малые города, муниципальный менеджмент, управление развитием, городское население, моногорода, экологические проблемы, пандемия.

Настоящая статья посвящена управлению развитием малых городов. Подчеркивается значение малых городов в экономике и социально-политических процессах страны. Показан ряд проблем малых городов, связанных с преодолением коронавирусной эпидемии и ее последствиями.

Муниципальные органы управления и региональные властные структуры особое внимание должны уделять формированию перспективных направлений развития территорий малых городов, а также создавать все необходимые условия для модернизации и реновации городских территорий.

Активное привлечение на территорию малых городов инвесторов и формирование благоприятного инвестиционного климата, участие в формировании точек экономического роста на основе перспективных специализаций позволят в перспективе обеспечить динамичное развитие малых городов.

Экономическая действительность сегодняшнего дня характеризуется все более значимой ролью городов в динамике своего развития.

Известно, что каждый второй человек, проживающий на планете, является городским жителем. Главную роль в экономике и социально-политических процессах выполняют города. С течением времени эта тенденция будет только усиливаться.

В нашей стране в настоящее время имеется 1112 городов, из них: 15 городов-миллионеров, 64 крупных города, 90 больших городов, 155 средних и 788 маленьких или малых городов.

Традиционно к малым относят города, численность населения которых составляет 50 тысяч человек, к средним городам – до 100 тысяч человек. Население любого города является одной из его важнейших характеристик, определяющих его статус и значимость в системе расселения. Кроме того, надо отметить, что жители – это главный источник трудовых ресурсов.

В связи с этим необходимо оценить состояние современного развития малых и средних городов России. Для этого в работе приведены результаты небольшого ретроспективного анализа.

По данным первой Всеобщей переписи населения Российской империи, проведенной в 1897 году, менее 15% населения, проживавшего в современных границах России, было городским. В 1917 году городское население составляло 17%, а в 1926 году в городах проживало уже 18% населения. Надо сказать, что с начала 1930-х годов, в стране ускоренными темпами осуществлялась урбанизация, которая в значительной степени изменила соотношение городского и сельского населения. К концу 1937 года в городских поселениях проживала уже треть населения или 33%. И все-таки, до 1950-х годов Россия оставалась страной, в которой преобладает сельское население. Однако, перепись населения 1959 года выявила, что в городах проживает более половины всех граждан страны или 52%. Через сорок лет, к 2000-му году в России городским стало 73% населения.

Результаты переписи населения свидетельствуют, что почти за сто лет существования России, начиная с 1926 года по 2010 год, численность жителей страны увеличилась на 34 млн. 500 тыс. человек: в 1926 году численность жителей составляла 100 млн. 800 тыс. жителей; 1939 году – 108 млн. 300 тыс.; 1970 г. – 130 млн. человек; 2010 г. – 142 млн. 800 человек. Таким образом, количество жителей постоянно увеличивается и в 2020 году численность населения страны составляла почти 147 млн чел. Причем, большая часть из них – 77% жителей или 113 млн. чел. проживает в городах, и, соответственно, остальные 34 млн. чел. – в сельских населенных пунктах. Ориентировочно считается, что четверть городского населения проживает в малых и средних городах. Однако, зачастую наблюдается существенное отставание в развитии социально-экономических процессов, обеспечивающих в малых и средних городах необходимый уровень качества жизни населения.

Основная часть

Городскими считаются населенные пункты, утвержденные законодательными актами в качестве городов.

В муниципально-территориальном устройстве России (образование, упразднение, преобразование, переименование, изменение состава и границ муниципальных районов, городских округов, городских и сельских поселений, межселенных территорий и населенных пунктов) в настоящее время преобладают объективные процессы замещения сельского населения городским.

По итогам 2019 года городское население за счет муниципально-территориальных преобразований приросло более чем на 20 тысяч человек. Доминирующую роль в этом процессы сыграли агломерационные эффекты, а именно развитие агломераций и преобразование сельских поселений в города.

Основная концентрация малых городов России приходится на Центральный и Приволжский федеральные округа. В таблице 1 в порядке убывания представлено число городов.

В Приволжском федеральном округе к малым городам можно отнести 187 муниципальных территориальных образований. Например, в Самарской области малыми городами, с точки зрения численности проживающего к ним населения, являются девять городов, в республике Башкортостан имеется двадцать таких малых городов. Также в Приволжском федеральном округе наибольшее количество – двадцать семь малых городов – располагается в Нижегородской области, а наименьшее число – четыре малых города – находятся в Республике Марий Эл. [1]

С точки зрения роли малых городов в системе расселения по критерию численности проживающего населения ситуация в ПФО выглядит следующим образом. Например, в малых городах проживает 28,0 % всего населения Кировской области, в Самарской области этот показатель равен немногим более 6,5%. Среди субъектов ПФО в Удмуртской Республике наименьшее количество населения – 5,9% проживает в малых городах.

Таким образом, критерий классификации малых городов по численности проживающего населения является не совсем удачным с точки зрения использования такой классификации для решения задач сохранения и развития человеческого капитала.

Малые города различаются по таким параметрам, как: разнородность этнического состава, разность экономических и культурных потенциалов, географическое положение.

С экономической точки зрения часть малых городов имеют моноструктурную экономику и поэтому являются моногородами, перечень которых утверждается распоряжением Правительства Российской Федерации. Необходимо отметить, что многие из малых и средних городов являются моногородами. [2, 3, 4]. В настоящее время в России насчитывается 313 моногородов, из которых более 65% – это малые города [5]. Критерий отнесения территории к моногороду зависит от количества занятых на так называемом градообразующем предприятии.

Группировка малых городов по численности населения, проживающего в них, на 1 января 2020 года

Таблица 1.

	Число городов - всего	в том числе с числом жителей, человек							
		до 3000	3000 - 4999	5000 - 9999	10000 - 19999	20000 - 49999	50000 - 99999	100000 - 249999	250000 - 499999
Российская Федерация	1116	19	33	146	253	344	149	94	40
ПФО	200	2	2	29	45	55	34	16	4
Республика Башкортостан	21	-	-	-	3	6	7	3	1
Республика Марий Эл	4	-	-	-	1	1	1	-	1
Республика Мордовия	7	-	-	4	1	1	-	-	1
Республика Татарстан	24	1	-	2	5	7	4	3	-
Удмуртская Республика	6	-	-	-	1	1	3	-	-
Чувашская Республика	9	-	-	3	1	3	-	1	1
Пермский край	25	-	2	3	7	6	5	1	-
Кировская область	18	-	-	7	5	4	1	-	-
Нижегородская область	28	1	-	4	8	7	5	2	-
Оренбургская область	12	-	-	-	2	6	2	1	-
Пензенская область	11	-	-	4	1	3	2	-	-
Самарская область	11	-	-	-	1	4	2	2	-
Саратовская область	18	-	-	1	6	6	2	2	-

В октябре 2014 года была учреждена некоммерческая организация – Фонд развития моногородов, основная идея создания которой заключается в целевом распределении бюджетных ресурсов на реализацию проектов развития в моногородах [6].

По итогам заседания президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и приоритетным проектам 30 ноября 2016 года был утверждён паспорт программы «Комплексное развитие моногородов» [7]. Основная цель программы заключалась в снижении зависимости моногородов от работы градообразующих предприятий, создав к концу 2018 года 230 тыс. новых, не связанных с такими предприятиями рабочих мест.

По истечению трех лет, т.е. по состоянию на 1 января 2019 года, были получены следующие результаты воплощения данной программы «Комплексное развитие моногородов»:

- созданы 406 тыс. рабочих мест;

- организовано 65 территорий опережающего развития, в которых состоит 281 резидент, создано 11,4 тыс. рабочих мест, получено 21,7 млрд. рублей инвестиций, возведено 56 объектов инфраструктуры;

- обучено 319 команд, которые управляют городским развитием на системной и научной основе.

Следует отметить, что работа по формированию новой программы развития городов в настоящее время проводится Министерством экономического развития РФ совместно с Внешэкономбанком РФ. В качестве основных задач в этой программе заявлены следующие:

- проведение взаимоувязанных мероприятий по осуществлению национальных проектов на территории городов;

- обеспечение инновационного развития современной городской экономики;

- качественное планирование территорий малых и средних городов;

- снятие инфраструктурных ограничений и повышение уровня компетенций на местах.

К сожалению, в настоящее время малые и средние города не стали основными объектами, для развития которых предназначена утвержденная распоряжением Правительства РФ от 13 декабря 2019 года № 207-р Стратегия пространственного развития РФ на период до 2025 года.[8]. В тексте самого документа малые города упоминаются всего лишь в четырех абзацах в контексте развития городских агломераций и, связанных с этим процессом, населенных пунктов. Главной идеей Стратегии пространственного развития России сейчас выступает опережающее развитие крупных экономических центров. Теоретически такой подход позволит изыскать и выделить дополнительные ресурсы для развития социально-экономических процессов, осуществляемых на территориях малых и средних городов и в сельских поселениях.

Всеобщее закрытие экономики на карантин, нарастание пандемической напряженности продемонстрировали наличие серьезных рисков, которые не были учтены при разработке действующей государственной политики в сфере пространственного развития. Во всех случаях прослеживается закономерность – очаг заболевания формируется в крупнейших городах, а затем распространяется на периферийные территории с более низким уровнем развития. Одновременно с этим данные территории подвержены большому ущербу от появления непрогнозируемых проблем, от разрушения и без того слабых кооперационно-сбытовых цепочек как в крупном, так и в малом бизнесе.

Кроме того, пандемия выступила «триггером», усилившим настроения части жителей мегаполисов переехать на территории с меньшей плотностью населения (шоковая миграция), что позволяет критически оценивать ставку только лишь на стимулирование агломерационных процессов в пространственном развитии.

Таким образом, пандемия в условиях осознания необходимости ускоренного решения накопленных в развитии малых городов проблем, как императив государственного суверенитета, позволит форсировать выработку и реализацию инновационных мер социально-экономической политики, направленных на сбалансированное развитие малых городов в системе хозяйственного механизма Российской Федерации [9,10, 14].

Развитие малых городов необходимо рассматривать не только с точки зрения системных угроз, связанных с жизнеспособностью малых городов, но и с точки зрения возможностей, которые открываются перед такими территориями в свете антиковидного регулирования, распространения базового пакета технологий нового технологического уклада, а также роли и места малых городов в перспективной системе расселения.

В российском экономическом обществе сложились разные точки зрения на задачу перепрограммирования и реновации, т.е. улучшения, реконструкции или реставрации территорий малых городов [12,15]. Малые города, несмотря на весь комплекс вызовов и угроз, отличаются собственной структурой и динамикой своего развития. Так, развитие и значительный рост демонстрируют 29 городов или 2,5% всех малых городов России. Неуверенный рост и развитие также демонстрируют 119 малых городов. Относительное благополучие наблюдается в 86 малых городах. Данная статистика получена на основании анализа динамики численности населения за 1989-2002 гг. и 2002-2017 гг. В категорию «относительное благополучие» попадают города со стабильной численностью населения на линии долгосрочного тренда [13].

В целях сохранения и приумножения социально-экономического потенциала малых городов избраны два направления работы.

Первое направление связано с приданием малым городам дополнительного внешнего фактора (например, перенос производства и аутсорсинг или же административное укрупнение) как новой инновационной стратегической функции, обеспечивающей более эффективный рост и развитие данных территорий.

Второе направление связано с превращением одной из функций малого города в особую, выделенную на федеральном уровне. В этом случае, в первую очередь, рассматриваются особые исторические поселения и джентрификация, т.е. модернизация, преобразование исторической недвижимости, обеспечение

взаимосвязанности исторического пути и гостинично-туристической индустрии. Затем, оцениваются экологические статусы городов, а также развивается экскурсионно-туристическая деятельность и формируется дифференцированный подход к организации туристических потоков. При этом также непременно учитывается состояние уровня сервиса в гостинично-туристической индустрии.

Анализ российских и международных рейтингов позволил выявить основные факторы роста конкурентоспособности малых территорий:

- экологические факторы как точки роста местной экономики;
- туристические факторы как основа отраслевой специализации;
- фактор развития образовательного потенциала в малых городах;
- значение малого города как места для регистрации бизнеса и управления потоками инвестиций;

– фактор развития технологий базового технологического пакета четвертой промышленной революции.

Для оценки экологической составляющей как потенциальной движущей силы в развитии городских территорий аналитический центр «Эксперт» в партнерстве с компанией EY регулярно осуществляет подготовку рейтинга экологического развития городов России. Заказчиками исследования выступают Общероссийский народный фронт и Министерство природы РФ. Статистическую базу для проведения рейтинга составляют данные, предоставленные местными городскими администрациями. При этом, главное итоговое место городов определяет не чистота воздуха, воды и т. д., а эффективность управления экологическим развитием. Методика рейтинга предполагала оценку городов по восьми категориям — состояние воздушной среды, энергопотребление, водопотребление и качество воды, обращение с коммунальными отходами, развитие транспортной системы, управление в сфере охраны окружающей среды, эффективность использования территорий и результаты проектов «Генеральная уборка» и «Зеленый щит». Для целей рейтинга анализировалось 56 абсолютных и 29 удельных показателей. Внутри категории каждому из последних присваивались веса, в сумме равные единице.

Из структуры рейтинга были выделены малые территории и проведен анализ их положения в группах, сопоставимых по потенциалу. На основании полученных результатов был сделан вывод о том, что малые города обладают не только естественными экологическими преимуществами, но и имеют прогрессивные современные местные управленческие команды, которые осуществляют качественный инновационный менеджмент особенно в сфере экологического развития. Следует отметить, что малые города, владеющие экологическими преимуществами, активно участвуют в разнообразных федеральных конкурсах на сохранение культурного и исторического наследия, на создание курортных и туристско-рекреационных зон и др. Основной целью данных мероприятий служит привлечение на территории своих малых городов дополнительных инвестиций. Однако этот процесс не является широко распространенным, носит локальный характер и представляет собой лишь индивидуальные инвестиции.

Некоторые малые города, имеющие экологические конкурентные преимущества, активно привлекают ресурсы институтов развития, например, таких, как государственная корпорация развития Внешэкономбанк РФ. Приоритетными направлениями финансирования данной структурой являются проекты по развитию экономик территорий малых городов. Представляет интерес зеленое импакт-инвестирование, которое означает, что эти финансовые средства имеют долгосрочный характер, и направлены в социальную сферу для получения социальных результатов и эффектов. Например, на повышение уровня качества жизни благополучателей, на развитие их знаний, умений и т. д. Таким образом, инвестор, финансируя проект, заинтересован в социальном результате, а не в получении прибыли. Однако такой вид вложений не является благотворительностью, проект непременно должен окупиться, а его эффективное управление должно быть организовано на принципах классического инвестирования. Такой подход также пока имеет местный

локальный характер и связан, прежде всего, с лоббистскими способностями глав местных администраций. Однако в перспективе при условии устранения институциональных ограничений Внешэкономбанк РФ может стать единым источником дополнительных производительных инвестиций в развитие территорий малых городов и привлечения финансов в малыегородские экономики.

В регионах России расположены сотни малых городов, которые имеют существенный потенциал экономического роста. Тем не менее, большинство трудоспособного населения малых городов испытывает сложности с поиском приемлемой для себя работы, что действительно является следствием существующего дисбаланса в структуре территориального развития страны. Однако, для инвесторов крайне важно наличие квалифицированных кадров на территориях их присутствия.

Несмотря на это, можно отметить, что медленно «вымирающих» территорий малых городов с точки зрения наращивания социально-экономического потенциала не существует, поскольку каждое публично-правовое или муниципальное образование, базируется на фундаменте государственного суверенитета.

Властные органы, осуществляющие политику в сфере управления малыми городами, должны осознавать значимость развития каждой из городских территорий в сложившейся системе расселения. При этом для развития территорий малых городов представляется необходимым определить их целевую функцию, отражающую главные цели и смыслы жизни данного территориального сообщества, и конкурентные преимущества для повышения уровня качества жизни местного населения.

Достижение этих целей возможно только при условии овладения органами местной власти разнообразными инновационными способами и методами управления развитием территорий малых городов.

Библиографический список:

1. Бухвальд, Е.М. «Саморазвитие» регионов и приоритеты регулирования пространственной структуры российской экономики [Текст] / Е.М. Бухвальд // Федерализм. - 2018. - № 2. – С. 32–45.
2. Иванов, О.Б. Моногорода России: от аутсайдеров к лидерам экономического развития [Текст] / О.Б. Иванов, Е.М. Бухвальд // Этап: Экономическая теория, анализ, практика. - 2017. - № 5. – С. 7–21.
3. Изутова, О.В. Моногорода: поддержка государства [Текст] / О.В. Изутова // Бюджет. - 2018. - № 5. – С. 81–85.
4. Меерович, М.Г. Советские моногорода: история возникновения и специфика [Текст] / М.Г. Меерович // Вестник Кемеровского государственного университета. - 2018. - №1. – С. 53–65.
5. Иванова, М.В. Моногорода России – новый вектор стратегического развития [Текст] / М.В. Иванова // Экономика Сибири в условиях глобальных вызовов XI века. - 2018. - №6. – С. 129–142.
6. Гаримова, П.А. Проблемы и перспективы развития моногорода [Текст] / П.А. Гаримова // Вестник науки. - 2018. - №6. – С. 4–7.
7. Паспорт приоритетной программы Комплексное развитие моногородов. Утвержден 30.11.2016 года протокол №11.
8. Стратегия пространственного развития РФ до 2025 года. Утверждена распоряжением №207 от 13.02.2019 года.
9. Килина, И.П. К вопросу о роли мультипликаторов инновационного развития хозяйственных систем [Текст] / И.П. Килина // НАУКА ЮУрГУ: материалы 66-й научной конференции. – Челябинск. – 2015. – С. 575–581.

10. Булкина, А.М. Статистический анализ дифференциации социально-экономического развития муниципальных образований [Текст] / А.М. Булкина // Вестник Новосибирского гос. у-та экономики и управления. - 2016. - № 1. – С. 341–350.

11. Килина, И.П. Анализ применения целевого программирования в рамках инновационного развития Челябинской области [Текст] / И.П. Килина, Е.А. Лясковская // Экономика, управление и инвестиции. – 2016. – № 2 (8). – С.1–7

12. Кузык, Б.Н. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование [Текст] / Б.Н. Кузык, В.И. Кушлин, Ю.В. Яковец // 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Экономика. - 2019. – С. 517-520.

13. Курило, А. Е. Возможности социально-экономического развития малых городов [Текст] / А. Е. Курило, Т. Г. Шкиперова // Региональная экономика: теория и практика. - 2016. - № 12. – С. 98–106.

14. Зубаревич Н.В. Стратегия пространственного развития после кризиса: от больших проектов к институциональной модернизации [Текст] / Н.В. Зубаревич // Журнал Новой экономической ассоциации. - 2015. - № 2. – С. 226–230.

© Иваненко Л.В., 2021

УДК 330

Н. И. Лаврикова*

**Лаврикова Наталья Игоревна, кандидат экономических наук
Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации, г. Орел
nalavrikova@yandex.ru*

Н. А. Азарова*

**Азарова Наталья Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова, г.
Воронеж azarovarsd@rambler.ru*

ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА УСТОЙЧИВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Ключевые слова: инновации, региональная экономика, человеческий потенциал, региональные инновационные системы.

Высокое качество уровня экономического развития региона позволяет увеличить эффективность общественного производства: для этого на единицу регионального дохода уменьшаются затраты производительного труда и средств производства, экономико-хозяйственное развитие улучшается, возрастает роль научно-технического прогресса и растет качество выпускаемой продукции. Эти экономические процессы обуславливают рост качества жизни населения, а также эффективность социальной политики, экологичность хозяйственного развития региона. В результате региональные инновационные экономические системы должны быть значительно модернизированы. Предыдущий функционирующий тип экстенсивных экономических отношений, которые развивались благодаря добыче полезных ископаемых, в итоге обусловили негативные экологические последствия.

Способность выйти на новое качество экономического развития в регионах является основной проблемой. Для того, чтобы ее решить, необходимо преодоление высокого уровня социальной дифференциации, недостаточной степени продолжительности жизни, предотвращение излишней эксплуатации экологичной составляющей природного потенциала [1]. Именно поэтому в настоящее время приоритетным является тот поиск альтернативных, а также более устойчивых экономических моделей, которые должны обеспечить условия для улучшения благосостояния населения в регионе и одновременно быть достаточно экологичными. Для решения этой проблемы нужно дать четкую количественную оценку качества экономического развития региональных инновационных систем, которая обеспечит единый подход к анализу всех индикаторов состояния территории региона.

Региональные инновационные экономические системы представляют собой некую динамическую совокупность, где и ресурсы данного региона, и результат их использования имеют максимально эффективное значение для экономики страны. Поэтому вопросы их количественного измерения, определения качества их развития изучены не достаточно. В частности, единый комплексный подход к тому, как оценить качество экономического развития региональных инновационных систем, до сих пор не разработан, в том числе спорным является понятие единого индикатора для его измерения. Эта ситуация порождает наличие спора по вопросам качества развития экономики страны в целом.

Вопрос для изучения понятия «региональных инновационных экономических систем» является новым. Поэтому целью этой работы является такая разработка единого показателя для оценки качества экономического развития региональных инновационных экономических систем, которая поможет раскрыть экономическое содержание данного понятия и разработать нужную количественную методику.

Точное понимание решения задач пространственных и региональных экономических проблем может быть основано на основных экономических фактах:

- 1) преимущественность природно-добывающих регионов;
- 2) выигрышность концентрации в экономическом развитии;
- 3) роль затрат на внутренний и внешний транспорт и коммуникации.

Региональная экономика представляет собой структуру, в рамках которой можно понять пространственный характер экономических систем. Определение факторов, управляющих распределением экономической активности в пространстве, и признание, что изменение этого распределения будет иметь важные последствия для людей и сообществ, – является целью исследования. Поэтому сегодня самая актуальная область исследования региональных инновационных экономических систем – это так называемая синергия экономики замкнутого цикла. Таким образом, качество экономического развития обуславливается функционированием таких экономических моделей, которые основаны на принципе инновационного цикла, то есть непрерывном инновационном развитии, а не на постоянно увеличивающейся добыче природных ресурсов. Ухудшение состояния окружающей среды и продолжающееся изменение климата демонстрируют необходимость в доминировании инновационных экономических моделей, устойчивых в долгосрочной перспективе.

Таким образом, всю специфику региональной экономики можно заключить в следующих вопросах: «что? где? почему и как?».

Первое, «что?» относится ко всем видам экономической деятельности: не только к производственным предприятиям в узком смысле слова фабрики, фермы и шахты, но также и к другим видам предприятий, домашним хозяйствам, а также частным и государственным учреждениям. Вопрос «где?» относится к местоположению одной экономической деятельности по отношению к другой; «он включает вопросы близости, концентрации, дисперсии, а также сходства или несоответствия пространственных структур, и его можно обсуждать либо в широком смысле, например, между регионами, либо на мезоуровне, с точки зрения зон, окрестностей и участков». Вопросы «почему? и как?» относятся к компетенции ученого-экономиста.

Региональная экономика – относительно молодая отрасль экономики. До недавнего времени экономисты-приверженцы традиционных взглядов вообще игнорировали вопрос «где?», находя множество проблем, которыми они могли бы заняться, не придавая своему анализу никакого пространственного измерения. «Ученым-географам не хватало осознания специфики объяснения в категориях человеческого поведения и институтов, чтобы объяснить, «почему?», и прибегали к простому описанию и картированию. Градостроители по-прежнему были озабочены физическими и эстетическими аспектами идеализированной городской планировки» [6].

Эта минорная ситуация за последние несколько десятилетий была в значительной степени исправлена. Люди, называющие себя разными профессиональными ярлыками, – экономисты, географы, экологи, городские и региональные планировщики, ученые-регионалы и урбанисты – объединились, чтобы разработать аналитические инструменты и навыки и применить их к некоторым из самых насущных проблем того времени.

Изучение теорий экономического развития связано с соединением концепций понятий «порочного круга нищеты» и понятия «устойчивого развития». Данная концепция так называемого «порочного круга нищеты» была применена при анализе развития экономики низкоразвитых стран. По этой теории квазистабильного равновесия у ее автора, Х. Лейбенштейна, выявлено соотношение между перспективой роста населения и возможным изменением определенных экономических условий, что в свою очередь обеспечивает колебания в экономике в связи с улучшением или ухудшением уровня дохода на душу населения [2].

Эта абстрактная теория акцентирует особое внимание на те опасности, которые вызваны снижением дохода на душу населения на данной территории. Другим видом взгляда

на теорию «порочного круга нищеты» является то, что эта проблема вызвана узостью внутреннего рынка и недостаточным количеством ресурсов для инноваций. Теория «порочного круга нехватки капитала» Р. Нурксе прочно связывает экономическую отсталость территории с конкретными институциональными условиями, особенно с такими показателями, как низкая квалификация рабочей силы, и неразвитостью систем среднего и высшего образования с точки зрения уровня профессиональной подготовки [2].

В результате продолжением теории «порочных кругов нищеты» стала такая концепция, которая дала понятие о возможности перехода к самоподдерживающему росту, автором которой является ученый У. Ростоу. Эта концепция заключалась в обосновании того перехода от единого традиционного общества к инновационному обществу западного типа. В концепции У. Ростоу экономическое развитие синонимизирует понятию высокого темпа роста [3].

В его трактовке социальные и институциональные изменения не оказывают серьезного влияния на развитие экономики, а на передний план выходит показатель «соотношения уровня инвестиций и уровня темпов роста ВВП». По его мнению, для успешной модернизации национальной экономики необходимо достаточно крупное вливание ресурсов в виде капитала. В результате этого начнется самоподдерживающийся рост. Мобилизовать данные ресурсы на абсолютно добровольной основе не представляется возможным. Поэтому государство должно обеспечить принудительные сбережения населения. Эти сбережения образуются в результате специальной кредитно-денежной и фискальной политики государства, неэффективность которой могла бы компенсироваться импортом денежного капитала. Под понятием «экономическое развитие» понимаются глубокие структурные изменения. Эти изменения охватывают полностью все основные отрасли национальной экономики, которая получила название теории «большого толчка» [3].

Теория «модель с двумя дефицитами» заключалась в описании взаимосвязи развития процессов внутреннего накопления денежных ресурсов в стране и сокращения источников внешнего финансирования. Теория «модель с двумя дефицитами» объясняет «экономическое развитие» вытеснением внешних источников финансирования внутренними. Замена привозных импортных товаров отечественными, которые будут являться основой для преодоления внешней денежно-финансовой зависимости [3].

Поэтому основным недостатком этих концепций является то, что они ориентируются на использование достаточно ограниченного в развивающихся странах экономического фактора – капитала. Однако ошибкой данных экономических теорий являлось неучитывание тех возможностей, которые дает использование такого относительно избыточного ресурса на некоторых территориях, как труд [3].

Изучение понятия «экономическое развитие» в понимании Й. Шумпетера обуславливает способность к осуществлению таких инноваций, в которых инициатором этой инновационной деятельности будет предприниматель. Согласно концепции Шумпетера, «люди действуют как предприниматели только тогда, когда они действительно проводят новые комбинации и теряют характер предпринимателей, как только они построили свой бизнес, чтобы управлять им, как другие люди управляют своим бизнесом» [4].

Рассматривая экономические теории кейнсианцев, у которых базой исследования являлось изменение технико-экономических параметров экономики. Однако социально-экономические предпосылки данные исследования не затрагивали.

Неоклассические теории экономического развития базировались на равновесном сочетании накопления капитала и тенденции роста населения. Эти два показателя обеспечивали сочетание развития двухкомпонентной составляющей экономики территории – сельскохозяйственного и промышленного секторов. У. Льюис, А. Хиршман, С. Шатц, Дж. Фей и Г. Ранис как основатели теории дуалистической экономики предполагали, что урбанизация населения, включающая в себя перемещение трудовых ресурсов из сельского хозяйства в промышленность, обеспечивает развитие экономики в целом. Но качество развития экономики в данной теории не рассматривалось. Экономист Г. Мюрдаль,

обеспечивающий гуманизацию экономического роста с точки зрения обращения особого внимания на средства решения социальных задач подверг критике основные теории роста. Произошло разграничение в понимании экономического роста и развития. Если экономический рост не обеспечивает рост доходов большинства населения, то он способствует нестабильности в экономике, технологическому застою, коррупции и бюрократизму. Оставляя в стороне экономическое положение большинства населения, данный экономический рост не способствовал качественному развитию проживающего на данной территории населения. Корпоративные бюджеты НИОКР, а также организационные структуры, которые поощряют управленческую приверженность инновациям (Хоскиссон и Хитт), имеют мало общего с шумпетерианским предпринимательством. Под развитием этот исследователь понимал степень удовлетворенности основных потребностей большинства населения [5].

И спустя некоторое время наступило время доминирования институционального подхода в понимании экономического развития. Этот подход был разработан Т. Шульцем, как ярким представителем экономической школы, которая основала понимание инвестиций в человеческий капитал. «Человеческий капитал объединяет в себе все производительные качества работников, включающие в себя совокупность знаний, навыков, мотивации и психической энергии. С помощью подготовки человеческого капитала к процессам производства, инвестиций в затраты на образование, воспитание, здравоохранение создаются предпосылки для его функционирования в эффективной форме» [5]. Эта тенденция и будет, по мнению автора, обеспечивать экономическое развитие.

При этом особое значение придается формированию моделей региональных инновационных систем с помощью системы образования, накопления научно-технического потенциала. Согласно упрощенным моделям региональная инновационная система включает в себя: а) организации, производящие знания и использующие их; б) участники, обеспечивающие деятельность первых; в) единое социокультурное пространство. Таким образом, основная идея современных концепций заключается в том что, экономическое развитие должно сопровождаться соответствующим синергетическим развитием социальной инфраструктуры, улучшением качества жизни населения, состояния экологии, совершенствованием институциональных основ экономической деятельности [5]. Это обуславливает качество экономического развития региональных инновационных систем.

Сущностью региональных инновационных систем является комплекс организаций, которые обеспечивают на территории производство новых знаний, нового профессионального опыта, навыков и умений. Эти производства способствуют финансово-экономическому, правовому и информационному обеспечению инновационных процессов на территории региона. Инновационный потенциал экономического развития является основой региональной инновационной системы. При стандартном способе оценки экономического развития региональных систем возможно было определение лишь уровня развития производства. Но учет международных тенденций к оценке позволяет сказать, что такая оценка является недостаточной. Это вызвано пониманием, что человеческий капитал будет являться основой для экономического развития региональных инновационных систем. И «развитие таких аспектов, как образование, здравоохранение, состояние окружающей среды, равенство возможностей в экономической сфере, личная свобода и культура жизни дает основание для роста и дальнейшего развития» [7]. Международные организации оценивают уровень и качество жизни населения экономики на конкретной территории по различным показателям. Грамотное применение статистической информации позволяет рассчитывать многие индикаторы, характеризующие эти процессы. Поэтому возникает необходимость оценки показателей качества экономического развития региональных инновационных систем. Региональная инновационная система базируется на основе национальной системы, с точки зрения копирования ее тенденций развития как подсистемного элемента. Для выравнивания экономического состояния регионов и максимального использования их потенциальных возможностей (экономических, социальных и экологических) эта оценка

базируется на конкретной инновационной стратегии, уникальных возможностях и способностях каждой региональной территории. Для решения «проблемы подобной оценки необходимо выделение и ограничение перечня показателей. Эти показатели можно рассматривать как индикаторы инновационного состояния региона на основе функционирования региональной инновационной инфраструктуры» [8].

Интегральный показатель качества функционирования региональной инновационной инфраструктуры должен представлять собой многоаспектный комплекс [9], включающий в себя следующие элементы:

- затраты на нужды высокотехнологичного здравоохранения в регионе;
- уровень демографического роста (падения);
- средние реальные доходы населения в регионе;
- затраты на экологическое благополучие;
- уровень природоохранной деятельности;
- социальная составляющая экономического благополучия (уровень школ, вузов, учреждений среднего профессионального образования);
- наличие бизнес-кластеров для инновационной поддержки регионального развития экономики.

Некоторыми исследователями предлагается оценивать следующие виды эффективности инновационной системы: социальные, экономические, экологические, демографические; социальные и экономические [6].

Предлагаемый алгоритм оценки качества функционирования региональной инновационной системы состоит из перечня последовательных этапов (рис. 1).

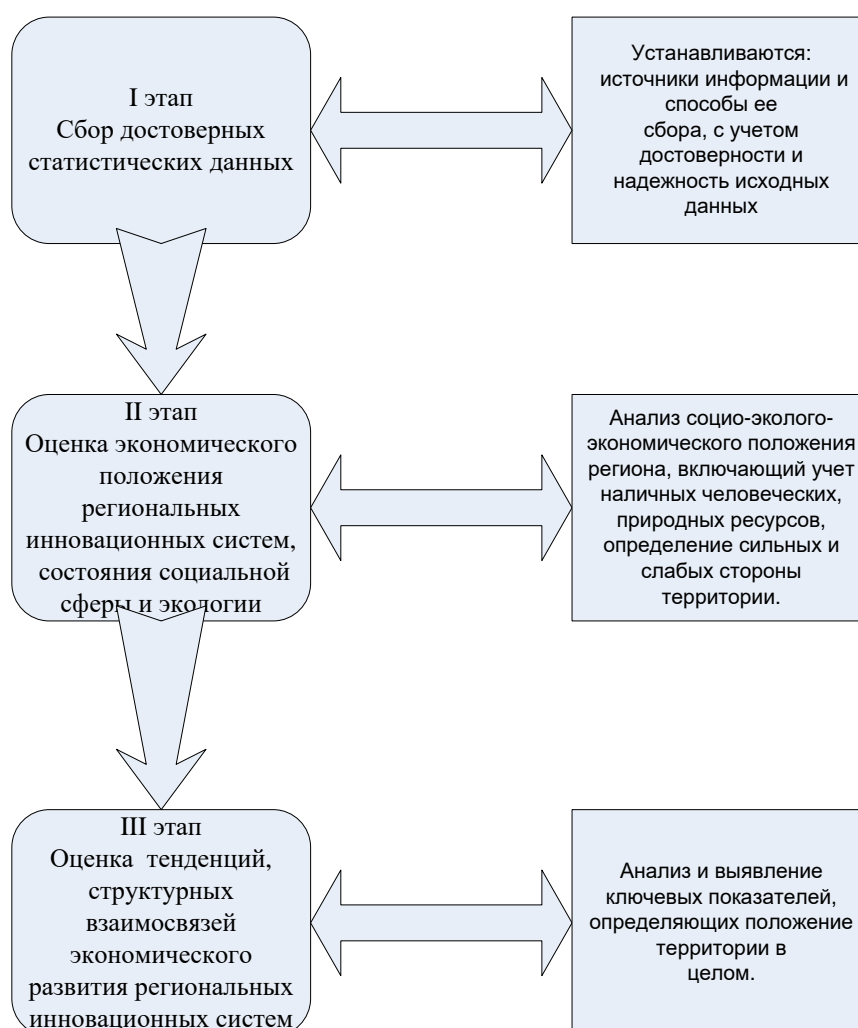


Рис. 1. Алгоритм оценки качества экономического развития

региональных инновационных систем

На каждом этапе была выделена для решения определенная задача, устанавливаются источники информации, способы ее сбора, оценивается достоверность и надежность исходных данных, т.е. решается задача сбора достоверных статистических данных (табл. 1) [7].

