

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА  
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



# **ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ:**

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

**СБОРНИК СТАТЕЙ V МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,  
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 ДЕКАБРЯ 2023 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА  
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»  
2023**

УДК 001.1  
ББК 60  
Э40

Ответственный редактор:  
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40

**ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ:** сборник статей V Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2023. – 144 с.

ISBN 978-5-00236-131-1

Настоящий сборник составлен по материалам V Международной научно-практической конференции **«ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ»**, состоявшейся 15 декабря 2023 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

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

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1  
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023  
© Коллектив авторов, 2023

ISBN 978-5-00236-131-1

### Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

### *Состав редакционной коллегии и организационного комитета:*

**Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор  
**Ананченко Игорь Викторович** – кандидат технических наук, доцент  
**Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор  
**Бабанова Юлия Владимировна** – доктор экономических наук, доцент  
**Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Баженова Ольга Прокопьевна** – доктор биологических наук, профессор  
**Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук  
**Бузни Артемий Николаевич** – доктор экономических наук, профессор  
**Буров Александр Эдуардович** – доктор педагогических наук, доцент  
**Васильев Сергей Иванович** – кандидат технических наук, профессор  
**Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент  
**Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Грицай Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Давлетшин Рашит Ахметович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Иванова Ирина Викторовна** – кандидат психологических наук  
**Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент  
**Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент  
**Искандарова Гульнара Рифовна** – доктор филологических наук, доцент  
**Казданиян Сусанна Шалвовна** – кандидат психологических наук, доцент  
**Качалова Людмила Павловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук

**Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор  
**Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, профессор  
**Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор  
**Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор  
**Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор  
**Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук  
**Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент  
**Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор  
**Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент  
**Орбец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент  
**Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент  
**Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор  
**Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор  
**Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент  
**Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ</b> .....	7
БИЗНЕС-МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ: ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА БИРЮКОВ ЕВГЕНИЙ ВИТАЛЬЕВИЧ.....	8
<b>МЕНЕДЖМЕНТ</b> .....	14
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МУХАМЕТЖАНОВА ОКСАНА НУРГАЛЕЕВНА.....	15
УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОТ ПРОЧИХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА КРЫЛОВА НАТАЛЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА .....	18
СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ПОЗИЦИИ УПРАВЛЕНЦА И СОТРУДНИКА ВИНОГРАДОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, КАСПЕРОВИЧ КСЕНИЯ НИКОЛАЕВНА, МАЦЕЕВСКАЯ ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА, ВЛАСОВА СВЕТЛАНА ВИКТОРОВНА.....	21
<b>МАРКЕТИНГ</b> .....	25
ВЛИЯНИЕ SMM-МАРКЕТИНГА НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА ШАЛЬНЕВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА .....	26
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА МАКАРОВА ПОЛИНА АЛЕКСЕЕВНА.....	30
НОВЕЙШИЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ ЕФРЕМОВ ВИКТОР АНТОНОВИЧ, ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА, БИРЮКОВА ТАТЬЯНА АНДРЕЕВНА .....	36
РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАСИКОВА ЕКАТЕРИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА, МОКАНУ СТАНИСЛАВ ДМИТРИЕВИЧ, ТИХОНИНА ЮННА .....	39
<b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ</b> .....	43
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ РОССИИ ТРУДОВАЯ ВИКТОРИЯ ВИКТОРОВНА.....	44
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ОВСЯННИКОВА МАРИНА АЛЕКСЕЕВНА .....	50
АНАЛИЗ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ БОРОДИНА ПОЛИНА ОЛЕГОВНА, УВАРОВА ЛАДА АЛЕКСЕЕВНА.....	53

ХАЛЯЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ. ОПАСЕНИЯ И НЕДОВЕРИЕ МУСУЛЬМАН ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ ТОНИШЕВА ЕЛИЗАВЕТА АЛЕКСЕЕВНА, БОЙКО ЛИДИЯ АНДРЕЕВНА.....	57
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В РА ШАГИНЯН ТАТЕВИК ВАЗГЕНОВНА.....	62
<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ .....</b>	<b>65</b>
ЭВОЛЮЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ НАЗАРОВ МАХМАДЯТИМ ХУШВАХТОВИЧ.....	66
ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В БАНКАХ ЛЕСНИЧЕНКО ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА .....	70
ПЛАН СЧЕТОВ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ РЕФОРМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН КОДИРОВА ГУЛМО ТОЛИБОВНА .....	73
ВЗГЛЯД НА ИСТОРИЮ ИСЛАМСКОГО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА КАРИМОВ БАХОДУР ХАСАНОВИЧ.....	77
ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ГУСЕВА ЕВГЕНИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА .....	82
УЧЕТ РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА БОГОМОЛОВА ЛЮДМИЛА ЮРЬЕВНА, ИРАЛИЕВА ЭЛИНА БИБИХАТОВНА.....	85
<b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.....</b>	<b>91</b>
СТРАНЫ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В 2010-Е ГОДЫ МАЛЫШ АЛЁНА АЛЕКСАНДРОВНА.....	92
ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ КИТАЯ НА РАЗВИТИЕ ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРОВА АРИНА ВЛАДИМИРОВНА, КОРОТКАЯ ЕЛЕНА ДМИТРИЕВНА.....	96
АНАЛИЗ МЕХАНИЗМА ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КОРОТКАЯ ЕЛЕНА ДМИТРИЕВНА, СЕРОВА АРИНА ВЛАДИМИРОВНА.....	99
РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА .....	102
РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД ИСАЕВА ОЛЬГА ОЛЕГОВНА .....	103
РОЛЬ СООБЩЕСТВА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ О РАЗВИТИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ МЕЩЕРЯКОВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА .....	107

<b>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b> .....	111
ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ ИВАНЕНКО АЛЕКСЕЙ РОМАНОВИЧ, КАЛАБИНА ЕЛЕНА ГЕОРГИЕВНА.....	112
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ</b> .....	117
ПРОБЛЕМЫ ТАКТИКИ ДОПРОСА ВЗЯТКОДАТЕЛЯ И ВЗЯТКОПОЛУЧАТЕЛЯ ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ КОРРУПЦИОННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ЧУПРОВ АНДРЕЙ СЕРГЕЕВИЧ .....	118
<b>МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ</b> .....	122
МЕТОДЫ РАСЧЕТА ВВП ГЕРАСИМОВ АНТОН ГЕННАДЬЕВИЧ .....	123
РЕГРЕССИОННЫЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВАСКЕВИЧ ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА .....	126
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ</b> .....	131
АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ КОРОБЕЙНИКОВ ИЛЬЯ ИГОРЕВИЧ.....	132
БЛАГОПРИЯТНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ДВИЖЕНИЯ «РОСМОЛОДЁЖЬ» НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ ЛЯХОМСКИЙ СВЯТОСЛАВ ЯРОСЛАВОВИЧ, ЛЕБЕДЕВ НИКИТА АНДРЕЕВИЧ.....	136
РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ БОГДАНОВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА .....	139

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 338.2

# БИЗНЕС-МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИЙ: ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА

**БИРЮКОВ ЕВГЕНИЙ ВИТАЛЬЕВИЧ**

к.э.н., доцент

Уфимский государственный нефтяной технический университет

**Аннотация.** Радикальные перемены в экономике порождают необходимость переосмысления концептуальных подходов к анализу бизнес-моделей организаций. Вместе с тем распространенные версии статического и динамического подходов к изучению бизнес-моделей остаются неудовлетворительными. Предлагаемая смена исследовательской парадигмы позволяет содержательно анализировать бизнес-модели и осуществлять их реформатирование в соответствии с современными вызовами.

**Ключевые слова:** институционализм, концептуальный подход, бизнес-модель, корпоративная стратегия, конкурентоспособность организации, экономические ценности, инновации.

## BUSINESS MODELS OF ORGANIZATIONS: FEATURES OF CONCEPTUAL ANALYSIS

**Biryukov Evgeniy Vitalievich**

**Abstract.** Radical changes in the economy necessitate a rethinking of conceptual approaches to the analysis of business models of organizations. At the same time, the common versions of static and dynamic approaches to the study of business models remain unsatisfactory. The proposed change in the research paradigm makes it possible to meaningfully analyze business models and reshape them in accordance with modern challenges.

**Key words:** Radical changes in the economy necessitate a rethinking of conceptual approaches to the analysis of business models of organizations. At the same time, the common versions of static and dynamic approaches to the study of business models remain unsatisfactory. The proposed change in the research paradigm makes it possible to meaningfully analyze business models and reshape them in accordance with modern challenges.

В российской экономике в настоящее время происходят радикальные изменения в деловой среде, обусловленные сменой мирохозяйственных укладов и фрагментацией мирового хозяйства в результате использования странами Запада беспрецедентных санкционных мер. Выработка адекватного ответа на новые вызовы современности порождает настоятельную потребность поиска более эффективных способов ведения бизнеса с учётом необходимости осуществления процессов реиндустриализации и импортозамещения в условиях изменением характера конкуренции на внутренних и внешних рынках.

Современные перемены в условиях бизнес-деятельности организации актуализирует значимость концептуального переосмысления сложившихся подходов к анализу механизмов конструирования устойчивых конкурентных преимуществ с учётом формирования новых трендов, складывающихся в деловой среде. В поиске решения возникающих у российских предприятий сегодня все более сложных проблем всё большее внимание уделяется такому управленческому инструменту как бизнес-модель.

Разработка проблематики бизнес-моделей рассматривается в настоящее время во многих исследованиях корпоративного управления и достаточно недавно перешла от эмпирического этапа, основанного на изменении бизнес-практик отдельных компаний, к этапу создания теоретических схем.



Сегодня отмечается, что проведение исследований процессов формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний с помощью бизнес-моделей позволяет использовать новую единицу системного анализа; в связи с этим весьма актуальным становится разработка соответствующих вызовам трансформирующийся экономической реальности концептуальных основ изучения механизмов построения конкурентоспособных бизнес-моделей [1; 2].

Важно учитывать, что разрабатываемые сегодня концептуальные подходы к анализу бизнес-модели организаций предусматривают создание теоретических схем и моделей, которые описывают конструирование относительно устойчивых связей, складывающиеся во внутренней и внешней деловой среде и регулирующие экономические взаимодействия с помощью неформальных норм и формальных правил. В настоящее время различные теоретические интерпретации бизнес-моделей компаний выступают разнообразными версиями использования институционального подхода. Вместе с тем несмотря на периферии внимания остаётся рассмотрение парадигмальных особенностей использования распространенных версий институционального подхода, порождающих фрагментированные описания бизнес-моделей. В связи с этим важным является прояснение специфики сложившейся эволюции концептуальных подходов к анализу бизнес-моделей организаций.

В настоящее время, как отмечает Д. Тис, понятий бизнес-модели существует почти столько же, сколько и самих бизнес-моделей компаний [3, р. 41]. Так, данное понятие характеризуется с помощью таких терминов как «архитектура», «система», «организация», «логика», «инструмент» «метод управления» и др. [4]. Сложившиеся многообразие трактовок бизнес-модели обусловлено использованием обширного спектра подходов к анализу бизнес-деятельности предприятий, поскольку обычно авторы применяют тот подход, который соответствует конкретной цели исследования. При этом часто в трактовки бизнес-моделей включается некоторый набор их элементов, характеризующих осуществляемые виды бизнес-деятельности организации. В результате бизнес-модель становится аналитическим инструментом исследования относительно устойчивых связей субъектов экономики, участвующих в цепочке создания и предложения ценности.

В наиболее общем виде можно выделить три элемента базовой конструкции бизнес-модели, которые применяются для исследований и построения относительно устойчивых конкурентных преимуществ бизнес-деятельности организации: 1) предложения ценности; 2) создание ценности (ресурсов компании и структуры трансакций); 3) использование ценности: структура издержек и распределение доходов. Фактически на основе базовой конструкции бизнес-модели компании создаются различные её модификации [5].

На начальном изучении механизмов формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний с помощью бизнес-моделей преобладало использование статической версии институционального подхода. Для этого при рассмотрении процесса выбора бизнес-модели часто привлекались идеи ресурсной и других статических концепций (TQM, BPM и др.), которые объясняли появление устойчивых конкурентных преимуществ наличием уникальных активов. Однако статические версии исследования бизнес-моделей не дают ответа на вопрос о том, каким образом компании могут успешно осуществлять реформатирования бизнес-моделей на разных этапах жизненного цикла.

В связи с явной ограниченностью концептуальных основ статической версии институционального подхода в последнее десятилетие широкое распространение получил институционально-эволюционный подход, который ориентирован на создание динамических описаний бизнес-моделей, интерпретирующих инновационные изменения в бизнес-практиках. В связи с этим сегодня при исследовании бизнес-моделей компаний активно используются теория динамических способностей и концепция динамических возможностей, в которых указывается внимание на необходимость конструирования уникальных организационных способностей, позволяющих успешно создавать стратегические преимущества в условиях инновационной конкуренции и цифровизации бизнес-деятельности [6].

Разработка аналитического инструментария, позволяющего содержательно описывать создание коммерчески успешных бизнес-моделей предприятий, предлагает использование концептуального подхода, который ориентирован на рассмотрение эндогенных процессов формирования институциональных норм и правил, обеспечивающих реформатирования модели бизнес-деятельности в соот-

ветствии драйверами перемен во внешней и внутренней среде. Однако создаваемые в рамках используемой исследовательской парадигмы концептуальные подходы к анализу бизнес-модели исходят из понимания культурных ценностей, институтов и других коллективных феноменов как экзогенных факторов, влияющих на экономическую деятельность людей, что порождает фрагментированные и эклектичные теоретические описания. В связи этим анализ процессов формирования устойчивых конкурентных преимуществ компании предлагается рассматривать, например, на основе изучения воздействия ресурсных и институциональных факторов-детерминантов, обуславливающих управленческий выбор (рис. 1).

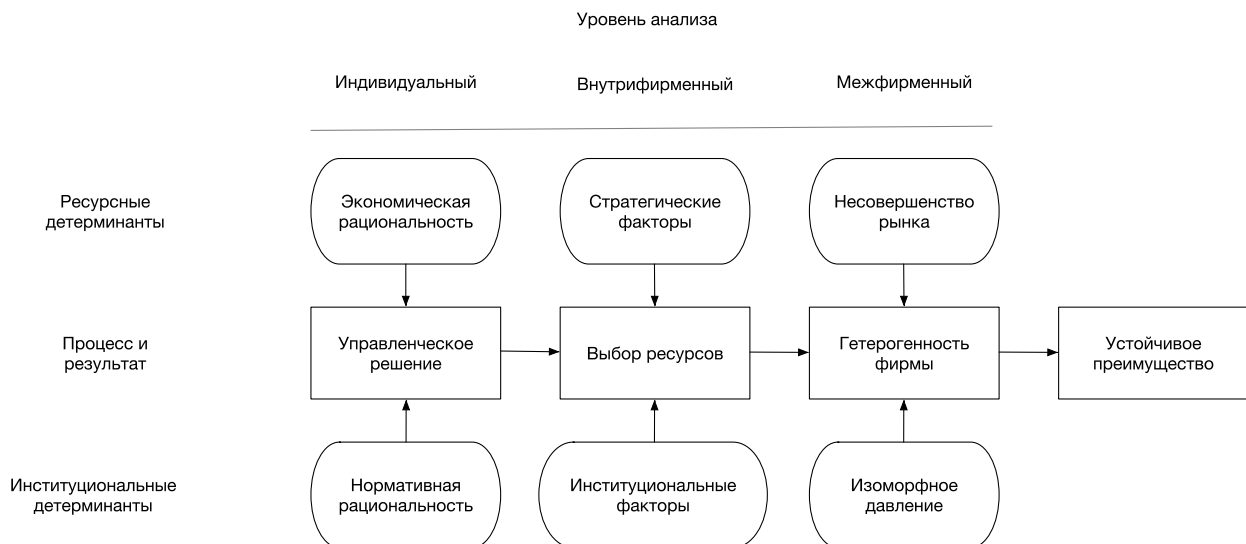


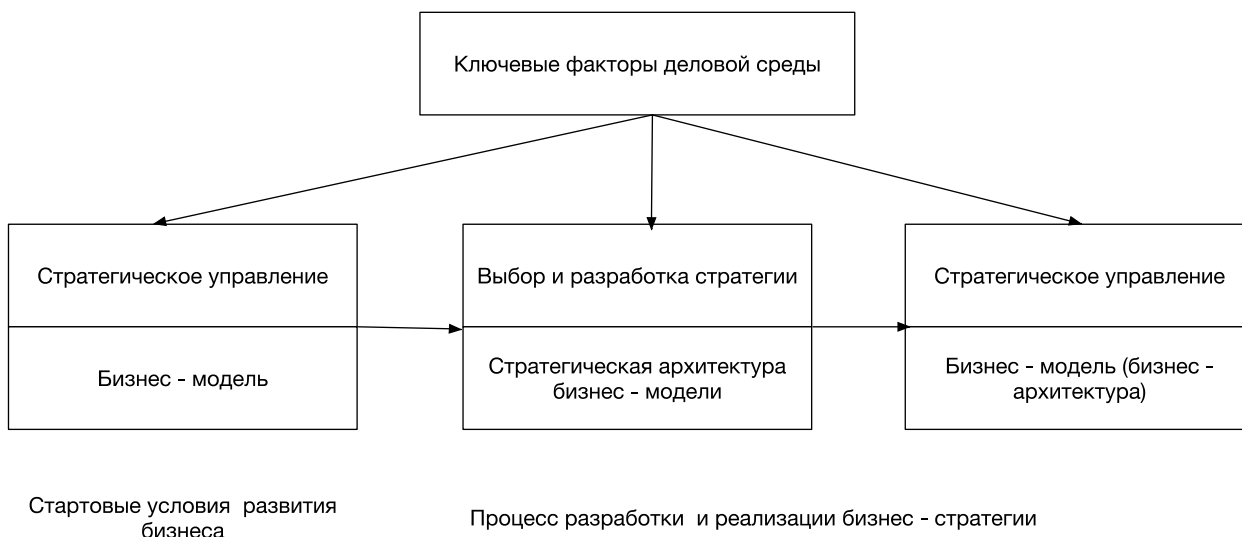
Рис. 1. Устойчивое преимущество: детерминанты процесса (источник: [7])

Для разработки концептуального подхода к анализу бизнес-моделей, адекватного усложняющейся экономической реальности, необходимо парадигмальное переосмысление сложившегося видения проблемного поля на основе использования идей конструктивистской логики. В связи с этим требуется отказаться от утилитаристской трактовки экономических мотивов поведения субъектов и признать, что субъекты экономики являются носителями экономической культуры и экономических ценностей, с помощью которых происходит осмысление деловой среды и выработка экономических и управленческих решений. Предлагаемая смена исследовательской парадигмы позволяет учитывать то обстоятельство, что субъекты экономических взаимодействий являются участниками процессов формирования и изменения экономических связей, поскольку они способны на основе достижения ценностного компромисса создавать в соответствии с общими экономическими интересами относительно устойчивые экономические отношения и связи [8].