Таблица 1

Индикаторы анализа инновационного потенциала региона

Группа показателей	Вид показателей	Источник статистической информации
Уровень образования населения в регионе	Доля работников с высшим и средним специальным образованием в общей численности населения региона	Статистические данные
Инновационно-технические составляющие	Доля инновационно-активных предприятий в регионе по данным бухгалтерского баланса	Статистические данные Расчетные данные
Финансовая составляющая	Доля затрат на технологические инновации в регионе	Статистические данные
Научная составляющая	Доля научных работников, выполняющих научные исследования и разработки в регионе	Статистические данные
Экологическая составляющая	Доля затрат на развитие технологий по переработке отходов в регионе. Сумма удельных выбросов и объемов образования отходов	Статистические данные

Выделяя основные блоки инновационного потенциала региона можно выделить основные индикаторы для анализа.

Под индексом понимается специфическая конструкция, образованная путем комбинации индикаторов. Процесс конструирования индекса часто является одним из способов формирования нового понятия на эмпирическом уровне знания или замены неточного понятия теоретического уровня более точным. Построение индекса можно рассматривать как способ получения значений, не поддающихся непосредственному измерению латентного признака с помощью определенных преобразований значений наблюдаемых признаков (индикаторов) [8]. Индекс в качестве конструкции из индикаторов считается эмпирическим эквивалентом соответствующего ему понятия. Цель введения индикаторов и индексов – оценка ситуации (состояния, обстановки) по каким-то направлениям исследований, на основании которой должен быть дан прогноз возможного развития событий и разработаны рекомендации по обеспечению достижения целей развития рассматриваемых систем [9]. Алгоритм построения индекса, отражающего качество экономического развития региональных инновационных систем, учитывает методику расчета «индекса человеческого развития», включающую в себя среднее арифметическое трех частных индексов:

- индекса научной составляющей, на основе величины доли научных работников, выполняющих научные исследования и разработки в регионе [10];
- индекса образования, измеряемого как совокупный индекс доли работников с высшим и средним специальным образованием в общей численности населения региона;
- индекс наукоемкого ВВП на душу населения с учетом доли инновационно-активных предприятий в общем количестве предприятий и доли затрат на данных предприятиях на технологические инновации в региональной экономике;
- индекс эко-инновационной деятельности, включающий в себя затраты на развитие технологий по переработке отходов в регионе и сумму удельных выбросов и объемов образования отходов.

При расчетах используются унифицированные минимальные и максимальные значения статистических показателей: от 0 и до 100%.

Каждый частный индекс рассчитывается по формуле:

$$I_i = \frac{x_i - x_{i \min}}{x_{i \max} - x_{i \min}} \quad (1)$$

Ряд российских исследователей отмечают такие специфические для индекса региональных инновационных систем с учетом человеческого потенциала недостатки, как недостаточная аргументация принятых пределов изменения базовых показателей, практически свободное взаимозамещение базовых показателей. Предлагаемый интегральный показатель должен включать в себя три блока: экономический, качественно-социальный, экологический. На базе данных блоков строятся частные индикаторы, которые в свою очередь состоят из нормированных значений отдельных показателей [11]. При построении сводного индекса качества экономического развития региональных инновационных систем необходимо исходить из реальной возможности получить те или иные показатели, необходимые для расчетов. Статистические показатели, входящих в состав индекса, должны удовлетворять следующим требованиям: представительность, в соответствии с которой в данном перечне должны быть представлены все основные показатели рассматриваемого информационного блока; информационная доступность, в соответствии с которой привлекаемые к дальнейшему анализу показатели должны быть доступны для их статистической регистрации [12].

Следовательно, они должны входить в номенклатуру официальных статистических показателей или рассчитываться по значениям последних; информационная достоверность, в соответствии с которой используемые статистические данные и частные индикаторы должны адекватно отражать состояние анализируемого аспекта развития экономики. Способ нормирования базируется на определении «наиболее благоприятного» и «наименее благоприятного» значений каждого показателя по совокупности территорий [13]. Формула нормирования значений показателей, оказывающих положительное влияние на качество экономического развития региональных инновационных систем, имеет вид [13]:

$$y_{\text{норм}} = \frac{y_{\text{fact}} - y_{\text{least}}}{y_{\text{most}} - y_{\text{least}}}, \quad (2)$$

для показателей, оказывающих отрицательное влияние, формула преобразуется следующим образом:

$$y_{\text{норм}} = \frac{y_{\text{most}} - y_{\text{fact}}}{y_{\text{most}} - y_{\text{least}}}, \quad (3)$$

где $Y_{\text{норм}}$ – нормированное значение показателя;

$Y_{\text{факт}}$ – фактическое значение показателя;

$Y_{\text{наиб. благ}}$ – наиболее благоприятное значение показателя;

$Y_{\text{наим. благ}}$ – наименее благоприятное значение показателя.

Такой подход позволяет учесть в процедуре оценки положительное или отрицательное влияние, оказывает тот или иной фактор на качество экономического развития региональных инновационных систем с учетом влияния на формирование человеческого потенциала, исходя из смысла или природы относящегося к нему индикатора [14]. Расчет индикаторов по каждой из сфер (образовательной, сфере здравоохранения, сфере культурной и сфере социальной) предлагается производить по формуле средней арифметической:

$$I_j = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}, \quad (4)$$

где I_j – индекс развития j сферы.

Далее проводится анализ и сравнение полученных интегральных оценок состояния экономического развития региональных инновационных систем, их графическое представление и интерпретация. Интегральный показатель оценки качества экономического развития региональных инновационных систем (I) предлагается рассчитывать по формуле среднего геометрического [14]:

$$I = \sqrt[3]{I_1^{\omega_1} \times I_2^{\omega_2} \times I_3^{\omega_3}}, \quad (5)$$

где ω_j – весовые коэффициенты, причем их сумма равна 1.

Реализация предложенной системы оценки с учетом алгоритма позволит исследователю дать количественную оценку качества экономического развития региональных инновационных систем с учетом влияния на формирование человеческого потенциала, провести сравнительный анализ в разрезе субъектов Российской Федерации. Комплексность подхода обеспечивает достоверность результатов исследования [14].

В этой связи интересно проанализировать инновационные экономические системы в следующих областях: как канал распространения технологий, как конкурентную среду и как экспортные возможности.

Существует три возможных канала распространения технологий: импорт, прямые инвестиции и торговля технологиями. Что касается импорта, то был зафиксирован эффект повышения внутреннего технологического уровня и производительности за счет импорта высококачественных зарубежных товаров. Прямые инвестиции также могут способствовать повышению производительности как на начальных, так и на последующих этапах цепочки поставок. В дополнение к побочному эффекту через цепочку поставок также указать на побочный эффект технологий в той же отрасли. Последнее – торговля технологиями. Торговля технологиями в форме лицензирования считается особенно важной для инноваций в химической и фармацевтической областях. Кроме того, можно сказать, что техническое руководство и обучение рабочих могут способствовать ускоренному распространению этих товаров.

Наконец, обеспечение связи между торговлей и инновациями посредством либерализации экономических систем является одним из важных вопросов. Свободная торговля и инвестиционная среда сами по себе являются рамочным условием для продвижения инноваций, и можно сказать, что взаимодействие с более широким кругом областей политики также важно для того, чтобы быть увязанным с реальными инновациями. В этом отношении важно тренировать абсорбционную способность в широком смысле. Это также означает способность усваивать и изучать технологии, уделяя особое внимание отдельным лицам, но также включает более широкие политические контексты: стабильная макроэкономика, рыночное регулирование.

На практике качество экономического развития региональных инновационных систем отражает множество показателей. Поэтому решение проблемы количественной оценки этих показателей позволяет определить перспективность данного исследования.

Список литературы

1. Управление инновационным развитием региона : монография / под ред. А.П. Егоршина. – Н.Новгород : Изд-во НИМБ, 2008. – 283 с.
2. Нуреев Р. Теории развития: новое понимание дуализма // Вопросы экономики. – 2000. – № 10. – С. 134-154.
3. Нуреев Р. Теории развития: неоклассические модели становления рыночной экономики // Вопросы экономики. – 2000. – № 5. – С. 145-158.
4. Шпалтаков В. П. Шумпетер о проблемах инновационного развития // Инновационная экономика и общество. – 2017. – № 2(16). – С. 25-34.
5. Hoskisson R.E., and M.A. Hitt. Downscoping: How to Tame the Diversified Firm. New York: Oxford University Press, 1994.
6. Павлова С. Н. Методические основы оценки инновационного развития региона // Российский экономический интернет-журнал. – 2011. – № 3. – С. 180-193.
7. Зиновьева И. С. Эколого-экономические показатели устойчивого развития регионов в контексте обеспечения качества жизни населения / И. С. Зиновьева, Н. А. Азарова, А. Ю. Небесная // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2021. – Т. 27. – № 2. – С. 114-122.
8. Stroeveva O. A., Lavrikova N. I. Development of Organizational Diagrams and Governance Mechanisms of Region's Economy // Modern Global Economic System: Evolutional Development vs. Revolutionary Leap. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 198. – 2021. – Pp. 1807-1816. – Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-69415-9_199.
9. Павлова С. Н. Комплексная оценка инновационной деятельности: теория, методология, практика / Акад. наук Респ. Саха (Якутия), М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. науч. учреждение «Ин-т региональной экономики Севера». – Якутск : Сфера, 2011. – 21 с.
10. Степанова Ю. Н. Совокупность системообразующих компонентов концепции развития инновационного потенциала хозяйствующих субъектов // Регион: системы, экономика, управление. – 2021. – № 1(52). – С. 224-230.
11. Морковина С. С. Детерминанты инновационной активности предприятий региональной экосистемы // Общество и экономическая мысль в XXI в.: пути развития и инновации : материалы VIII Международной научно-практической конференции (Воронеж, 09 апреля 2020 года). – Воронеж: Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2020. – С. 138-143.
12. Астахин А. С. Управление моделированием жизнедеятельности региональных социально-экономических систем / А. С. Астахин, Л. А. Третьякова // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2019. – Т. 81. – № 4(82). – С. 218-225.
13. Zinoveva I. S. Methods of application of intellectual technologies of decision support for maximizing economic effectiveness of regional economy in the conditions of its sustainable development / I. S. Zinoveva, A. V. Yakovlev, O. A. Pecherskaya // Advances in Intelligent Systems and Computing (см. в книгах). – 2019. – Vol. 726. – P. 337-343.
14. Bahur O. Study on the competitiveness of Russian-made wood panels in the development of import-substituting industries / O. Bahur, A. Yu. Nebesnaya, N. A. Azarova // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science : International Forestry Forum «Forest ecosystems as global resource of the biosphere: calls, threats, solutions», Voronezh, 23 октября 2020 года. – Voronezh: IOP Publishing, 2020. – P. 012037.
15. Monitoring Regional Development Based on Green Indicators / E. A. Yakovleva, A. Y. Nebesnaya, N. N. Fomina, N. A. Azarova // European Research Studies Journal. – 2018. – Vol. 21. – No S1. – P. 535-543.

© Лаврикова Н. И., Азарова Н. А., 2021

УДК 658

Л.А. Парамонова*

**Парамонова Лариса Анатольевна, Поволжский государственный университет сервиса, доцент кафедры «Финансовые рынки и технологии», г.о. Тольятти, e-mail: paralara@yandex.ru*

АНАЛИЗ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ РЕГИОНАЛЬНОГО КОНСОЛИДИРОВАННОГО БЮДЖЕТА (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Ключевые слова: налоговые доходы бюджета, консолидированный бюджет, структура налоговых поступлений, анализ налоговых поступлений

Мобилизация резервов роста налоговых доходов консолидированных бюджетов способствует увеличению собственной доходной части бюджетов и служит важным стимулом к развитию экономического потенциала, повышению эффективности в сфере взимания налогов, сокращения неравенства в бюджетной обеспеченности территорий, поддержания сбалансированности различных уровней бюджетной системы.

Инновационное развитие регионов обеспечивается достаточностью и стабильностью налоговых поступлений, способных укреплять экономику, поддерживать и расширять социальную стабильность.

Совершенствование регионального и местного налогового законодательства является основным приоритетом налоговой политики государства, нацеленной на увеличение собственных доходов бюджетов и уменьшению дотационности. Самарская область занимает лидирующие позиции в части налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ, ежегодно увеличивая налоговые доходы регионального консолидированного бюджета.

Анализ данных об исполнении консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2019 год показал, что налоговые доходы Самарской области в 2019 году составили 95%. В составе налоговых доходов консолидированного бюджета Самарской области поступления налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, налога на доходы физических лиц и прочие налоговые поступления. Наибольший удельный вес составляют поступления налога на доходы физических лиц и налога на прибыль организаций.

Экономическое состояние и развитие регионов основывается на доходной части бюджета. Налоговые доходы – основной источник пополнения доходов регионального бюджета, определяющий налоговый потенциал территорий.

Доходная часть консолидированного бюджета Самарской области формируется за счет налоговых доходов региона и муниципальных образований данного субъекта. Самарская область является одним из лидеров экономики России и занимает второе место по Поволжскому федеральному округу в части налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ. Потенциал Самарской области включает промышленные экономические субъекты добывающей, обрабатывающей отраслей и энергетики, агропромышленный комплекс, транспортная инфраструктура, комплекс сервисно-ориентированных субъектов, обеспечивающих высокую бюджетную доходность региона.

В число лидеров промышленного сектора экономики Самарской области, с долей около 30 % входим автомобилестроение, авиационная и космическая промышленность, химическая и металлургическая промышленность. Активно развивается эффективное сельское хозяйство, торговля, туриско-рекреационный сегмент экономики и сервис услуг населению и другие. Структурные показатели по приоритетным номенклатурным позициям Самарской области представлены в таблице 1[12].

Таблица 1

Доли значимых номенклатурных позиций промышленного комплекса Самарской области в РФ

№пп	НОМЕНКЛАТУРНЫЕ ПОЗИЦИИ	Уд.вес, %%
1	Легковые автомобили	25
2	Аммиак	23
3	Топочный мазут	10
4	Автомобильный бензин, дизельное топливо, первичная переработка нефти	7-8
5	Полимерные пленки, подшипники, пиво	5-6
6	Пластмасса в первичных формах	4
7	Добыча нефти	3

Размер консолидированного регионального бюджета должен быть достаточным источником финансирования для реализации властных функций регионов. Консолидированный бюджет региона представляет собой основу экономической состоятельности и социальной стабильности территорий, способствовать целенаправленному и инновационному развитию промышленного, торгового, сервисного потенциала, строительства и инвестиций, составляющих основной источник налоговых поступлений.

Налоговая состоятельность региональных и местных бюджетов приводит к увеличению собственных доходов бюджетов, уменьшению их дотационности. Именно совершенствование регионального и местного налогового законодательства является основным приоритетом налоговой политики государства.

По итогам 2019 года более 246 млрд. руб. налоговых отчислений было направлено в консолидированный бюджет РФ налогоплательщиками и плательщиками сборов, зарегистрированных в налоговых органах Самарской области, что на 3.3 % больше, чем в 2018 году. В абсолютном выражении налоговые доходы в консолидированный бюджет РФ по Самарской области составили в федеральный бюджет более 111 млрд. руб., в консолидированный бюджет регионального субъекта 135 млрд. руб., из них в местные бюджеты муниципальных образований 29 млрд. руб. [11].

В структуре поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области по итогам 2019 года значительный удельный вес имеют поступления налога на доходы физических лиц, налога на добавленную стоимость, налог на прибыль организаций и имущественные налоги (налог на имущество организаций, налог на имущество физических лиц, земельный налог и транспортный налог).

Структура налоговых поступлений по видам налогов в консолидированный бюджет РФ по Самарской области в 2019 году представлена на рисунке 1.

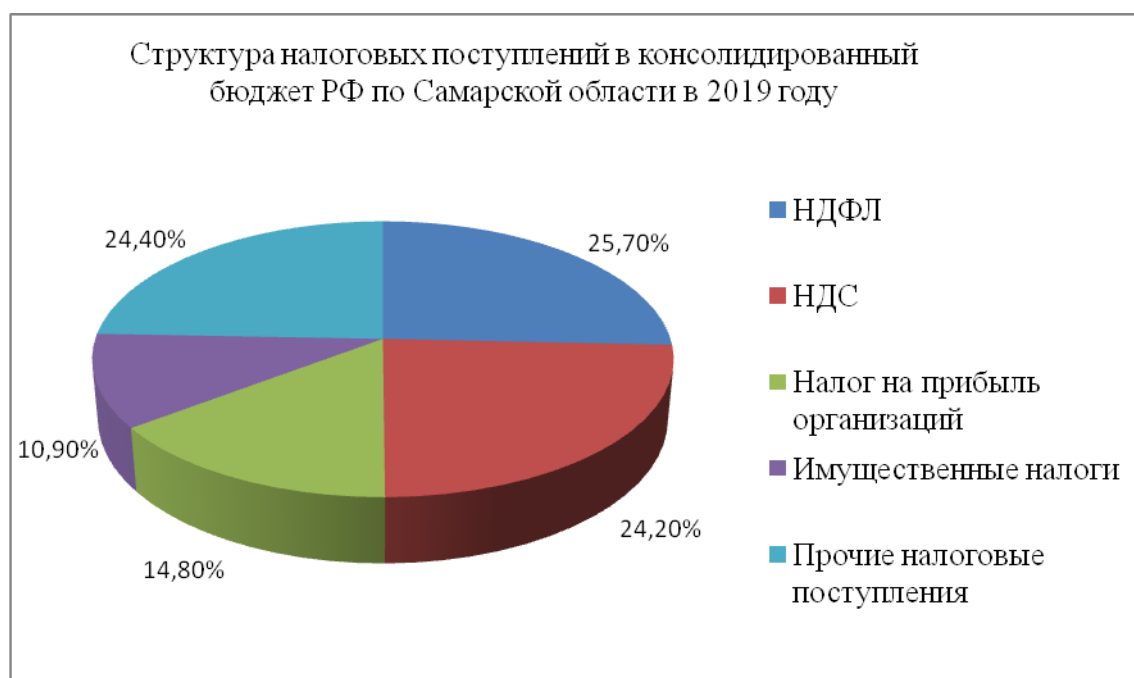


Рис. 1 Структура налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области в 2019 году

Анализ данных, представленных на рисунке 1, показывает наибольший удельный вес в структуре налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области налога на доходы физических лиц, что в абсолютном выражении составляет более 63 млрд. руб., в относительных показателях 25.7 %. Важным является то, что почти 1/3 поступлений составляют поступления налога на доходы физических лиц в местные бюджеты муниципальных образований.

В абсолютном выражении сумма поступлений налога на добавленную стоимость составила в 2019 году около 60 млрд. руб., в структуре данные налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области поступления занимают второе место и составляют 24,2 %.

Третье место в структуре налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области занимают поступления налога на прибыль организаций. Налоговые доходы по налогу на прибыль организаций в 2019 году составили более 36 млрд. руб. или 14,8 % от общей суммы поступлений. Из них, поступления налога на прибыль организаций в федеральный бюджет составили 3,8 млрд. руб. или 10 %, в бюджет субъекта РФ Самарской области 32,6 млрд. руб. или 90 %.

Удельный вес имущественных налогов (налог на имущество организаций, налог на имущество физических лиц, земельный налог и транспортный налог), поступивших в консолидированный бюджет РФ по Самарской области, составил 10,9% в общем объеме поступлений в консолидированный бюджет РФ или более 26 млрд. рублей.

В абсолютном выражении в консолидированный бюджет Самарской области, с учетом крупнейших налогоплательщиков в 2019 году зачислено более 202 млрд. руб., что в 2018 году более 197 млрд. руб. Темп прироста составил 2,7 % или в абсолютном выражении 5,3 млрд. руб.

По итогам 9 месяцев 2020 года более 144 млрд. руб. налоговых отчислений направлено в консолидированный бюджет РФ налогоплательщиками и плательщиками сборов, зарегистрированных в налоговых органах[11].

В абсолютном выражении налоговые доходы в консолидированный бюджет РФ по Самарской области составили в федеральный бюджет более 54 млрд. руб., в

консолидированный бюджет регионального субъекта 90,8 млрд. руб., из них в местные бюджеты муниципальных образований 18,6 млрд. руб.

В структуре поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области по 9 месяцев 2020 года значительный удельный вес имеют поступления налога на добавленную стоимость, налога на доходы физических лиц, налог на прибыль организаций и имущественные налоги (налог на имущество организаций, налог на имущество физических лиц, земельный налог и транспортный налог).

Структура налоговых поступлений по видам налогов в консолидированный бюджет РФ по Самарской области за 9 месяцев 2020 года представлена на рисунке 2.

Анализ данных, представленных на рисунке 2, показывает наибольший удельный вес в структуре налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области налога на добавленную стоимость, что в абсолютном выражении составляет более 46 млрд. руб., в относительных показателях 31,9%.

В абсолютном выражении сумма поступлений налога на доходы физических лиц за 9 месяцев 2020 года составила около 45 млрд. руб., в структуре данные налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области поступления занимают второе место и составляют 30,6 %. Важным является то, что почти 1/3 поступлений составляют поступления налога на доходы физических лиц в местные бюджеты муниципальных образований.



Рис. 2 Структура налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области за 9 месяцев 2020 года

Третье место в структуре налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ по Самарской области занимают поступления налога на прибыль организаций. Налоговые доходы по налогу на прибыль организаций за 9 месяцев 2020 года составили более 24 млрд. руб. или 16,7 % от общей суммы поступлений. Из них, поступления налога на прибыль организаций в федеральный бюджет составили 2,5 млрд. руб. или 10,3 %, в бюджет субъекта РФ Самарской области 21,7 млрд. руб. или 89,67 %.

Удельный вес имущественных налогов (налог на имущество организаций, налог на имущество физических лиц, земельный налог и транспортный налог), поступивших в консолидированный бюджет РФ по Самарской области, составил 11 % в общем объеме поступлений в консолидированный бюджет РФ или более 16 млрд. рублей.

В абсолютном выражении в консолидированный бюджет РФ по Самарской области, с учетом крупнейших налогоплательщиков за 9 месяцев 2020 года зачислено налогов более 137 млрд. руб.

Анализ данных Министерства финансов РФ об исполнении консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2019 год показал, что доходы субъекта РФ – Самарской области в

2019 году составили более 186 млрд. руб., из них 95% налоговые доходы, что в абсолютном выражении составляет более 176 млрд. руб. [10]. В составе налоговых доходов консолидированного бюджета Самарской области поступления налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, налога на доходы физических лиц и прочие налоговые поступления. Структура налоговых доходов в консолидированный бюджет Самарской области представлена на рисунке 3.

Анализ данных, представленных на рисунке 3 показывает, что наибольший удельный вес составляют поступления налога на доходы физических лиц и составляют более 63 млрд. руб. или 35,80%.



Рис. 3 Структура налоговых доходов консолидированного бюджета Самарской области за 2019 год

Поступления налога на прибыль в консолидированный бюджет Самарской области в 2019 году составили более 56 млрд. руб. или 31,82%. Налоговые доходы от поступлений регионального налога на имущество организаций составили 9,08% или в абсолютном выражении более 16 млрд. руб. Удельный вес прочих налоговых поступлений, включая поступления местных налогов, составляет 23,30% или в абсолютном выражении более 41 млрд. руб.

Таким образом, налоговые доходы – основной источник пополнения доходов регионального бюджета, определяющий налоговый потенциал территорий.

Доходная часть консолидированного бюджета Самарской области формируется за счет налоговых доходов региона и муниципальных образований данного субъекта. Самарская область является одним из лидеров экономики России и занимает второе место по Поволжскому федеральному округу в части налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) : от 31.07.1998 N 146-ФЗ : [принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. : одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 г.] : - Текст : электронный // КонсультантПлюс : сайт. - URL: <http://www.consultant.ru>
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) : от 05.08.2000 N 117-ФЗ : [принят Гос. Думой 19 июля 2000 г. : одобрен Советом Федерации 26 июля 2000 г.] : -Текст : электронный // КонсультантПлюс : сайт. - URL: <http://www.consultant.ru>
3. Аронов, А. В. Налоговая политика и налоговое администрирование : учеб.пособие / А. В. Аронов, В. А. Кашин. - 2-е изд. - Документ read. - Москва : Магистр [и др.], 2019. - 542 с. - Библиогр.: с. 542. - URL: <https://znanium.com/read?id=333694>
4. Агузарова Ф.С. Роль региональных и местных налогов в формировании доходов консолидированных бюджетов субъектов России // Международный бухгалтерский учет. 2020. N 3. С. 329 - 341.

5. Ермакова Ю.С. Налоговый потенциал в системе бюджетного федерализма и стимулирования регионального развития // Международный бухгалтерский учет. 2020. N 3. С. 342 - 360.
6. Малкина М.Ю., Балакин Р.В. Оценка риска и эффективности налоговых систем российских регионов на разных уровнях бюджетной системы // Международный бухгалтерский учет. 2020. N 2. С. 206 - 223.
7. Осипова Е.С. Формирование и оценка налогового потенциала субъекта Российской Федерации // Налоги. 2012. N 2. С. 26 - 29.
8. Перонко И.А., Горелко А.И. Проблемы формирования налоговой базы на региональном и местном уровнях // Международный бухгалтерский учет. 2012. N 39. С. 39 - 44.
9. Цепелев О.А., Колесникова О.С. Оценка влияния теневой экономики на величину налоговых доходов бюджета: региональный аспект // Международный бухгалтерский учет. 2019. N 11. С. 1309 - 1324.
10. Официальный сайт Министерства финансов РФ. - <https://minfin.gov.ru>
11. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. - <https://www.nalog.ru>
12. Официальный сайт Министерства экономического развития и инвестиций Самарской области. - <https://economy.samregion.ru/>

© Парамонова Л.А., 2021

УДК 338.47:656(575.3)

Т. И. Тохиров***Тохиров Тохиржон Исломонович, старший преподаватель**Таджикский технический университет имени академика М. С. Осими, г. Худжанд
Республика Таджикистан*tohirov.82@mail.ru

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Ключевые слова: кадровая безопасность, финансовая безопасность, транспортная безопасность, энергетическая безопасность, производственно-техническая безопасность, научно-техническая безопасность, информационная безопасность, экологическая безопасность, продовольственная безопасность, экономическая безопасность региона.

В последние годы значительно возрастает интерес к проблеме обеспечения экономической безопасности стран и их регионов. Акцент на региональном аспекте экономической безопасности обусловлен тем, что каждая обособленная территория государства, как правило, обладает своей собственной спецификой, которую следует учитывать при определении концептуальных направлений и конкретных путей обеспечения экономической безопасности региона. Базисом обеспечения экономической безопасности региона является наличие определенных факторов внутреннего и внешнего характера как совокупности возможностей в области создания, распространения и использования определенных благ. Существенным для региона являются не только сами эти факторы, но и то, насколько эффективно они используются, поскольку если возможности существуют, но не используются, положительных изменений не возникает, так как в определенный промежуток времени условия меняются. Более того, неэффективное использование условий в пространстве и времени способно привести к отрицательным изменениям существующих условий. Таким образом, проблема обеспечения экономической безопасности региона является актуальной и с точки зрения науки, и с точки зрения практики, что в свою очередь и обусловило выбор направления исследования, результаты которого представлены в данной работе.

В статье рассмотрена сущность понятия таких терминов, как безопасность и экономическая безопасность региона и проанализированы существующие подходы к трактовке понятия «экономическая безопасность».

Предложено авторское определение понятию экономическая безопасность региона как совокупность условий и факторов, направленных на обеспечение справедливой и адаптивной экономической среды, способствующей инновациям, устойчивому развитию, обеспечивающей надлежащий уровень жизни населения, со способностью противостоять угрозам любого характера.

Выполнена сравнительная характеристика методов оценки экономической безопасности региона. Предложен метод оценки уровня экономической безопасности региона, который опирается на исследование значения базовых показателей экономической безопасности региона, с расчетом интегральных показателей экономической безопасности региона. Приведение базовых показателей экономической безопасности отдельного региона в сопоставимый вид путем их нормирования относительно средних значений по всем территориям страны. Предложено нормирование базовых показателей оценки состояния экономической безопасности региона. Экономическая безопасность оценена путем расчёта интегрального коэффициента, методом многомерного сравнительного анализа. Для оценки экономической безопасности региона использована группа показателей кадровой, финансовой, транспортной, энергетической, производственно-технологической, научно-технической, информационной, экологической, продовольственной безопасности,

позволяющие получение представления об экономической безопасности в целом. Предложено для каждого показателя безопасности определять наилучшее (эталонное) значение, которое принимается за единицу, далее осуществляется сравнение показателей по каждой составляющей безопасности с эталоном.

Экономическая безопасность региона – это понятие, относящееся к термину «национальная безопасность», но суженное до экономических основ функционирования определенного региона. Этот термин связан с научной дисциплиной, экономикой, политологией и наукой о безопасности, и в зависимости от взглядов исследователя ему дается конкретное определение. Критерием разделения в этом вопросе является своеобразный взгляд на доминирующее в пространстве видение модели функционирования региональной экономики и общества, а также международной реальности.

Экономическая безопасность – это бесперебойное функционирование экономик и поддержание сравнительного баланса с экономиками других стран. Оценка уровня экономической безопасности региона состоит в анализе основных показателей развития, таких как национальный доход, национальный доход на душу населения, покупательная способность – на неизменном или более высоком уровне и участие в мировой покупательной способности. Финансовое измерение экономической безопасности является одним из четырех измерений экономической безопасности, таких как измерение сырья и энергии, измерение продовольствия и доступ к чистой воде. Оценка уровня экономической безопасности региона логически связана с другими сферами безопасности, что позволяет проводить всесторонний анализ экономической безопасности любого региона.

Угрозы экономической безопасности появляются в результате процесса обеспечения экономической безопасности, приводящего к нестандартным действиям, таким как замораживание частных активов или ограничение конвертируемости валюты. Отсутствие мер по обеспечению экономической безопасности регионов приводит к угрозе суверенитета и территориальной целостности государства.

Одной из основных функций государства является стремление обеспечить (как на международном, так и на региональном уровне) безопасность своих граждан и организаций, действующих на его территории. Обеспечение экономической безопасности региона – это долгосрочный процесс изменений, происходящих в экономике, он включает количественные изменения в экономике (то есть увеличение производства, занятости, потребления, капитала и других экономических ценностей), а также качественные изменения. Качественные изменения включают, например, повышение квалификации рабочей силы, технический и технологический прогресс, модернизацию структуры экономики, повышение уровня эффективности управления, улучшение структуры товаров и услуг, производимых в данном регионе.

Для оценки уровня экономической безопасности региона необходимо дать наиболее точное определение понятию и определить его состав. За последнее время в отечественной и международной практике исследований сформировалось множество подходов к рассмотрению понятия экономической безопасности региона, его сущности и состава.

При анализе понятия «экономическая безопасность» следует рассмотреть, как трактуется само понятие «безопасность» в науке. Происхождение слова «безопасность» означает прежде всего отсутствие опасности, то есть внутреннее или внешнее состояние какого-либо элемента или объекта, и заключается в невозможности причинения ему вреда извне.

В научной литературе существует большинство авторских трактовок понятия «безопасность» – трактуется как процесс, система, созданные условия, либо свойство общественного состояния или процесса. Понятие «безопасность» носит универсальный характер, что может быть использовано в таких сферах науки, как экономика, социология, политология и философия [1].

Впервые в обиход научного мышления понятие «экономическая безопасность» вошла во времена Великой Депрессии. В 1934 году в США был создан Федеральный комитет по экономической безопасности, задачами которого являлась нормализация и стабилизации социальной обстановки, обеспечение защищенности частных лиц и домохозяйств от резкого ухудшения финансового положения. В научной литературе существует множество авторских трактовок понятия «экономическая безопасность», рассмотренных с различного аспекта данного понятия. Автор в своем исследовании [2] провел детальный анализ подходов к трактовке понятия экономической безопасности, объединив их на 33 группы по классификационному признаку.

Существующее многообразие трактовок не дает возможность точно и четко определить содержание и сущность понятия «экономической безопасности», вследствие чего все авторские определения следует сгруппировать в зависимости от содержательной нагрузки:

1. Как определенное состояние экономики, общества и государства – авторы трактовок такие учёные, как А. А. Прохожев [3], И. Я. Богданов [4], О. А. Бельков [5], В. Паньков [6], В. К. Сенчагов [7], Н. П. Купрещенко [8], Л. Э. Гаджиева [9], А. А. Мага [10], В. А. Богомолов [11], Л. И. Абалкин [12], С. А. Афонцев [13].

2. Как формируемые и создаваемые условия, характеризующие ее состояние – авторы трактовок такие учёные, как А.Б. Борисов [14], М. А. Азарская и В. Л. Поздеев [15], Б. А. Райзберг [16], А. Илларионов [17], Г. М. Яшин [18].

3. Как возможности (способности или уровни развития) общества и его экономической системы – авторы трактовок такие учёные, как С. В. Блохин [19], Ю. И. Владимиров и А. С. Павлов [20], Т. В. Илюткина [21], И. С. Цыцин и В. Р. Веснин [22], В. Л. Тамбовцева [23].

Дефиниция понятия экономической безопасности, предлагаемая первой группой ученых-практиков и теоретиков, подчёркивает прямую зависимость состояния защищённости экономической системы от каких-либо угроз и вызовов и характеризует способностью самостоятельного выбора путей дальнейшего развития, безопасности важных для общества объектов и сбалансированности всех элементов, которые образуют национальную экономическую систему.

Вторая группа исследователей объединяют определение экономической безопасности через создание и формирование определенных условий, характеризующих ее состояние и развитие. Понятие трактуется в тесной взаимосвязи с существующими экономическими, политическими и правовыми условиями, с сформированными государством и выражающими состояние объекта безопасности, ее стабильный и устойчивый рост, а также способность противостоять негативным действиям объектов опасности.

Третья группа ученых трактуют понятие экономической безопасности как формирование (созданные) органами государственной власти условий, способствующих стабильности объекта безопасности, ее независимости (самостоятельности) и способности (иммунитет к определённым видам угроз) противостоять возможным угрозам.

Можно согласиться с мнением А. Л. Носова, который полагает, что состояние экономической безопасности – это режим функционирования национальной экономики, позволяющий сохранять принятые в обществе условия жизнедеятельности населения и обеспечивать экономику необходимыми ресурсами в том объеме, который поддержит темп устойчивого роста экономики [24].

По нашему мнению, экономическая безопасность региона – это совокупность условий и факторов, направленных на обеспечение справедливой и адаптивной экономической среды, способствующей инновациям, устойчивому развитию, обеспечивающий надлежащий уровень жизни населения, со способностью противостоять угрозам любого характера.