Использование конструктивистской логики ориентирует на исследование эндогенных механизмов формирования внутренних и внешних институциональных форм экономических связей деловой среды организации как результата достижения ценностного компромисса субъектов об их желательности и оправданности в существующих условиях ведения бизнес. В связи с этим трансформация бизнес-модели компании выступает результатом сложного процесса эволюционирующей во времени системы экономико-культурных ценностей взаимодействующих субъектов и создаваемой ими институциональных связей, определяющей особенности траектории формирования конкурентных преимуществ бизнес-деятельности компании.

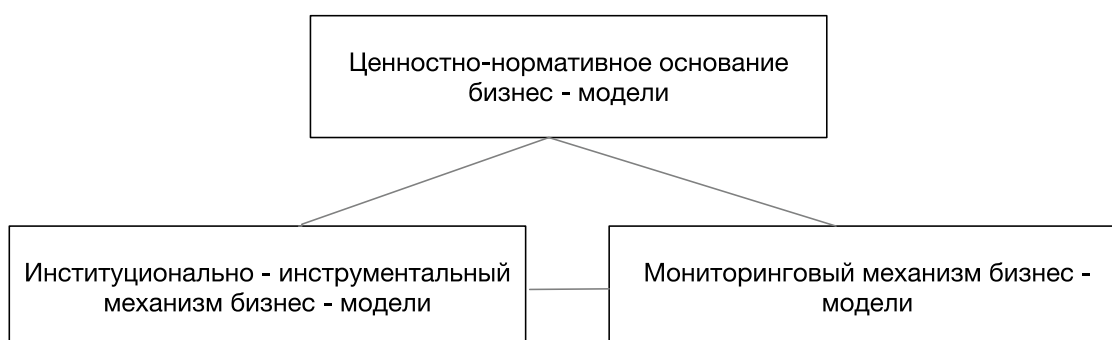
Важно учитывать, что понятие «бизнес-модель» тесно связана с понятием «стратегия» и выполняет специфическую роль в конструировании системно-целостной картины видения процессов выработки и реализации стратегии конкурентоспособного развития организации в контексте ожидаемых трендов меняющейся деловой среды. Предлагаемый концептуальный подход к анализу бизнес-модели организации предполагает ее рассмотрения как сложной системы, которая нелинейно эволюционирует

во времени и содержит стратегическую составляющую, ориентирующую на конструирование стратегических конкурентных преимуществ. В связи с этим корпоративная стратегия содержит общие элементы, которые свойственны архитектуре бизнес-модели на всех этапах её жизненного цикла и характеризуют ключевые особенности формирования базового комплекса видов бизнес-деятельности. В общем виде связь корпоративной стратегии и бизнес-модели показана на рис.2.



**Рис. 2. Стратегия и бизнес - модель организации**

Предпринимаемые различные попытки обобщения теоретические обобщения сложившихся представлений бизнес-моделях компаний обычно опираются на экзогенные версии институционального подхода, поэтому являются неудовлетворительными. Представлена исследовательская перспектива создаёт концептуальные основы, которые позволяют исследовать эндогенные процессы переформатирования бизнес-моделей, в качестве базовых составляющих выступают следующие структурные блоки ценностно-институционального формата (рис. 3):



**Рис. 3. Ценностно-институциональный формат бизнес-модели организации**

- 1) ценностно-нормативное основание трансформации формата бизнес-модели;
- 2) институционально-регулирующий механизм трансформации формата бизнес-модели:
  - маркетинговый механизм построения каналов связи с потребностями продуктов, который включает в себя ценностную ориентацию бизнес-деятельности компании, связанную с обеспечением её конкурентных преимуществ;
  - производственно-экономический механизм, ориентирующий на эффективное использование ключевых ресурсов и способностей компании при построении цепочки создания ценности;
  - финансово-экономический механизм; связанный с формированием источников доходов, издержек и получением прибыли;

— механизм построения внешних каналов взаимодействия с поставщиками, клиентами и партнерами;

3) мониторинговый механизм трансформации формата бизнес-модели

Предложенный концептуальный подход акцентирует внимание на то, что успешное решение задач, связанных с созданием механизмов устойчивого развития организаций, предполагает формирование ценностно-институционального формата модели бизнес-деятельности в соответствии с трендами изменения внутренней и внешней деловой среды. Данная концептуальная основа может рассматриваться в качестве объединительной площадки для проведения исследований и выработке рекомендаций по конструированию различных форматов бизнес-моделей с учётом особенностей бизнес-деятельности российских предприятий в современных условиях.

Происходящий сегодня пересмотр подходов к выбору бизнес-моделей во многом обусловлен процессами развертывания четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0.), что приводит к обесценению вложенного ранее капитала, а также компетенций работников, выступавших в прежнее время для отечественного бизнеса, у которого возникла настоятельная потребность активного участия в процессах реиндустриализации и импортозамещения, важным становится построение прорывных бизнес-моделей на основе внедрения ресурсосберегающих и цифровых технологий, позволяющих устойчиво увеличивать производство добавленной стоимости. Успешное переформатирование бизнес-модели может быть реализовано с помощью использования различных типов инноваций — копирования, креативных имитаций и радикальных инноваций. При этом выбор следует учитывать особенности формирования современного вектора развития бизнеса, которые складываются в условиях ESG-трансформации российской экономики, связанной значительным возрастанием влияния экологических и социальных факторов на устойчивость развития организаций [9].

Таким образом, современная волна концептуального переосмысления сложившихся подходов к анализу бизнес-моделей организаций определяется потребностями разработки теоретических интерпретаций процессов конструирования устойчивых конкурентных преимуществ, соответствующих новым трендам меняющейся реальности. Вместе с тем использование широко распространенных версий статического и динамического подходов к изучению бизнес-моделей остаются неудовлетворительными, поскольку создают фрагментированные теоретические описания. Необходима смена исследовательской парадигмы на основе опоры на конструктивистскую логику, что позволяет анализировать по-своему эндогенные по своему статусу процессы конструирования устойчивых конкурентных преимуществ организаций. В связи с изменением парадигмальных рамок исследования проблемного поля возникает аналитический инструментарий, который ориентирует на переформатирование бизнес-моделей организаций в соответствии с вызовами современной деловой среды.

#### Список источников

1. Климанов Д. Е., Третьяк О. А. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции // Российский журнал менеджмента. – 2014. – Т.12. – №3. – С. 107–130.
2. Исаева А. Э., Богданов С.В., Петрунин Ю. Ю., Муртузалиева Т.В., Слепенкова Е. В., Пурлик В. М. Концептуальные основания формирования конкурентных преимуществ компаний в рамках рыночного и ресурсного подходов // Вестник Московского университета. Сер. 21. Управление (государство и общество). – 2021. – № 4. – С. 49 – 68.
3. Teece D. J. Business models and dynamic capabilities // Long Range Planning. – 2018. – Vol. 51. – No. 1. – P. 40–49.
4. Денисов И.В., Витер К. А. Взгляд на эволюцию понятия «бизнес-модель» с позиций зарубежных и отечественных исследователей // Лидерство и менеджмент. – 2020. – № 1. – С. 9–20.
5. Guo H., Zhao J., Tang J. The role of top managers' human and social capital in business model innovation // Chinese Management Studies. – 2013. – Vol. 7. – No.3. – P. 447–469.

6. Teece D. J. A capability theory of the firm: an economics and (Strategic) management perspective // *New Zealand Economic Papers*. – 2019. – Vol.53. – No.1.– P. 1 – 43.
7. Oliver C. Sustainable competitive advantage: combining institutional and resourcebased views // *Strategic Management Journal*. – 1997. – Vol. 18. – No. 9. – P. 697–713.
8. Бирюков Е. В. Теории современного предприятия: новые направления развития // *Экономическое возрождение России*. – 2022. – № 4 (74). – С.121 - 131.
9. Бирюков Е.В. ESG-переход как фактор формирования нового вектора развития российских компаний // *Бизнес. Образование. Право*. – 2023. – № 3 (64). – С. 198 – 202.

# МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 37.088.2

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**МУХАМЕТЖАНОВА ОКСАНА НУРГАЛЕЕВНА**

магистрант

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М.Акмиллы»

*Научный руководитель: Ибрагимова Гульдар Фанисовна**к.п.н., доцент**ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М.Акмиллы»*

**Аннотация:** в статье рассматриваются теоретико-методологические аспекты управления персоналом в образовательной организации на примере MAOU «Башкирский лицей №48». Описывается модель реализации управленческих решений и полученные результаты в ходе опытно-экспериментальной работы.

**Ключевые слова:** управление персоналом, образовательная организация, функции управления.

## THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF PERSONNEL MANAGEMENT IN AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

**Mukhametzhanova Oksana Nurgaleevna***Scientific adviser: Ibragimova Guldar Fanisovna*

**Abstract:** the article discusses the theoretical and methodological aspects of personnel management in an educational organization using the example of MAOU "Bashkir Lyceum No. 48". The model for implementing management decisions and the results obtained during experimental work are described.

**Key words:** personnel management, educational organization, management functions.

Согласно Указу Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» происходит обновление системы образования. Исходя из поставленной задачи основным приоритетом развития системы образования выступает формирование современной инфраструктуры общего образования, обеспечивающей внедрение новых методов и технологий обучения, в том числе для обучающихся с особыми образовательными запросами, создание эффективной системы управления на основе использования инструментов бережливого производства.

Отметим, что наибольшей эффективностью преобладают личности, владеющие методическим инструментарием педагогического анализа и синтеза управленческой деятельности, т.к. именно от этого умения зависят характерные изменения, установление фактов и выявление причинно-следственной связи.

Осуществление функции управления персоналом образовательной организации реализуется через комплекс определенных мероприятий, выстраивания модели по взаимодействию разнообразных



факторов управления, которое обеспечивает оптимальный уровень качества образования.

В связи с чем, предполагается эффективный способ это создание модели, имеющая взаимосвязанные компоненты (целевой, содержательный, рефлексивно-оценочный). Процесс внедрения разработанной модели охватывает все звенья, т.е. методист, педагог, психолог, социальные педагог, другие работники.

Этимология категории «модель» определяется, как теоретическая процедура, осуществляющаяся с применением абстрактно-логического мышления.

Относительно к процессу прогнозирования внутришкольной системы управления элементы модели реализуют соответствующие функции. Согласно исследователю А.М. Моисееву к ним относятся: функции аналитического описания действующих систем, в том числе по объяснению причин недостаточной эффективности, по прогнозированию новейших требований по разрешению возникшей трудности, предполагаемых последствий реализации инновационных методов и технологий и т.д.

Базой исследования выступил МАОУ «Башкирский лицей №48» городского округа город Уфа Республики Башкортостан (далее образовательная организация) является некоммерческой организацией, т.е. государственным общеобразовательным учреждением. Место расположения общеобразовательной организации: Российская Федерация, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Борисоглебская, д.17 (официальный сайт: <https://bl48.02edu.ru/>).

Системообразующим документом, который регламентирует деятельность образовательной организации является, - Устав, основной организационно-правовой и учредительный документ. Разработанный организацией на основании Федерального закона №273 от 29 декабря 2012 года «Об образовании в Российской Федерации» и утвержденный учредителем при ее создании, а именно Министерство образования и науки Республики Башкортостан. Устав регулирует отношения всех участников образовательного процесса.

Образовательная организация ведет воспитание и обучение обучающихся в интересах общества, государства, личности, обеспечивая самоопределение личности, создавая условия для ее самореализации, обеспечивая создание благоприятных условий и охрану здоровья для всестороннего развития обучающихся. Ключевым предметом деятельности Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение «Башкирский лицей №48» городского округа город Уфа Республики Башкортостан становится реализация общеобразовательных программ: начальное общее образование, основное общее образование и среднее (полное) общее образование:

Первая ступень – начальное общее образование (1-4 классы);

Вторая ступень – основное общее образование (5-9 классы);

Третья ступень – среднее (полное) общее образование (10-11 классы).

Проанализировав состав педагогического коллектива по уровню образования, мы выявили следующее:

- высшее профессиональное образование – 43 человека (98%);

- среднее специальное образование (педагогическое) – 1 сотрудник (2%).

Таким образом, уровень квалификации педагогического состава является достаточно высокой, педагоги в состоянии справиться с поставленными задачами в образовательной организации.

Проведенный анализ персонального состава образовательной организации по стажу работы, продемонстрировал следующие результаты:

- стаж педагогической деятельности до 5 лет – 6 педагогов (16%);

- стаж педагогической деятельности с 5 до 10 лет – 14 педагогов (28%);

- стаж педагогической деятельности свыше 10 лет – 24 педагога (56%).

Следовательно, 14 сотрудников образовательной организации имеют стаж педагогической деятельности с 5 до 10 лет и только 6 педагогов - до 5 лет. Преобладают сотрудники, которые проработали в школе более 10 лет.

Существующая в данной образовательной организации организационно-управленческая структура может быть определена, как линейно-функциональная. В ходе применения такой структуры управления организацией каждое подразделение четко выполняет определенные функции в общей цепочке



образовательного процесса. Такая система следующие преимущества имеет: ясно очерчены внутренние организационные связи и относительно проста система управления и контроля.

Для совершенствования управленческих функций образовательной организацией были подобраны и описаны мероприятия, направленные на улучшения данной системы по следующим направлениям.

Для комплексного совершенствования учебно-воспитательного процесса в образовательной организации рекомендуется делать акцент на вид и форму деятельности, которые позволяют системно организовывать учебно-воспитательный процесс, на включение педагогических технологий построения совместной деятельности, общения и отношений и т.д. Для совершенствования процесса комплексного управления образовательной организацией эффективно использовать меры по усилению мотивации педагогических кадров и совершенствованию методов и технологий обучения и т.д. Учет поведенческого фактора в управлении образовательной организацией может совершенствоваться через меры поддержки педагогического наставничества, определяющего взаимодействия сотрудничества педагога-наставника и молодого коллеги, через использование технологии «взаимного коучинга» в рамках обмена опытом между коллегами образовательной организации; через ежегодные внутришкольные конкурсы презентации эффективного педагогического опыта, через активное использование тимбилдинга для сплочения педагогического коллектива.

#### **Список источников**

1. Конаржевский, Ю.А. Внутришкольный менеджмент [Текст] / Ю.А. Конаржевский. – М.: Новая школа, 2007. – 158 с.
2. Ларина, Е.В. Оценка профессиональной компетентности руководителей через анализ их способностей к осуществлению управленческих функций [Текст] / Е.В. Ларина // Бизнес. образование. право. вестник волгоградского института бизнеса. – 2013. – №1 (22). – с. 133-145.
3. Пискунова, Е.В. Подготовка учителя к обеспечению современного качества образования для всех: опыт России: рекомендации по результатам научных исследований [Текст] /под редакцией акад. Г.А. Бордовского. – СПб. Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – 322 с.

УДК 658.15

# УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОТ ПРОЧИХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

**КРЫЛОВА НАТАЛЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА**

магистрант

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»

**Научный руководитель: Волкова Ольга Юрьевна**

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»

**Аннотация:** Исследование посвящено управлению финансами предприятия железнодорожного транспорта. Предприятия железнодорожного транспорта кроме основной деятельности, связанной с осуществлением грузовых и пассажирских железнодорожных перевозок, осуществляют прочую деятельность, имеющую целью повышение доходов предприятий, или достижению важных социальных и общественных задач. Исследованы проблемы управления финансовым результатом от деятельности по передаче электрической энергии потребителям на территориях Амурской области и Забайкальского края.

**Ключевые слова:** управление финансами, прибыль, предприятие, электроэнергетика, железнодорожный транспорт.

**FINANCIAL MANAGEMENT FROM ADDITIONAL ACTIVITIES OF A RAILWAY TRANSPORT COMPANY****Krylova Natalia Evgenevna***Scientific adviser: Volkova Olga Yurievna*

**Abstract:** The study is devoted to the financial management of a railway transport company. Railway transport enterprises, in addition to their main activities related to the implementation of freight and passenger rail transport, carry out other activities aimed at increasing the incomes of enterprises or achieving important social and public objectives. The problems of managing the financial result of electric power transmission activities to consumers in the territories of the Amur Region and the Trans-Baikal Territory are investigated.

**Key words:** financial management, profit, company, electric power industry, railway transport.

В современной рыночной экономике важнейшими показателями эффективности деятельности предприятия являются показатели, отражающие финансовый результат. На предприятиях железнодорожного транспорта финансовый результат (который определяют как прибыль или убыток) формируется на основе доходов и расходов предприятий не только в рамках конкретных отчетных периодов, но и выделением по конкретным видам деятельности.

На железнодорожном транспорте под влиянием специфических условий осуществления произ-

водства в учете доходов и расходов выделено две основные группы::

1) доходы и расходы от операций основной деятельности, то есть деятельности, связанной с осуществлением грузовых и пассажирских железнодорожных перевозок, предоставлением услуг транспортной инфраструктуры и локомотивной тяги:

2) доходы и расходы от прочих видов деятельности, то есть от деятельности, не связанной с осуществлением перевозок, предоставлением услуг инфраструктуры и локомотивной тяги.

Второй вид деятельности не является основным, но имеет целью повышение дополнительных доходов и улучшение финансовых результатов предприятий, или достижению важных социальных задач. [1, с. 130].

Целью работы являлась разработка управленческих решений по улучшению финансовых результатов от прочих видов деятельности предприятия железнодорожного транспорта.

Для выполнения цели были поставлены следующие задачи:

1. Исследовать методы управления финансами и финансовыми результатами всех видов деятельности предприятия.

2. Проанализировать влияние различных факторов на финансовый результат деятельности предприятия, не связанной с железнодорожными перевозками.

3. Разработать управленческие рекомендации по улучшению финансового результата предприятия железнодорожного транспорта.