В этом контексте представляется желательным иметь инструменты для оценки уровня экономической безопасности региона. Для органов государственной власти регионов, эта оценка имеет особое значение, поскольку они должны продемонстрировать актуальность сделанного выбора и эффективность экономической политики, оценка демонстрирует, как выбранный курс влияет на социально-экономическое развитие. Поэтому качество

проведенной оценки играет центральную роль в этом процессе. Однако доступные инструменты не кажутся полностью адаптированными к заданным условиям. Существующие методы оценки уровня экономической безопасности региона можно сгруппировать по следующим направлениям:

1. Сравнение показателей макроэкономики с их пороговыми значениями.
2. Ранжирование территорий по уровню угроз на основе метода экспертной оценки.
3. Оценка при использовании основных показателей макроэкономики темпов и динамики экономического роста.
4. Прикладные математические методы, например многомерного анализа.
5. Оценка уровня экономической безопасности региона через пороговые уровни показателей.
6. Оценка уровня безопасности регионов на основе балльной оценки выбранных показателей.

Несомненно, каждый из этих методов применим к оценке, однако в силу ограниченных данных по показателям, целесообразным будет комбинирование нескольких методов, с целью сравнения результатов и на их основе проведение оценки вероятных и существующих угроз. Наиболее подходящим методом в сегодняшних реалиях для оценки состояния экономической безопасности регионов считаем комплексный, включающий в себя элементы макроэкономического, динамического, экономико-математического метода.

Частично принцип подобного разделения может основываться на ряде субъективных подходов (к примеру, на экспертно-рейтинговом). Также во многом выбор метода будет базироваться на имеющейся статистическо-информационной базе для исследования. Руководствуясь тем, что оценка экономической безопасности региона включает в себя анализ ряда отдельных сфер жизнедеятельности общества: социально-демографической, экономической, финансовой, продовольственной, экологической и т.д., имеет место быть оценка интегрального либо комплексных показателей по каждой сфере или выделенному направлению. Поэтому при выборе методического подхода оценки региональной экономической безопасности логичнее исследовать показатели с помощью их сравнения с нормативными (если они установлена) либо с учетом выделения эталонных значений в выборке.

Многими исследователями уделяется активное внимание поиску и разработке систем и групп отдельных показателей для оценки экономической безопасности. Во многих методиках исследователи используют ряд показателей, сформированных по принципу выделения ключевых направлений для анализа, исходя из их стратегического значения для регионов.

Обеспечение экономической безопасности является мерой ресурсных возможностей региона по формированию устойчивой экономики. Изучение литературы по проблематике исследования показало, что экономическая безопасность является комплексным показателем, для расчета которого используются частные показатели, позволяющие оценить различные аспекты, под влиянием которых формируется экономическая безопасность региона.

Предлагаемый метод оценки уровня экономической безопасности региона

Оценка состояния экономической безопасности имеет огромное значение в управлении регионом. В работах предложены принципиально различные модели оценки и системы показателей экономической безопасности, что позволяет сделать вывод, по крайней мере, о несовершенстве методического инструментария процесса управления обеспечением экономической безопасности регионов, что обуславливает целесообразность изучения точек зрения по данному вопросу.

Первым шагом алгоритма оценки является исследование значения базовых показателей экономической безопасности региона, далее показателям присваиваются весовые значения в баллах, их значения варьируют в соответствии с выбранной шкалой

(например, 10-балльной или 100-балльной). Следующим шагом алгоритма является свертка показателей в единый интегральный:

$$\Pi_k^a = \frac{\sum_{j=1}^L \Pi_k^j}{L}, \quad (1)$$

где Π_k^a – агрегированная оценка весового коэффициента, принадлежащего k-му базовому показателю экономической безопасности региона;

L – число экспертов, участвующих в оценке;

Π_k^1 – весовой коэффициент, присвоенный k-му базовому показателю 1-м экспертом.

Расчет интегральных показателей экономической безопасности региона в свою очередь включает в себя следующие этапы:

1. Приведение базовых показателей экономической безопасности отдельного региона в сопоставимый вид путем их нормирования относительно средних значений по всем регионам страны. Для каждого базового показателя экономической безопасности региона рассчитывается среднее по стране значение по формуле:

$$\Pi_k^c \cdot (x + \pi)^n = \frac{\sum_{j=1}^Q \Pi_k^j}{Q}, \quad (2)$$

где Π_k^c – среднее по стране значение k-го базового показателя экономической безопасности региона;

Q – число регионов;

Π_k^j – k-й базовый показатель i-го региона страны.

Нормирование базовых показателей экономической безопасности региона осуществляется по формуле:

$$\Pi_{k1} = \frac{\Pi_k}{\Pi_k^c}, \quad (3)$$

где Π_{k1} – нормированный относительно среднего по стране k-й базовый показатель экономической безопасности региона;

Π_k – k-й базовый показатель экономической безопасности региона.

2. Определение значений интегральных показателей экономической безопасности региона (ИП_э) на основе соответствующих нормированных базовых показателей и весовых коэффициентов:

$$\text{ИП}_э = \sum_{k=1}^K \Pi_{k1} \cdot \Pi_k^a. \quad (4)$$

Экономическую безопасность региона можно оценить путем расчёта интегрального коэффициента методом многомерного сравнительного анализа. Для оценки экономической безопасности региона используют группу показателей кадровой, финансовой, транспортной, энергетической, производственно-технологической, научно-технической, информационной, экологической, продовольственной безопасности, позволяющих получить представление об экономической безопасности в целом. Наполнение блоков показателями представлено на табл. 1.

Таблица 1

Составляющие экономической безопасности региона и их показатели

Сфера безопасности	Наименование показателей
Кадровая	Численность родившихся на 1000 человек населения
	Миграционная убыль населения
	Удельный вес населения трудоспособного возраста в общей численности населения
	Удельный вес занятых с высшим образованием в экономике региона
	Доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума
	Коэффициент дифференциации доходов
	Среднегодовая численность занятых в экономике
Финансовая	Доходы регионального бюджета, сомон
	Расходы регионального бюджета, сомон
	Профицит (дефицит) регионального бюджета, сомон
	Уровень бюджетных доходов на душу населения, сомон
	Налоговые поступления в бюджет, сомон
	Бюджетный профицит (дефицит) на душу населения, сомон
Транспортная	Объем перевезенных пассажиров, млн пасс.
	Объем перевезенных грузов, т
	Среднее время транспортировки грузов и пассажиров, ч
	Густота железнодорожных путей, км путей на 1000 м ² территории
	Густота автодорог с твердым покрытием, км путей на 1000 м ² территории
	Количество ДТП на 10000 населения
Энергетическая	Общий объем добычи и производства всех видов энергоресурсов в регионе, т н.э
	Общий объем потребления всех видов энергоресурсов в рассматриваемом регионе, т н.э.
	Наличие собственных энергетических ресурсов (углеводородное сырье, водные ресурсы) и природная среда территории (ветра, солнечная активность)
Производственно-техническая	Число использованных передовых производственных технологий на 1000 предприятий
	Число созданных передовых производственных технологий на 1000 предприятий
	Стоимость основных фондов в % к ВРП
Научно-техническая	Объем инновационных товаров, работ, услуг
	Количество выданных патентов на 10000 занятого населения
Информационная	Удельный вес персональных компьютеров, подключенных к Интернету от общего количества вычислительной техники в сфере общественного производства, %
	Число компьютеров на 1000 чел., занятых в общественном производстве, ед.
	Число телефонов на 100 жителей, шт./ 100 чел.
	Текущие затраты на охрану окружающей среды, сомон
	Количество объектов, имеющих стационарные источники

Сфера безопасности	Наименование показателей
Экологическая	выбросов (единиц)
	Посевные площади сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий, гектар
	Выброшено в атмосферу загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, тыс. тонн
Продовольственная	Доля расходов на продовольствие в общих расходах отдельных групп населения
	Территориальная доступность продуктов, измеряемая путем сравнения уровня розничных цен на одинаковые товары в разных регионах страны
	Уровень «удобства» продовольствия (доля в потреблении современных продуктов, которые снижают потери и экономят время работы в домашнем хозяйстве)
	Степень «натуральности» и доброкачественности продуктов, влияние качества продуктов на состояние здоровья и продолжительность жизни, в том числе продуктов, полученных с помощью методов генной инженерии и биотехнологии

Источник: составлено автором с использованием [15, 16]

Для каждого показателя безопасности определяется наилучшее (эталонное) значение, которое принимается за единицу. Далее осуществляется сравнение показателей по каждой составляющей безопасности с эталоном. Полученные значения подставляются в формулу:

$$\text{ЭБ}_k = \sqrt{\sum X_k^2}, \quad (5)$$

где ЭБ_k – интегральный показатель k-го блока;

X_k^2 – интегральный коэффициент.

После расчета интегральных значений по четырем блокам, рассчитывается среднее значение показателя экономической безопасности.

$$\bar{X} = \frac{\sum \text{ИП}_k}{4}, \quad (6)$$

где \bar{X} – среднее значение показателя экономической безопасности региона.

Нами предлагается рассчитывать экономическую безопасность региона, исходя из выделенных ранее девяти компонентов, включенных в структуру показателя по формуле

$$\text{ЭБ} = \sqrt[9]{K_B \cdot \Phi_B \cdot T_B \cdot \text{Э}_{\text{нер}} \cdot \text{Пр}_B \cdot N_B \cdot I_B \cdot \text{Э}_{\text{ко}} \cdot \text{Прод}}, \quad (7)$$

где K_B – кадровая безопасность;

Φ_B – финансовая безопасность;

T_B – транспортная безопасность;

$\text{Э}_{\text{нер}}$ – энергетическая безопасность;

Пр_B – производственно-техническая безопасность;

N_B – научно-техническая безопасность;

I_B – информационная безопасность;

$\text{Э}_{\text{ко}}$ – экологическая безопасность;

Прод – продовольственная безопасность.

Следует отметить, что оценка экономической безопасности региона является весьма затруднительной, поскольку в подавляющем большинстве в методиках используются весовые значения, которые присваиваются показателям, исходя из суждений экспертов. Тем

самым в оценке зачастую присутствует доля субъективизма, которую сложно устранить. Актуальность оценки экономической безопасности региона обуславливает то внимание, которые привлекают не только показатели, позволяющие оценить уровень экономической безопасности региона.

Список литературы

1. Миронова О. А. Национальная и экономическая безопасность России // Ученые записки Института управления, бизнеса и права. Серия: Экономика. – 2013. – № 3. – С. 251-261.
2. Фефилова Т. Ю. Модель управления экономической безопасностью региона [Электронный ресурс] // Науковедение: интернетжурнал. – 2014. – Вып. 6 (25) ноябрь-декабрь. – URL: <http://naukovedenie.ru/index.php?p=issue-6-14> (дата обращения 02.11.2018).
3. Тохиров Т. Угрозы экономической безопасности развитию автотранспортных предприятий и пути их снижения // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – № 2. – С. 34-37.
4. Богомолов В. А. Экономическая безопасность. – М. : Юнити-Дана, 2009. – 295 с.
5. Бельков О. А. Понятийно-категориальный аппарат концепции национальной безопасности // Безопасность. – 1994. – № 3. – С. 91-94.
6. Паньков В. С. Экономическая безопасность: новые аспекты проблемы // Внешняя торговля. – 1992. – № 6. – С. 26-28.
7. Сенчагов В. К. Инновационные преобразования как императив экономической безопасности региона: система индикаторов / В. К. Сенчагов, Ю. М. Максимов, С. Н. Митяков, О. И. Митякова // Инновации. – 2011. – № 5. – С. 56-61.
8. Купрещенко Н. П. Экономическая безопасность. – М., 2005. – 54 с.
9. Гаджиева Л. Э. Налогообложение как особый системный инструмент государственного регулирования экономической безопасности России: дисс. ... канд. экон. наук / Л. Э. Гаджиева. – М., 2003. – 27 с.
10. Маханько Г. В. Экономическая безопасность и конкурентоспособность региона как важнейшая составляющая экономической безопасности России [Электронный ресурс] // Научный журнал КубГАУ – Scientific Journal of KubSAU. – 2015. – № 105. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost> (дата обращения 05.11.2018).
11. Богомолов В. А. Экономическая безопасность. – М. : Юнити-Дана, 2009. – 295 с.
12. Абалкин Л. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение // Вопросы экономики. – 1994. – № 12. – С. 4-16.
13. Афонцев С. А. Дискуссионные проблемы национальной экономической безопасности // Россия XXI. – 2001. – № 2. – С. 62-69.
14. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
15. Азарская М. А. Экономическая безопасность предприятия: учетно-аналитическое обеспечение : монография / М. А. Азарская, В. Л. Поздеев. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015. – 216 с.
16. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М., 2006. – 132 с.
17. Илларионов А. Критерии экономической безопасности // Вопросы экономики. – 1998. – № 10. – С. 47-54.
18. Яшин Г. М. Методы государственного управления обеспечением экономической безопасности региона на основе противодействия теневой экономике: автореф. дисс. ... канд. экон. наук / Г. М. Яшин. – СПб., 2004. – С. 13.
19. Блохин С. В. Понятие экономической безопасности [Электронный ресурс] // Вестник Российской академии государственной службы при Президенте Российской

- Федерации. – URL: <http://oad.rags.ru/vestnikrags/issues/issue0506/090508.htm> (дата обращения 25.11.2017).
20. Владимиров Ю. И. Внешнеэкономический аспект экономической безопасности Российской Федерации / Ю. И. Владимиров, А. С. Павлов // *Безопасность*. – 1994. – № 3. – С. 60-65.
 21. Илюткина Т. В. Сущностная и структурная характеристика понятия «Экономическая безопасность» // *Вестник ОГУ*. – 2006. – № 8. – С. 10-15.
 22. Цыцин И. С. *Мировая экономика: учебник* / И. С. Цыцин, В. Р. Веснин. – М., 2006. – 248 с.
 23. Тамбовцев В. Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура проблемы // *Вестник МГУ. Сер. 6. Экономика*. – 1995. – № 3. – С. 3-9.
 24. Носов А. Л. Прогнозирование социально-экономического развития как инструмент обеспечения национальной экономической безопасности / А. Л. Носов // *Инновационное развитие экономики*. – 2018. – № 3 (45). – С. 306-311.
 25. Тохиров Т. И. Развитие автотранспортной системы региона: опыт Республики Таджикистан // *Вестник Поволжского института управления*. – 2013. – № 6 (39).
 26. Межевич Н. М. Механизм влияния международного сотрудничества на инновационное развитие регионов // *Экономика и управление*. – 2007. – № 6. – С. 63–65.
 27. Севек В. К. Понятия «регион» и «региональная экономическая система» / В. К. Севек, А. Э. Чульдум // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2012. – № 26. – С. 10-14.
 28. Россинская М. В. *Методология обеспечения устойчивого развития территории в рамках эколого-экономической безопасности: автореф. дисс. ... д-ра экон. наук: 08.00.05* / Рост. гос. строит. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2006. – 46 с.
 29. Вик С. В. *Промышленная политика как фактор обеспечения экономической безопасности: на примере Кемеровской области: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05, 08.00.01* / С. В. Вик. – Кемерово, 2004. – 24 с.
 30. Сизов Ю. И. *Экономическая безопасность региона и ее ориентация на эффективность и конкурентоспособность бизнеса: дисс. ... д-ра экон. наук: 08.00.05* / Ю. И. Сизов. – М., 2005. – 105 с.
 31. Самойлова Л. К. *Методические аспекты оценки экономической безопасности региона: по материалам Оренбургской области: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05* / Л. К. Самойлова. – СПб., 2004. – 209 с.
 32. *Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность)* / под ред. Е. А. Олейникова. – М., 1997.
 33. Дюженкова Н. В. Система критериев и показателей для оценки состояния экономической безопасности // *Информационный бизнес в России : сб. науч. тр. по материалам науч.-практ. семинара*. – Тамбов, 2001. – С. 42.
 34. *Экономическая и национальная безопасность : учеб. для вузов* / под ред. Е. А. Олейникова. – М., 2005.
 35. Абалкин Л. *Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение* // *Вопросы экономики*. – 1994. – № 12. – С. 48-59.
 36. Мухитов Н. М. *Формирование национальной системы экономической безопасности в условиях глобализации: дисс. ... канд. экон. наук*. – М., 2006.
 37. Глазьев С. Ю. *Основа обеспечения экономической безопасности страны: альтернативный реформационный курс* // *Российский журнал*. – 1997. – № 1.
 38. Долматов И. В. *Формирование региональной системы обеспечения экономической безопасности : дисс. канд. экон. наук*. – М. : РГБ, 2007.
 39. Дюженкова Н. В. Система критериев и показателей для оценки состояния экономической безопасности // *Информационный бизнес в России : сб. науч. тр. по материалам науч.-практ. семинара*. – Тамбов, 2001. – С. 42.

40. Филеткин О. С. разработка системы мониторинга экономической безопасности региона. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/ ONG/Economics/13_filetkin o.s.doc.htm
41. Воронин П. М. Анализ и оценка экономической безопасности региона : дисс. ... к.э.н. – Н. Новгород, 2001.
42. Новикова И. В., Красников Н. И. Индикаторы экономической безопасности региона // Экономика. – 2009. – № 11. – С. 132-139.
43. Абдулаева З. З. Организационные основы системы мониторинга экономической безопасности региона // Режим доступа: <http://www.rppe,rb./ wp-content/uploads/2011/05/abdulaeva-zz.p>.
44. Гук С. В. Экономическая безопасность регионального развития: институциональные условия, социальные императивы, инструментарий обеспечения (на примере Дальневосточного федерального округа) : автореф. ... к.э.н. – Ростов-на-Дону, 2008.
45. Волков С. П. Особенности обеспечения экономической безопасности отрасли национальной экономики. – Режим доступа: <http://www. cfin.ru/bandurin/ article/sbrnO 5/04. Shtml>
46. Уткин Э. А., Денисов А. Ф. Теория государственного управления. Государственное и муниципальное управление. – Режим доступа: <http://polbu.ru/utkin govmanagement/ch 27 all.html>
47. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность) / под ред. Е. А. Олейникова. – М., 1997.
48. Дюженкова Н. В. Система критериев и показателей для оценки состояния экономической безопасности // Информационный бизнес в России: Сб. науч. тр. по материалам науч.-практ. семинара. – Тамбов, 2001. – С. 42.
49. Экономическая и национальная безопасность : учеб. для вузов / под ред. Е.А. Олейникова. – М., 2005.

© Тохиров Т. И., 2021

УДК 338.46

Н. Д. Алексеева*

**Алексеева Наталья Дмитриевна, кандидат философских наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г.о. Тольятти
natali0174@mail.ru*

РАЗНОВИДНОСТИ И ФУНКЦИИ ИННОВАЦИЙ В ТУРИЗМЕ

Ключевые слова: туризм, инновация, функции инноваций, инновации в туризме.

Предметом работы являются разновидности и функции инноваций. Цель – рассмотреть разновидности и функции инноваций, используемых на настоящий момент в туризме. В данной статье выделяется понятие инноваций в туризме, выявлены основные функции инноваций, рассмотрены наиболее популярные инновационные приложения. Особое внимание в статье уделено классификации инноваций. Были изучены наиболее популярные туристские мобильные приложения. Выявлена необходимость интенсивного развития инновационных видов туризма в России, так как большинство туристов заинтересованы в альтернативных традиционных видах отдыха и готовы быть их участниками. Туристы очень часто путешествуют самостоятельно, разрабатывают маршруты и организуют свой отдых, используя инновационные приложения. Такой формат путешествия повлиял на иное отношение к самостоятельному туризму.

В инновационной деятельности туристский бизнес опирается на современные научные разработки и технологические решения. Индустрия туризма выступает в качестве инициатора инновационных процессов, поиска и освоения новых рынков. Благодаря достаточной гибкости туристских услуг, непрерывно изменяются формы и способы предоставления туристских услуг, открываются и разрабатываются новые возможности для путешествий, повсеместно внедряются современные передовые технологии.

Под инновациями в туризме стоит подразумевать определенный результат деятельности, который воплощен в новый и усовершенствованный туристский продукт, технологические процессы, новые услуги и сервисы, а также подходы к удовлетворению туристских потребностей.

На современном этапе в эпоху глобального потребления изменилась система ценностей, а также ориентации туриста в выборе досуговой деятельности, что повлияло на иное отношение к самостоятельному туризму. Современные виды туризма ассоциируются с удовольствиями, досугом и развлечениями, но каждый человек имеет разные представления о самостоятельном туризме в зависимости от возраста, уровня образования, жизненного опыта и др. факторов.

Современная статистика показывает, что российские туристы очень часто организуют свой отдых самостоятельно. В условиях изменений в экономике и стремительного развития инновационных технологий проявляются новые способы подготовки и организации путешествия. В связи с этим достаточно актуальным является обоснование сущности и специфики самостоятельного способа подготовки и организации путешествия [1].

Туризм может быть как организованный, так и самостоятельный. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» трактует самостоятельный туризм как «путешествия с использованием активных способов передвижения, организованные туристами самостоятельно», и провозглашает приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности поддержку и развитие социального и самостоятельного туризма [5].

Большая роль в разработке инноваций отведена потребностям туристов. С течением времени туристские предпочтения меняются, появляются новые потребности в качестве

туристских услуг, их наполняемости и доступности. Например, с развитием социальных сетей все большую популярность набирают аккаунты инстаграм-путешественников, которые формируют мнения туристов о той или иной дестинации, на смену классическим турагентствам постепенно приходят online-агентства.

Ключевые инновационные тренды от Amadeus:

1. Умный потребитель.

Туристское предложение должно быть четким и ясным, разнообразным и креативным и что особенно важно – online и offline контент должен быть цельным.

2. Уникальность поиска.

Туристы определяют себя больше как открыватели, нежели просто туристы, ожидают получить аутентичный туристский опыт, хотят, чтобы путешествие было более кастомизировано (сделано с учетом индивидуальных потребностей).

3. Социальное взаимодействие.

Подразумевает, что путешественники должны чувствовать свою важность, доступ к услугам должен быть в режиме 24/7, социальные медиа выступают в качестве развлечения [3].

Основные функции инноваций представлены на рис. 1:



Рис. 1. Функции инноваций

В настоящее время разновидности инноваций в сфере туризма классифицируются и представлены в табл. 1 [2].

Таблица 1

Разновидности инноваций в туризме

Название	Характеристика	Пример
Инновация продукта	Внедрение на туристский рынок нового продукта (тура, услуги, товара). Его новизна должна быть очевидна для потребителей и конкурентов.	Предложение рынку нового события (event) – фестиваля, форума; или нового тура, например, гастрономического тура по национальной кулинарии.
Инновация процесса	Внедрение новых или существенно улучшенных техники и технологии в процесс	Интегрированные системы управления отелем, автоматизированные системы бронирования и продажи авиабилетов.

	оказания услуги (комплекса услуг).	
Инновация в управлении	Внедрение эффективных структур и порядка орг. деятельности фирмы.	
Инновация бизнес-модели	Новые способы ведения бизнеса, повышающие его стоимость и ценность для потребителя.	Создание клиентских баз и банков данных в отелях, что дает возможность индивидуального подхода к обслуживанию.
Маркетинговая инновация	Развитие новых маркетинговых подходов с усовершенствованием в ценообразовании, предложении, продвижении, оплате турпродукта.	Льготное ценообразование для постоянных клиентов или система продаж «все включено» (allinclusive).
Ресурсные инновации	Использование нового вида ресурсов для организации туризма и разработки новых туров/услуг. Включение туризма в новые ресурсы для создания нового предложения.	Раскопки останков динозавров легли в основу туристского парка Дайносор в США, с палеонтологическим музеем и маршрутами.
Концептуальные инновации	Создание новых концепций туризма, тур. услуг и реализация их в новых форматах обслуживания, новых архитектурно-инженерных и технологических решениях, удовлетворяющих потребности туристов.	К концептуальным инновациям можно отнести, например, строительство отелей и ресторанов изо льда в северных странах (самый знаменитый - Ice Hotel в Швеции).

На сегодняшний день самостоятельный туризм занимает большую популярность среди россиян. Люди самостоятельно разрабатывают для себя маршруты, которые им интересны, привлекают к данному процессу друзей, семью или коллег. В XXI веке самостоятельный туризм стал чем-то большим, перестал быть просто хобби и перешел в увлечение. На современном этапе в эпоху глобального потребления изменилась система ценностей, а также ориентации туриста в выборе досуговой деятельности, что повлияло на иное отношение к самостоятельному туризму: очень активное развитие, приобретение новых направлений и формы.

Самостоятельный туризм развивается через множество новых технологий, приложений и самих же людей (блогеров). В табл. 2 подобраны наиболее популярные туристские мобильные приложения под iOS, Android и Windows Phone, которые помогут в путешествии.

Таблица 2

Наиболее популярные туристские мобильные приложения

Название	Описание
Быстрый поиск авиабилетов	
Aviasales	Удобный поиск авиабилетов, покупка прямо из приложения, составные маршруты, календарь цен, голосовой поиск, распознавание паспортных данных по фотографии
Skyscanner	Поиск и сравнение стоимости билетов у авиакомпаний и билетных агентств, удобный календарь низких цен
Бронирование отелей и апартаментов	

Booking.com	Приложение от самого популярного сервиса по бронированию отелей по всему миру
Airbnb	Самый крупный в мире сервис по аренде жилья для ваших путешествий (квартиры, дома)
Couchsurfing	Известный сервис для общения и поиска ночлега у местных жителей
Поиск и бронирование пакетных туров	
Travelata	Специальное приложение от онлайн-агентства, содержит все необходимые для удобного и быстрого поиска дешевых и горящих туров онлайн (с возможностью бронирования).
MAPS.ME	Быстрые и подробные офлайн-карты для мобильных устройств. Прокладка маршрутов. Поиск объектов по карте. Геолокация.
Galileo	Офлайн-карты. Поиск объектов по названию или категории. Метки на карте.
OsmAnd	Офлайн-карты, навигация, прокладка маршрутов, просмотр описания достопримечательностей, поиск адресов.
Citymapper	Приложение для составления городских маршрутов с учетом общественного транспорта.
Достопримечательности/путеводители	
Iknow.travel	Путеводители на русском языке
Azbo	Аудиогид, офлайн гид-экскурсовод
izi.TRAVEL	Аудиогид по городу и музеям мира
Guides by Lonely Planet	Офлайн-карты, достопримечательности, разговорники, советы местных жителей
Путеводители «Афиши»	
Атласы	Путеводители по европейским столицам, а также Нью-Йорку и Доминикано
Cool Cousin	Приложение с рекомендациями интересных мест от местных жителей
Foursquare	Поиск ресторанов, кафе, магазинов
TripAdvisor	Отзывы обо всех отелях, ресторанах, достопримечательностях по всему миру. Функция «Рядом со мной»
Афиша мероприятий	
Eventbrite	Афиша событий, происходящих рядом. Концерты, фестивали, мастер-классы, конференции.
Переводчики/разговорники	
Google	Офлайн-переводчик, перевод с помощью камеры, перевод речи
Scanner & Translator	Удобный переводчик с помощью камеры
Передвижение и навигация	
Rome2rio	Планировщик поездок, построение маршрута, комбинируя перелеты и наземный транспорт, с указанием времени и цен
Busradar	Поисковая система для всех автобусных

	маршрутов по Европе, автоматический подбор стыковок, сравнение по цене и времени
BlaBlaCar	Сервис поиска попутчиков
ParkMe	Поиск и резервирование места на ближайшей и самой дешевой парковке по близости

Эксперты Booking.com провели опрос 128 миллионов пользователей, куда вошли 19 тыс. путешественников из 26 стран мира, что позволило определить основные тенденции путешествий. Почти треть (29%) туристов отметили удобство компьютерного планирования предстоящих поездок, основываясь на истории поездок. Для половины не важно, общаются они с человеком или компьютером, главное, чтобы он отвечал на возникающие у них вопросы. 64% пользователей изъявили желание пройти виртуальный тур по объекту размещения перед его бронированием. 50% пользователей высказали мнение, что предложения по организации поездки, подобранные специально для них, мотивируют совершить бронирование [4].

Исходя из данной статистики, мы видим, что инновационные технологии еще больше облегчают выбор, что позитивно скажется на впечатлениях туристов от поездки. Исходя из новых тенденций людям проще и легче путешествовать. Именно данный вид туризма позволяет человеку пользоваться всеми теми преимуществами, которые предоставляют специализированные агентства, и при этом свободно подбирать маршрут, тип гостиниц, в которых он желает остановиться, а также другие параметры отдыха.

Таким образом, инновационная деятельность в сфере туризма направлена на создание нового или изменение существующего продукта, на совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков, использование новых видов ресурсов, развитие новых маркетинговых подходов, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий и современных форм организационно-управленческой деятельности, а также новых способов ведения бизнеса.

Список литературы:

1. Бездудный Ф. Ф. Сущность понятия «Инновация» и его классификация : учебник / Ф. Ф. Бездудный, Г. А. Смирнова, О. Д. Нечаева. – 1998. – № 2. – С. 4-5.
2. Научный словарь-справочник «Справочник в туризме» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/turizm/innovacii_v_turizme/ (дата обращения: 28.04.2020).
3. Официальный сайт компании «Amadeus» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amadeus.ru/about/index.htm> (дата обращения: 25.04.2020).
4. Официальный сайт платформы «Booking.com» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.booking.com> (дата обращения: 25.04.2020).
5. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя ред.) от 02.12.2019 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 05.03.2020).

© Алексеева Н.Д., 2021

Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление

УДК 640.4

О. А. Богданова*

**Богданова Ольга Александровна, кандидат исторических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
+79879700117*

brezh_80@mail.ru

А. И. Алаторцева*

**Алаторцева Алёна Ивановна, магистрант 2 года обучения по направлению подготовки
42.04.03 «Гостиничное дело»*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

+79171021034

alatortsevaa@gmail.com

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, гостиничное предприятие, анимационная деятельность, гостиничная анимация, анимационный менеджмент.

В настоящее время конкурентоспособность предприятия индустрии гостеприимства зависит от множества факторов, среди которых немаловажное значение имеет предоставление дополнительных услуг. Дополнительные услуги, помимо привнесения дохода, выполняют важную функцию продвижения гостиничного предприятия на рынке, и, при условии качественного предоставления - формирования его благоприятной репутации.

Среди широкого спектра предоставляемых сегодня дополнительных услуг гостиничного предприятия именно анимацию принято считать одной из самых привлекательных. Особенно это актуально для крупных туристско-гостиничных комплексов, расположенных на территории подходящей туристской дестинации: морское побережье, курортные районы. В этом случае анимационная деятельность должна стать неотъемлемой частью работы туристско-гостиничного комплекса.

В другом случае, когда тип гостиничного предприятия не позволяет считать его отелем курортного значения, анимация становится услугой, предоставляемой периодически, по дополнительному запросу. Потребителями таких услуг становятся корпоративные клиенты, семьи с детьми, заезжающие на непродолжительное время, спортивные команды.

В любом случае значимость гостиничной анимации уже доказана. Однако, многие отельеры намеренно не вводят анимационные услуги в спектр дополнительных для своего предприятия, так как не считают это необходимым, а также затратным и сложным с точки зрения организации.

Предметом исследования в данной статье выступает анимационная деятельность в индустрии гостеприимства.

Цель исследования – оценить роль анимации в деятельности современного гостиничного предприятия.

В данной статье использовались методы обобщения и прогнозирования.

Результатом данного исследования являются рекомендации, которые могут быть использованы в деятельности гостиничных предприятий по совершенствованию предоставляемых дополнительных услуг.

Основной функцией гостиничного предприятия, главной из его основных услуг, является предоставление временного жилья людям, находящимся с разными целями вдали от дома. Для большинства средств размещения – это единственный источник дохода, особенно если речь идет о кратковременном пребывании гостя. Питание также относится к основным услугам, однако есть ряд отелей и иных средств размещения, где она не предусмотрена. Остальные услуги, предоставляемые гостиничным предприятием, считаются дополнительными, часто оплачиваются отдельным чеком и могут быть весьма разнообразными. Это зависит от типа гостиничного предприятия, его назначения, концепции, уровня классификации.

Оказание спектра дополнительных услуг гостиничного предприятия осуществляется его службами (отделами), чем крупнее гостиничное предприятие, тем отделов больше, тем разнообразнее дополнительные услуги. Чаще всего к ним относят: бытовые услуги (хранение вещей гостя, чистка обуви и одежды и т.д.), транспортные услуги, услуги бизнес-центра, услуги связи, спортивные и оздоровительные услуги, туристско-экскурсионное обслуживание и анимационные мероприятия.

Анимация как дополнительная услуга давно «прижилась» в крупных туристско-гостиничных комплексах, дополняя отдых гостей информативными и развлекательными мероприятиями, оказываемыми специальной службой, состоящей из грамотно подготовленных специалистов. Нередко именно анимация как услуга становится критерием выбора конкретного отеля для туриста. В этом можно легко убедиться, отслеживая отзывы отдыхающих в сети интернет, где анимация наряду с комфортным проживанием и качественным питанием становится фактором конкурентоспособности отеля. Связано это, безусловно, с тем, что ритм жизни современного человека весьма интенсивен. Интенсификация и монотонность современного человеческого труда приводит к потребности в эмоциональном и полноценном отдыхе. Современный мир перешел от экономики производства к сервисной экономике, от экономики внимания — к экономике участия, эмоций и впечатлений. [3] В связи с этим, анимация в гостиничной индустрии вышла на новый уровень восприятия, причем как отдыхающих, так и самих отельеров, и говорит о статусе отеля.

Направления гостиничной анимации разнообразны: это спортивная анимация (activity), анимация для детей (baby club), вечерние шоу. Подготовка любого из этих направлений требует от самого отельера и его анимационной команды согласованности, гибкости, организованности. Потребителями анимационных услуг могут быть люди с разными демографическими, национальными, социальными, культурными особенностями, люди разных верований, разные по темпераменту, что, несомненно, требует особой тщательности в разработке мероприятий.

Чем разнообразнее анимационные мероприятия, тем более запоминающимся станет отдых гостей, тем чаще отзывы будут положительными. Ассортимент анимационных предложений необходимо постоянно расширять. На смену привычным викторинам приходят усложненные квизы, экскурсии с элементами анимации и многое другое. Анимация способна развиваться, компилируя приверженность традиционным формам развлечений, таким как концерты и инновационные формы в виде квестов (от простых головоломок до хорроров с элементами театрализации) часто сопровождающиеся использованием инновационных технологий (GPS-навигаторов, специальных мобильных программ и приложений).

В связи с вышеизложенным, можно смело утверждать, что анимация является действенным фактором развития курортных отелей.

Однако существуют гостиничные предприятия с принципиально отличной от курортных отелей концепцией. К ним, прежде всего, относятся бизнес отели, где анимационная служба не предусмотрена. Но при этом считать, что услуга анимации не нужна такому типу отелей – было бы ошибочным. Гостиничные предприятия с бизнес концепцией нацелены на туристов, приехавших с деловыми целями. Подчас у таких занятых туристов расписан целый день. Нередко на базе отеля организуется крупный семинар или

масштабная конференция, предусматривающая группы корпоративных клиентов. А это значит, что совместно с организаторами, гостиничное предприятие обязательно должно иметь в ассортименте предложения, связанные с организацией досуга. Это может быть просмотр кинофильмов, шоу и представления, живая музыка во время ужина в ресторане и лаунж-баре, танцевальные шоу, в том числе национальные. Для их организации и проведения совсем не обязательно иметь в структуре отеля специальную службу. Это могут быть разовые мероприятия с приглашением артистов. К формам организации досуга для бизнес-туристов также можно отнести экскурсии с элементами анимации, что, несомненно, привлекательнее традиционных экскурсий. Элементы анимации в экскурсии подразумевают использование в программе экскурсии игровых методов, методов театрализации, постановок, что делает экскурсию интереснее, времяпровождение – насыщеннее, а информацию – гораздо более запоминающейся. Кроме того, можно организовать гастрономический или иной тематический мастер класс, что также может заинтересовать туристов.