Объект исследования – предприятие железнодорожного транспорта

Предмет исследования – финансовые результаты железнодорожного предприятия от деятельности, не связанной с осуществлением перевозок

К видам деятельности железнодорожных предприятий, не связанным с осуществлением перевозок, предоставлением услуг инфраструктуры и локомотивной тяги, относятся:

- оказание услуг пригородным пассажирским компаниям и аренда скоростных электропоездов и подвижного состава для пассажирских поездов дальнего следования;

- дополнительные услуги клиентуре;

- ремонт частных грузовых вагонов;

- предоставление в аренду объектов недвижимого имущества;

- строительство объектов инфраструктуры;

- передача электроэнергии сторонним потребителям в соответствии с Федеральным Законом «Об электроэнергетике»;

- реализация металлолома;

- услуги социальной сферы, музеев, детских железных дорог и коммунального хозяйства.

Ведение раздельного учета доходов, расходов и финансового результата по видам деятельности осуществляется на основании данных бухгалтерского, оперативно-технического и статистического учета.

К основным методам управления финансовыми результатами деятельности организации относятся: планирование прибыли, ее учет и контроль, факторный и структурный анализ.

В исследовании был проведен факторный анализ финансовых результатов предприятия железнодорожного транспорта «Э», полученных от прочих видов деятельности. Основными задачами данного предприятия является обеспечение электрической энергией потребностей железнодорожного транспорта и оказание услуг по передаче электрической энергии потребителям. Предприятие «Э» ведет деятельность на территории двух субъектов Российской Федерации: Амурской области и Забайкальского края.

Для осуществления факторного анализа было произведено распределение доходов и расходов от прочих видов деятельности предприятия по бизнес-блокам: передача электрической энергии сторонним потребителям по собственным сетям, аренда движимого и недвижимого имущества, реализация металлолома. Основная доля (около 95%) как доходов, так и расходов пришлось на бизнес-блок «Передача электрической энергии сторонним потребителям по собственным сетям», следовательно, управленческие мероприятия должны быть сконцентрированы именно в этом направлении деятельности.

Анализ финансового результата от данной деятельности предприятия ухудшился за анализируемый период почти на 80%, так как рост расходов существенно опередил рост доходов.

Как уже говорилось ранее, основными задачами предприятия являются не только обеспечение электроэнергией перевозочного процесса и нетяговых потребителей железнодорожного транспорта, но и также оказание услуг по передаче электроэнергии сторонним потребителям, что особенно важно в отдалённых районах Сибири и Дальнего Востока, где железная дорога зачастую является единственным источником электроснабжения населённых пунктов. Таким образом, хотя данная деятельность является убыточной, но ввиду ее высокой социальной и общественной значимости предприятие обязано оказывать услуги по передаче электроэнергии, что зафиксировано федеральным законодательством.

Для разработки управленческих решений по обеспечению финансовой устойчивости предприятия необходим факторный анализ доходов от данной деятельности.

Наибольшее влияние на получение доходов от передача электрической энергии сторонним потребителям оказывает изменение средней доходной ставки. Являясь субъектом естественной монополии в топливно-энергетическом комплексе, анализируемое предприятие «Э» не имеет возможности диверсификации источников дохода, таким образом, на среднюю доходную ставку непосредственное влияние оказывает установленный тариф. В соответствии с Федеральным законом «Об электроэнергетике» тарифы на услуги по передаче электрической энергии по электрическим сетям территориальных сетевых организаций, входят в систему цен (тарифов), подлежащих государственному регулированию, и устанавливаются в границах каждого субъекта РФ.

Исходя из особенностей формирования тарифов на передачу электроэнергии по собственным сетям, первоначально на предприятии определяется расчетный объем НВВ сети (необходимой валовой выручки на содержание сетей), который обеспечит компенсацию экономически обоснованных затрат на осуществление передачи электрической энергии. НВВ сети представляет собой совокупность расходов, связанных с осуществлением передачи электрической энергии как собственным потребителям (на производственные нужды), так и сторонним потребителям.

Для обеспечения репрезентативности финансовых результатов, установленные тарифы должны в полном объеме учитывать расходы на амортизацию основных средств и специфического оборудования, капитальный ремонт объектов, а также затраты и расходы на финансирование инвестиционных вложений. [2, с. 38].

Было выявлено, что в анализируемом предприятии, согласованные тарифы не в полной мере учитывают некоторые виды затрат на содержание сетей. Основными проблемами являются:

- наличие потерь электрической энергии в электросетях, которые участвуют в передаче электроэнергии потребителям, в частности населению юридическим лицам, а также бездоговорное потребление электроэнергии и потребление пользователями без счетчиков;
- неполный учет прироста объемов потребления электроэнергии (мощности) сторонними потребителями в субъекте РФ за отчетный период;
- неполный учет изменения количества электрооборудования в субъекте РФ;
- неполный учет величины амортизационных отчислений основных средств.

Общий эффект от реализации мероприятий составит почти 0,5 млн.р. в год. Разработанные мероприятия позволят повысить управляемость финансовыми результатами от прочей деятельности предприятия.

#### **Список источников**

1. Основы транспортного бизнеса : учебник / Л. В. Шкурина, Т. А. Лунина, Е. А. Сурикова [и др.] – Москва : ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2022. – 264 с. – ISBN 978-5-907479-24-1. – EDN OUTEAO.
2. Волкова О. Ю., Спицына И. Н. Методические основы бюджетирования затрат на внеплановые (аварийные) ремонты технических средств железнодорожного транспорта / // Инновации в жизнь. – 2019. – № 4(31). – С. 38-41. – EDN RKDEHD.

© Н.Е.Крылова, 2023

УДК 658

# СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С ПОЗИЦИИ УПРАВЛЕНЦА И СОТРУДНИКА

**ВИНОГРАДОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,**

ассистент кафедры маркетинга и международного менеджмента

**КАСПЕРОВИЧ КСЕНИЯ НИКОЛАЕВНА,****МАЦЕЕВСКАЯ ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА,**

студенты

УО «Полесский государственный университет»

**ВЛАСОВА СВЕТЛАНА ВИКТОРОВНА**к.м.н., доцент, доцент кафедры общественного здоровья и здравоохранения,  
УО «Белорусский государственный медицинский университет»

**Аннотация:** работа посвящена анализу стилей управления как определяющего фактора формирования эффективной организационной динамики. Рассмотрены теоретические аспекты стилей управления, проведен опрос и анализ данных о применении управленческих подходов. Определено влияние стилей руководства на достижение целей и формирование рабочей атмосферы.

**Ключевые слова:** стиль управления, организация деятельности предприятия, конфликт, мотивация, генерация идей.

## ENTERPRISE MANAGEMENT STYLE FROM THE POSITION OF A MANAGER AND EMPLOYEE

**Vinogradova Anastasiya Alexandrovna,****Kaspiarovich Kseniya Nikolaevna,****Matseyeuskaya Katsiaryna Sergeevna,****Vlasava Sviatlana Victarauna**

**Abstract:** the work is devoted to the analysis of management styles as a determining factor in the formation of effective organizational dynamics. Theoretical aspects of management styles were considered, the survey and analysis of data on the application of management approaches were conducted. Influence of management styles on achieving goals and creating of working atmosphere is determined.

**Key words:** management style, organization of the company's activities, conflict, motivation, generation of ideas.

### Актуальность

Современный рынок труда все больше фокусируется на потенциальных сотрудниках и высокой конкуренции за кадровый сегмент, нежели на работодателях [1]. Опыт успешных компаний показывает значительную эффективность от человеческих ресурсов в случае высокого уровня лояльности и вовлеченности сотрудников, создании условий для развития персонала, когда «каждый сотрудник, менеджер и руководитель полностью сосредоточен на своей работе и прилагает все усилия на благо компании» [2]. Данные американского института общественного мнения Gallup подтверждают, что компании с высокой вовлеченностью сотрудников на 8% эффективнее своих конкурентов с низкой вовлеченно-

стью, а в организациях с максимальной вовлеченностью персонала показатели рентабельности выше, чем у конкурентов, практически в 2 раза [3].

Стиль управления и личность руководителя организации играет ключевую роль в ее успехе и устойчивом развитии предприятия. По данным последних исследований, 54% руководителей компаний планируют пересмотреть мотивационные программы в своих компаниях [4].

Стиль управления представляет собой инструмент, который руководитель может использовать для координации и направления усилий персонала для достижения поставленных компанией задач.

Изучение вопросов руководства компанией и наиболее эффективных стилей управления являются актуальными на современном этапе развития производственных отношений, что и определило дизайн нашего исследования.

Традиционно выделяют авторитарный, демократический и либеральный стили руководства. Авторитарный стиль управления характеризуется централизованным принятием решений, где руководитель самостоятельно, единолично принимает ключевые решения, а подчиненные следуют его указаниям. Демократический стиль предполагает учет мнения коллектива, а решения принимаются с участием всех сотрудников и руководителя согласованно. Либеральный стиль управления, в свою очередь, основан на делегации полномочий и поощрении инициативы сотрудников [3].

**В целях** совершенствования подходов к организации руководства предприятий проведено поперечное социологическое исследование среди различных демографических групп жителей города Пинска по изучению представлений об организации деятельности предприятий.

#### **Материал и методы**

Набор участников проекта осуществлялся с использованием информированного согласия и не нарушал прав участников исследования.

По результатам анализа проблем организации деятельности предприятий в условиях современных вызовов были отобраны вопросы-индикаторы, позволившие выявить степень социального восприятия различных форм руководства и мотивации сотрудников.

Была разработана анкета. База исследования была сформирована на основании полученных данных и использовалась для проведения статистического анализа.

В рамках социологического исследования было опрошено 100 человек, средний возраст которых составил  $35 \pm 2,3$  года, из которых 76,1% составили лица женского пола, 23,9% - мужского пола. Данные о результатах анкетирования предоставлялись дистанционно через Google Forms.

Среди опрошенных 32,4% составили лица в возрасте от 46 до 60 лет, около 19,7% респондентов принадлежали к возрастной категории 19 – 25 лет.

По результатам проведенного исследования регистрировались ответы по качественным и количественным признакам в результате опроса по каждому ответу. Они были представлены абсолютным числом ответов по каждому вопросу и относительными величинами в процентах (%).

Для обработки и анализа эмпирических данных использованы статистические методы лицензионной версии программ (MS Excel 2010).

#### **Результаты исследования**

По данным проведенного анализа выявлено, что по мнению 56,3% респондентов самым оптимальным для руководителя стилем управления является демократический. Между тем, среди 33,8% опрошенных высказались за авторитарный тип руководства. Значительное число обозначивших такой выбор принадлежали к возрастной группе 46 лет и старше.

С позиции сотрудника в пользу демократического стиля руководства высказалось 60,6% респондентов. Поощрение творческого подхода и стимуляция генерации идей в коллективе, осознания причастности к принятию важнейших для предприятия решений позволяет эффективно работать в команде профессионалов.

Будучи потенциальными работниками, только 7% опрошенных хотели бы работать с руководителем, который не учитывает их мнение и придерживается авторитарного типа принятия решения и координации взаимодействия.

В системе взаимодействия между сотрудниками и оценки результативности деятельности важ-



ным является организующая роль лидера.

По мнению 54,9 % опрошенных реализация и успешное завершение инновационного проекта по созданию и внедрению нового продукта возможно только с руководителем, способным учитывать и прислушиваться к своим сотрудникам. В то же время, 35,2% респондентов готовы подчиняться и довериться единоличному мнению своего начальника в данных условиях.

9,9 % опрошенных, высказавшихся за либеральный стиль руководства, отдали предпочтение делегированию полномочий руководителем. По мнению авторов, указанный стиль крайне неподходящий для решения конкретных задач здесь и сейчас, особенно при разработке инновационных продуктов.

Наиболее конфликтными стилями управления, исходя из результатов нашего опроса являются либеральный (47,9%) и авторитарный (35,2%).

Причиной этому, по мнению авторов, может быть связана с диаметрально противоположными установками при принятии решения. При авторитарном стиле руководства решение лежит на руководителе, поэтому работники не всегда имеют возможность повлиять на выбор, хотя, по их мнению, выработанное единоличное решение может быть ошибочным. Среди сотрудников могут быть бывшие руководители или лица, имеющие большой опыт деятельности в данной отрасли, которые могут выдвинуть более рациональные идеи для обсуждения тактики и стратегии развития предприятия, сэкономив тем самым ресурсы, и предупредив негативные последствия от неверно принятого решения.

При либеральном стиле руководства отсутствует должная координация усилий и целесообразность, в некоторых случаях, принятия решений. Свободное трактовка, отсутствие целостности восприятия всего производственного цикла и стратегического видения развития предприятия с позиции отдельных работников при наличии значительной свободы может привести к принятию нерационального и экономически необоснованного решения.

Наиболее сбалансированным будет учет мнения сотрудников и видения ситуации с позиции руководителя, что характерно для демократического стиля руководства.

### **Обсуждение**

Современный руководитель находится в сложных условиях цифровой трансформации общества и в условиях постоянного лимита временных и финансовых ресурсов, постоянно изменяющихся политических ситуаций.

Решение следования определенному стилю руководства принимается индивидуально каждым руководителем, зачастую неосознанно с позиций имеющегося жизненного опыта, особенности психологического статуса личности и ситуации в коллективе, в котором приходится принимать определенные решения.

Среди всех стилей руководства более эффективным можно назвать демократический, так как он позволяет поддерживать инициативу, позитивное психическое состояние работников, может обеспечить сотрудникам определенную самостоятельность в принятии решений и их сопричастность в принятии решения, что повышает мотивацию и значимость каждого сотрудника.

Учет индивидуальных возможностей и способностей работников, а также организация четкой и понятной системы контроля и обратной связи позволят повысить эффективность деятельности компании в целом [3, 4].

Следует учитывать, что рассматриваемые модели управления в чистом виде практически не используются и являются абстракциями в реальной практике. Рациональная комбинация различных элементов данных стилей руководства зависит от особенностей отрасли, воздействия внешних и внутренних факторов и других контекстуальных аспектов [1].

Сотрудникам компании необходимо рационально организовывать время, поддерживать уровень мотивации к выполнению работы на основе взаимного доверия и поддержки в отношении с руководителем, стремиться к достижению баланса между работой и личной жизнью.

Таким образом, по результатам проведенного исследования значительное число респондентов определили, как оптимальный демократический стиль руководства, как с позиции руководителя (56,3%), так и с позиции работника (60,6%). Баланс учета опыта и целостного представления о стратегии развития предприятия с позиции руководителя и креативности видения решения с позиции работ-

ника поможет эффективному развитию компании в современных условиях.

#### Список источников

1. Лазич, Ю.В., Попова, И.Н. Управление вовлеченностью персонала: зарубежный и отечественный опыт / Ю.В. Лазич, И.Н. Попова // BENEFICIUM. - 2023. - № 1(46). - С. 86-92.
2. Хеллеви, Й. Вовлеченность персонала в России. Как построить корпоративную культуру, основанную на вовлеченности персонала, клиентоориентированности и инновациях / Й. Хеллеви // Хельсинки: Russia Advisory Group Oy, - 2013. - 119 с.
3. Изучение вовлеченности [Электронный ресурс]: ЭКОПСИ Консалтинг, 2017 URL: [http://www.ecopsy.ru/wpcontent/uploads/2017/07/Engagement\\_booklet\\_web.pdf](http://www.ecopsy.ru/wpcontent/uploads/2017/07/Engagement_booklet_web.pdf) (дата обращения 04.12.2023).
4. Николаева, М.Ю. Зачем компании лояльные сотрудники / М. Николаева // Льготы и бенефиты. - 2022. - Том 17. - С. 55-59.
5. Радыгина, С. В. Факторы управленческого воздействия на повышение трудовой эффективности в оценке персонала и экспертных оценках руководителей / С. В. Радыгина // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. - 2019. - № 6. - С. 763-770.
6. Федоренко, А. В., Швацкий, А. Ю., Турчин, А. С. Стили руководства и социально-психологический климат в коллективе/ А. В.Федоренко, А. Ю. Швацкий, А. С. Турчин // Научное мнение. - 2022. - № 6. - С. 60-65.



# **МАРКЕТИНГ**

УДК 33

# ВЛИЯНИЕ SMM-МАРКЕТИНГА НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

**ШАЛЬНЕВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,  
Липецкий филиал, город Липецк

**Научный руководитель: Суханов Евгений Васильевич**

канд. экон. наук, доцент,  
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,  
Липецкий филиал, город Липецк

**Аннотация:** в данной статье представлен анализ влияния SMM-маркетинга на развитие малого бизнеса.

**Ключевые слова:** SMM-маркетинг, малый бизнес, развитие малого бизнеса.

## THE IMPACT OF SMM MARKETING ON SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

**Shalнева Elena Vladimirovna**

Scientific supervisor: Sukhanov Evgeniy Vasilievich

**Abstract:** This article presents an analysis of the impact of SMM marketing on the development of small businesses.

**Key words:** SMM marketing, small business, small business development.

Социальные медиа-маркетинг (SMM) имеет значительное влияние на развитие малого бизнеса. Вот несколько способов, которыми SMM может помочь вам продвигать свой бизнес:

1. Увеличение видимости и привлечение клиентов: Правильно настроенные аккаунты в социальных сетях могут помочь вам привлечь новых клиентов и увеличить осведомленность о вашем бизнесе. Регулярное обновление контента и взаимодействие с вашей аудиторией позволят вам поддерживать связь с клиентами и привлекать новые потенциальные целевые группы. Увеличение видимости и привлечение клиентов являются важными задачами в сфере SMM-маркетинга:

1. Создание стратегии контента: Определи свою целевую аудиторию и разработай контент, который будет интересен и полезен для них. Используй разнообразные форматы, такие как тексты, картинки, видео, аудио и инфографику;

2. Активность в социальных сетях: Выбери платформы, на которых находится твоя целевая аудитория, и активно взаимодействуй с ними. Публикуй контент регулярно, отвечай на комментарии и сообщения пользователей, а также используй хэштеги и геолокацию для увеличения видимости;

3. Реклама в социальных сетях: Рассмотрите возможность использования платной рекламы на социальных платформах, чтобы увеличить свою видимость и привлечь новых клиентов. Настрой таргетированную рекламу, чтобы достичь конкретной аудитории и получить максимальный результат;

4. Взаимодействие с влиятельными лицами: Попробуй установить контакт с влиятельными лицами в твоей отрасли, чтобы они могли рассказать о тебе и твоих услугах своей аудитории. Это может помочь увеличить твою видимость и привлечь новых клиентов;

5. Сотрудничество с партнерами: Ищи возможности для сотрудничества с другими компаниями и брендами, которые имеют схожую целевую аудиторию. Совместные акции и рекламные кампании могут помочь увеличить видимость и привлечь новых клиентов обоим сторонам;

6. Анализ результатов: Важно отслеживать и анализировать результаты своих маркетинговых усилий. Используй аналитические инструменты, чтобы определить, какие каналы и стратегии работают лучше всего для тебя, и внеси соответствующие исправления.