Остается актуальным вопрос событийной анимации в гостиничных комплексах. Упомянутые выше мероприятия: мастер классы, экскурсии, концерты и прочее могут быть приурочены к конкретному туристскому или иному событию. Чаще информацию о таких событиях можно найти в событийных календарях, специально разрабатываемых для предприятий туристской и гостиничной индустрии. В данном случае анимационные мероприятия в гостинице или ином средстве размещения может быть напрямую или косвенно связаны с событием (фестивалем, Спартакиадой, городским или областным праздником и т.д.).

Именно через мероприятия, в легкой развлекательной форме достигается информированность туристов об особенностях культуры региона, знакомство с его историей и достопримечательностями, формируется имидж города, края.

Если говорить о локальных целях, то при внедрении в деятельность гостиничного предприятия вне зависимости от концепции, анимационных услуг, достигается главная задача любого бизнеса – получение дополнительной прибыли. Демонстрируя активную позицию в области предоставления развлекательных услуг, гостиничное предприятие укрепляет свои позиции на рынке, привлекает новых потребителей.

Вне зависимости от того, долгосрочные или краткосрочные цели преследует отельер гостиничного комплекса, возникнет проблема организации анимационных мероприятий. Часто отельеры не предоставляют услуги анимации именно потому, что в их штате нет отдельной анимационной службы. Большинство из отельеров считают эту новацию слишком сложным с точки зрения организации, а содержание в штате постоянных аниматоров – затратным удовольствием. Однако нет необходимости формировать постоянную службу на краткосрочные цели. Нередко отельеры прибегают к разовому договору на период проведения мероприятия или заезда конкретной группы туристов. Это экономит средства и позволяет подходить к анимации более гибко. При этом необходимо весьма тщательно подбирать аниматоров. Это должны быть специалисты, которые различают анимацию в широком смысле слова и гостиничную анимацию, знают специфику работы гостиничного комплекса, умеют работать с разными категориями гостей. Анимационная команда – это почти 90 процентов успеха любого мероприятия.

В современном мире без информационных технологий организация бизнеса немислима. В связи с этим, возможно продвижение дополнительных услуг, в том числе анимационных, с помощью инновационных методов, таких как выпуск информативных роликов, размещение информации в мессенджерах и социальных сетях (Инстаграмм, ВКОНТАКТЕ, Телеграмм и др.), в том числе в виде постов и (или) отзывов.

Подводя итоги, можно еще раз отметить значимость анимации. Трата физиологических и моральных сил неизбежно подводит к планированию отдыха, которую часть людей не воспринимает без смены обстановки. Предложения на рынке туристских услуг в настоящее время разнообразны, позволяя удовлетворить потребности любого потенциального туриста. Вместе с выбором направления отдыха приходит и выбор места

временного пребывания, проживания. Эту функцию уже очень давно выполняют средства размещения туристов совершенно разной классификации. Для них неоспоримым фактором конкурентоспособности становятся дополнительные услуги, где анимация занимает не последнее место. И, если, концепция гостиничного предприятия не предусматривает отдельной анимационной службы и стратегии в отношении ее развития, то отельер может иметь в своем распоряжении ряд предложений для своих гостей, способных удовлетворить потребность в зрелищных, познавательных, спортивных или просто развлекательных мероприятиях. Это, несомненно, принесет дополнительную прибыль гостиничному предприятию и станет еще одним фактором привлекательности для потенциального туриста.

Список литературы:

1. Асанова И. М. Организация культурно-досуговой деятельности [Текст] : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / И.М.Асанова, С. О. Дерябина, В.В.Игнатъева. — 3-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2013. — 192 С.
2. Белавина А. К. Анимационная деятельность как инструмент рекламы индустрии гостеприимства [Текст] // Сборники конференций НИЦ СОЦИОСФЕРА. Прага : Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., 2014. № 28. С. 81—84
3. Булыгина И. И., Гаранин Н. И., Гаранина Е. Н. Анимация в сфере гостеприимства [Текст] : учебник / И.И. Булыгина, Е.Н. Гаранина, Н.И. Гаранин. — Москва : КНОРУС, 2018.— 268 С.
4. Булыгина И.И., Гаранина Е.Н. Психологическая основа качества гостиничной анимационной услуги [Текст] // Проблемы управления социальноэкономическими системами: Межвузовский сборник научных трудов / под ред. А.А. Коношленко. Саратов : Наука, 2012. Вып. 4. С. 188—196.
5. Бычков, А.И. Индустрия гостеприимства в России [Текст] / А.И. Бычков. — Москва: Инфотропик Медиа, 2017. — 417 с.
6. Гаврилова, Н.А. Актуальные проблемы стратегического управления гостиничным бизнесом в России и пути их решения [Текст] / Н.А. Гаврилова // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. — 2016. - № 7 (29). — С. 29-31.
7. Гареев, Р.Р. Инновационный потенциал российского гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] // Молодой ученый. — 2017. — №2. — С. 382-384. — URL <https://moluch.ru/archive/136/38281/>
8. Иевская, Ю.М. Международные гостиничные сети в Российской Федерации: современное состояние и тенденции развития [Текст] / Ю.М. Иевская // В мире научных открытий. — 2014. - № 5.2 (53). — С. 794-803.
9. Милорадова, К.А. Сетевые формы бизнеса в индустрии гостеприимства [Текст] / К.А. Милорадова // European Social Science Journal. — 2014. - № 10-2 (49). — С. 103-106.
10. Морозов, М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника [Текст] : учеб. для вузов по специальности "Соц.-культур. сервис и туризм" / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 5-е изд., стер. - М. : Академия, 2007. - 239 с. : ил. - Библиогр.: с. 236. - (Высшее профессиональное образование. Туризм)
11. Об утверждении Положения о классификации гостиниц. [Электронный ресурс] - Постановление Правительства РФ от 16 февраля 2019 г. N 158 - URL: <https://base.garant.ru/72176678/>
12. Плужников И.А., Плужников Д.В., Шелест А.П. Современные формы организации и процесс анимационной деятельности на предприятиях гостиничного сервиса // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 2 (060). С. 97.
13. Сенин, В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения [Текст] / В.С. Сенин, А.В. Денисенко. — Москва: Финансы и статистика, 2016. — 144 с.
14. Уокер, Дж. Введение в гостеприимство [Текст]. — Москва: Юнити, 2016. —711 с.

15. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст] : учебное пособие – 4-е изд. испр. и доп. / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин. – Москва: КНОРУС, 2016. – 438 с.
16. Шевченко, И.В. Развитие гостиничного бизнеса на уровне региона [Текст] / И.В. Шевченко, А.А. Кизим, К.И. Шевченко // Региональная экономика: теория и практика. – 2015. - № 12 (387). – С. 2-11.
17. Finger, C. – Gayler, B. Animation im Urlaub – Handbuch für Planer und Praktiker. Oldenbourg, Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2003.
18. Kenesei Zs. – Kolos K.Szolgálatásmarketing és –menedzsment. Alinea Kiadó, Budapest, 2007.
19. Magyar, M. Recreational services in tourism nowadays – experiences from a survey.”Health - Treasure what you have” International Conference. NYME AK, Gyr. (under publication), 2011.
20. Magyar, M.Turisztikai animáció. BGF KVIFK, Budapest, 2003.
21. Veres Z. A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009.

© Богданова О.А., Алаторцева А.И., 2021

Рынки: состояние и развитие

УДК 334.02+339.1: 687.01

В.А. Краснощеков*

**Краснощеков Владимир Александрович, кандидат исторических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г.о. Тольятти.
kulbiaka@yandex.ru*

Н. А. Крюкова*

**Крюкова Наталья Александровна, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
krukova07@mail.ru*

Т.В. Белько*

**Белько Татьяна Васильевна, доктор технических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г.о. Тольятти.
belko@tolgas.ru*

КУЛЬТУРА И РЫНОК: РЫНКИ ТОВАРОВ ЭСТЕТИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЫНКОВ МОДЫ

Ключевые слова: рынок, мода, культурная экономика, товары эстетического свойства, продукты культуры.

Мода связана с постоянно меняющейся эстетикой «нового», создаваемой широким кругом лиц, которые совместно производят, распространяют и продвигают новые идеалы. Несмотря на огромное количество литературы, мы все еще мало знаем о появлении определенных трендов и стилей в одежде, каким способом они формируются, и как те, кто находится внутри мира моды, распознают следующую большую модную тенденцию. Какие риски присущи быстро меняющимся модным рынкам и как они рассчитываются и управляются? Данная статья исследует, как продукты эстетического содержания, а мода, безусловно, к ним относится, определяются, распространяются и оцениваются на рынке моды. Основываясь на анализе работы модельных агентств и менеджеров-закупщиков одежды, делается попытка заложить теоретическую основу для понимания свойств торговых площадок товаров эстетического свойства (продуктов культуры) и эстетических характеристик расчетов внутри них.

Мир моды достаточно хорошо изучен [17-19]. Регулярно выходят книги, посвященные исследованиям в этой области, в том числе о некоторых аспектах маркетинга и менеджмента в индустрии моды [4, 10, 11, 15]. Систематически появляется литература о жизни моделей и их борьбе в этом бизнесе [12, 13]. Философы и культурологи анализируют роль и значение моды в истории и современном обществе [2, 16, 24, 29].

Но, несмотря на огромное количество литературы, мы все еще мало знаем о том, каким способом формируются определенные тренды и стили в одежде, и как те, кто находится внутри мира моды, распознают следующую большую модную тенденцию. По какому принципу такие товары выбираются и продаются потребителям? Какие риски присущи быстро меняющимся модным рынкам и как они рассчитываются и управляются? Мы мало знаем о работе журналистов в сфере моды, которые определяют, какая коллекция войдет в историю, и почти ничего не говорят о личности и работе fashion-байеров – профессиональных закупщиков, отвечающих за формирование ассортимента магазина [20]. Мы толком не знаем, как модельные агентства и модные журналы отбирают и продвигают модели.

Культурология и экономика, напрямую связанные с модой, изучают ее, но по отдельности, уделяя внимание либо культурным, либо экономическим аспектам, без анализа

очевидной гибридности моды как бизнеса и культуры. Некоторые попытки одновременного их охвата были предприняты, но остается еще много не исследованных аспектов, в частности моды как рынка товаров эстетического содержания.

Исследователь в области моды Джоан Энтуисл [19] считает, что вместо глобальных теорий о том, что движет модой, нужно взглянуть на многочисленные локальные и частично пересекающиеся практики множества людей, которые заняты в индустрии моды — дизайнеров, фотографов, моделей, байеров, журналистов и тех, которые пользуются продуктами модной индустрии — потребителей. И попытаться проследить некоторые связи между ними.

Социологи и экономисты часто пренебрегали рынками товаров эстетического содержания — рынками продуктов культуры. Эти рынки заслуживают нашего внимания, потому, что при их изучении мы расширяем наше понимание различных рыночных практик. Рынок мира моды ориентирован на эстетику тела. Сами товары, продающиеся там, явно предназначены для показа на фигуре, и этот факт влияет на работу этого рынка. Мода создает претендент важности показа тела и представления модели на рынке. Модели воплощают тот или иной стиль или эстетику, которые необходимо реализовать (продать). Другими словами, рынки моды представлены в воплощенном через тело стиле агентами воплощения — моделями. Хотя воплощение важно на рынках товаров эстетического содержания, эта особенность мало анализируется экономистами, социологами и теоретиками бизнеса. Таким образом, рынки товаров эстетического содержания представляют собой интересный объект тематического исследования, поднимающего новые вопросы, которые привлекают внимание к этой особенностям рынков.

Данная статья не является исчерпывающим описанием всех рынков внутри моды, в ней фокусируется внимание на модельном бизнесе и сфере торговли, как некоторых способах, с помощью которых коллективно создается эстетическая ценность моды.

Интересна в этой связи работа модельных букеров, которые выбирают и нанимают моделей для работы, продвигают и управляют их карьерой [20]. Нужно сказать, что не существует строгой системы знаний, способов расчета и управления рисками, присущими этому рынку. Сложно рассчитать, какой образ модели следует продвигать и как управлять карьерой модели, чтобы увеличить его ценность. Алгоритм успеха расплывчат, поскольку нет четких критериев у таких понятий как «красота» или «красивая внешность». Непонятно, как букеры и другие участники рынка оценивают внешний вид модели, иными словами, как рождается ее «эстетическая ценность» [27], которая по своей сути нестабильна и изменчива, поэтому ее должны стабилизировать и ценить участники рынка. По мнению Дж. Энтуисл, в модельном бизнесе мы наблюдаем особый вид рынка — «эстетическую экономику» или «экономику эстетики» [28], в которой основной критерий стоимости, он же ключевой критерий на любом рынке, состоит из того, кто «нашел» модель и насколько он влиятелен. Какой фотограф, стилист или дизайнер выбрал модель, для каких влиятельных журналов или модных кампаний они были выбраны. Таким образом, вопросы успеха любой модели и ее экономическая ценность относятся более к сфере культуры, нежели экономики.

На рынке модной одежды эстетические критерии тоже нестабильны и постоянно меняются. И поэтому характер эстетической ценности на крайне нестабильных рынках — большая проблема для байеров как «культурных посредников» между производителями/поставщиками и потребителями. Ценность моды, по утверждению Энтуисл [27], определяется коллективной деятельностью и практикой действующих лиц на рынке. При рассмотрении рынков продуктов эстетической деятельности стоит взглянуть на рынки, как социальные механизмы, в которых объединены культурные и экономические проблемы, связывая такие понятия, как «капитал» и «габитус» [5, 6], «квалификация» и «сеть» [21, 25]. Несмотря на то, что конкретная работа моделей, букеров и байеров, этих агентов модной индустрии, отличается, они находятся в одном и том же ее секторе — элитной или дизайнерской моде, что означает, что их работа пересекается. На модных показах модели проходят на подиуме, под которым сидят букеры, в дизайн-студиях «подходящие» (по

рекомендации букера) модели показывают одежду, которую могут выбрать байеры. Модели, букеры и байеры могут быть из разных социальных классов, ибо класс не так важен в этой отрасли, как в других. Таким образом, несмотря на то, что они расположены в диаметрально противоположных точках пространства индустрии моды, эти, на первый взгляд разные, виды деятельности удивительно похожи, и изучение их позволяет получить более полную картину мира высокой моды.

Мода это регулярные стилистические инновации в одежде и в производственной системе, которая ориентирована на ее изготовление и распространение. Однако, мода это не только смена внешнего вида одежды, но и смена идеалов. И это не просто новая одежда, а одежда, которая рекламируется и популяризируется как «привлекательная», «красивая», «стильная» или «шикарная». То есть, мода — категория эстетическая. Следовательно, когда мы говорим о модной одежде, нам нужно иметь в виду не только производство реальных предметов одежды, но и производство эстетической ценности вокруг них. Одежда отбирается в соответствии со вкусом сегодняшнего дня.

В социологическом анализе индустрии моды Герберта Блумера [3, 23] изображены в общих чертах институциональные отношения и процессы «коллективного отбора», которые определяют то, что составляет «моду» в любой сезон. В противовес мнению некоторых исследователей, что мода это таинственная сила, которая является выражением некоторой внутренней психической силы [9], Блумер утверждает, что мода социально обусловлена институциональными, социальными и культурными отношениями между рядом ключевых игроков в отрасли; главным образом между дизайнерами, fashion-байерами и журналистами. мода появляется в результате выбора, сделанного дизайнерами (которые создают и отбирают одежду для показа в своих коллекциях), а также журналистами и байерами (которые выбирают те или иные творения дизайнера в качестве «образа» для определенного сезона). Дизайнеры знают, что их одежда будет проходить через этих посредников, но никогда не могут предсказать, какую одежду они выберут. Блумер также отмечает, что между этими ключевыми игроками существует удивительное сходство в их выборе, и это он объясняет тем фактом, что они погружены в одну культуру и черпают вдохновение для новых тенденций и вкусов из тех же источников. Поэтому они хорошо подходят для того, чтобы обозначить и перевести на понятный язык то, что Блумер называет «зарождающимся вкусом» или возникающими эстетическими диспозициями конкретного времени. Хотя анализ Блумера был сосредоточен на выборе модной одежды, его описание сетей социальных отношений, которые ведут к выбору определенных ключевых взглядов на каждый сезон, может использоваться для описания того, как образ в fashion-индустрии появляется через взаимосвязанные отношения элементов-участников процесса в моде как системе.

Букеры, байеры и другие инсайдеры, вращаясь в одних и тех же кругах, развивают эстетическую интуицию и знание того, что будет или не будет в моде через несколько месяцев. При этом, без каких-либо гарантий на успех. Букеры не всегда могут знать, какую модель выберут фотографы, редакторы журналов и дизайнеры. То же самое относится и к байерам, которые не могут предсказать с полной уверенностью, чего захотят их потребители в следующем сезоне, но которые хорошо разбираются в мире моды, чтобы понимать и транслировать новые тенденции. Так же, как дизайнеры, которые не могут заранее предсказать, какие вещи будут выбраны байерами и журналистами и популяризированы. Однако действия каждого из них помогают отбирать, продвигать и отправлять товары дальше к другим участникам сети. Процесс не останавливается ни в одной ее точке и, благодаря хорошо развитой обратной связи, происходит дальнейший выбор.

Как было сказано выше, модельный бизнес и модная одежда являются примерами эстетических рынков. Эстетический рынок — это рынок, на котором эстетическое качество, будь то внешний вид или стиль — является товаром, то есть определяется и рассчитывается на рынке и продается с целью получения прибыли. Именно эстетическое качество и является частью продукта, который продают и основным товаром на этих рынках. В модельном

бизнесе и модной одежде внешний вид или стиль имеют первостепенное значение. Кроме того, эстетическое качество постоянно меняется — модели и одежда приходят и уходят из моды в зависимости от сезона. Другими словами, на эстетических рынках эстетика не является чем-то добавленным в качестве декоративного элемента продукта, она сама является продуктом и, как таковая, находится в центре экономических расчетов. И здесь интересно не содержание самого стиля, так как оно постоянно меняется, интересны социальные и материальные практики на этих рынках. Другими словами, как эстетические ценности генерируются субъектами экономической деятельности и становятся все более важными в экономической практике.

Все вышесказанное не означает, что эти рынки радикально отличаются от других видов рынков. И здесь можно согласиться с положением, выдвинутым Питером Джексоном и другими учеными [33], которые, опираясь на постулаты акторно-сетевой теории [14], утверждают, что современный мир есть гибрид — «коммерческая культура». Эстетическая экономика, она же экономика продуктов культуры или продуктов эстетического содержания, как раз является ярким примером этого «гибрида», но необходимо понимание, что экономика здесь на первом месте, а уже на втором культура или эстетика.

Как показывает современная литература по «культурной экономике» [26, 33-35], все рынки в некоторой степени культурны, поскольку зависят от общих ценностей и понимания относительно того, что составляет рынок и как делать покупки и продажи на нем. Экономика не может существовать отдельно от культурных проблем, как некая чистая логика или закон. Культура и экономика — две стороны одной медали. Чтобы понять, как культурные и экономические категории объединяются в повседневных расчетах действующих лиц на конкретных рынках моделей и одежды, можно в значительной степени опереться на экономическую социологию [7, 8, 25].

Чтобы понять рынки продуктов эстетического содержания, да и вообще любой рынок, необходимо рассмотреть, как достигается ценность, через какие механизмы обеспечивается стоимость товара [1, 22, 25]. Как эстетическое качество товара приобретает ценность на эстетических рынках. Поскольку мы знаем, что эстетическая ценность на рынке моды — это ценность вещей, которые постоянно входят и выходят из моды, вопрос стоимости становится вдвойне актуальным. Во-первых, существует проблема того, как те, кто на рынке, узнают, что будет в моде, ведь закупки той или иной коллекции одежды и расчеты за нее проводятся авансом, перед сезоном, в котором она будет продаваться, в этом есть огромный элемент неопределенности. Во-вторых, возникает вопрос о том, как эту ценность — качество модности — можно стабилизировать достаточно долго, чтобы торговать модными товарами. Другими словами, стоимость модных товаров всегда уменьшается, но не потому, что товар портится физически (как еда или цветы), а потому, что выходит из моды после окончания сезона. Однако, это происходит не всегда, некоторые вещи могут сохранять свою модную ценность дольше, чем другие, если тенденции стабилизируются в течение более одного сезона. Другие вещи теряют свою ценность быстрее, чем ожидалось, например, если погодные условия изменились. Однако, проблема для байеров, заключается в том, что эти факторы не будут очевидны до тех пор, пока они не закупают товар, а тот, в свою очередь, не поступит в продажу.

И тут возникает вопрос, как, через какие механизмы определяется ценность «эстетического»? Или: как «эстетическое» становится категорией экономического расчета? Модельный бизнес и модная одежда демонстрируют те же качества, что и другие рынки, — стремление продвигать товары и максимизировать прибыль, но этот мотив получения прибыли в очень большой степени зависит от неподдающейся исчислению ценности туманных, крайне нестабильных свойств и категорий культуры. Например, статуса и престижа, которые выглядят неопределенно, поскольку, на первый взгляд, кажутся субъективными или нематериальными. И, следовательно, гораздо менее стабильными. «Красота», «стиль» или «дизайн», — свойства, на которых покоится ценность эстетических продуктов, на первый взгляд кажутся слишком нечеткими, чтобы подвергаться

рациональным экономическим расчетам. Эстетические ценности не возникают ниоткуда, они генерируются внутри рынка для самого рынка практикой отдельных лиц и учреждений. В модельном бизнесе внешность моделей постоянно меняется в ответ на колебания моды и различные потребности клиентов. В модной одежде стили могут сильно различаться от сезона к сезону или органично развиваться по сравнению с предыдущим сезоном. Эти колебания, по-видимому, без центрального организационного принципа, тем не менее, управляются теми, кто находится внутри рынка. Эстетический объект не имеет внутреннего эстетического качества: его эстетическая ценность складывается из того, как и в каких он состоит отношениях с участниками рынка. Модели должны быть сфотографированы лучшими модными фотографами и замечены во всех правильных журналах и выставках, чтобы быть успешными. Точно так же модная одежда должна быть расположена в лучших модных магазинах, рядом с лучшими модными домами, чтобы приобрести свою ценность «в этом сезоне». Вопрос состоит в том, как люди на рынке рассчитывают продукт — внешний вид модели или ассортимент дизайнерской одежды? Это автоматически приводит к рассмотрению того, какие формы знаний необходимы для понимания и работы на рынке.

Но на таких эстетических рынках, как мода, важны социально-эмоциональные или личные навыки, а не интеллект и рациональные формы экономического знания, знакомые экономическим социологам и теоретикам бизнеса. Это отчасти чувственное знание, сформированное посредством эмоционального общения, и оно способно материализоваться, так как это знание воздействует на тело. Эстетическое знание трудно выразить словами. Букеры и байеры, при попытке описать его, часто используют очень похожие метафоры из области инстинктивно-телесного. Самые распространенные фразы: «я доверяю своему чувству», «я вижу, что нужно делать, у меня же есть глаза», «я чувствую это нутром».

Подобные метафоры («глаза» и «нутро») подходят для описания знаний на этих рынках, которые в некотором роде связаны с телом. Эта чувственное эстетическое знание не преподается в учебных заведениях или на курсах повышения квалификации персонала, этому учатся непосредственно на работе. То есть его можно приобрести только в ходе практической деятельности на рынке, и это заметно по карьерной лестнице букеров и байеров. Большинство букеров начинали как тирштеры (люди в агентствах, которые собирают образцы — тиршиты (от англ. tear-sheet — вырванный лист) [30] для портфолио отдельной модели или всего агентства). И только после того, как были наработаны необходимый опыт и культурный капитал, тирштер может быть повышен до уровня букера или модельного скаута — специалиста по поиску новых лиц, которые могут стать востребованными моделями [20]. Также в букеры попадают люди, имеющие опыт работы в индустрии моды в качестве стилиста или модели. Аналогичным образом, на основе опыта, приобретают свои знания байеры, и им не будет предоставлен бюджет для управления крупными закупками, пока они не приобретут достаточный опыт в розничной торговле продукции массового рынка. Тем не менее, хотя традиционно байеры часто начинали свою карьеру с практической деятельности в швейных мастерских и на фабриках, сегодня их обучение проходит в форме семинаров и тренингов. Их знания, в основном, накапливаются благодаря многолетнему опыту, сначала в качестве помощников байеров, а затем в качестве главных байеров.

Но как «эстетическое знание» генерируется в пространстве? Мы уже поняли, что начальная единица этого процесса, эстетической рыночной практики, — тело модели. Но как конкретная одежда попадает в магазины? Почему модельные агентства формируют локальные рынки в тех или иных городах и определенных районах городов? На эти вопросы можно ответить со ссылкой на текущие исследования в области экономической географии и географии розничной торговли, которые пытаются охарактеризовать такие рынки в терминах «товарных цепочек» (commodity chains) [32, 33] или «товарных схем». Пространство имеет первостепенное значение для понимания рынков как ограниченных мест — показов мод, торговых выставок и тому подобного — и важно для понимания распространения и циркуляции рыночных знаний внутри страны. География имеет решающее значение для

модельного рынка и рынка модной одежды, которые мы рассматриваем. Модная одежда и модели, будучи разделены в пространстве, часто сходятся в одной точке. Наиболее очевидно это во время недель моды, когда журналисты, байеры, дизайнеры, модели и тому подобное собираются в одном месте, чтобы понаблюдать за коллекциями нового сезона. Эти встречи имеют решающее значение для циркуляции и распространения знаний о моде.

Модные дома и модельные агентства расположены, как правило, в крупных городах. В свою очередь в этих городах они сосредоточены в определенных частях города. Модельные агентства соседствуют друг с другом и находятся рядом с важными клиентами в городе. В то же время модели работают по всему миру, а модельные агентства в каждом городе обслуживают потребности конкретных местных клиентов. Кроме того, география влияет на эстетику внешнего образа — «мускулистый», мужественный облик мужской модели Лос-Анджелеса и худая, субтильная лондонская модель. Разные эстетики, это именно то, что позволяет этим городам находиться на мировом рынке модельного бизнеса, устанавливая индивидуальный стиль и предлагая уникальный коммерчески убедительный аргумент в свою пользу. «Местный» образ моделей, следовательно, является особенностью, которая встроена не только в местную экономику индустрии моды, но имеет глобальное значение и является своеобразной валютой.

То же самое можно сказать и о крупных универмагах, занимающих видное место на главных торговых улицах городов. Их местонахождение имеет решающее значение для его идентичности — это «флагманский» магазин, и этот факт направляет магазин в направлении конкретных продуктов, соответствующих этому статусу. Расположение магазина рядом с конкурентами на рынке «высокой моды», также имеет решающее значение. Чтобы сохранить идентичность на фоне соседей, магазин должен продавать товары с аналогичным статусом и ценой.

Таким образом, рынки товаров эстетического содержания можно отнести к виду пространственно-ограниченных и сетевых рыночных практик, сосредоточенных вокруг воплощения эстетического содержания. Несмотря на то, что эти выводы сделаны на основании двух примеров-объектов исследования, анализ, который приведен в данной работе, может быть распространен на аналогичные эстетические рынки, такие как рынки искусства, дизайна или цветов, а также в качестве инструмента критического сравнения между этими рынками и другими. Предстоит еще много исследований, чтобы сформировалась окончательная теория эстетического рынка или даже общую теорию эстетического рынка моды. Анализ, содержащийся в данной статье, позволит расширить наши знания о том, как складываются рынки товаров эстетического содержания, но не является окончательным ответом на этот вопрос.

Список литературы:

1. Асперс, П. Рынок моды : фотография моды в Швеции // Экономическая социология. — 2006. — Т. 7. — № 5. — С. 39-55.
2. Барт, Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. — М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2003. — 512 с.
3. Блумер, Г. Символический интеракционизм / Пер. А. Корбута. — М. : Элементарные формы, 2017. — 346 с.
4. Брюс, М., Хайнс Т. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. — М. : Гревцов Паблицер, 2009. — 416 с.
5. Бурдые П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. — Т. I. — 1998. — № 2. — С. 60-70.
6. Бурдые П. Формы капитала / Пер. с англ. М. С. Добряковой // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. — М. : РОССПЭН, 2004. — С. 519-537.
7. Бурдые, П. Культурный капитал // Экономическая социология. — 2005. — Т. 6. — № 3. — С. 60-74.

8. Бурдые, П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. — 1993. — № 1-2. — С. 49-63.
9. Веблен, Т. Теория праздного класса. — М. : Прогресс, 1984. — 367 с.
10. Виниченко, И. В. Прогнозирование спроса в модной индустрии // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2017. — № 11(1). — С. 140-142.
11. Говорек, Х. Закупки в сфере моды. — М. : Гревцов Паблишер, 2009. — 256 с.
12. Доксер, В., Пероннет В. Недостаточно худая. Дневник топ-модели. — М. : Эксмо, 2019. — 260 с.;
13. Киреенкова, Т. Н. Легендарные топ-модели. — М. : Эксмо, 2012. — 240 с.
14. Латур, Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко. — М. : ВШЭ, 2014. — 384 с.
15. Тангейт, Марк. Построение бренда в сфере моды. От Armani до Zara. — М. : Альпина Паблишер, 2014. — 310 с.
16. Уилсон, Э. Облаченные в мечты. Мода и современность. — М. : НЛО, 2012. — 288 с.
17. Фогг, М., Стил В. Мода. Всемирная история. — М. : Магма, 2015. — 576 с.
18. Хорошилова, О. Мода и гении. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2019. — 490 с.
19. Энтуисл, Джоан. Модное тело. — М. : НЛО, 2019. — 392 с.
20. Юдин, Г. Б. Перформативность в действии: экономика качеств М. Каллона как парадигма социологического анализа рынков // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2008. — Т. XI. — № 4. — С. 47-58.
21. Aspers, Patrik. Markets in Fashion, A Phenomenological Approach. — Stockholm : City University Press, 2001. — 348 p.
22. Blumer H. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection // The sociological quarterly. — 1969. — Vol. 10.—Issue 3. — Pp. 275-414.
23. Breward, C., Evans, C. (eds.) Fashion and Modernity. — Oxford : Berg Publ., 2005. — 230 p.
24. Callon, M. (ed.) The Laws of the Markets. — Oxford : Blackwell Publ., 1998. — 288 p.
25. Du Gay, P., Pryke, M. (eds.) Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life. — London : SAGE Publications Ltd, 2002. — 256 p.
26. Entwistle, J. The Aesthetic Economy of Fashion: Markets and Value in Clothing and Modelling. — Oxford; New York : Berg, 2009. — 224 p.
27. Evans, C. Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness. — Yale University Press, 2003. — 326 p.
28. Fashion Terminology [Электронный ресурс]. — Режим доступа : URL : <https://blog.lindsayadlerphotography.com/fashion-terminology>.
29. Jackson, P. Commercial cultures: Transcending the cultural and the economic // Progress in Human Geography. — 2002. — Vol. 26(1). — Pp. 9-14.
30. Jackson, P. Commodity cultures : the traffic in things // Transactions of the Institute of British Geographers. — 1999. — Vol. 24(1). — Pp. 95-108.
31. Jackson, P., Lowe, M., Miller, D. and Mort, F. (eds.) Commercial cultures: economies, practices, spaces. — Oxford and New York : Berg Publ., 2000 — 224 p.
32. Pratt, A. The Cultural Economy: A Call for Spatialized 'Production of Culture' Perspectives // International Journal of Cultural Studies. — 2004. — Vol. 7(1). — Pp. 117-128.
33. Ray, L., Sayer, A. (eds.) Culture and Economy after the Cultural Turn. — London : SAGE Publications Ltd, 1999. — 288 p.

© Краснощеков В.А, Крюкова Н.А., Белько Т.В., 2021

УДК 642.5:339.13

Д. В. Туткова***Туткова Дарья Владимировна, студентка**Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь
dashatitkova@icloud.com***А. Н. Хацкелевич*****Хацкелевич Анна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент**Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь
staranna@mail.ru*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОТОВОЙ ЕДЫ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «КИТЫ ЕДЫ»

Ключевые слова: готовая еда, общественное питание, анализ рынка готовой еды, исследование потребителей, интернет-маркетинг.

Сектор общественного питания и ресторанного бизнеса год за годом становится одним из ключевых в удовлетворении первичных потребностей людей. Растет спрос, который формирует растущее предложение, как следствие на рынок приходит большое количество игроков и происходит ужесточение конкуренции. Для успешного существования на рынке на сегодняшний день компаниям приходится быстро адаптироваться под новые тенденции и инструменты маркетинга.

Сектор общественного питания и ресторанного бизнеса год за годом становится одним из ключевых в удовлетворении первичных потребностей людей. Причинами того является ряд факторов – удовлетворение потребности в отдыхе и развлечениях через посещение кафе и ресторанов, перекус в местах общественного питания в целях экономии времени, а также в рамках ежедневного выбора в рамках завтраков, обедов и ужинов. Таким образом, растущий спрос формирует растущее предложение, как следствие на рынок приходит большое количество игроков и ужесточение конкуренции. Для успешного существования на рынке на сегодняшний день компаниям приходится быстро адаптироваться под новые тенденции и инструменты маркетинга. Одним из таких является интернет-маркетинг.

Важность развития интернет-маркетинга отражена в соотношении модели Маккарти и Котлера 4Р и модели Лаутерборна 4С, где показано, как от 50-х годов до начала 90-х происходила трансформация маркетингового комплекса (рис. 1):

Название концепции	Рыночная власть	Ориентация фирмы в маркетинге	Трансформация маркетингового комплекса			
			Продукт	Цена	Место продажи	Продвижение
Модель Маккарти 4Р	Маркетологи	Больше на себя (внутренняя)	Решение для потребителя	Затраты потребителя	Удобство, комфорт для потребителя	Коммуникация с потребителем
Модель Лаутерборна 4С	Потребители	Больше на потребителя (внешняя)	Решение для потребителя	Затраты потребителя	Удобство, комфорт для потребителя	Коммуникация с потребителем

Рис. 1. Сравнение маркетинговых моделей

Как видно из рис. 1, большой акцент происходит именно на потребителя, а в приоритет ставятся такие понятия, как удовлетворенность потребителя, лояльность и доверие к компании, потребительская ценность. Именно инструменты интернет-маркетинга способны, затрачивая меньше ресурсов, охватить каждое из понятий. Но нельзя утверждать, что интернет-маркетинг способен заменить традиционный маркетинг. Ф. Вирич, директор по исследованиям портала Mail.ru и автор книги «Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов» [1] отмечает, что поле деятельности традиционного маркетинга гораздо шире сферы деятельности интернет-маркетинга (рис. 2).



Рис. 2. Соотношение функций Интернета и традиционного маркетинга

Можно отметить, что традиционный маркетинг занимается анализом спроса, конкурентов, возможностей и формированием задания для производства, тестированием продуктов на потенциальных потребителях, продвижением продуктов и т. д. В то время как интернет-маркетинг берет на себя лишь часть из данных функций.

Но современные реалии все больше показывают, насколько важна роль интернет-маркетинга при формировании стратегии. Опережение интернет-маркетинга над традиционными методами прослеживалось еще в период с 2006 по 2011 года, где согласно среднестатистическим данным по американским компаниям систематическое пользование интернет-маркетингом как инструментом дало фирмам среднегодовой прирост 14,9%, в то время как средний процент остальных компаний составил 6,3% [2].

Доля пользователей Интернета с каждым годом стремительно растет, по данным исследования We Are Social и Hootsuite пользователями Интернета на начало 2020 года являются 4,39 миллиарда клиентов [3].

Статистика могла бы иметь прежнюю динамику и в последующие годы, но 2020 год стал определяющим в развитии Интернета и интернет-маркетинга, в том числе на рынке готовой еды, причина тому – пандемия и условия, в которых люди многих стран оказались в изоляции. Ситуация 2020 года, в которую попал весь мир, четко показала, насколько большую значимость имеет Интернет в обществе и бизнес-процессах. Пандемия поменяла все привычные устои – школы, конференции, фестивали, спектакли, концерты, фитнес и, безусловно, магазины перешли в онлайн-формат. Согласно отчету Akami, за несколько месяцев 2020 года трафик глобальной сети Интернет вырос на 30% [4]. К исследованиям подключились We Are Social и Hootsuite, в представленном компаниями отчете обозначились важные тенденции сферы digital за 2020 год. Таким образом, аудитория интернет-пользователей на июль 2020 года достигла 4,57 миллиардов пользователей, рост за полгода составил более 8%. А рекламный охват Instagram увеличился до 1 миллиарда пользователей, что на 10% больше конца 2019 года.

Многие игроки бизнеса смогли быстро адаптироваться в ситуации изоляции, в том числе игроки сектора общественного питания, которые запустили доставку готовой продукции. Готовая еда стала одним из актуальных направлений, данные исследования «РБК исследования рынков» [5] показали, как закрытие игроков общественного питания повлияло на рынок доставки готовой еды (рис. 3, 4).

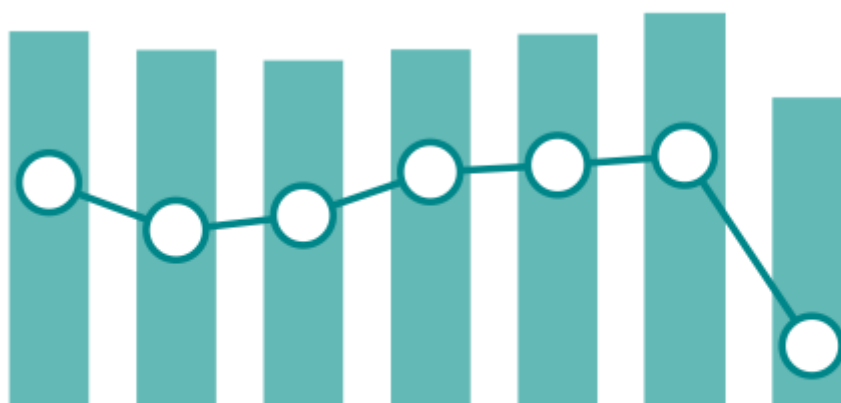
© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – сентябрь 2020 года, Е – оценка, * – с учетом НДС и стоимости доставки. При оценке рынка учитывалась также доставка из суши-магазинов.

Рис. 3. Динамика объема российского рынка доставки, 2014–2020 гг.

© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ



Источник: Росстат, расчеты РБК исследования рынков

Рис. 4. Динамика оборота общественного питания за 2014–2019 гг.

Поскольку данные исследования представлены в лишь в графическом виде, было проведено полевое исследование, в рамках которого были собраны и проанализированы данные о спросе на готовую еду в мае 2020 года и сравнении данного спроса с посещением кафе и ресторанов в мае 2019 года в городе Пермь. В данном исследовании приняли участие 50 человек от 18 до 55 лет. В качестве метода был использован онлайн-опрос.

Были получены следующие результаты:

1. Как видно из графика, большая часть потребителей – 72% в начале 2020 года заказывали еду не чаще, чем раз в месяц, 28% пользовались услугами готовой еды от 1-2 раза в месяц до каждой недели. Период изоляции изменил привычки и предпочтения потребителей – почти в равной доле потребители начали пользоваться сервисами доставки готовой еды от 1-2 раз в месяц до 2-3 раз в неделю (рис. 5).

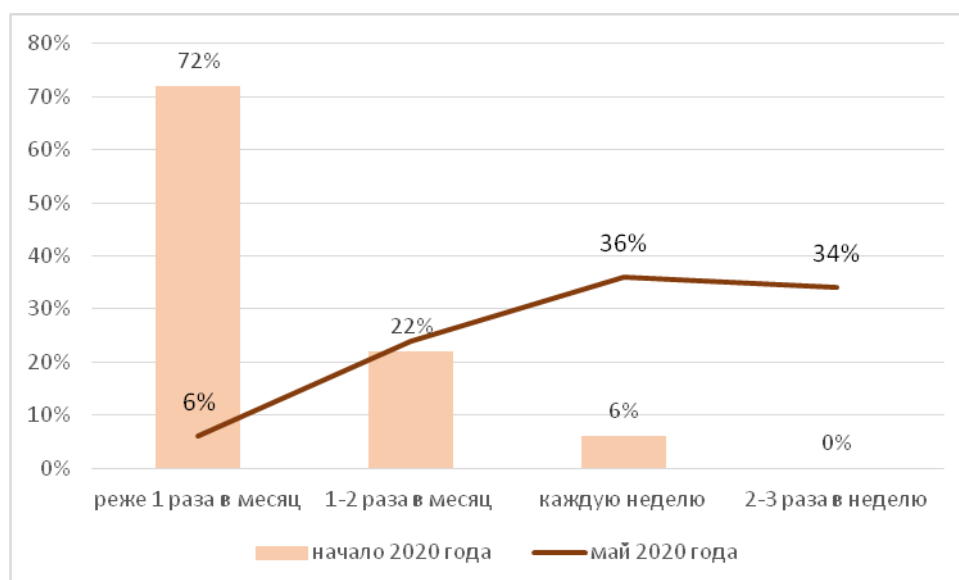


Рис. 5. Полевое исследование. Повышение спроса на готовую еду в период изоляции

2. Сравнение тенденции роста на май 2020 года и объема спроса на рестораны и кафе в начале 2020 года показало, что во многом заказ готовой еды позволил людям заменить привычные посещения мест общественного питания и именно за счет ограничений произошел такой быстрый и сильный скачок в секторе готовой еды (рис. 6).

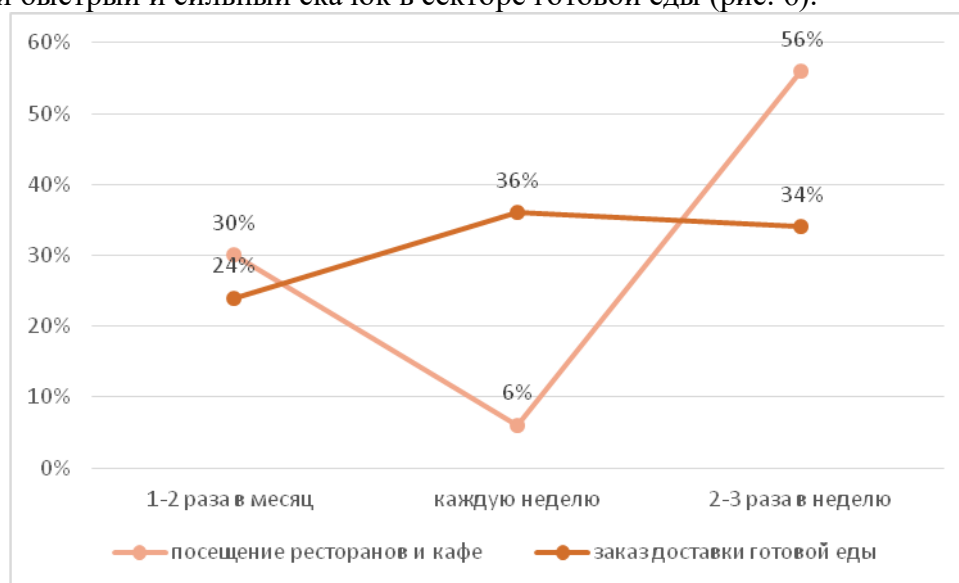


Рис. 6. Полевое исследование. Сравнение объема спроса посещения ресторанов и кафе и спроса на готовую еду

3. Чтобы объективно выявить рост спроса на рынок готовой еды, была проанализирована частотность запросов на готовую еду в период открытия ресторанов и кафе – август 2020 год и сравнение с периодом спроса в период изоляции (рис. 7). Можно отметить, что спрос стал меньшим, но при этом большая часть аудитории, заказывающих в период пандемии каждую неделю и 2-3 раза в неделю, сократили свои привычки в два раза, сконцентрировавшись на показателях 1-2 раза в месяц или каждую неделю.

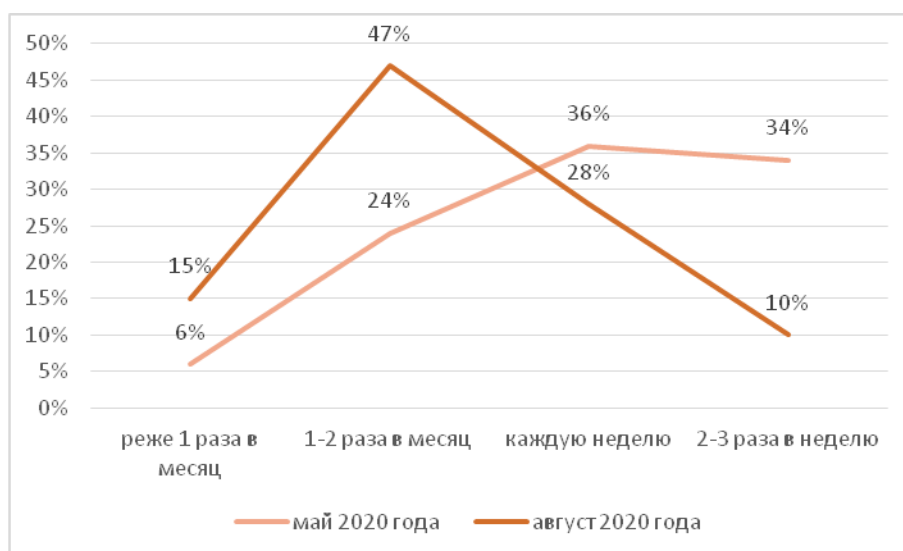


Рис. 7. Полевое исследование. Сравнение частотности запросов на готовую еду в период открытия ресторанов и кафе и периодом спроса в период изоляции

4. Подводя итог исследования, было проанализировано изменение спроса от начала года до августа 2020 года (рис. 8). Можно отметить его существенный рост во всех категориях «заказ чаще 1 раза в месяц».

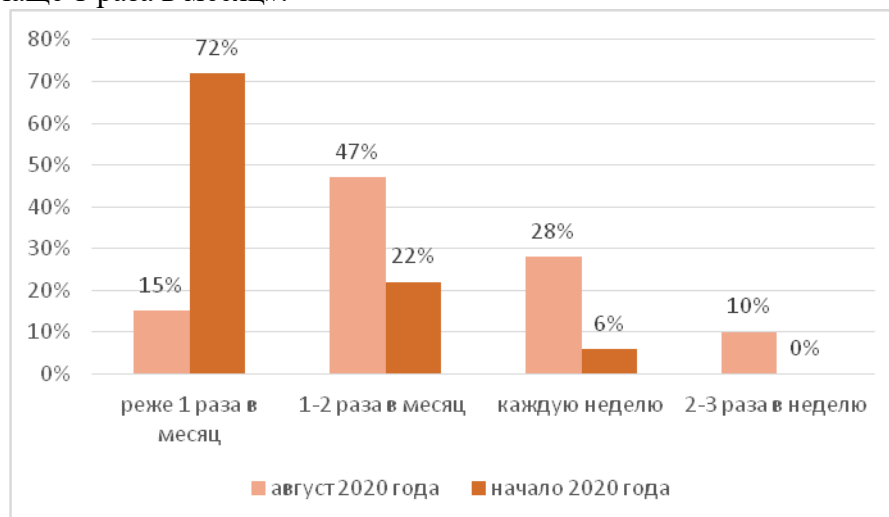


Рис. 8. Полевое исследование. Сравнение спроса на готовую еду на начало 2020 года и август 2020 года

Исследование показало, что в период пандемии рынок готовой еды и ее доставки претерпевал большой спрос, одним из последних и главных вопросов, который был задан респондентам, – каком способом выбора блюд и покупки вы пользовались чаще всего. Среди вариантов ответа были предложены инструменты интернет-маркетинга, поскольку только они являлись средством коммуникации с потребителями во время ограничительных мер. Ответы респондентов показали, что наибольшей популярностью – 30% пользуются сервисы доставки Яндекс, Деливери и социальная сеть Instagram, позволяющая закреплять в актуальных историях меню и показывать ассортимент в формате галереи, также одним из лидеров стал заказ через сайт, интернет-магазин компании – 26% (рис. 9).

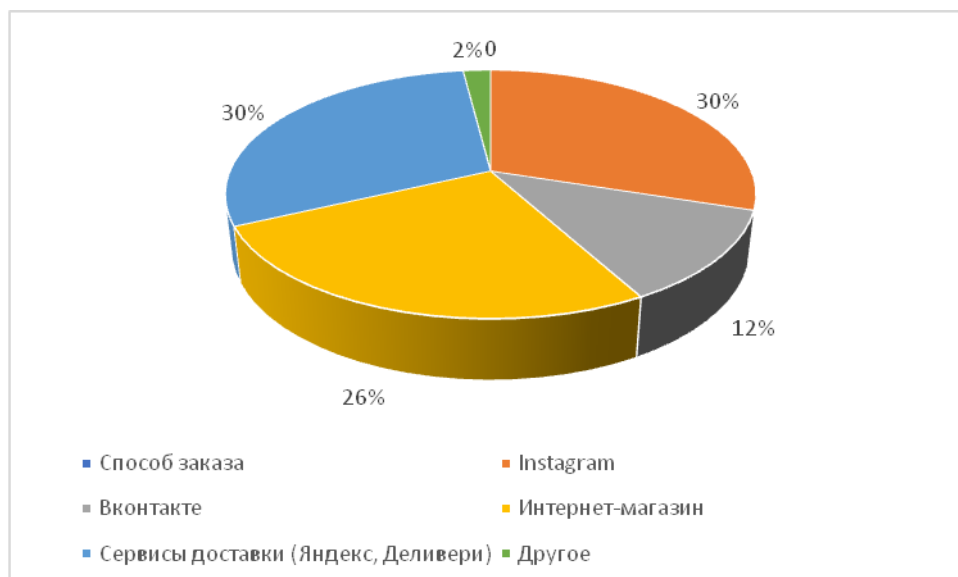


Рис. 9. Способы заказа готовых блюд

Характеристика деятельности компании «Киты еды»

«Киты еды» – пермский бренд-производитель, классифицирующийся на производстве готовой еды, напитков, кондитерских изделий и полуфабрикатов.

Ассортимент готовой продукции включает здоровую и привычную еду без различных вредных добавок, что полностью отражает позиционирование бренда как «правильный фастфуд». Изготовленная продукция распределяется по трем основным сбытовым направлениям: в собственных кафе формата fast casual, на полках супермаркета в секторе готовой еды, а также работа с отдельными крупными заказчиками.

Что касается выхода на рынок – продукция бренда представлена в 85 магазинах города Перми (Ашан, Лента, Магнит и Семья) и в 8 собственных кафе, расположенных на территории торгового центра, бизнес-центров, внутри магазинов «Семья» и кампусов университетов.

Анализ финансовых результатов за 2017–2018 годы представлен в табл. 1 [6].

Таблица 1

Анализ экономических показателей «Киты еды» за 2017–2019 года, млн. руб.

Показатель	2017 год	2018 год	2019 год
Выручка	20 млн руб.	46 млн руб.	43 млн руб.
Валовая прибыль	6 млн руб.	18 млн руб.	14 млн руб.
Чистая прибыль (убыток)	- 1,2 млн руб.	- 9,6 млн руб.	- 2,2 млн руб.

Рентабельность продаж в сравнении с 2018 годом составила -0,05%, зависимость от кредиторов 20,84%, коэффициент финансовой автономии -275,73%, коэффициент ликвидности 0,47%, ROE 17,05%.

Опираясь на показатели, можно отметить снижение выручки за период от 2018 до 2019 года, рост спроса на готовую еду в 2020 году и формирование стратегии с включением интернет-маркетинга поможет компании получить новых потребителей и повысить лояльность существующих, что может существенно отразиться на показателях выручки.

Анализ конкурентной среды на рынке готовой еды с позиции интернет-маркетинга

Если ранее у компании существовали только прямые конкуренты – бренды готовой еды, то сейчас рынок наполнился и косвенными – кафе и ресторанами, работающими с дополнительным направлением доставки. Для исследования конкурентной среды были взяты 4 прямых конкурента, в дальнейшем рассматриваемые с позиции ведения интернет-маркетинговой стратегии. Что добавляет такие критерии к отбору, как наличие сайта и социальных сетей у конкурента.

Проанализируем компании «Киты еды», «Лавка №1», «DIET LAB», «Дом-пекарня Демидовых» с помощью «Радара конкурентоспособности».

1. Размер выборки является случайным, так как для данного инструмента нет четкого регламента. Но выборка должна быть релевантной и соответствовать следующим критериям релевантности исследования: респондент должен знать обо всех компаниях, о которых идет речь, также должен быть адекватен и подходить под возрастной сегмент.

На первом этапе исследования для выявления критериев конкурентоспособности в сети Интернет были опрошены 30 респондентов. В ходе опросов были упомянуты критерии, указанные в табл. 2.

Таблица 2

Критерии конкурентоспособности

Критерии конкурентоспособности	Количество упоминаний критерия респондентами
Удобство пользования сайтом	21
Быстрое и простое оформление заказа	19
Понятное меню	12
Широта ассортимента на сайте	14
Возможность оплаты на сайте	8
Быстрая доставка заказа	23
Наличие приложения	14
Качество интерфейса и изображений	13
Наличие меню и информации в социальных сетях	19
Наличие рубрики товаров в социальных сетях	7
Быстрый ответ в социальных сетях	11
Наличие визуальной стратегии социальных сетей	8
Специальные предложения	14
Качественная реклама	7
Наличие живого контента	12

Далее были отобраны 8 критериев, которые чаще всего упоминались респондентами:

- удобство пользования сайтом;
- быстрое и простое оформление заказа;
- широта ассортимента на сайте;
- быстрая доставка заказа;
- наличие приложения;
- качество интерфейса и изображений;
- наличие меню и информации в социальных сетях;
- специальные предложения.

На втором этапе исследования был проведен опрос 30 респондентов на предмет оценки компаний по вышеуказанным критериям. Оценка осуществлялась по 10-балльной шкале, где 1 – минимальная оценка критерия, а 10 – максимальная оценка критерия (табл. 3).

Таблица 3

Оценка критериев конкурентоспособности в сети интернет

Критерий конкурентоспособности	«Киты еды»	«7 ложек»	DIET LAB	«Дом-пекарня Демидовых»
Удобство пользования сайтом	8,2	5,4	8,6	7,8
Быстрое и простое оформление заказа	9,1	0	5,6	8,2
Широта ассортимента на сайте	8,9	8,7	5,2	7,9
Быстрая доставка заказа	3,6	0	6,0	6,8

Наличие приложения или возможность заказа через сервисы доставки	0	0	0	0
Качество интерфейса и изображений	8,9	7,2	9,2	7,8
Наличие меню и информации в социальных сетях	9,2	8,8	8,2	9,8
Специальные предложения	7,8	5,2	8,4	8,4
Итого	55,7	35,6	51,2	56,7

На третьем этапе исследования был построен «Радар конкурентоспособности». Данные отражены на рис. 10.

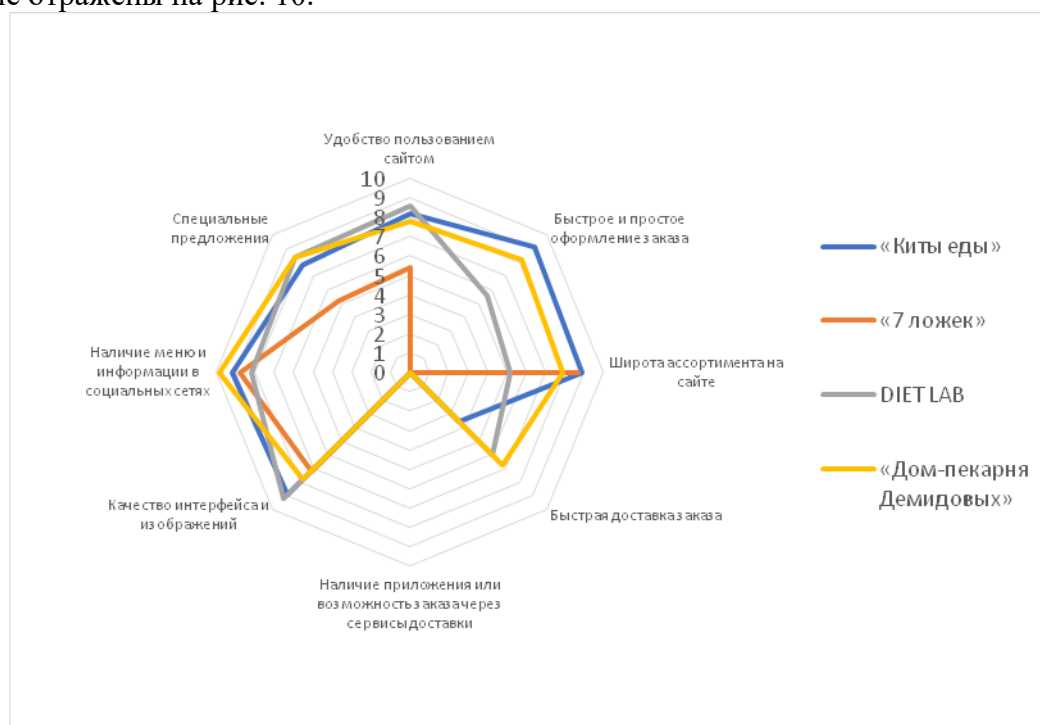


Рис. 10. Радар конкурентоспособности

Результаты проведенного исследования показали, что по многим показателям внедрение инструментов интернет-маркетинга компанией «Киты еды» удовлетворяет потребителей и делает бренд конкурентоспособным на рынке. Но, несмотря на это, важно обратить внимание на каждый из критериев с точки зрения улучшения показателей, а именно:

- разработка собственного приложения для возможности быстрого заказа или сотрудничество с сервисами доставки для минимизации времени от оформления заказа до его доставки;
- работа над тестированием сайта на предмет упрощения заказа и разработки кнопок, ведущих в меню;
- разработка специальных предложений на доставку;
- дополнение меню необходимой контактной информацией для быстрого заказа по номеру или в direct, закрепление меню в актуальных историях.

Совершенствование используемых инструментов в комплексе с другими инструментами интернет-маркетинга и традиционного маркетинга способно не только значительно поднять продажи, привлечь новых постоянных клиентов, удержать действующих и повысить узнаваемость на рынке, но и занять лидирующие позиции на рынке.

Список литературы:

1. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полное практическое руководство. – М. : Эксмо, 2012.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. – М. : Вильямс, 2014. – 1072 с.
3. Вся статистика Интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.web-canare.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>.
4. Число попыток взлома сингапурских медиа-сайтов увеличилось более чем вдвое: исследование [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.straitstimes.com/global>
5. РБК исследование рынков – Российский рынок доставки готовой еды [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketing.rbc.ru/research/34344/>.
6. Финансовая (бухгалтерская) отчетность ООО «Киты еды» по данным Росстата [Электронный ресурс] // Каталог организаций - List-Org URL: <https://www.list-org.com/> (дата обращения: 17.05.2020).
7. Новикова К. В., Яцук В. И. Современные маркетинговые инструменты регионального ритейла в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 2. – С. 20-26. – Режим доступа URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37242697>.
8. Новикова К. В., Колышкин А. В. Анализ рынка продуктового ритейла в пермском крае и перспективы развития данной отрасли [Электронный ресурс] // Экономическая среда. – 2020. – № 1 (31). – С. 32-38. – Режим доступа URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42646960>.
9. Брезгина К. В., Антинескул Е. А. Особенности интернет-маркетинга на промышленном рынке // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – № 4. – С. 96-101.
10. Керзина Е. А., Антинескул Е. А. Специфика поведения потребителей продовольственных товаров г. Перми // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 1. – ч. 1. – 224 с. – С. 77-80.

© Туткова Д.В., Хацкелевич А.Н., 2021

УДК 339.1.

Т. В. Сушкова*

**Сушкова Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, доцент*

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова, г. Казань, Республика Татарстан

stv_76@bk.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ ПРОДАЖ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Ключевые слова: потребительские предпочтения, изучение поведения потребителей, исследование рынка, конкурентоспособность, рынок продаж автомобилей, марки автомобилей.

Анализ потребительских предпочтений – это процесс, который позволяет «держать руку на пульсе» на этапе деятельности компании и наиболее полном удовлетворении имеющихся потребностей, а также при выходе на новые сегменты или рынки с новыми или имеющимися продуктами.

Изучая потребительское поведение, появляется возможность разрабатывать эффективные программы лояльности или проекты по выведению на рынок новых продуктов.

В данной статье изложены результаты исследования потребительских предпочтений на рынке продаж легковых автомобилей г. Набережные Челны. Изучены такие аспекты, как наиболее предпочитаемые марки автомобиля, технические характеристики и комплектация автомобиля, способ приобретения автомобиля, известность и предпочтения марок, срок владения автомобилями, факторы, которые являются важными и определяющими выбор автомобиля.

Исследование носило пилотажный характер. Метод сбора информации – опрос. Инструмент сбора информации – анкета, которая носила структурированный характер. Респондентами явились реальные и потенциальные клиенты.

Анализ позволил разработать программу повышения лояльности. Исследования подобного рода должны проводиться периодически. Результаты должны ложиться в основу ассортиментной и ценовой политики, а также являться ориентиром для разработки коммуникационной политики организации.

Анализ потребительских предпочтений необходим как на начальном этапе развития компании, поскольку это позволит выбрать правильное направление компании и поможет выбрать целевой сегмент, так и в процессе деятельности организации, поскольку правильное изучение потребителя, а впоследствии и удовлетворение его потребностей, приведет к повышению лояльности и притоку постоянной прибыли [3].

Главным конкурентом ООО «Гранд Авто» является компания ТрансТехСервис (ТТС), поскольку имеет несколько филиалов по городу, которые специализируются на определенных марках машин, то есть имеют в своем распоряжении отдельные здания под продажу только одной марки автомобиля, следовательно, их ассортимент шире.

С целью изучения потребительских предпочтений на локальном рынке был проведен опрос. Инструмент сбора информации – анкета.

В качестве респондентов выступили новые клиенты автосалона ООО «Гранд Авто», а также действующие клиенты посредством почтовой рассылки через сервис Survio.com. Масштаб исследования определяется как локальный на рынке города Набережные Челны. Исследование носило пилотажный характер.

Анкета содержала два раздела: основная часть, включающая в себя 15 вопросов о характеристиках автомобиля: марка, способ финансирования покупки, тип двигателя, тип

кузова, тип привода, объем двигателя, тип коробки передач, главные характеристики при выборе автомобиля, новизна автомобиля, факторы, которые являются решающими при покупке автомобиля, ценовая категория и предпочитаемая комплектация. Вторая часть, называемая «паспортичкой», содержит в себе вопросы о респонденте: пол, возраст, уровень ежемесячного заработка.

Большая часть опрошенных реальных и потенциальных клиентов владеют своим автомобилем от 1-го года до 3-х лет. Так ответили почти 74% опрошенных. Результаты представлены на рис. 1.

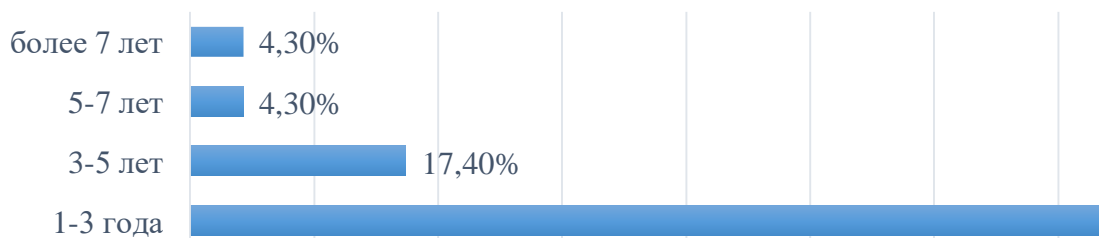


Рис. 1. Срок владения автомобилем

Из рис. 1 следует, что 17,4% респондентов являются владельцами автомобилей в течение 3-5 лет, владельцами автомобилей в течение 5-7 лет и более 7 лет являются 4,3% опрошиваемых. Следовательно, потребители предпочитают менять автомобиль не ранее чем через 3 года в среднем.

Данные о наличии первого или последующего автомобилей представлены на рис. 2.

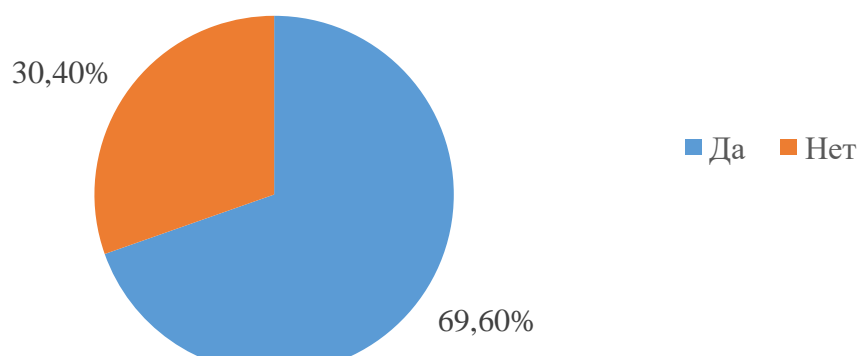


Рис. 2. Наличие первого и последующих автомобилей

Также исследование показало, что 69,6% опрошенных приобретают в данном салоне свой первый автомобиль.

Данные о способе финансирования покупки автомобиля представлены на рис. 3.

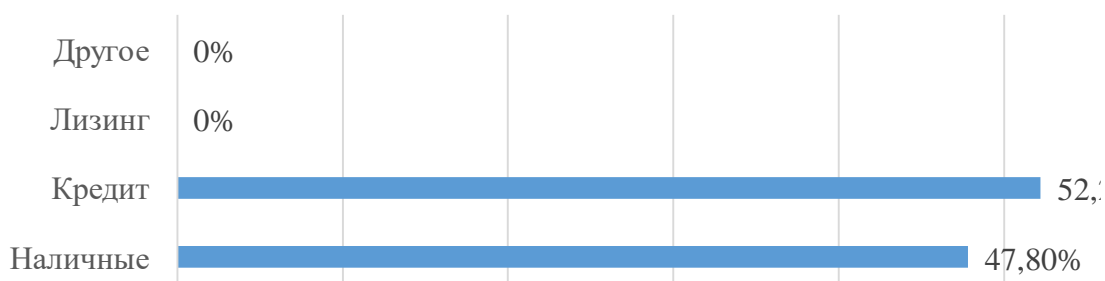


Рис. 3. Способ приобретения автомобиля

52,2% респондентов предпочитают приобретать автомобиль в кредит, остальные 47,8% опрошенных приобретают автомобиль наличными, что говорит о заранее накопленной

сумме денег. На рис. 4 представлены ответы респондентов относительно предпочтений марок автомобилей.

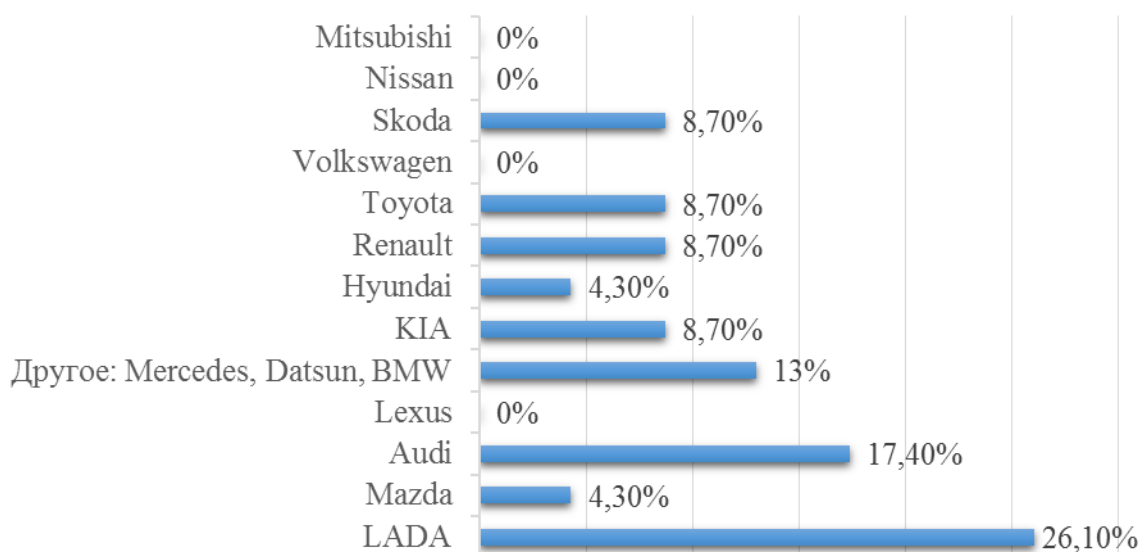


Рис. 4. Предпочитаемые марки автомобилей респондентами

Из рисунка следует, что 26,1% респондентов предпочитают марку LADA, 17,4% выбирают марку Audi, 13% респондентов выбрали вариант «Другое», среди них отметили такие марки автомобилей, как Mercedes, Datsun, BMW. Марки Skoda, Toyota, Renault, KIA предпочитают 8,7% опрошенных потребителей. Наименьшее внимание потребители обращают внимание на марки Hyundai, Mazda – 4,3%. Совсем не заинтересовали потребителей такие марки автомобилей, как Mitsubishi, Nissan, Volkswagen, Lexus. Факт того, что марка Hyundai получила 4,3% среди популярности автомобильных марок, а такие марки, как Mitsubishi, Nissan, Lexus, Mazda вообще не получили оценок, говорит о том, что потребители наименее заинтересованы в автомобилях японского производства.

Наибольшее предпочтение респонденты отдают бензиновому двигателю – 60,9%, что говорит о приверженности автовладельцев привычному типу топлива, далее следует дизельный двигатель – 17,4%, тип двигателя «гибрид» выбрали 13% респондентов, а наименее всего предпочитают газовый тип двигателя – 8,7%.