II. Установление доверия и лояльности клиентов: Активное присутствие в социальных сетях позволяет вам установить более личную связь с вашими клиентами и показать им, что вы обращаете внимание на их потребности. Это поможет вам укрепить доверие и лояльность клиентов к вашему бренду. Установление доверия и лояльности клиентов является важным аспектом в сфере SMM-маркетинга. Вот несколько стратегий, которые могут помочь в этом:

1. Качественный контент: Размещайте полезный, информативный и высококачественный контент, который будет интересен вашей целевой аудитории. Убедитесь, что контент соответствует их ожиданиям и проблемам, и предлагает решения

2. Активное взаимодействие: Будьте активными в социальных сетях и отвечайте на комментарии, вопросы и сообщения клиентов. Показывайте интерес к их мнению и обратной связи, и стремитесь решить их проблемы или вопросы;

3. Персонализация: Старайтесь установить персональный контакт с вашей аудиторией. Используйте их имена в комментариях или сообщениях, отвечайте на их вопросы индивидуально и стремитесь понять их потребности и предпочтения;

4. Социальные доказательства: Показывайте положительные отзывы, рекомендации и успехи ваших клиентов. Это может быть в виде отзывов, рейтингов или даже публикации их историй успеха. Это поможет установить доверие и подтвердить вашу экспертизу;

5. Эмоциональная связь: Постарайтесь установить эмоциональную связь с вашей аудиторией. Используйте истории, переживания и чувства, чтобы вызвать положительные эмоции и укрепить связь с вашим брендом;

6. Программы лояльности и бонусы: Разработайте программу лояльности, предлагайте бонусы и скидки вашим постоянным клиентам. Это может быть что-то вроде программы накопительных баллов или специальных предложений для постоянных клиентов;

7. Следите за обратной связью: Важно следить за обратной связью от клиентов и использовать ее для улучшения своих продуктов и услуг. Принимайте на seriously отзывы и предложения клиентов, и стремитесь постоянно совершенствоваться.

III. Анализ рынка и конкурентов: SMM также предоставляет вам возможность изучить вашу целевую аудиторию, анализировать действия конкурентов и получать обратную связь от клиентов. Эти данные могут помочь вам принять стратегические решения для развития вашего бизнеса. Анализ рынка и конкурентов в SMM-маркетинге является важным шагом для разработки эффективной стратегии. Вот несколько шагов, которые помогут тебе провести анализ:

1. Идентификация конкурентов: Определите основных конкурентов в своей нише. Исследуйте их активность в социальных сетях, их контент, а также их сильные и слабые стороны;

2. Анализ контента: Изучите контент, который публикует ваша конкуренция. Оцените типы контента, которые они используют (тексты, картинки, видео и т.д.), а также его качество, стиль и релевантность для целевой аудитории;

3. Аудитория конкурентов: Определите, кто является их целевой аудиторией. Исследуйте, как они взаимодействуют с аудиторией, как они решают проблемы и предоставляют ценность для своих клиентов;

4. Ключевые показатели эффективности: Изучите показатели эффективности конкурентов, такие как количество подписчиков, уровень вовлеченности, рост аудитории и эффективность рекламных кам-

паний.

Сравните их результаты с вашими собственными показателями и определите области для улучшения;

5. Следите за трендами: Исследуйте последние тренды и инновации в SMM-маркетинге. Узнайте, какие новые платформы и инструменты используют ваши конкуренты, и определите, какие из них могут быть применимы для вашей стратегии;

6. SWOT-анализ: Проведите SWOT-анализ (анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз) для своих конкурентов. Определите их преимущества и слабые места, а также возможности для вашего роста и угрозы, которые они представляют;

7. Обратная связь клиентов: Изучите отзывы и комментарии клиентов о ваших конкурентах. Узнайте, что им нравится и не нравится, и используйте эту информацию для улучшения своих продуктов и услуг.

Анализ рынка и конкурентов поможет тебе лучше понять свою нишу и разработать эффективную стратегию SMM-маркетинга.

IV. Продвижение акций и рекламных кампаний: Социальные сети предоставляют отличную платформу для продвижения акций, скидок и специальных предложений. Вы можете использовать SMM для распространения информации о ваших продуктах или услугах и привлечения новых клиентов. Продвижение акций и рекламных кампаний в SMM-маркетинге может помочь увеличить видимость и привлечь новых клиентов.

Вот несколько советов для эффективного продвижения:

1. Целевая аудитория: Определите, кто является вашей целевой аудиторией для акций или рекламных кампаний. Исследуйте их интересы, потребности и предпочтения, чтобы создать релевантное и привлекательное сообщение.

2. Креативный контент: Создайте привлекательный и креативный контент для вашей акции или рекламной кампании. Используйте привлекательные заголовки, изображения, видео или инфографику, чтобы привлечь внимание вашей аудитории.

3. Платформы социальных сетей: Определите платформы социальных сетей, на которых находится ваша целевая аудитория, и размещайте свою рекламу или акции на этих платформах. Учтите особенности каждой платформы и форматы объявлений, чтобы оптимизировать свою кампанию.

V. Таргетированная реклама: Используйте возможности таргетированной рекламы в социальных сетях, чтобы достичь конкретной аудитории. Настройте параметры, такие как географическое расположение, возраст, интересы и поведение, чтобы ваша реклама была показана именно тем, кому она может быть интересна.

5. Хештеги и геолокация: Используйте хештеги и геолокацию в своих постах или рекламе, чтобы увеличить видимость и привлечь целевую аудиторию. Использование популярных или релевантных хештегов может помочь вашей рекламе достичь большего количества пользователей.

6. Взаимодействие: Будьте активными и отзывчивыми во время акции или рекламной кампании. Отвечайте на комментарии, вопросы и сообщения от пользователей, и стимулируйте их участие в акции или делитесь своими мнениями и историями.

7. Анализ результатов: Отслеживайте и анализируйте результаты вашей акции или рекламной кампании. Используйте аналитические инструменты, чтобы измерить эффективность и определить, какие аспекты могут быть улучшены для будущих кампаний.

#### Список источников

1. Benefits of Social Media for Business. Режим доступа: <https://blog.hootsuite.com/social-media-for-business/>

2. Исследование: как социальные сети влияют на решение о покупках [Электронный ресурс] / Beretail.by. 2017. URL: <https://belretail.by/article/issledovanie-kak-sotsialnyie-setivliyayut-na-reshenie-o-pokupkah>

3. Как маркетологи используют социальные медиа для развития своего бизнеса [Электронный ресурс] / Отраслевой отчет 2017. Социальный медиа-маркетинг. URL: <http://vasvalch.com/mktg-school/Industry-Report-2017.pdf>
4. SMM для малого и среднего бизнеса: выжимаем максимальную пользу [Электронный ресурс] / SEOnews. 2017 URL: [www.seonews.ru/analytics/smm-dlya-malogo-i-srednegobiznesa-vyzhimaem-maksimalnuyu-polzu/](http://www.seonews.ru/analytics/smm-dlya-malogo-i-srednegobiznesa-vyzhimaem-maksimalnuyu-polzu/)
5. Цена на продвижение в социальных сетях (SMM) [Электронный ресурс] / Агентство комплексного интернет-маркетинга «Студия Ял». URL: <https://www.yalstudio.ru/price/smm-serm-ceny/>

УДК 303.433.2

# СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

**МАКАРОВА ПОЛИНА АЛЕКСЕЕВНА**

студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

*Научный руководитель: Аникина Екатерина Алексеевна**к.э.н., доцент**Национальный исследовательский Томский политехнический университет*

**Аннотация:** в статье представлены современные подходы к оценке эффективности коммуникационной стратегии продвижения бренда. В условиях высокой конкуренции коммуникационная стратегия призвана помочь бизнесу удерживать и развивать свою позицию на рынке. Субъективные показатели, в которых измеряется коммуникационная стратегия не имеют четкой структуры, чтобы применить их на практике. Автор представляет обзор существующих методов и инструментов оценки эффективности коммуникационной стратегии, а также описывает их преимущества и недостатки. В статье проводится систематизация ключевых показателей, способных дать оценку эффективности работы коммуникационной стратегии. Данная статья представляет интерес для маркетологов, рекламистов и специалистов по брендингу, а также для исследователей в области маркетинговых коммуникаций.

**Ключевые слова:** маркетинг, коммуникационная стратегия, продвижение бренда, ROMI, KPI, анализ данных социальных сетей, методы машинного обучения, онлайн-репутация бренда, маркетинговая атрибуция, Big Data.

## MODERN APPROACHES TO EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF A BRAND PROMOTION COMMUNICATION STRATEGY

**Makarova Polina Alekseevna***Scientific adviser: Anikina Ekaterina Alekseevna*

**Abstract:** the article presents modern approaches to evaluating the effectiveness of a brand promotion communication strategy. In a highly competitive environment, the communication strategy is designed to help businesses continue to work. The subjective indicators in which the communication strategy is measured do not have a clear structure to apply them in practice. The author presents an overview of existing methods and tools for evaluating the effectiveness of communication strategies, and also describes the advantages and disadvantages of each of them. The article systematizes the key indicators that can assess the effectiveness of the communication strategy. This article is of interest to marketers, advertisers and branding specialists, as well as to researchers in the field of marketing communications.