Наиболее предпочитаемым типом кузова является «хэтчбек» – 30,4%. Далее следует тип «седан» – 26,15%. Наименее предпочтительными типами являются «универсал» и «купе/кабриолет» – 13%.

Данные по предпочитаемому объему двигателя представлены на рис. 5.

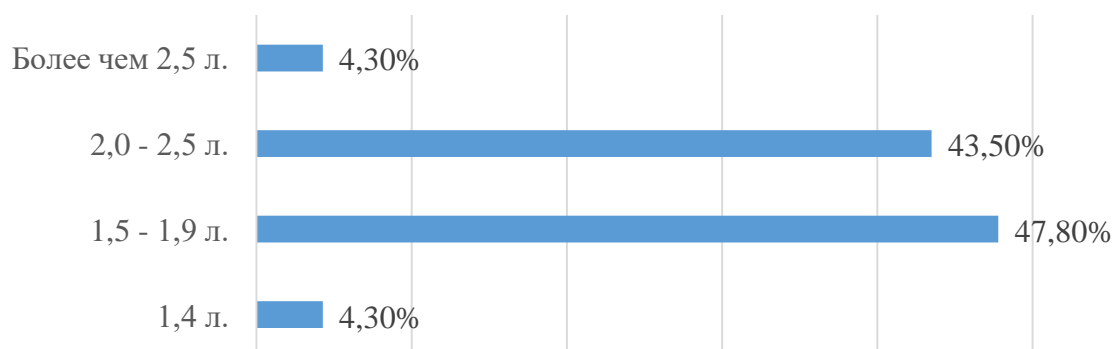


Рис. 5. Объем двигателя автомобиля

По данным рис. 5 можно сделать следующие выводы: 47,8% респондентов выбрали объем двигателя равный малолитражному – 1,5-1,9 л. Двигатель объемом 2,0-2,5 л.

предпочитают 43,5% опрошенных. Наименее всего респонденты заинтересованы в объеме двигателя в 1,4 л.

На рис. 6 представлены ответы респондентов относительно коробки передач.

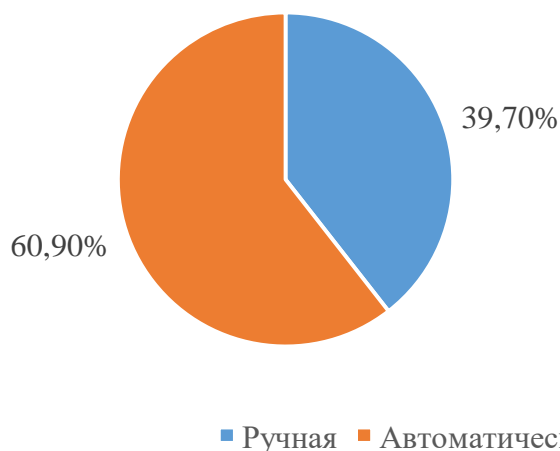


Рис. 6. Вид коробки передач

По данным рис. 6 можно сказать, что 60,9% респондентов предпочитают автоматическую коробку передач, что составляет больше половины опрошенных.

Значительный интерес в исследовании представляли критерии, при помощи которых осуществляется выбор автомобиля. Ответы респондентов представлены на рис. 7.

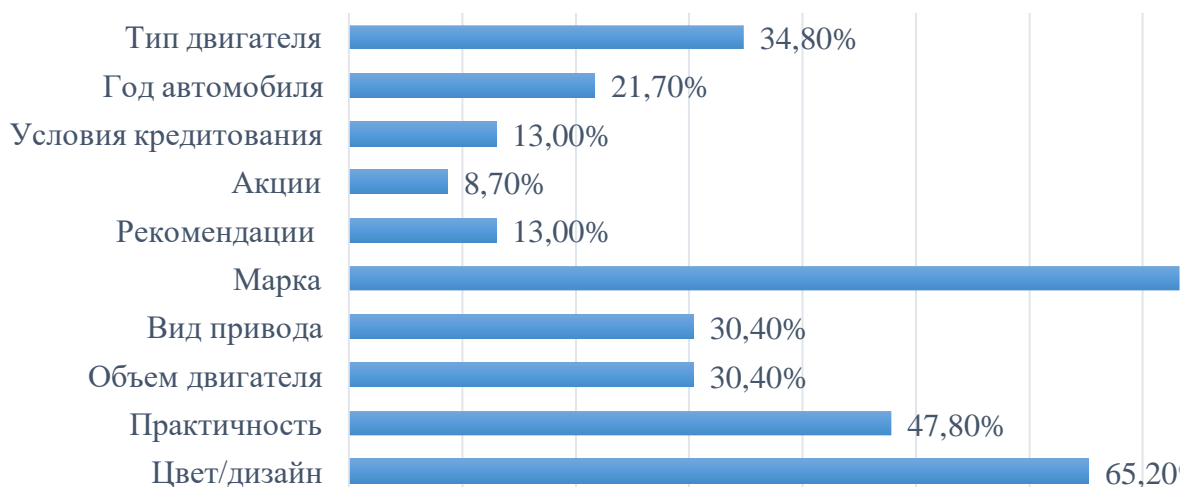


Рис. 7. Главные критерии при выборе автомобиля

Из рисунка следует, что самым главным критерием при выборе автомобиля стал критерий «марка» – 73,9%, далее потребители предпочитают ориентироваться на «цвет/дизайн» – 65,2%, критерий «практичность» отметили 47,8% опрошенных. Наименее важным критерием респонденты отметили наличие акций – 8,7%.

Большая часть респондентов (60,9%) выберут новый автомобиль. Бывшие в употреблении автомобили предпочитают приобрести 17,4% респондентов. 21,7% ответили, что это не имеет значение.

На рис. 8. представлены факторы, которые ускорили процесс совершения покупки автомобиля (стали решающими).



Рис. 8. Решающие факторы при покупке автомобиля

По данным рисунка можно сделать вывод, что наиболее стимулирующим фактором при покупке автомобиля является «цена» – 87%, далее идет критерий «расход топлива» – 69,6%, «доступность сервиса» отметили 43,5% опрошенных.

Информация о предпочтительной комплектации автомобиля представлена на рис. 9.



Рис. 9. Комплектация автомобиля

По данным рисунка можно сделать вывод, что наиболее всего респонденты хотят видеть в комплектации автомобиля систему климат-контроля (кондиционер) – 81,8%. Далее идет «система помощи аварийного торможения (ВА) – 57,1%. Одинаковую оценку имеют такие критерии, как «датчик слепых зон» и «система распределения тормозных усилий (EBD)» – 54,5%. Наименее всего респондентов интересуют в комплектации автомобиля «датчики света и дождя» и «доводчики дверей» – 18,2%.

Значительная часть клиентов автосалона это мужчины – 78,3%, 21,7% – женщины. Сведения о возрасте опрашиваемых представлены на рис. 10.

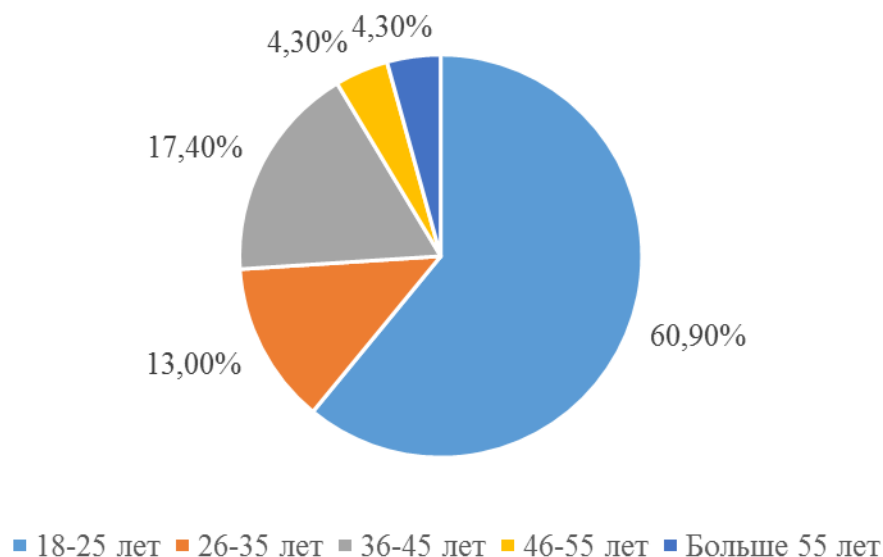


Рис. 10. Возраст респондентов

Возраст респондентов представлен следующим образом: 18-25 лет – 60,9%, и это говорит о том, что именно в диапазоне этого возраста потребители предпочитают приобретать автомобиль в первый или последующий раз, 36-45 лет – 17,4%, 26-35 лет – 13,0%, возраст в диапазоне 46-55 лет и более 55 лет получил одинаковый процент – 4,3%.

С целью укрепления взаимоотношений автосалона с клиентами и устранения выявленных проблем в деятельности организации предлагаются следующие мероприятия:

1. Рекомендовать разработку рекламной кампании для повышения информирования клиентов о продукции компании, ассортиментом ряде на локальном рынке города Набережные Челны, которая будет включать в себя рекламу: наружная и печатная реклама в виде баннеров по главным проспектам города, в данном случае проспект Мира (преимущественно в бизнес-центре) и проспект Сююмбике, а также телевизионный ролик.

2. Формирование товарного ассортимента в соответствии с выявленными предпочтениями потребителей, объемом и структурой неудовлетворенного спроса.

3. Рекомендуются снижать цену на автомобили на региональном уровне посредством оптимизации издержек: оптимизировать транспортные расходы в регионе путем концентрирования партии автомобилей, использовать централизованные перевозки. Расход топлива во многом зависит от стиля вождения потребителя, но не менее важный фактор – это техническое состояние автомобиля, поэтому стоит обращать внимание и следить за техническими особенностями продаваемой продукции во избежание неисправностей. Отсюда вытекает следующий фактор, влияющий на выбор автомобиля – доступность сервиса.

4. Ввести в штат или провести обучение на мастера-консультанта, который будет обеспечивать персональность обслуживания автомобиля после покупки. То есть, после приобретения автомобиля клиентом, к нему приставляется мастер-консультант, который будет индивидуально вести ремонт и консультации по автомобилю. Услуга определяется как послепродажное обслуживание клиентов и влияет на их удовлетворенность покупкой, а также способствует повышению лояльности клиента к организации.

5. Ограничить закупку следующих марок автомобилей в силу наименьшей заинтересованности в них потребителей: Hyundai, Mazda – 4,3%; Skoda, Toyota, Renault – 8,7%, такие марки как Lexus, Nissan, Mitsiби закупать не стоит, поскольку по результатам исследования они не получили никаких оценок.

6. Необходимо оказание дополнительных услуг: консультация клиентов по определенным маркам автомобилей, поскольку не все разбираются в характеристиках предоставленных автомобилей.

Чтобы быть наиболее конкурентоспособными и успешными на рынке, компании необходимо сделать все возможное для правильного изучения потребительских предпочтений, а также создать тот продукт или услугу, которая будет удовлетворять именно выбранный для работы сегмент рынка, что поспособствует созданию собственной устойчивой потребительской базы. От того, какой уровень лояльности имеет клиент по отношению к организации, во многом зависит будущий объем продаж и получаемая прибыль, что в целом определяет эффективность организации на рынке.

Список литературы:

1. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации : учебник / Г. Д. Антонов, О. П. Иванова, В. М. Тумин. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 300 с.
2. Антонова Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. – М. : ИНФРА-М, 2019. – 325 с.
3. Васильев Г. А. Поведение потребителей : учеб. пособие / Г. А. Васильев, О. А. Лебедева, А. Г. Васильев ; под ред. Н. И. Лыгина, Г. А. Васильев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 239 с.
4. Годин А. М. Маркетинг : учебник для студентов экономических вузов, обучающихся по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг». – М. : Дашков и К°, 2019. – 671 с.
5. Драганчук Л. С. Поведение потребителей : учеб. пособие. – М. : Научно-изд. центр ИНФРА-М, 2018. – 192 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. : пер с англ. – Вильяеме, 2007. – 656 с. – С. 143-144.
7. Наумов В. Н. Поведение потребителей : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2020. – 345 с.
8. Нуралиев С. У. Маркетинг : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 305 с.
9. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2019. – 512 с.
10. Федюнина Е. Н. Теория потребительского поведения : учеб. пособие. – Волгоград : Изд-во Волгоградс. ГАУ, 2018. – 128 с.
11. Официальный сайт ООО «Гранд Авто» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vw-grandauto.ru/>, свободный. – дата обращения 03.01.2021 г.
12. Официальный сайт «Вираж» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://virage-cars.ru/>, свободный. – дата обращения 03.01.2021 г.
14. Официальный сайт «Диалог авто» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dialog-auto.ru/>, свободный. – дата обращения 03.01.2021 г.
15. Официальный сайт «LADA АВТО» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ladachelny.ru/>, свободный. – дата обращения 03.01.2021 г.
16. Официальный «KIA ТТС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tts.kia.ru/>, свободный. – дата обращения 03.01.2021 г.
17. Strategic Business Insights [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml>, свободный. – дата обращения 12.12.2020 г.
18. Как изменится потребительское поведение в кризис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thebestpackaging.ru/2015/04/kak-izmenyaetsya-potrebitelskoe-povedenie-v-krizis.html>, свободный. – дата обращения 12.12.2020 г.

© Сушкова Т. В., 2021

МИКРОУРОВЕНЬ Информационные технологии

УДК 004.4

О.Г. Седнев*

**Седнев Олег Геннадьевич, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г.о. Тольятти

arbat.74@mail.ru

Е.В. Баимачникова*

**Баимачникова Елена Валентиновна, профессор*

Поволжский государственный университет сервиса, г.о. Тольятти

arbat.74@mail.ru

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ПРОГРАММИРОВАНИЯ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Ключевые слова: методы программирования, языки программирования, объектно-ориентированный подход, информационные технологии.

Залог эффективной подготовки квалифицированного специалиста в высшем учебном заведении с использованием информационных технологий - это обучение его знанию языков программирования всех уровней, различных методов программирования для дальнейшей успешной производственной деятельности. Необходимыми факторами современной системы обучения в области ИТ-технологий являются постоянное совершенствование учебной архитектуры компьютеров, непрерывное обновление программного обеспечения исходя из целей и задач поставленных, как изменениями в информационной системе предприятий (глобальная цифровизация), так и в ходе обучения самого абитуриента. Развитие информационной структуры – это не только инновационный процесс, но и совершенствование системы обучения, к которой как раз и относится данный элемент. В статье представлен анализ методов программирования и применение современных языков программирования в образовательной сфере. В работе детально описаны виды метода программирования и компонентных технологий.

В настоящее время актуальной является проблема применения более простых, но эффективных методов программирования и программных систем. Применение различных методов программирования разнообразит процесс обучения и позволит обеспечить с высокой степенью включенность обучающихся в учебный процесс, активизировать их познавательную и творческую деятельность при решении поставленных задач.

Методом (технологией) программирования называется совокупность методов и средств, используемых в процессе разработки программного обеспечения (ПО): 1. Неструктурированное программирование; 2. Непосредственное (машинно-ориентированное) *Ассемблер*; 3. Процедурное (структурированное) *Паскаль*, *Бейсик*, *Си*; 4. Модульное программирование (сохранение созданных процедурных функций по определенным правилам); 5. Объектно-ориентированное программирование (программа представлена в виде совокупности объектов, каждый из которых является реализацией определенного класса (вида) *Delphi*, *Visual Basic*, *Borland Pascal*, *Visual Java*, *свободное СПО – Lazarus*.

Структура первых простейших программ состояла из программы, написанной на машинном языке (в двоичных или шестнадцатеричных кодах) и обрабатываемых ею данных. Появление машинно-ориентированных языков (ассемблеров) позволило программистам

вместо кодов использовать мнемонические обозначения кодов операций и символические имена данных. Программы стали «читаемыми». С разработкой языков программирования высокого уровня (FORTRAN, ALGOL) снизился уровень детализации операций. В 1960-х гг. разразился «кризис программирования». Причина в несовершенстве неструктурированного программирования. Использовался метод программирования «снизу-вверх» - сначала разрабатывались простые подпрограммы, а далее строилась сложная программа путем их сборки. При сборке программы появлялось огромное количество ошибок согласования, а при их исправлении появлялись новые сбои, зарождалась путаница.

В результате исследовательских работ 1960—1970-х гг. была разработана технология процедурного (или структурного) программирования. Структурное программирование — методология разработки программного обеспечения, в основе которой лежит представление программы в виде иерархической структуры блоков.

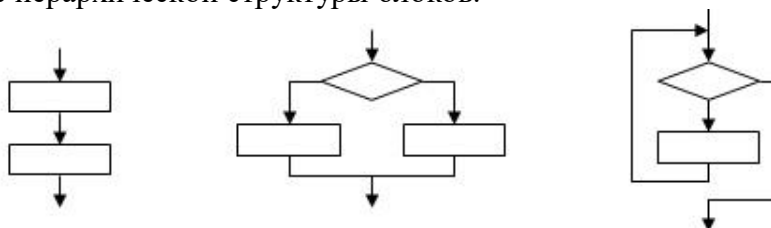


Рисунок 1. Алгоритмы блочных схем.

Технология процедурного программирования основана на использовании следующих методов (приемов) программирования: 1) метод декомпозиции (нисходящего проектирования) - разделение программы на процедуры простейшей структуры и представление программы в виде иерархии процедур; 2) метод модульной организации - группировка процедур и обрабатываемых ими данных в модули, которые программируются и компилируются отдельно. 3) метод структурного программирования процедур - разделение процедур на вложенные блоки, использование операторов ветвления и циклов, форматирование текста процедуры.

Область применения программного обеспечения постоянно расширялась, а процессы управления, подлежащие автоматизации, усложнялись. Проблема сложности программного обеспечения решалась путем деления программы на отдельные процедуры и уменьшения их объема для удобства работы и повышения читабельности программы. При таком подходе трудно описать реальные объекты предметной области во всем их многообразии, их поведение и взаимосвязи между ними. В начале 1980-х гг. был разработан язык C++, ставший первым промышленно используемым языком, который использует объектно-ориентированный подход к программированию.

В 1991 г. был разработан язык программирования Python, включающий в себя и процедурные, и объектно-ориентированные возможности. В 1995 г. фирма Sun Microsystems на основе языков C и C++ создала новый язык Java. Данный язык программирования активно используется для создания интерактивных Web-страниц и в разработке приложений на базе Internet, а также для реализации программного обеспечения устройств, взаимодействующих по сети. Объект - ключевое понятие объектно-ориентированного программирования. Объекты являются программными компонентами, моделирующими элементы реального мира.

Основные принципы объектно-ориентированного программирования: 1) абстракция данных (выделение существенных признаков объекта, отличающих его от других объектов); 2) инкапсуляция (каждый объект полностью описывается совокупностью своих свойств и методов); 3) наследование (позволяет создавать новые классы на основе существующих); 4) полиморфизм - способность объектов классов, связанных наследованием, реагировать различным образом на одно и то же сообщение.

Итак, объектно-ориентированный подход к программированию имеет ряд преимуществ перед структурным подходом: 1. программирование в понятиях, максимально

приближенных к предметной области; 2. многократное использование написанного кода; 3. сокращение времени разработки и отладки программ.

Но следует отметить и недостатки объектно-ориентированного подхода: 1. значительная глубина абстракции приводит к созданию «многослойных» приложений, где выполнение объектом требуемого действия сводится к большому количеству обращений к объектам более низкого уровня, что сказывается на производительности системы; 2. инкапсуляция снижает скорость доступа к данным; 3. код, относящийся к классам-потомкам, может находиться и в их классах-предках, что приводит к снижению скорости трансляции и выполнения программы; 4. обеспечение полиморфизма приводит к необходимости связывать методы, вызываемые программой в процессе исполнения программы, на что тратится дополнительное долгое время.

В высших учебных заведениях в программах подготовки обучающихся внедрены определенные языки программирования. Так, студенты ФГБОУ ВО «ПВГУС» определенных специальностей изучают в основном объектно-ориентированные языки программирования: C++, Python, Java, Delphi, Visual Basic, Object Pascal, Visual DataFlex, Perl, PowerBuilder, Python, SQL, Oracle. Крайние 4 года активно изучается современный язык Python. Но к особенностям подготовки программистов относятся углубленное изучение наиболее востребованных на рынке систем и языков программирования таких как SQL, ORACLE, Python, новейших информационных технологий: COM, DCOM, CORBA; технологий: ActiveX, ActiveX Data Objects (ADO), Inter Base Express (IBX); Active Server Pages (ASP). Студентом ИТ-специальностей при поступлении говорят следующее: "Когда вы поступаете в ВУЗ, в мире рождается новая технология. Когда вы его закончите, она уже устареет."

В мире ИТ все быстро меняется, поэтому в базовых дисциплинах опираются на классику: C++, C#, Java, Python, Delphi, Turbo Pascal, Free Pascal. Данные языки широко использовались и продолжают использоваться для обучения студентов и школьников. Такие языки программирования как Java, C/C++, Swift очень похожи между собой, и изучение одного позволит быстро разобраться в другом. А в рамках индивидуальных проектов (курсовые и квалификационные работы) в основном поощряется самостоятельное изучение новинок.

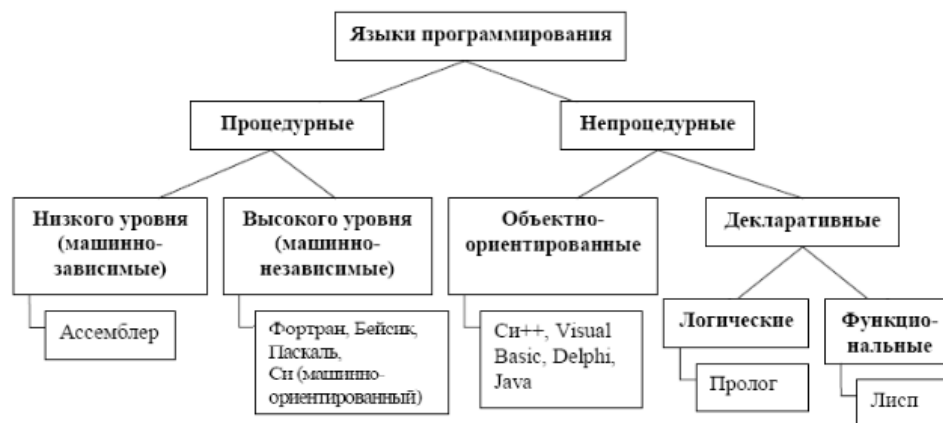


Рисунок 2. Объектно-ориентированные языки программирования.

Неполный список объектно-ориентированных языков программирования: C#, C++, F#, Java, JavaScript, Delphi, Swift, Visual Basic .NET, Visual DataFlex, Visual FoxPro, Perl, PowerBuilder, Python, Scala, ActionScript (3.0), JavaScript, JScript.NET, Ruby, Ada, Xbase++, PHP, Cobra, Turbo Pascal, Object Pascal, Free Pascal.

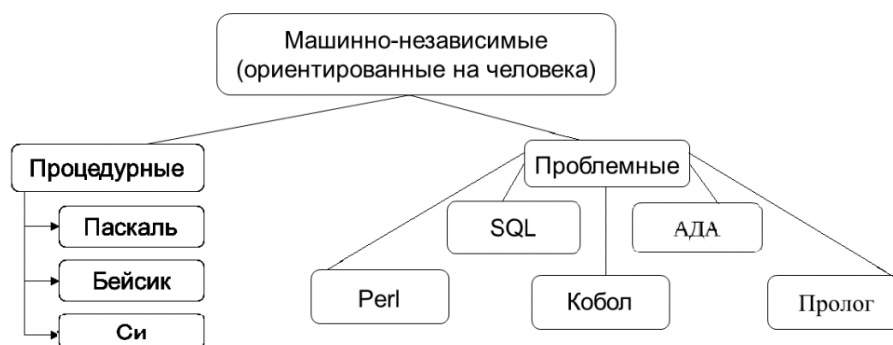


Рисунок 3. Машинные языки программирования (1-я ступень).

На данный момент существует множество языков программирования, но три из них пользуются большой популярностью, это языки Python, Java и JavaScript.

Язык программирования Python - это высокоуровневый язык программирования, который может работать в режиме интерпретатора. Его простота, удобство пользования, относительно простые синтаксис и семантика, возможность использования объектно-ориентированного подхода привлекли большое количество программистов со всего мира. Он является бесплатным, что также служит одним из самых весомых преимуществ, и подходит для решения большинства повседневных задач - резервное копирование, чтение электронной почты или же игровое приложение. Данный язык программирования практически ничем не ограничен, поэтому его также используют в крупных проектах. К примеру, Python активно используется такими IT-гигантами, как Google и Yandex. К тому же простота и универсальность Python делают его одним из лучших языков программирования.

Java - объективно-ориентированный язык программирования, разработанный в компании Sun Microsystems и купленный впоследствии известной компанией Oracle. Отличительная особенность Java - это возможность работать вне зависимости от архитектуры компьютера на любой виртуальной Java-машине, переводя высокоуровневое представление в байт - 17 код2. Язык Java есть неотъемлемая часть масштабных ERP (от англ. enterprise resource planning - планирование ресурсов предприятия) систем.

Три ключевых элемента объединились в технологии языка Java: 1. Java предоставляет для широкого использования свои апплеты (applets) — небольшие, надежные, динамичные, не зависящие от платформы активные сетевые приложения, встраиваемые в страницы Web; 2. Java высвобождает мощь объектно-ориентированной разработки приложений, сочетая простой и знакомый синтаксис с надежной и удобной в работе средой разработки; 3. Java предоставляет программисту широкий набор классов объектов для ясного абстрагирования многих системных функций, которые используются при работе с окнами, сетью и для ввода-вывода.

Самая первая версия языка JavaScript была ограничена только браузером Netscape и предлагала узкую функциональность. Но благодаря сообществу разработчиков, которые работали над его совершенствованием, он продолжил активно развиваться. JavaScript на сегодняшний день работает в разных браузерах, на мобильных устройствах и настольных компьютерах. Он перерос из простого языка программирования в один из наиболее популярных инструментов в арсенале веб-разработчика.

Достоинства JavaScript: 1. он быстрее, понятнее, проще в изучении по сравнению с другими языками программирования; 2. JS работает в разных браузерах и на различных платформах; 3. делает сайт интерактивным, легким для восприятия и привлекательным для посетителей.

Недостатки JavaScript: 1. уязвим по отношению к эксплойтам (вредоносный код, использующий уязвимости программного продукта); 2. может быть использован для запуска вредоносного кода на компьютере пользователя; 3. не всегда поддерживается некоторыми браузерами или устройствами.

Развитие информационных технологий сопровождается появлением новых и совершенствованием существующих подходов к программированию. По мнению многих исследователей, развитие языков программирования в ближайшее время будет двигаться в направлении все большей абстракции, изменения уровня детализации и, конечно, максимального упрощения. Это приведет к повышению надежности процесса создания программ и сокращению количества допускаемых разработчиками ошибок.

Список литературы:

1. Седнев О. Г. Кадровый потенциал предприятия: моделирование и управление НОУ ВПО «Международный институт рынка», Тольятти, 2008, 132с.
2. Седнев О. Г. Решение проблем управления персоналом посредством компьютерных технологий с учетом изменяющихся социальных факторов Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. № 1 (10). С. 94-98.
3. Седнев О.Г. Инновационные методы социального моделирования кадрового потенциала на предприятиях автостроения. В сборнике: Социология инноватики: социальные механизмы формирования инновационной среды. сборник докладов и выступлений Второй международной конференции: в двух томах. 2008. С. 370-378.
4. Трофимов, В. В. Алгоритмизация и программирование: учебник для академического бакалавриата / В. В. Трофимов, Т. А. Павловская; под редакцией В. В. Трофимова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 137 с.

© Седнев О.В., Башмачникова Е.В., 2021

УДК 331

Т.А. Журавлева*

**Журавлева Татьяна Айдыновна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса г. Тольятти
Kaf_manager@tolgas.ru*

Т.В. Голощапова*

**Голощапова Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
gol155@yandex.ru*

ЦЕННЫЕ КАДРЫ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Ключевые слова: рынок труда, самоизоляция, персонал, квалифицированные кадры, оплата труда, работодатели, вакансии, удаленный режим, экономический кризис.

Прошедший 2020 год и начало наступившего 2021 отразились непростой ситуацией, связанной с мировым экономическим кризисом на фоне распространения коронавирусной инфекции. Наша страна тоже понесла значительные экономические потери, что не смогло обойти стороной рынок труда, количественный и качественный состав работников на предприятиях.

Самарская область, как и все остальные регионы, проходила нелегкий путь по выживанию в непростых условиях для действующих предприятий, особенно когда были так называемые «нерабочие недели», которые заставили руководителей задуматься, как сохранить своих сотрудников и их рабочие места.

Столкнувшись с новыми обстоятельствами, когда необходимо было переводить часть сотрудников на удаленную работу, а это затронуло практически 30% от состава работников, руководство предприятий старалось не потерять качественную составляющую рабочей силы, что оказалось не так-то просто. Приходилось форсировать события буквально на «ходу»: кого-то отправили в оплачиваемый отпуск, а кто то осваивал новые технологии по удаленной работе и хорошо, если такие технологии уже были разработаны.

Перед руководителями предприятий вставали вопросы: «Насколько может быть универсален тот или иной работник для предприятия?», «Кто из них сможет адаптироваться в сложившихся реалиях?», «Кто останется востребованным специалистом?». И это не весь перечень вопросов, который необходимо было проработать и решить, при этом не принести вред производственному процессу и не остаться без специалистов, которые необходимы для этого.

Для решения проблемы сохранения кадрового состава на рынке труда подключились различного рода специалисты, это были и кадровые агентства, и психологи, и аналитики, и HR-специалисты крупных предприятий области. Все они понимали, что сложившаяся ситуация может подорвать и так «хрупкий рынок труда» и процент по безработице может «взлететь» в разы. Было непонятно, как пандемия отразится на экономике, и какие будут последствия после нее.

Согласно опросу, проводимого на платформе «hh.ru» [18], с начала кризисной ситуации в стране в 20% предприятий произошло уменьшение численности сотрудников. Чаще всего речь шла о небольших предприятиях до 100 сотрудников, в них потеря составила 24%. Крупные предприятия, где работают свыше 3 тысяч сотрудников, эта ситуация отразилась на 27% персонала. Возможно, все потерявшие свою работу на данных предприятиях станут новыми активными соискателями, однако может сложиться ситуация, когда имеющиеся вакансии на рынке труда не будут соответствовать их имеющемуся опыту и профессиональным запросам. Тем более, что на рынке труда в России с начала марта 2020

года по оценке экспертов, в период пандемии снизилась соискательская активность в среднем на 2% в неделю и продолжает снижаться количество активных резюме до начала 2021 года. Как следствие, биржи труда и службы занятости в регионах показывают повышенный спрос на низкоквалифицированную и временную работу. Соискатели отдают предпочтение таким вакансиям, потому что такая ситуация дает возможность более легкого трудоустройства и получение достаточно быстрого дохода [18]. При этом работодателями подготовлены условия для бесплатного обучения новых сотрудников с первого дня их пребывания в новой роли и это предполагает оперативное укомплектование штата. Наиболее популярными вакансиями связанные с временной работой являются водители, сортировщики, комплектовщики, сотрудники складов, контролеры качества и другие, связанные с дистанционной торговлей товаров и продуктов питания.

Потери Самарского региона от пандемии оцениваются примерно в 5-10% ВРП, более точного прогноза пока дать нет возможности. Возможные потери доходов регионального бюджета правительство прогнозирует на уровне 23 млрд. рублей, но прорабатываются даже более жесткие варианты, так как при подсчете за первое полугодие по оценке Минфина, регион недополучил до 20% налоговых поступлений. При том, что за первый квартал объем налоговых и неналоговых доходов, которые поступили в бюджет Самарской области, был на 10% больше, чем год назад. Многое будет зависеть и от того, сколько будет проходить во времени восстановление мировой экономики в целом и восстановление спроса на продукцию, которая производится в Самарской области, а также как скоро будут сняты ограничения для бизнеса по мере улучшения санитарно-эпидемиологической ситуации [15].

По мнению специалистов-аналитиков, от современного кризиса в значительной степени пострадали, в первую очередь, регионы с достаточно развитой диверсифицированной экономикой, с широкой кооперацией и объемами внешнеэкономических поставок. При этом произошло нарушение технологических производственных цепочек в важнейших экономических сферах, а мировые цены на большую часть традиционных для региона экспортных продуктов значительно сократились из-за резкого сокращения спроса. Но, несмотря на жесткие условия, не снижаются объемы и темпы финансового обеспечения значимых национальных проектов, не сокращается финансирование социальных программ и в полном объеме исполняются инвестиционные обязательства по осуществлению совместных проектов с инвесторами. Все понимают, что необходим разумный баланс между жесткими карантинными мерами и экономическими преференциями [2]. Поэтому происходит изучение предлагаемых антикризисных программ, форм антикризисного реагирования, которые можно рассматривать, как возможность оптимального выхода для удержания экономической стабильности в краткосрочной перспективе. На рисунке 1 показана ситуация, связанная с падением числа предприятий по отраслям.

Динамика падения числа предприятий по отраслям
с апреля по сентябрь 2020 года (%)

Рис. 1. Падение числа предприятий по отраслям с апреля по сентябрь 2020года [13].

В нынешней ситуации, связанной с пандемией, стало очевидным, что успешнее всего справляются с кризисом те предприятия и организации, которые идут в ногу с прогрессом, активно участвуют в национальных проектах. Например, компания «АКОМ», которая в 2017 году вошла в нацпроект «Производительность труда и поддержка занятости», в кризисный период значительно легче приспосабливается к меняющимся внешним факторам, влияющим на ведение бизнеса. Автоматизация технологических процессов, модернизация оборудования, внедрение цифровых технологий, развитие производственных систем – все это дало возможность предприятию гибко и оперативно адаптироваться к непростой

всемирной ситуации, продолжить процесс производства, сохранить рабочие места, в том числе в рамках трудового режима на условиях удаленной работы. Таким образом, участие в рассматриваемом и других нацпроектах поможет снизить влияние кризисных явлений на предприятие и способствовать переоценке подходов к работе, в том числе через трансформацию бизнеса.

Адресатов, рассчитывающих на поддержку, на самом деле настолько много, что охватить всех невозможно. Поэтому большинство предпринимателей должны рассчитывать на свои силы и искать самостоятельные решения для выхода из кризиса. Что касается помощи от региональных властей, то они зачастую не пользуются тем инструментарием, который у них есть и речь здесь больше идет не о финансовой поддержке, а об эффективном управлении, а, следовательно о перестройке системы.

Несмотря на предпринятые со стороны властей усилия, бизнес, в том числе малый и средний в настоящее время находится в достаточно тяжелом положении. Многие так и не смогли получить поддержку от государства по формальным причинам. Поэтому необходимо выстраивать конструктивный диалог с предпринимателями, прислушиваться к их мнению и вместе искать решение проблем, порожденных пандемией.

Оценка эффективности господдержки со стороны представителей бизнеса показала, что мнения разделились. Чуть меньше половины респондентов - (45%) согласны, что реализуемые государством меры имеют положительную составляющую и можно говорить об эффекте. Вместе с тем, 40% из опрошенных, отметили отсутствие положительного влияния, а 15% и вовсе затруднились с ответом.

Пока аналитики оценивают масштабы экономического кризиса, руководители предприятий наиболее пострадавших от последствий пандемии, а также власти регионов подсчитывают, какой был нанесен ущерб казне от предпринятых мер для поддержки бизнеса.

За период 2020 и начало 2021 года кадровый рынок претерпел значительные изменения, так как часть сотрудников предприятий, которых отправляли на «удалёнку» или в отпуска в итоге закончили свою трудовую деятельность, в рамках данных организаций, увольнением [18].

На сложившуюся ситуацию, связанную с распространением коронавирусной инфекцией еще и «наложился» нефтяной мировой кризис, что заставило руководителей предприятий оптимизировать затраты и как правило они были связаны с уменьшением фонда оплаты труда, а значит заработной платы их работников, а также сокращение численности персонала. Как показывают исследование такая ситуация была в пределах 15-20%. При этом более стабильным оставался рынок рабочей силы, связанный с ИТ – технологиями и квалифицированными рабочими специальностями. Исходя из этого, многие руководители и бизнесмены были вынуждены осознать, что назрела необходимость в профессиональной переподготовке кадров с возможностью работать в удаленном режиме, кроме, конечно профессий, которые затрагивают работу на специфическом оборудовании крупных предприятий региона. Возникла ситуация, когда специалисты по персоналу должны уметь организовывать дистанционное общение в виде онлайн-обучения. При этом основным спросом в период пандемии являются краткосрочные программы профессионального переобучения.

Обучение в дистанционном режиме в основном проходит до трех месяцев, в течение которых всем обучающимся выплачивается пособие или стипендия по безработице. Как показывает практика, многие граждане, оставшиеся без работы, готовы за этот период получить новую профессию, чтобы после окончания пандемии трудоустроиться на желаемое и постоянное место работы. Тем более, что предприятия в ближайшем будущем возобновят прием сотрудников и будут проводить отбор новых кандидатов, при этом предъявляя к ним более высокие требования. К реализации таких образовательных программ готовы включиться и вузы страны и региона.

Из этого следует, что в настоящее время стоит вопрос о том, что систему образования необходимо перестраивать и развивать. При этом интеграция процессов образования с элементами дистанционного позволит использовать механизм по взаимодействию образования и бизнеса, что может гарантировать выход из любой сложившейся ситуации на рынке труда и позволит использовать человеческие ресурсы как гаранта для дальнейшего ведения бизнеса без особых потрясений.

Переход на так называемый «home-office» предполагает обеспеченность сотрудников ноутбуками; корпоративной связью; техникой, оснащенной лицензионными программами и системой защиты. Однако, не все предприятия могут себе это позволить. Тем более что в основном все дистанционные площадки являются зарубежными, а ситуация показала, что назрела необходимость в собственных аналогичных разработках таких сервисов. Следовательно, возникла необходимость использования своих собственных ресурсов, а они есть во многих учебных заведениях, дающих возможность обучения сотрудников предприятий и организаций в режиме удаленного времени, соответствующие новым профессиональным стандартам по уровням квалификации [1]. Тем более, что данные разработки намного дешевле зарубежных.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 16 апреля 2014 г. № 249 «О Национальном совете при Президенте РФ по профессиональным квалификациям» (в ред. Указа Президента РФ от 18 декабря 2016 г. № 676)
2. Постановление правительства Самарской области «О дополнительных мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Самарской области в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» от 03.04.2020 № 212. – Текст : электронный // https://economy.samregion.ru/upload/iblock/999/podpisannoe-rasporyazhenie-436_r.pdf (дата обращения: 07.03.2021).
3. Амельченко, Д. М. Исследование вовлеченности персонала компании / Д. М. Амельченко. - Текст : непосредственный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. – № 12 (66) Часть 3. – С. 6-8.
4. Богушевич, Е. В. Проблемы управления персоналом в условиях трансформации общества в информационное / Е. В. Богушевич, А. В. Котов. - Текст : электронный // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). — Пермь: Меркурий. - 2012. — С. 50-52. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/57/3176/> (дата обращения: 07.03.2021).
5. Васильев, П. П. Современные тенденции формирования трудового потенциала и развития интеллектуального капитала / П. П. Васильев, О. М. Шевелева. - Текст : непосредственный // Наука и образование хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. - 2014. - № 5 (48). – С. 7-16.
6. Индекс развития человеческого потенциала. – Текст : электронный // Гуманитарный портал: [Сайт]. - 2006–2019 (последняя редакция: 23.04.2019). - URL: <https://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info> (дата обращения: 07.03.2021).
7. Рыбкина М. В. Управление персоналом как основное средство реализации кадровой политики / М. В. Рыбкина, М. В. Короткова, С. О. Никитина, А. В. Черных. - Текст : непосредственный // RJOAS: Russian Journal of Agricultural and Sosio-Economic Sciences.- 2016. - №11(59). - С.108-114
8. Armstrong, M. Handbook of Human Resource Management. 14-th Edition. 2018.
9. Dr. Adrian Healey, Dr. Markus Perkman, Prof. John Goddard. Measuring the impact o university – business cooperation. Final Report by European Comission, 2014.

10. Green Going. Investment in environmentally friendly technologies is growing globally // Finance&Development. – Vol. 49. – No. 2. – 2012. – <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2012/06/pdf/fd0612.pdf>
11. Mosca M., Pastore F. Wage effects of recruitment methods // IZA Working Paper, 2017.
12. Yakubovich V. Weak Ties, Information, and Influence: How Workers Find Jobs in a Local Russian Labor Market // American Sociological Review June 2018, -pp. 408-421.
13. Влияние пандемии на экономику России. - Текст : электронный // РБК : [сайт]. - URL: <https://www.rbc.ru/economics/08/09/2020/5f570b589a7947a7d20d6a74> (дата обращения: 07.03.2021).
14. Обзор экономических мер, предпринимаемых государствами мира для поддержки бизнеса и граждан в условиях распространения 2019-nCoV. - Текст : электронный // ROSCONGRESS.ORG. [сайт]. – URL: <https://roscongress.org/materials/ekonomika-vo-vremya-pandemii-fond-roskongress-podgotovil-obzor-ekonomicheskikh-mer-primenyaemykh-str/> (дата обращения: 07.03.2021).
15. Потери региона от пандемии оцениваются в 5-10% ВВП. - Текст : электронный // Информационный портал Волга Ньюс: [сайт]. – URL: <https://volga.news/article/536275.html> (дата обращения: 07.03.2021).
16. Почти в половине российских компаний сократилось число сотрудников. - Текст : электронный // Новости Нижнего Новгорода сегодня — В городе N: [сайт]. – URL: <https://www.vgoroden.ru/novosti/pochti-v-polovine-rossiyskih-kompaniy-sokratilos-chislo-sotrudnikov-id321318> (дата обращения: 07.03.2021).
17. Прелести удаленки и борьба за ценные кадры: как самарские предприятия работают в период самоизоляции. - Текст : электронный // SAMARA.KP.RU: [сайт]. – 13.04.2020. – URL: <https://www.samara.kp.ru/daily/27116/4197264/> (дата обращения: 07.03.2021).
18. Приглашайте соискателей на временную работу. - Текст : электронный // togliatti.hh.ru: [сайт]. - URL: <https://togliatti.hh.ru/article/26816> (дата обращения: 07.03.2021).
19. Учет в качестве безработных в онлайн-режиме. - Текст : электронный // Интерактивный портал службы занятости населения Самарской области: [сайт]. - URL: <https://www.samaratrud.ru/> (дата обращения: 07.03.2021).
20. Ушли с рынка, потеряли выручку, сократили сотрудников: как малый бизнес пережил карантин. - Текст : электронный // Forbes : [сайт]. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/404179-ushli-s-rynka-poteryali-vyruchku-sokratili-sotrudnikov-kak-malyu-biznes-perezhil> (дата обращения: 07.03.2021).

© Журавлева Т.А., Голощанова Т.В., 2021

Финансы, денежное обращение и кредит

УДК 336.717

Е. Ю. Иноземцева*

**Иноземцева Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти
inozemceva_e@mail.ru*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕПОЗИТНЫМ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОМ ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

Ключевые слова: бизнес-процесс, депозит, онлайн-заявки, сайт банка, оптимизация.

Чтобы отвечать требованиям клиентов, необходима смена базовых принципов организации, изменение ее бизнес-процессов, корректировка основных принципов. Одна из основных причин, активизирующая банки на постоянные изменения, – конкурентная борьба. Финансовые рынки стали прозрачны и открыты. В подобной ситуации достаточно менеджменту коммерческого банка реализовать неправильные управленческие решения или понизить качество предлагаемых услуг, кредитная организация начинает терять клиентскую базу. В то же время даже высокоразвитому банку необходимо совершенствоваться, так как все положительное в его работе и технологиях достаточно быстро становится известным на рынке и активно внедряется конкурентами. Поэтому, чтобы находиться в активной позиции, необходимо постоянное изменение внутренних бизнес-процессов.

Изменчивость современного делового мира требует постоянного реагирования кредитных организаций на происходящее вокруг. Организациям сегодня приходится действовать в условиях динамичной внешней среды, характеризующейся быстрыми технологическими изменениями, широкой номенклатурой продукции, а также мгновенной сменой потребительских предпочтений. «Рынки продавцов» превратились в «рынки покупателей». Это означает, прежде всего, необходимость создания двустороннего канала коммуникации и выстраивание индивидуальных отношений, гибкость и оперативность обслуживания.

Понимание сущности бизнес-процесса коммерческого банка и основ его функционирования необходимо для эффективного управления финансами кредитной организации. Содержание объекта управления и происходящие в нем изменения определяют содержание субъекта управления и его развитие.

Всем бизнес-процессам организации свойственно экономическое содержание, то есть у каждого процесса есть свой потребитель и продукт. Бизнес-процесс реализует исполнитель, следовательно, деятельность – один из обязательных атрибутов бизнес-процессов, так как понятие «деятельность» является базовым для описания функционирования организации, можно считать, что иных процессов, кроме процессов деятельности (то есть бизнес-процессов), в организациях не существует. Все процессы организации участвуют в обмене услугами или товарами, а их определение не должно содержать отличительных признаков, если контекстом их описания является конструирование рационального использования ресурсов.

Для анализа депозитного бизнес-процесса был выбран метод SWOT-анализа, наиболее распространенный и понятный метод анализа данных. Задача SWOT-анализа состоит в представлении руководству организации всей необходимой информации для определения возможных стратегий и комбинаций. При проведении данного анализа используется мнение аналитиков, экспертов, профессионально разбирающихся в специфике

анализируемых процессов организации и за ее пределами. Экспертная группа ПАО Сбербанк представлена в табл. 1.

Таблица 1

Экспертная группа для проведения SWOT-анализа

Эксперт	Направление	Взаимодействие с кредитованием в ПАО «Сбербанк»
1	2	3
А	Начальник сектора технической поддержки ДБО ПАО «Сбербанк»	Начальник сектора технической поддержки СберБизнес, сектора диспетчеризации (процесс разбора ошибок и проблем в программе СберБизнес)
Б	Главный специалист технической поддержки ДБО ПАО Сбербанк	Работает в группе диспетчеризации (процесс разбора ошибок и проблем в программе СберБизнес)
В	Ведущий инженер по разработке ПАО «Сбербанк», группа разработки	Сопровождает программу СберБизнес, отвечает за функционал «депозиты»
Г	Клиентский менеджер ПАО «Сбербанк»	Напрямую работает с открытием депозитов в ПАО «Сбербанк»
Д	Индивидуальный предприниматель	Оформлял заявление на открытие депозита дистанционно
Е	Частное лицо	Оформлял заявление на открытие депозита дистанционно
Ж	Генеральный директор	Оформлял заявление на открытие депозита дистанционно

Были выбраны три клиента банка, частные и юридические лица, которые на своем опыте дали оценку депозитного процесса в банке. Также в роли экспертов был приглашен клиентский менеджер, напрямую занимающийся обработкой депозитных и кредитных заявок.

Для оценки бизнес-процесса важно мнение людей, работающих в данном процессе, особенно тех, которые разбирают технические ошибки системы. В контактном центре ПАО «Сбербанк» есть сектор диспетчеризации, сектор, куда поступают запросы клиентов по ошибкам, происходящим в программе СберБизнес. В периметр вопросов данных сотрудников входит фиксирование и отработка ошибок в программе, в случае невозможности устранить ошибки на месте, сотрудники передают информацию о дефекте на разработчиков, которые занимаются дальнейшим изучением вопроса. Эксперты с подобным опытом смогут особенно четко оценить слабые стороны банка.

Благодаря SWOT-анализу мы можем выявить как сильные стороны, которые стоит закрепить, так и слабые, на которые стоит акцентировать внимание при разработке модели оптимизации бизнес-процесса. Согласно мнению опрошенных экспертов была составлена матрица SWOT-анализа (табл. 2).

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа депозитного бизнес-процесса ПАО «Сбербанк»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – Крупнейший банк страны – Известность банка – Большое количество офисов по всей стране и за ее пределами, что упрощает процесс – Большая экосистема, банк интегрирован с 	<ul style="list-style-type: none"> – Дефекты, возникающие при формировании заявок в приложение Сбербанка – Единственное обходное решение при технической неисправности – обратиться в офис банка

<p>другими сервисами экосистемы</p> <ul style="list-style-type: none"> – Онлайн-приложение обладает стильным и удобным интерфейсом, № 1 в рейтинге USABILITYLAB по удобству и функциональности – Мгновенная обработка заявлений. Среднее время 5-10 минут – Автоматизированная система обработки заявлений 	<ul style="list-style-type: none"> – Слабый процесс информирования клиентов об отказе, часто клиентам приходит общий отказ без уточнения причины – Двухэтапный процесс подачи заявки для юридических лиц, затягивает заключение сделки – Слабое информационное наполнение сайта банка в части размещения средств через отделение банка
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Быстрое реагирование и устранение дефектов по депозитам может увеличить число потенциальных клиентов • Рекламные баннеры по депозитам в сервисах экосистемы Сбербанка • В самом сервисе СберБизнес депозиты находятся в скрытом разделе, а не в главном меню, не работает как дополнительная реклама 	<ul style="list-style-type: none"> • Низкие процентные ставки по сравнению с основными конкурентами • Уменьшение доходов населения • Ситуация с COVID-19, ухудшение ситуации в малом бизнесе • Рост темпов инфляции

Основываясь на представленном анализе депозитного бизнес-процесса, стоит отметить, что банк располагает рядом преимуществ по сравнению с конкурентами. В первую очередь отмечаем широкую известность банка, так как клиенты доверяют свои деньги, даже под меньший процент, банку с именем. Как плюс отмечается быстрота в онлайн-обработке заявок на размещение средств, среднее время обработки запроса – 5-10 минут. Дольше всего обрабатываются заявления юридических лиц, из-за большого количества данных и запроса в смежные системы, несмотря на массивность данных по корпоративным клиентам, обработка заявления происходит не более часа.

Несмотря на имеющиеся плюсы, у банка есть зоны роста, особенно в части депозитных предложений для клиентов.

Эксперты выделили один момент, который нам показался наиболее интересным. Двухступенчатый процесс подачи заявки для корпоративных клиентов увеличивает время рассмотрения и ожидания (рис. 1).

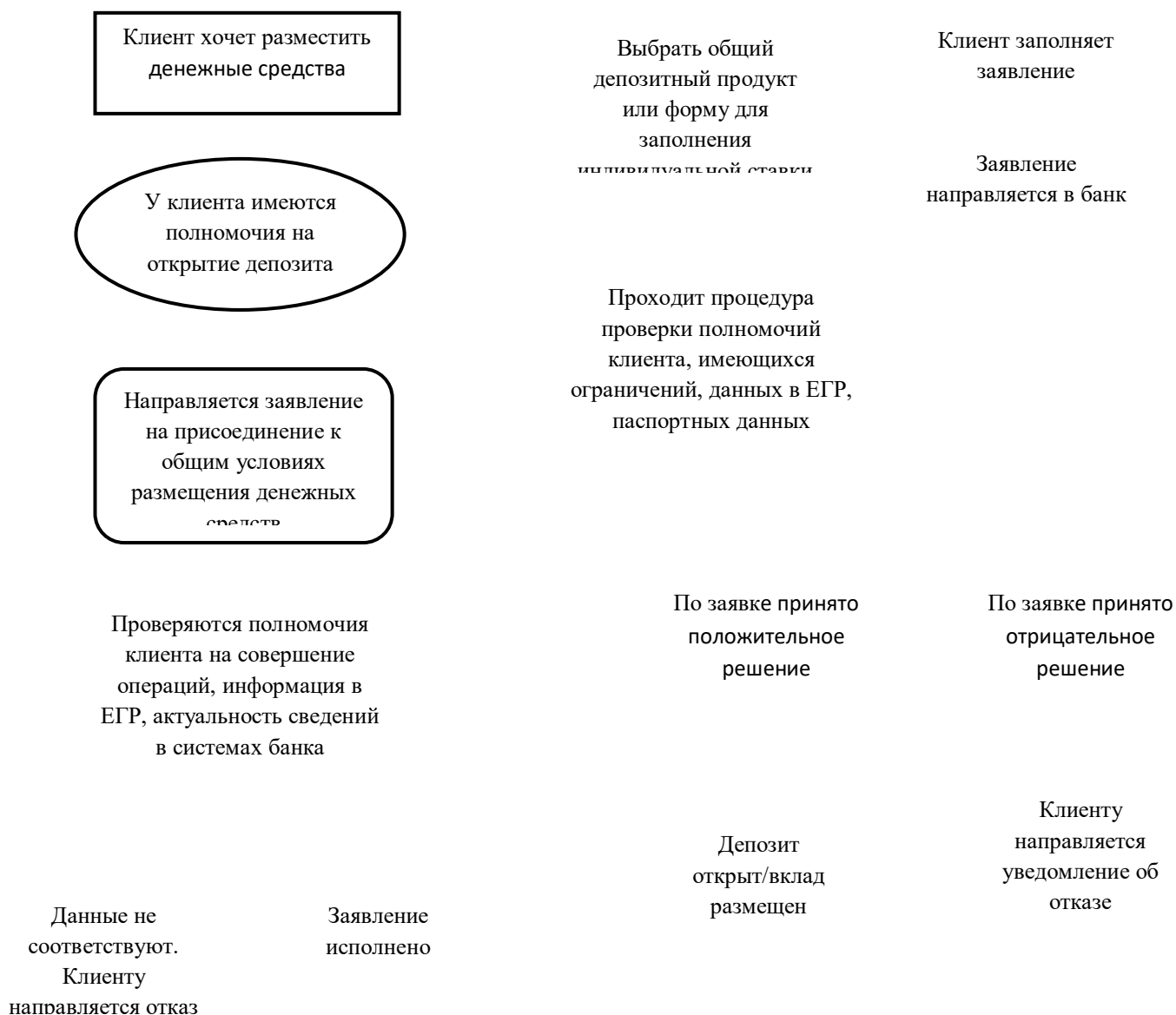


Рис. 1. Бизнес-процесс размещения депозита онлайн для корпоративных клиентов

Дополнительно стоит выделить плохое информационное наполнение сайта банка в части размещения средств через отделение банка. Нет отведенного раздела под данный способ.

Устранение ошибок, выявленных в данном бизнес-процессе, позволит банку оптимизировать процесс и увеличить приток денежных средств в дальнейшем.

Сбербанк движется в сторону полной интеграции своих продуктов в онлайн-среду, следовательно, акцент банк делает на совершенствование своего онлайн-бизнес-процесса. Однако необходимо отметить, что оффлайн-процесс все еще занимает значительную долю в банковской структуре. На 2020 год сумма привлеченных средств через отделение банка составляет 31,20% от общей суммы привлеченных средств клиентов. Основываясь на полученных данных, задачей является не только внедрение улучшений по оптимизации онлайн-бизнес-процессов, но и совершенствование оффлайн составляющей. В целях оптимизации бизнес-процессов в управлении финансами ПАО «Сбербанк» предлагается несколько направлений, представленных на рис. 2.

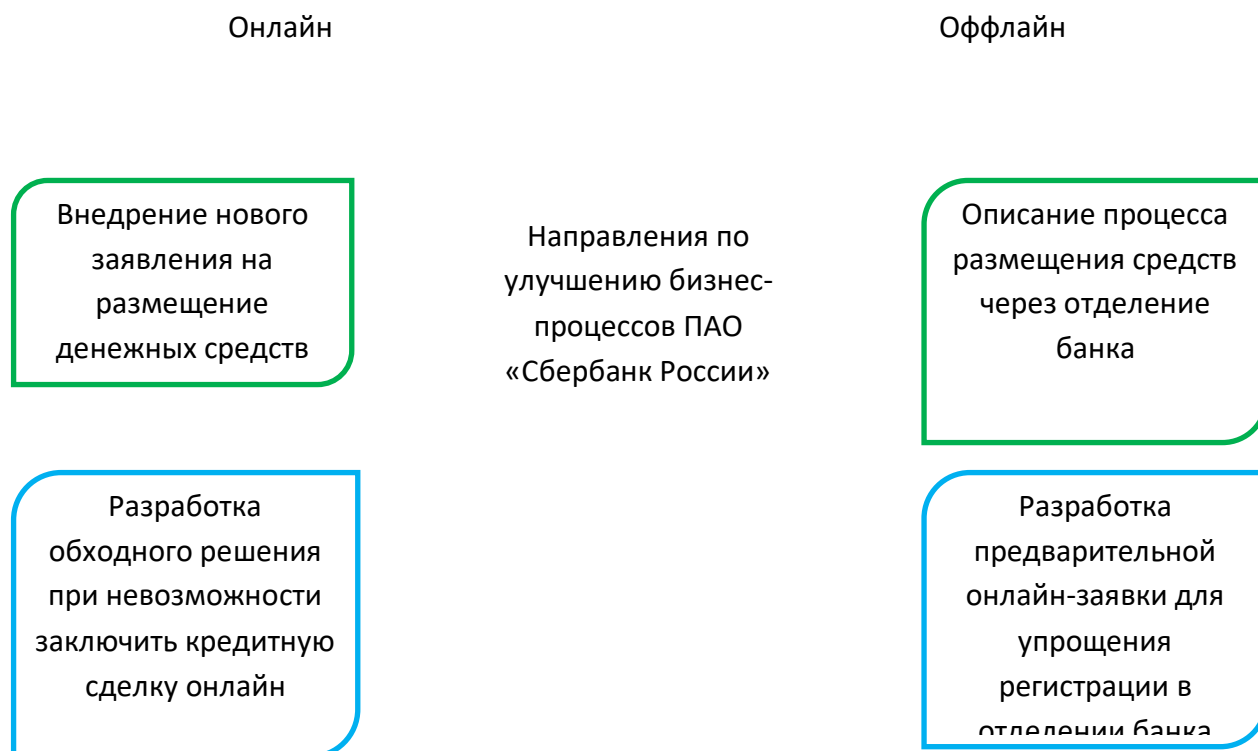


Рис. 2. Рекомендации по улучшению бизнес-процессов ПАО «Сбербанк России»

Бизнес-процесс подачи заявок для новых клиентов банка состоит из нескольких этапов, что усложняет и замедляет процесс оформления депозитного счета для клиентов. Банк увеличивает время поступления средств на свои счета, иногда процесс растягивается на два дня. В табл. 3 приведено среднее время от начала формирования заявки до поступления средств на счета банка. Данные результаты были получены путем формирования заявки на тестовом стенде личного кабинета СберБизнес.

Таблица 3

Среднее время формирования и обработки онлайн-заявки на размещение средств для корпоративных клиентов ПАО «Сбербанк»

№ п/п	Процесс	Время, мин.
1	Ознакомление и подписание заявления на присоединение к общим условиям размещения денежных средств	1-2
2	Проверка общего заявления на присоединение общим условиям размещения средств	30-60
3	Заполнение заявления на открытие депозита	5-8
4	Проверка заявления на открытие депозита	8-10

Самое длительное время занимает проверка и обработка первого заявления на присоединение к общим условиям размещения денежных средств. Необходимо понимать, что данное заявление направляется только для заключения общего договора, от заключения данного соглашения банк не получит денежных средств. Даже минимальное время обработки заявления – 30 минут – достаточный срок, чтобы клиенты совершили необходимые им действия в интернет-банке и отложили процесс размещения средств в виде депозита. Для изучения данного вопроса среди респондентов, новых пользователей СбреБизнеса был проведен опрос удовлетворенностью программой, и в частности задан

вопрос о депозитном продукте и времени, когда клиенты оформляли депозит после заключения общего соглашения (рис. 3).

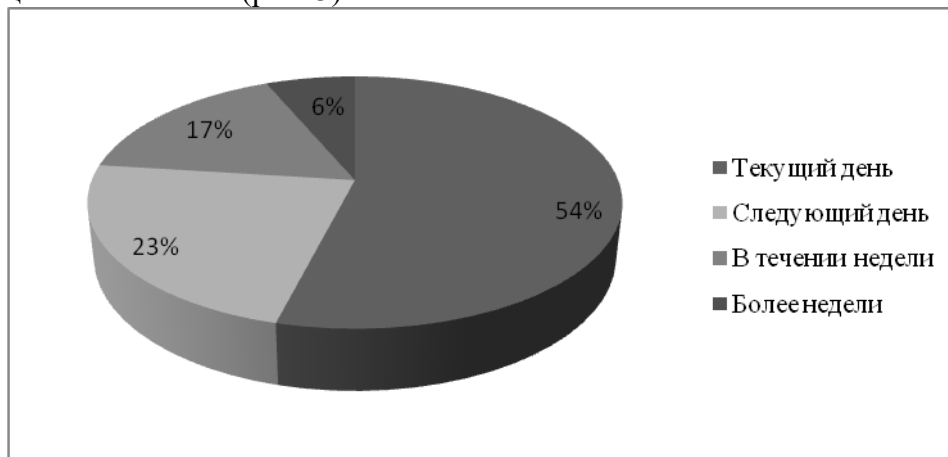


Рис. 3. Срок оформления депозитной сделки после заключения общего договора корпоративными клиентами ПАО «Сбербанк России»

Двухступенчатый процесс размещения денежных средств приводит к уменьшению привлеченных средств от клиентов в текущий день. Необходимо также понимать, та группа клиентов, которая воспользовалась услугой в срок «более недели» после заключения общего договора, это упущенные клиенты, которые могли бы к моменту заключения своего первого депозитного договора заключить второй.

Основываясь на полученных данных, было проработано новое заявление на размещение денежных средств (рис. 4), которое поможет решить проблему упущенных клиентов.

Заявление на открытие депозита

№4 от 17.06.2020

Ознакомьтесь и подтвердите присоединение к условиям

Общие условия размещения денежных средств. [Посмотреть](#)

Присоединяюсь к условиям

[Показать информацию](#)

Сумма

Срок размещения по

К выплате **1 086 776,42 RUB с начислением 22 988,88 RUB по ставке 3.93% годовых**

Способ внесения средств

Поручение Банку на списание средств

Самостоятельное внесение средств

i С вашего счёта до указанной вами даты будут списаны средства для зачисления на депозитный счёт.

Дата списания не позднее

Счёт списания

[Показать реквизиты](#)

Счёт возврата Совпадает со счётом списания

Подтверждение условий Нажимая на кнопку «Создать», вы подтверждаете согласие с [Условиями размещения денежных средств](#) и [Условиями банковских вкладов](#)

Рис. 4. Общее заявление на размещение средств для новых клиентов

Представленное заявление включает сразу два блока депозитного бизнес-процесса. Новые клиенты сразу направляют заявление на присоединение к общим условиям размещения денежных средств и формируют заявку на открытие депозитного счёта. Клиенты сразу получают возможность разместить средства, а банк получает выгоду от увеличения срока пользования средствами клиентов. Новое заявление способствует ускорению процесса заключения сделки с новыми клиентами, при этом сам процесс не усложняется для клиентов. В новом заявлении появляется один дополнительный пункт «общее условие размещения денежных средств», остальная информация скрыта в дополнении, то есть заявление не будет выглядеть нагружено.

С помощью обновленной формы заявления банк сможет соединить два больших блока депозитного бизнес-процесса и как итог оптимизировать весь процесс (рис. 5).

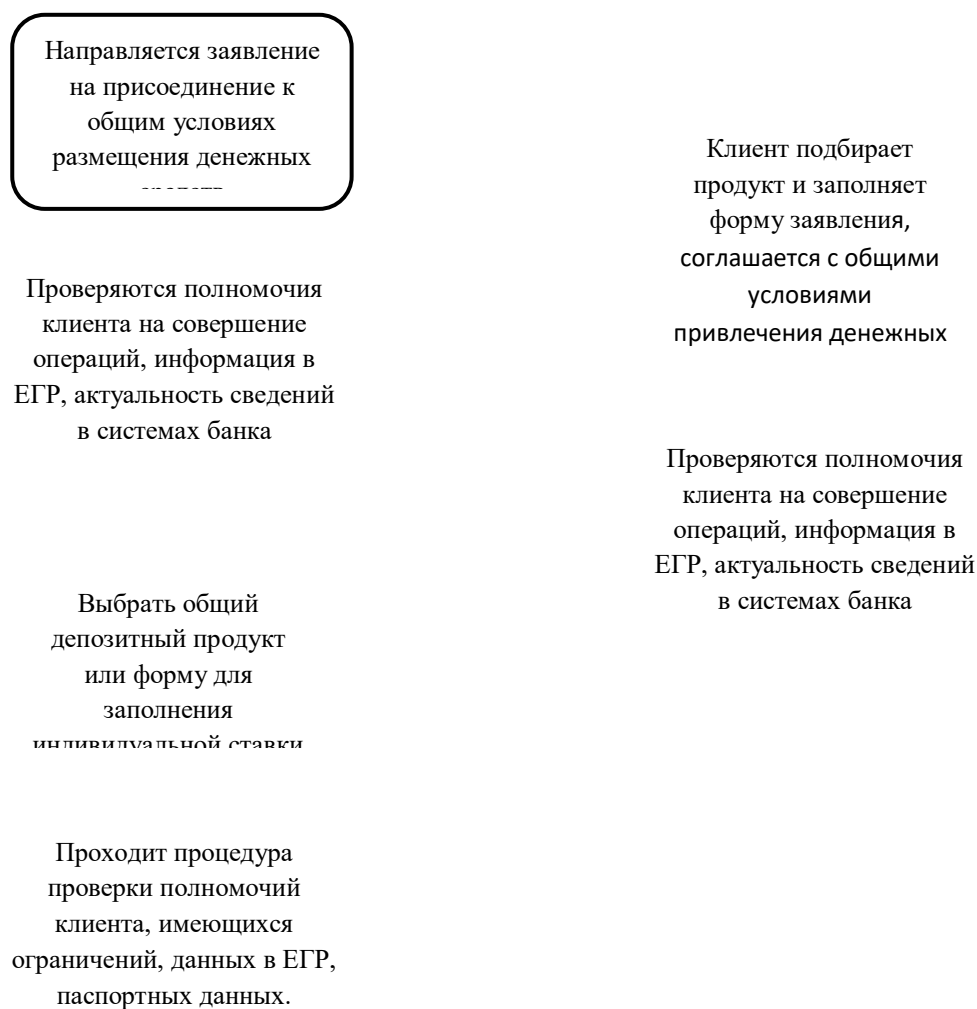


Рис. 5. Оптимизация депозитного бизнес-процесса кредитной организации

С помощью слияния данных блоков банк не только увеличивает количество размещенных депозитных средств, но и снижает общее время клиентов, затраченное на формирование заявления по размещению. В новой формации бизнес-процесса банк предлагает клиенту новое общее заявление на размещение депозита, в котором клиент подбирает необходимый ему продукт, заполняет обязательные поля и соглашается с общими условиями привлечения денежных средств. После заполнения заявления клиент направляет его на рассмотрение. Автоматизированная система сразу проверяет заявление клиента и дает ему ответ. При положительном ответе банк сразу получает в пользование денежные средства клиента, а клиент экономит свое время. Ненужная двухступенчатая схема модернизируется в более легкую и понятную форму.

Как уже ранее отмечалось, несмотря на направленность банка в сторону развития и модернизации онлайн-процессов, количество денежных средств, привлеченных через офлайн-среду составляет большую долю, а именно 31,20% в 2020 году. Если количество привлеченных средств от частных клиентов за трехгодовой период уменьшилось на 58,90%, то по корпоративным клиентам данный показатель снизился всего лишь на 13,95%. Исследование показывает, что количество привлеченных средств через отделение банка для юридических лиц в общей сумме привлеченных средств составляет 49,70%.

Другой задачей является проработать и усовершенствовать процесс привлечения денежных средств через отделение банка. Необходимо уточнить, что сам процесс размещения средств через отделение банка начинается для клиентов до прихода в банк. Вся необходимая информация о процентной ставке, сроках и все необходимые документы уже

размещены на сайте банка. Проанализировав сайт Сбербанка для корпоративных клиентов, был составлен пул вопросов в части информационного наполнения сайта по размещению денежных средств (рис. 6).

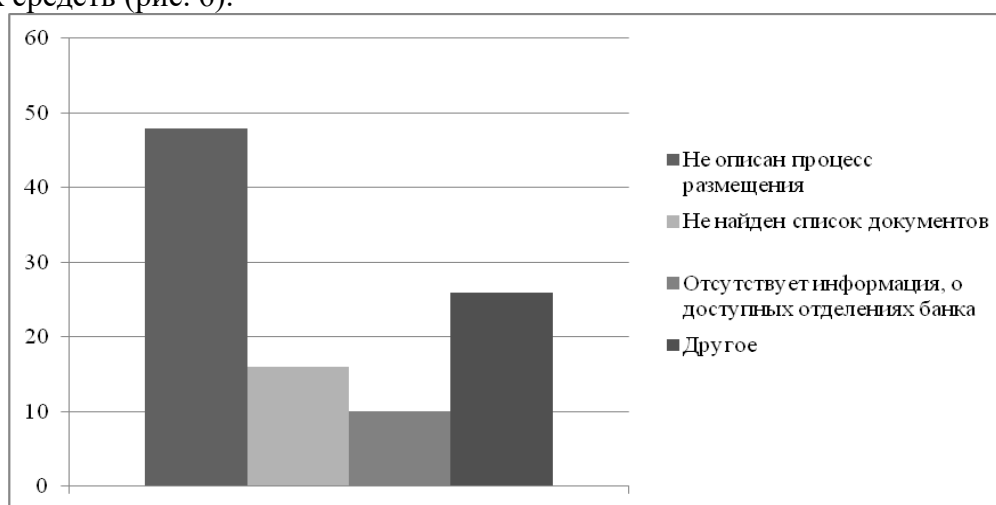


Рис. 6. Недостатки информационного наполнения сайта Сбербанка

Исходя из представленного выше графика, 48% респондентов пожаловались на плохую информационную базу сайта банка в части описания процесса подачи документов для открытия депозитного счета через отделение банка. Даже если клиенты выбрали способ размещения денежных средств – отделение банка, первоначально им будет изучена информация на сайте. Для корпоративных клиентов важно понимать весь процесс подачи заявки, чтобы планировать свое время. Для частных клиентов в разделе вклады данный процесс описан полностью со всеми необходимыми сносками, что упрощает для клиентов процесс ознакомления с информацией (рис. 7).

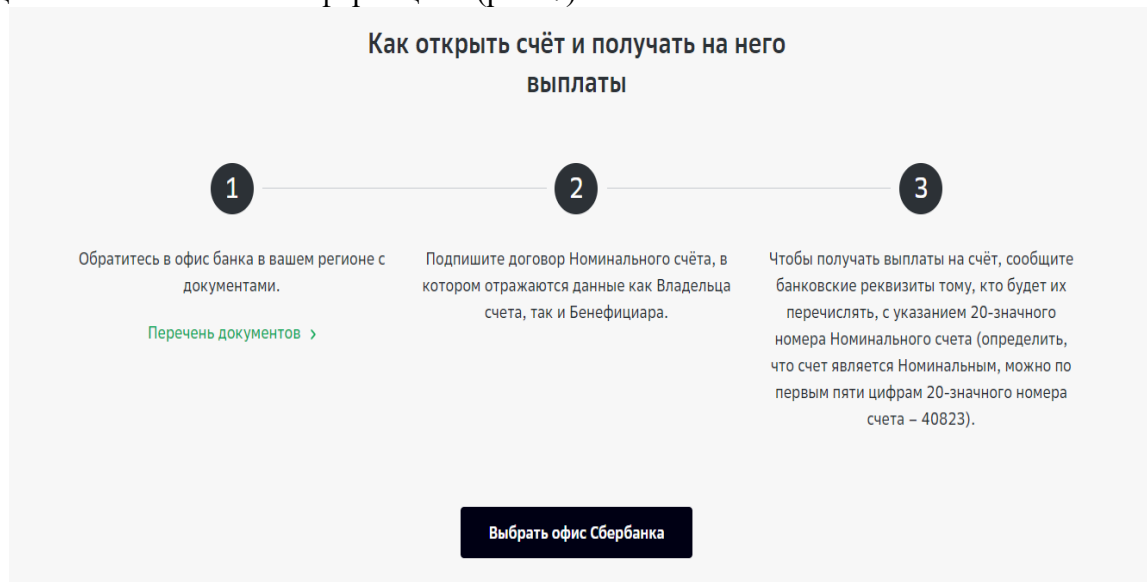


Рис. 7. Пример описания процесса размещения средств для частных клиентов на сайте Сбербанка

На данный момент в разделе «депозиты и векселя» клиенту доступна информация только о размещении средств через онлайн-банк. Процесс оформления депозитного счета через отделение банка не описан. Банку необходимо отталкиваться от своих клиентов и, основываясь на высокой доле клиентов, размещающих средства через отделение банка, мы разработали схему описания процесса размещения средств для клиентов через отделение банка (рис. 8).

Как открыть депозит через отделение банка

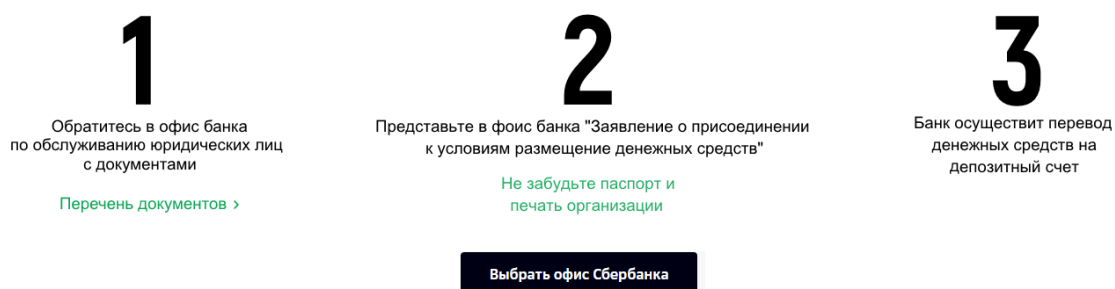


Рис. 8. Описание депозитного процесса для клиентов на сайте Сбербанка

В представленной схеме внедрено сразу несколько кликабельных ссылок на важные страницы, такие как «документы», которые переводят клиента на перечень документов, необходимых при размещении средств, так как исходя из опроса, представленного на рис. 6, некоторые клиенты не обнаружили необходимой информации по перечню документов. Дополнительно в схему включена ссылка на обслуживающие отделения банка, где клиенты могут выбрать наиболее удобное для них отделение.

Представленные рекомендации по улучшению депозитного бизнес-процесса позволят банку оптимизировать процесс размещения средств и увеличить число клиентов.

Список литературы:

1. ISO 9001 Системы менеджмента качества [Электронный ресурс] // Международная организация стандартизации. – Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/iso-9001-quality-management.html>
2. Официальный сайт ПАО «Сбербанк». – Режим доступа: www.sberbank.ru

© Иноземцева Е. Ю., 2021

УДК 657.47

Л. А. Насакина*

**Насакина Лилия Аркадьевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. о. Тольятти
lilia.nasakina@yandex.ru*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ФОРМАТ ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Ключевые слова: управленческая отчетность, накопительный формат отчета о финансовых результатах, периодовый формат отчета, вертикальный анализ, горизонтальный анализ, коэффициентный анализ.

Выделение в учетной системе хозяйствующего субъекта управленческого учета и управленческой отчетности направлено на устранение недостатков, характерных для современной бухгалтерской (финансовой) отчетности, на детализацию информации и ее структурирование в необходимых аспектах для принятия эффективных управленческих решений. Важным этапом построения управленческой отчетности о финансовых результатах является создание системы получения оперативной, точной и достоверной информации о функционировании организации в целом и ее структурных подразделений. Существование различных подходов к разработке форматов управленческой отчетности о финансовых результатах определяется не столько формой отчетности, сколько тем, что для принятия обоснованного управленческого решения по данным соответствующих отчетных форм объективно необходимо проведение анализа прибылей и убытков, а также факторов, их формирующих. Структура такого отчета должна быть адаптирована к имеющейся в организации структуре финансовой ответственности. Содержание информации отчета в аналитических разрезах определяется задачами и требованиями, предъявляемыми к системе управленческой отчетности на соответствующем уровне управления. Правильно выстроенный формат управленческого отчета о финансовых результатах дает возможность проводить более глубокую детализацию доходов и расходов, оценивать целесообразность и обоснованность расходов центров финансовой ответственности, что в свою очередь позволяет менеджменту различных уровней управления реализовывать мероприятия, направленные на безубыточную работу и получение максимальной прибыли. Становится возможным оценка эффективности функционирования различных сегментов и участков деятельности организации и взаимоотношений между ними.

Для оценки состояния предприятия в прошлом и настоящем и прогнозирования на будущее используется система управленческой отчетности, строящаяся на фактических данных функционирования предприятия. Источниками фактических данных могут быть: данные оперативного учета; данные регламентированного учета – финансового, налогового; смешанные данные – путем настроенных взаимосвязей данных оперативного и регламентированного учета; данные управленческого учета – если он ведется как альтернатива финансовому учету.

Одним из основных отличий различных вариантов сбора фактических данных является момент отражения информации. При оперативном учете информация отражается в момент совершения хозяйственной операции, в финансовом учете – при документальном подтверждении хозяйственной операции. Управленческий учет как источник данных представляет собой альтернативный финансовому учету источник информации и не является обязательным для ведения. В то же время он может также использовать данные оперативного учета, когда данных финансового учета недостаточно для обеспечения менеджмента предприятия полной, своевременной и объективной информацией [15, с. 133].

Существуют факторы, которые однозначно влияют на выбор источника для построения управленческих отчетов по фактическим данным, такие как расхождение данных управленческого и финансового учетов, когда не все данные управленческого учета отражаются в финансовом учете. В этом случае полную информацию о фактическом состоянии предприятия можно получить только из управленческого учета.

В соответствии с тем, по каким источникам информации формируются показатели управленческой отчетности, можно выделить [18, с. 76]:

- 1) управленческую отчетность, составленную на основе информационной базы финансового учета, перегруппированной соответствующим образом для целей формирования учетно-аналитической информации управленческой отчетности;
- 2) управленческую отчетность, составленную на основе информационной базы управленческого учета;
- 3) управленческую отчетность, составленную на основе интегрированной информационной базы.

Источники формирования фактической информации управленческой отчетности являются важнейшим признаком, который будет определять весь порядок построения управленческой отчетности, всю методику формирования ее показателей.

Фактически при выборе первого варианта будет иметь место лишь перегруппировка показателей, возможно повышение аналитичности информации во внутренней бухгалтерской отчетности по сравнению с публичной бухгалтерской отчетностью. Это потребует проведения дополнительных учетных процедур, переоценки, уточнения расчетных оценок и т.п., однако информационной основой будут выступать данные финансового учета. Произойдет трансформация бухгалтерской финансовой отчетности в формат бухгалтерской управленческой отчетности.

Второй вариант фактически исключает использование информации финансового учета при составлении управленческой отчетности; могут быть использованы лишь данные первичных документов финансового учета. Здесь обязательно потребуется ведение независимого управленческого учета.

Третий формат представляется наиболее обоснованным, поскольку позволит оптимизировать информационные потоки внутри организации, снизить затраты на формирование информации управленческой отчетности за счет использования информации финансового и налогового учета.

В любом случае каждая организация индивидуально определяет источник фактических данных для формирования управленческой отчетности, при этом оценка соответствующих параметров отдельно для каждой организации предназначена для формирования обоснованного выбора варианта учета.

Для отдельных организаций раскрывать в примечаниях к финансовой отчетности управленческую информацию предлагается положениями стандарта МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты» [12]. Применение указанного стандарта направлено на то, чтобы расхождений между финансовой и управленческой отчетностью по сегментам не было. В отечественной практике аналогом является Положение по бухгалтерскому учету «Информация по сегментам» ПБУ 12/2010, утвержденное Приказом Минфина РФ от 08.11.2010 N 143н. Требования РПБУ о раскрытии информации по сегментам распространяются на коммерческие организации, являющиеся эмитентами публично размещаемых ценных бумаг (кроме кредитных организаций) [14].

Подобно МСФО отечественный стандарт предусматривает управленческий подход в формировании показателей отчетности. Примечания по сегментам должны составляться на основании данных внутренней управленческой отчетности и отражать логику принятия операционных решений. Благодаря требованиям стандарта внешние пользователи финансовой отчетности смогут оценить не только финансовое положение компании, данные по сегментам, но и узнать, какие показатели использованы руководством для принятия решений, получить представление о качестве управления. На практике необходимо

продумать, насколько целесообразно и безопасно с точки зрения защиты коммерческой тайны компании может оказаться раскрытие той или иной внутренней информации. Могут потребоваться значительные изменения в системе внутренней отчетности с тем, чтобы обеспечить раскрытие информации не в ущерб интересам компании.

МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты» обязывает предприятие самостоятельно установить наиболее подходящий формат раскрытия информации. Помимо показателей, подлежит раскрытию и принцип подготовки информации о сегментах, а также данные сверки приводимой информации с показателями бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Это связано прежде всего с тем, что принципы подготовки управленческой отчетности, а следовательно, и сегментной информации могут отличаться от международных стандартов финансовой отчетности.

Несмотря на отдельные рекомендации, стандарт все же требует раскрывать показатели отчетности так, как они представляются на рассмотрение руководству, ответственному за принятие решений. Например, рекомендуется раскрывать отдельно информацию о финансовых доходах и расходах по каждому из сегментов. Тем не менее, если в управленческой отчетности финансовые доходы и расходы показываются в свернутом виде, то и в сегментной информации должен использоваться тот же принцип.

Стандарт МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты» не требует раскрытия данных управленческой отчетности. Он предполагает, что данные внешней отчетности должны быть сопоставимы с данными управленческой отчетности, базироваться на них, что позволит внешним пользователям лучше понимать бизнес. Часть информации, ранее закрытой для внешних пользователей, с введением МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты» станет доступной.

Различные подходы к разработке форматов управленческой отчетности о финансовых результатах определяются формой отчетности, целями деятельности и стилем управления, используемого конкретным менеджером, а также полезностью для принятия обоснованных управленческих решений. С переходом российских предприятий на требования международных стандартов отчетности, специфическое свойство приобретает анализ, результаты которого наряду с конфиденциальностью частично используются внешними пользователями. Тем самым данные управленческого анализа имеют все больший выход на международные стандарты финансовой отчетности. По данным управленческих отчетных форм о финансовых результатах объективно необходимо произвести как минимум горизонтальный анализ (первый формат отчетности), вертикальный анализ (второй формат отчетности) и, как правило, коэффициентный анализ (третий формат отчетности) [9].

Рассматривая несколько форматов отчета о финансовых результатах, следует учитывать, что показатели этих двух форм можно подразделить на позитивные (объем продаж, выручка от продажи, прочие доходы и т.д.) и негативные (себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы, прочие расходы и т.д.), что необходимо учитывать при разработке формата этих форм, используемого для анализа состава, структуры, динамики соответствующих показателей и их соотношения. Представляется логичным, что позитивные и негативные показатели должны быть, с одной стороны, представлены в соответствии с экономической логикой формирования соответствующих показателей прибыли, с другой – они должны быть разделены в формате отчета о финансовых результатах, используемого при анализе динамики и структуры показателей финансовых результатов.

Рассмотрим возможные форматы отчета о финансовых результатах для внутреннего пользования (табл. 1).

Таблица 1

Формат отчета о финансовых результатах организации, предназначенный для оценки динамики доходов и расходов на основе горизонтального анализа

Показатели	Предыдущий период	Отчетный период	Абс. откл., +/-	Темпы роста, %	Темпы прироста, %
Выручка от продажи продукции	15420	16888	+1468	109,52	+9,52
Прочие доходы	248	355	+107	143,15	+43,15
Общая величина доходов	15668	17243	+1575	110,05	+10,05
Себестоимость продаж	9875	10236	+361	103,66	+3,66
Управленческие расходы	2410	2822	+412	117,10	+17,10
Коммерческие расходы	1520	1884	+364	123,95	+23,95
Прочие расходы	411	495	+84	120,44	+20,44
Общая величина расходов	14216	15437	+1221	108,59	+8,59
Прибыль от продаж	1615	1946	+331	120,50	+20,50
Прибыль до налогообложения	1452	1806	+354	124,38	+24,38
Чистая прибыль	1137	1401	+264	123,22	+23,22

Данные такой отчетности позволяют менеджерам отслеживать динамику основных факторов, влияющих на прибыль организации. При этом дается оценка факторам, сдерживающим наращивание чистой прибыли, и факторам, положительно влияющим на ее рост. В нашем примере увеличение чистой прибыли обусловлено опережающими темпами роста общей величины доходов (110,05%) по сравнению с темпами роста общей величины расходов (108,59%). Положительным в оценке показателей таблицы является превышение доходов над расходами по обычным видам деятельности, что привело к увеличению прибыли от продаж.

На основании информации этого формата управленческой отчетности принимаются решения, касающиеся необходимости при определенных условиях снижения соответствующих расходов и увеличения соответствующих доходов для целей недопущения падения прибыли как по основной, так и по прочим видам деятельности организации.

Для оценки структуры доходов и расходов и ее изменения разрабатывается формат отчета о финансовых результатах организации с элементами вертикального анализа (табл. 2).

Таблица 2

Формат отчета о финансовых результатах организации, предназначенный для оценки структуры доходов и расходов на основе вертикального анализа

Показатели	Предыдущий период	Отчетный период	Доля показателя в доходах / расходах предыдущего периода, %	Доля показателя в доходах / расходах отчетного периода, %	Изменение доли, %
Выручка от продажи продукции	15420	16888	98,42	97,94	-0,48
Прочие доходы	248	355	1,58	2,06	+0,48
Общая величина доходов	15668	17243	100,00	100,00	0,00
Себестоимость продаж	9875	10236	69,46	66,31	-3,16
Управленческие	2410	2822	16,95	18,28	+1,33

расходы					
Коммерческие расходы	1520	1884	10,69	12,20	+1,51
Прочие расходы	411	495	2,89	3,21	+0,32
Общая величина расходов	14216	15437	100,00	100,00	0,00

Следует отметить, что наибольшей составляющей в совокупных доходах предыдущего и отчетного периодов являются доходы по обычным видам деятельности, показателем которых является выручка от продажи, соответственно, в предыдущем периоде – 98,42% и в отчетном – 97,94%. В совокупных расходах наибольшую долю составляют расходы по обычным видам деятельности, представленные показателями себестоимости продаж, управленческие и коммерческие расходы. При этом имеет место отрицательная динамика как в структуре доходов, поскольку снижается доля выручки от продажи на 0,48%, так и в структуре расходов, где наблюдается рост доли управленческих расходов на 1,33%, коммерческих расходов – на 1,51%, а также прочих расходов – на 0,32%.

На основе такой информации менеджеры принимают управленческие решения, связанные с улучшением структуры доходов и расходов и направленные на повышение эффективности деятельности отдельных видов деятельности организации [19, с. 125].

В табл. 3 представлен формат отчета о финансовых результатах организации, предназначенный для оценки относительных показателей доходов и расходов на основе коэффициентного анализа, где приведены показатели соотношения доходов и расходов.

Таблица 3

Формат отчета о финансовых результатах организации, предназначенный для оценки относительных показателей доходов и расходов на основе коэффициентного анализа

Показатели	Предыдущий период	Отчетный период	Абс. откл., +/-	Темпы роста, %
1. Общая величина доходов, в том числе:	15668	17243	+1575	110,05
1а) доходы от обычных видов деятельности	15420	16888	+1468	109,52
1б) доходы от прочей деятельности	248	355	+107	143,15
2. Общая величина расходов, в том числе:	14216	15437	+1221	108,59
2а) расходы от обычных видов деятельности	13805	14942	+1137	108,24
2б) прочие расходы	411	495	+84	120,44
3. Величина доходов на 1 рубль расходов (п.1/п.2)	1,102	1,117	+0,015	101,36
4. Величина расходов на 1 рубль доходов (п.2/п.1)	0,907	0,895	-0,012	98,68
5. Доля доходов от обычных видов деятельности в общей величине доходов организации (п.1а/п.1)	98,42	97,94	-0,48	99,51

Положительным в оценке показателей указанного формата о финансовых результатах является превышение доходов над расходами. В отчетном периоде величина доходов на 1 рубль расходов возросла с 1,102 руб. до 1,117 руб., что явилось следствием опережающих

темпов роста доходов по сравнению с темпами роста расходов организации. Большую часть доходов приносит операционная деятельность, доля которой в общей сумме доходов организации составляет 98,42% в предыдущем периоде и 97,94% – в отчетном.

На основании анализируемых показателей менеджер принимает управленческие решения, направленные как на продолжение операционной деятельности организации, так и на развитие ее финансовой и инвестиционной деятельности. Кроме этого, разрабатываются рекомендации, сдерживающие необоснованное увеличение расходов по всем видам деятельности [19, с. 130].

Важной информацией для оценки эффективности деятельности организации является информация, отражающая уровень и динамику относительных показателей прибыльности, к которым относятся показатели рентабельности. Такая информация может быть представлена в отчете о финансовых результатах следующего формата (табл. 4).

Таблица 4

Формат отчета о финансовых результатах организации, предназначенный для оценки относительных показателей прибыльности

Показатели	Предыдущий период	Отчетный период	Абс. откл., +/-	Темпы роста, %
1. Общая величина доходов, в том числе:	15668	17243	+1575	110,05
1а) доходы от обычных видов деятельности	15420	16888	+1468	109,52
1б) доходы от прочей деятельности	248	355	+107	143,15
2. Общая величина расходов, в том числе:	14216	15437	+1221	108,59
2а) расходы от обычных видов деятельности	13805	14942	+1137	108,24
2б) прочие расходы	411	495	+84	120,44
3. Прибыль от продаж	1615	1946	+331	120,50
4. Прибыль до налогообложения	1452	1806	+354	124,38
5. Чистая прибыль	1137	1401	+264	123,22
6. Рентабельность продаж, % (п.3/п.1а*100)	10,47	11,29	+0,82	107,83
7. Рентабельность основной деятельности, % (п.3/п.2а*100)	11,70	13,02	+1,32	111,28
8. Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности по прибыли до налогообложения, % (п.4/п.2*100)	10,21	11,70	+1,49	114,59
9. Рентабельность финансово-хозяйственной деятельности по чистой прибыли, % (п.5/п.2*100)	7,99	9,08	+1,09	113,64

На основании данных формата управленческой отчетности, представленной в табл. 4, менеджер дает оценку увеличения или снижения эффективности основной деятельности организации, а также в целом всей ее финансово-хозяйственной деятельности. Приведенный пример отражает увеличение эффективности деятельности организации, поскольку уровни показателей рентабельности в отчетном периоде имеют положительную динамику. Логичным является отставание темпов роста рентабельности финансово-хозяйственной деятельности по чистой прибыли по сравнению с темпами роста рентабельности по прибыли до налогообложения, что является следствием отнесения исследуемой организации к

плательщикам текущего налога на прибыль. Но при этом следует отметить недостаточно высокий уровень рентабельности продаж, поскольку в среднем для производственных предприятий он должен стремиться к 20%.

Результаты анализа отчета о финансовых результатах организации, предназначенного для оценки относительных показателей прибыльности, являются основанием для разработки управленческих решений, связанных с повышением эффективности деятельности хозяйствующего субъекта. Совокупность мероприятий в этом направлении будет затрагивать как сферу производства, так и сферу продажи продукции, поскольку показатели рентабельности зависят от структуры объема продукции, уровня и структуры затрат на ее производство, цен на используемые ресурсы, объема продаж, отпускных цен и т.д. [19, с. 134].

В системе управленческих отчетов современных предприятий может формироваться отчет о финансовых результатах, составленный на основе маржинального подхода, который предполагает деление затрат на переменные и постоянные и определение двух финансовых результатов от обычных видов деятельности: 1) маржинального дохода и 2) прибыли от продаж [16, с. 303].

При маржинальном подходе схема построения отчета о финансовых результатах в наиболее общем виде представлена в табл. 5.

Таблица 5

Схема построения отчета о финансовых результатах при маржинальном подходе

Показатели	Сумма, д.е.
1. Выручка от продажи (без НДС)	1 000 000
2. Переменные затраты	600 000
3. Маржинальный доход (с. 1-с. 2)	400 000
4. Постоянные затраты	300 000
5. Прибыль от продаж (с.3 - с.4)	100 000

Информацию представленного формата управленческого отчета менеджеры могут использовать для управления процессом формирования финансовых результатов.

При расчете плановых показателей объема продукции (работ, услуг), продажной цены, прибыли, а также для оценки финансовой устойчивости предприятия и его конкурентоспособности практическое значение имеет показатель удельного маржинального дохода. Данный показатель называют также нормой маржинального дохода, поскольку он характеризует долю маржинального дохода в выручке от продажи и показывает, какая величина маржинального дохода приходится на 1 рубль выручки.

Удельный маржинальный доход ($MД_{удельный}$) по данным формы управленческого отчета о финансовых результатах рассчитывается следующим образом:

$$MД_{удельный} = \text{Маржинальный доход} / \text{Выручка от продажи} \quad (1)$$

Важным инструментом для планирования и оценки деятельности предприятия является расчет критических показателей (критический объем продукции, критическую цену, критический уровень расходов), при которых выручка совпадает с величиной себестоимости продаж, и предприятие, соответственно, не получает прибыли, но и не имеет убытка.

По данным управленческого отчета о финансовых результатах можно рассчитать критическую выручку ($V_{крит}$) следующим способом:

$$V_{крит} = S_{пост} / MД_{удельный}. \quad (\text{в денежных единицах}), \quad (2)$$

где $S_{пост}$ – сумма условно-постоянных расходов периода.

Расчет критических показателей является отправной точкой для определения прогнозных показателей. В частности, для определения количества продукции (выручки от продажи), позволяющей не только покрыть затраты, но и получить необходимую величину планируемой прибыли, используется подход:

$$V_{пл} = (S_{пост} + P_{пл}) / MD_{удельный}, \quad (3)$$

где $P_{пл}$ – планируемая величина прибыли.

С точки зрения представления в динамике основных показателей управленческой отчетности по финансовым результатам, которая содержит в себе динамические показатели, возможны два основных подхода к ее составлению. Первый подход является накопительным, когда показатель, который формируется в динамике, показывается нарастающим итогом с начала года. Второй подход является периодовым, когда показатель в отчетности приводится не нарастающим итогом с начала года, а каждый отчетный период (квартал, месяц, неделю) показатель начинает накапливаться заново с нулевого уровня [18, с. 96].

Накопительный формат управленческой отчетности о финансовых результатах, составляемой с периодичностью 1 месяц, представлен в табл. 6 (по итогам января) и табл. 7 (по итогам февраля).

Таблица 6

**Накопительный формат отчета о финансовых результатах
(составленный по итогам января)**

Показатель	01.2019	01.2020	Абсолютное отклонение
Выручка от продажи, тыс. руб.	60	75	+15

Таблица 7

**Накопительный формат отчета о финансовых результатах
(составленный по итогам января-февраля)**

Показатель	01-02.2019	01-02.2020	Абсолютное отклонение
Выручка от продажи, тыс. руб.	100	120	+25

Достоинством такого подхода является то, что постепенно в течение года он охватывает все больший период времени и позволяет сделать вывод о том, насколько успешно организация функционирует не в какой-то отдельно взятый короткий период, который может находиться под влиянием фактора сезонности или каких-то случайных негативных тенденций, а как в целом организация функционирует в течение года. Сравнение производится с аналогичным периодом прошлого года, в результате чего фактор сезонности уже не может оказать влияния на динамику сравниваемых показателей, поскольку в каждом году влияние сезонного характера можно условно считать практически неизменным. Причем, чем более продолжительный период будет охватывать отчет, составленный накопительным итогом, тем ниже будет влияние фактора сезонности на итоговые показатели. В результате управленческий персонал получает целостное представление о результатах функционирования организации в течение какого-либо года, а не какого-либо его отрезка.

Недостатком подобного подхода является то, что с использованием отчетности, составленной суммированием показателей более чем за один отчетный период, менеджер практически не имеет возможности оценить эффективность предпринятых им корректировок внутри одного года, поскольку подобная отчетность будет отражать в себе динамику показателя в периоде не только после принятого управленческого решения, но и начиная с начала года.

Однако при оценке отчетности отдельно за февраль 2019 и 2020 годов налицо становятся определенные кризисные тенденции в результатах финансово-хозяйственной деятельности (табл. 8).

Таблица 8

**Периодовый формат отчета о финансовых результатах
(составленный по итогам февраля)**

Показатель	01-02.2019	01-02.2020	Абсолютное отклонение
Выручка от продажи, тыс. руб.	40	45	+5

Только рассмотрение показателей двух форматов управленческой отчетности (накопительный и периодовый) в их взаимосвязи позволит заинтересованному пользователю сформировать полную информацию о деятельности хозяйствующего субъекта в течение отчетного периода. При определении формата управленческой отчетности о финансовых результатах необходимо учитывать и другие ограничения, в частности необходимость разграничения учетных и расчетных показателей между разделами конкретной формы управленческой отчетности, необходимость следования максимально большому количеству принципов формирования и представления учетно-аналитической информации бухгалтерской управленческой отчетности.

Представление управленческого отчета о финансовых результатах с использованием различных форматов не является усложнением отчетности, не ведет к значительному росту затрат на ее формирование и соответствует принципу технологичности формирования информации управленческой отчетности, поскольку в условиях автоматизации бухгалтерского учета, и в том числе управленческого учета, создание различных форматов отчетности осуществляется путем автоматической перегруппировки информации, содержащейся в общей базе данных, без дополнительных трудовых затрат.

Список литературы:

1. Бариленко В. И. Аналитические инструменты обоснования и мониторинга эффективности бизнес-моделей компаний малого и среднего бизнеса / В. И. Бариленко, В. В. Бердников, О. Ю. Гавель, Ч. В. Керимова. – М., 2014.
2. Безрукова Т. Л. Информационное сопровождение системы управления финансовыми рисками / Т. Л. Безрукова, А. Н. Борисов, И. И. Шанин и др. // [Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований](#). – 2014. – № 10-1. – С. 59-61.
3. Болотина Е. Е. Направления совершенствования управления финансовыми потоками в условиях модернизации реального сектора отечественной экономики : монография. – М. : Русайнс, 2015. – 140 с.
4. Вахрушева О. Б. Влияние социальной ответственности на показатели деятельности компаний // Социально-экономические и гуманитарные науки : сб. избранных статей по материалам Международной научной конференции. – СПб., 2020. – С. 110-112.
5. Воронов К. Финансовый анализ. Некоторые положения методики [Электронный ресурс] / К. Воронов, О. Максимов // Портал Технологии корпоративного управления. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_29/article_817.
6. Иванов В. В. Управленческий учет для эффективного менеджмента / В. В. Иванов, О. К. Хан. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 208 с.
7. Доан Т. Л. Научно-практические подходы к решению проблем раскрытия информации в корпоративной отчетности в России и за рубежом / Т. Л. Доан, Н. А. Казакова // [Бухучет в строительных организациях](#). – 2020. – № 6. – С. 31-38.
8. Казакова Н. А. Управленческий анализ и аудит компании в условиях кризиса. – М. : ДиС, 2018. – 304 с.
9. Камышанов П. И. Финансовый и управленческий учет и анализ [Электронный ресурс] : учебник / П. И. Камышанов, А. П. Камышанов. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 592 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=791781>.

10. Канке А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / А. А. Канке, И. П. Кошечая. – ИД «ФОРУМ»; ИНФРА-М, 2019.
11. Малугин В. А. Количественный анализ в экономике и менеджменте [Электронный ресурс] / В. А. Малугин, Л. Н. Фадеева. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 615 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=558504>.
12. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 8 «Операционные сегменты» [Электронный ресурс] : введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н / ЗАО «Консультант Плюс». – ИБ СПС Консультант Плюс.
13. О формах бухгалтерской отчетности организаций [Электронный ресурс] : N 66н : [Приказ](#) Минфина РФ от 02.07.2010г. (ред. от 19.04.2019) / ЗАО «Консультант Плюс». – ИБ СПС Консультант Плюс.
14. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Информация по сегментам» ПБУ 12/2010 [Электронный ресурс] : № 143н : Приказ Минфина РФ от 08.11.2010 / ЗАО «Консультант Плюс». – ИБ СПС Консультант Плюс.
15. Палий В. Ф. Управленческий учет издержек и доходов (с элементами финансового учета). – М. : ИНФРА-М, 2017. – 279 с.
16. Шеремет А. Д. Уникальные методы управленческого учета: модель «Кайзен-костинг» / А. Д. Шеремет, В. Э. Керимов // [Аудит и финансовый анализ](#). – 2018. – № 1. – С. 303-310.
17. Харчева И. В. Бухгалтерский учет и экономика: современная методология и тенденции развития : монография / И. В. Харчева и др. – М. : Научный консультант, 2018. – 202 с.
18. Хахонова Н. Н. Бухгалтерский учет и отчетность : практикум / Н. Н. Хахонова, Т. В. Кушнаренко, И. Н. Богатая и др. – М. : РИОР, 2019. – 554 с.
19. Этрилл П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов : пер. с англ. В. Ионов / П. Этрилл, Э. МакЛейни. – М. : Альпина Пабли., 2018. – 648 с.
20. A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge® (BABOK® Guide) Version 2.0 International Institute of Business Analysis, Toronto, Ontario. – Canada, 2009.
21. [Principles of forming a modern accounting and analytical model of commercial organization in digital economy](#) / N. S. Plaskova, N. A. Prodanova, V. A. Dikikh // [International Journal of Economics and Business Administration](#). – 2020. – Т. 8. – № 1. – С. 203-214.
22. Саловська Л. В. Інформатизація суспільства та розвиток теорії бухгалтерського обліку // Збірник праць всеукр. науково-практ. конф. «Сучасний стан та перспективи розвитку державного контролю і аудиту в Україні / За заг. ред. проф. В.Д. Базилевича. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2009. – 439 с.
23. Слесар Т. М. Проблеми організації бухгалтерського обліку // *Unternehmung in der marktwirtschaft* «Everything in the name of science!» – Zurich (Switzerland). – January 30, 2015. – С.100-104.
24. Sytnik O. E., Kamenetskaya M. O. Consolidated and consolidated financial reporting // *SWorldJournal*. – 2015. – Т. J21517. – № 2. С. – 78-82.
25. Taxes and taxation: manual for higher education institutions / under the editorship of D. G. Chernik; Ministry of Education and Science of Russian Federation. – Moscow: Urait, 2013.

Требования к материалам, представляемым для публикации в журнале
«Вестник Поволжского государственного университета сервиса.
Серия Экономика»

16+

1. Условия опубликования статьи:

- 1.1. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).
- 1.2. Представляемая для публикации статья должна быть актуальной, обладать новизной, содержать постановку задач (проблем), описание основных результатов исследования, полученных автором, вывод.
- 1.3. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Поволжского государственного университета сервиса и на сайте Российской Научной Электронной Библиотеки (РунЭБ) электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». Автор исходит из понимания, что доступ к базе РунЭБ регламентирован, осуществляется по паролю, контролируется технологическими средствами системы.
- 1.4. Представленные к публикации статьи проходят проверку в системе «Антиплагиат» (оригинальность текста статьи должна составлять не менее 90%).
- 1.5. Отклоненные статьи не возвращаются авторам, на них не дается внешняя рецензия.
- 1.6. Статья должна соответствовать правилам оформления.

2. Правила оформления статьи:

- 2.1. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителях в формате MS Word по адресу: г. Тольятти, ул. Гагарина, 4, Издательско-полиграфический центр (ИзПЦ) – тел. (8482) 222-650 (e-mail: vestnik@tolgas.ru)
- 2.2. Текст должен быть отпечатан через 1,5 интервала кеглем 12 на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с полями шириной 2,0 см, без помарок и вставок.
- 2.3. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.
- 2.4. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.
- 2.5. Статья обязательно должна **содержать**:
Блок 1 – на русском языке: УДК, полностью ФИО автора (ов), места их работы без сокращения названий организаций, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов); название статьи, аннотация (200-250 слов), ключевые слова (не более 5-7 слов или словосочетаний).
Аннотация включает следующие аспекты содержания статьи: предмет, тему, цель работы; метод или методологию проведения работы; результаты работы; область применения результатов; выводы.
Ключевые слова – это текстовые метки, представляющие содержание статьи, по которым можно найти статью при поиске и определить предметную область текста.
Блок 2 – на английском языке: название статьи, аннотация, ключевые слова.
Блок 3 – полный текст статьи на русском языке;
Блок 4 – список литературы на русском языке (название «Список литературы»).
- 2.6. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).
- 2.7. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисовочными подписями.
- 2.8. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке приставных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». Список литературы должен содержать 20-30 источников, из них не менее 40% – иностранных источников.
- 2.9. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.
- 2.10. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.
- 2.11. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).
- 2.12. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.
- 2.13. В анкете указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый, домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.
- 2.14. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора (ов) и датой.
- 2.15. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.
- 2.16. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.
- 2.17. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).
- 2.18. Статьи, соответствующие пп. 2.1 – 2.17, регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел. (8482) 222-650.
- 2.19. Статьи публикуются платно (**с аспирантов и зарубежных авторов за публикацию рукописей плата не взимается**). Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора). Гонорары авторам не выплачиваются.