**Key words:** marketing, communication strategy, brand promotion, ROMI, KPI, social network data analysis, machine learning methods, online brand reputation, marketing attribution, Big Data.

На сегодняшний день российские компании находятся в условиях высокой конкуренции. Несмотря на уход многих зарубежных компаний, российский рынок перенасыщен товарами, так как на смену европейским и американским брендам быстро пришли китайские, которые выигрывают по цене и качеству, по сравнению с товарами произведенными в России. Более того, усиливается монополизация рынка и крупные компании поглощают малый и средний бизнес.

Для того, чтобы компаниям выжить в современных условиях необходимо искать эффективные способы привлечения и удержания клиентов. Одним из таких способов является развитие коммуникационной стратегии бренда. Коммуникационная стратегия – это элемент маркетинговой стратегии, который отвечает за управление информационными потоками, обеспечивающем эффективное взаимодействие между предприятием, его заинтересованными сторонами, клиентами и общественностью в целом [1, с. 29]. Главной задачей коммуникационной стратегии является обеспечение понимания и восприятия предприятия, его ценностей, продуктов или услуг, а также поддержание доверия и позитивной репутации, по той причине, что она способствует эффективному информационному обмену, предоставляя информацию о новостях, достижениях, инновациях или изменениях в деятельности организации [1, с. 29].

Последние годы можно отметить тенденцию к развитию сообщества вокруг бренда. Его главная идея – общение людей, обмен полезной информацией, чувство сопричастности к чему-то большему, создание общего стиля жизни. Для бренда создание такого сообщества – это возможность донести свои ценности и идеи до потребителя и получить лояльную аудиторию [2]. Объединение людей вокруг бренда, это не только возможность увеличить продажи или бесплатно получить рекламу с помощью отметок в социальных сетях, но и возможность сохранить свою компанию в период кризиса, например, ситуация с закрытием популярных каналов продвижения вынудила многие компании перевести аудиторию на другие каналы продвижения.

Оценка эффективности коммуникационной стратегии является важным этапом для определения успешности ее реализации. Сегодня существует достаточно большое количество подходов к оценке эффективности коммуникационной стратегии продвижения бренда, среди которых: экономические, коммуникационные (качественные и количественные), а также социальные показатели оценки эффективности.

Проблема оценки эффективности коммуникационной стратегии выражена не в отсутствии методов, а в размытии критериев оценки. Например, непонятно, как измерить успешность создания таких показателей коммуникационной стратегии, как: брендовая идентичность, отстройка от конкурентов, разработка корпоративной культуры и корпоративной философии, фирменного стиля, миссии на рынке и в обществе, формирования единой корпоративной команды сотрудников-единомышленников.

Важно отметить, что коммуникационная стратегия сложна в оценке из-за того, что ее создание предполагает, в первую очередь, продвижение с помощью различных каналов, что изначально представляет сложность в создании единой системы оценки эффективности. Важно помнить, что на каждом канале продвижения необходимо вести внутренний учет показателей.

Одним из современных подходов к оценке эффективности коммуникационной стратегии продвижения бренда является использование показателя ROMI (Return on Marketing Investment), который позволяет оценить величину прибыли, полученную от инвестиций в маркетинговые коммуникации [3].

Метрика ROMI основывается на анализе финансовых показателей и данных о затратах на маркетинг. Она позволяет выявить прямую связь между вложениями в маркетинг и финансовыми результатами компании. Таким образом, ROMI дает возможность определить, насколько успешно коммуникационная стратегия продвижения бренда способствует увеличению прибыли.

Для расчета ROMI необходимо иметь данные о затратах на маркетинг и данные о доходах компании. Затраты на маркетинг могут включать в себя расходы на рекламные кампании, PR-мероприятия, создание и поддержку сайта, и другие формы коммуникации с потребителями. Доходы компании могут быть выражены в виде увеличения продаж, роста доли рынка или улучшения имиджа бренда.

После получения данных о затратах и доходах можно приступить к расчету ROMI. Формула для расчета ROMI выглядит следующим образом:



$$\text{ROMI} = (\text{Доходы} - \text{Затраты}) / \text{Затраты} * 100\%$$

Результатом расчета будет процентная величина, которая показывает, насколько каждый затраченный рубль приносит прибыль. Чем выше значение ROMI, тем эффективнее коммуникационная стратегия продвижения бренда.

Оценка эффективности коммуникационной стратегии с помощью показателя ROMI позволяет не только определить успешность текущей стратегии, но и сравнить ее с предыдущими периодами или с конкурентами. Также это позволяет выявить наиболее эффективные инструменты коммуникации и скорректировать распределение бюджета между различными каналами.

Однако использование метрики ROMI имеет и свои ограничения. Во-первых, для точного расчета необходимо иметь доступ к достоверным финансовым данным компании. Во-вторых, ROMI не учитывает факторы, которые могут оказывать влияние на результативность коммуникационной стратегии, но не могут быть выражены в денежном выражении, например, уровень узнаваемости бренда или лояльность потребителей.

Тем не менее, ROMI является полезным инструментом для оценки эффективности коммуникационной стратегии продвижения бренда. Он помогает принимать обоснованные решения по распределению маркетингового бюджета и повышению прибыльности компании.

Другой способ оценки эффективности коммуникационной стратегии – использование ключевых показателей эффективности (KPI). KPI представляют собой конкретные метрики, которые помогают компаниям определить, какие аспекты их коммуникационной стратегии работают наилучшим образом, а какие нуждаются в доработке [4, с. 25]. Сложность оценки заключается в том, что они измеряются отдельно для каждого канала продвижения. А для цифровых площадок метрики быстро устаревают, становятся неактуальными и на смену им приходят новые. Например, к утратившим актуальность относятся такие показатели, как количество подписчиков блога, количество одобрительных лайков, количество заходов посетителей на сайт или количество просмотров постов на нем, поскольку они не отражают, насколько глубоко и детально Интернет-пользователь ознакомился с сутью сообщений и аргументацией. На смену им пришел показатель досматриваемости или дочитываемости (viewing depth) до конца, размещенных в онлайн постов или роликов, что гарантирует полное знакомство с распространяемым контентом, а глубокое знание затем может перерасти в понимание, позитивное восприятие и итоговое решение воспользоваться услугой, купить товар, проголосовать за кандидата, проект, внести взнос и т.д.

Еще одним современным подходом является использование аналитических инструментов для оценки эффективности коммуникационной стратегии. С их помощью компании могут анализировать данные о поведении и взаимодействии пользователей с их брендом. Например, аналитический инструмент может показать, сколько времени пользователи проводят на сайте компании или какие страницы наиболее посещаемы. Такие сервисы как Яндекс.Метрика и Google Analytics предоставляют достаточно широкий функционал по веб-статистике посещений, источникам перехода, проведенному времени на сайте и другие данные [5]. Эта информация позволяет компаниям определить, насколько успешно их коммуникационная стратегия привлекает и удерживает внимание целевой аудитории.

Отдельно, как инструмент оценки эффективности коммуникационной стратегии, можно выделить социальную медиа-аналитику. Сегодня большинство брендов активно присутствуют в социальных сетях, где они имеют возможность установить контакт с клиентами и распространять информацию о своих продуктах или услугах. Анализ данных социальных сетей позволяет оценить эффективность коммуникационной стратегии продвижения бренда на основе вовлеченности аудитории (ER), качества аудитории, общей оценки аккаунта (AQS) и других метрик взаимодействия пользователей с контентом бренда. Такой подход можно еще назвать медиа-аналитическим. Социальные медиа являются одним из самых популярных каналов коммуникации для компаний, поэтому оценка их эффективности становится все более актуальной. Оценить эффективность социальных медиа можно с помощью внутренней аналитики или же с применением внешних сервисов, все зависит от целей рекламного продвижения [6, с. 102].

Одним из современных подходов к оценке эффективности коммуникационной стратегии является



использование маркетинговой атрибуции, которая позволяет компаниям определить, какие каналы коммуникации и какие точки контакта с брендом вносят наибольший вклад в достижение конечной цели продвижения. Например, атрибуция может показать, что большинство клиентов узнали о бренде через рекламную кампанию по электронной почте или благодаря рекомендации от друзей. Эта информация помогает компаниям определить, на каких каналах и тактиках следует сосредоточиться для достижения наилучших результатов. Сложность в оценке такого показателя состоит в том, что атрибуция не может быть однозначной и универсальной для каждого бизнеса. Например, для сферы недвижимости считать последний клик – неудачный вариант, от первого касания до покупки квартиры может пройти несколько месяцев, и вряд ли клиент примет решение за один раз [7].

Еще один современный подход – это использование методов машинного обучения для анализа эффективности коммуникации бренда. Оно позволяет автоматически обрабатывать большие объемы данных и выявлять скрытые закономерности в поведении пользователей. Например, можно провести анализ текстовых отзывов клиентов на сайте или в социальных сетях и определить тональность этих отзывов (положительная, негативная или нейтральная) и выявить основные темы, которые вызывают наибольший интерес или проблемы у клиентов [8, с. 621].

Также современные подходы включают использование инструментов для мониторинга онлайн-репутации бренда. С помощью таких инструментов можно отслеживать упоминания о бренде в интернете и анализировать тональность этих упоминаний, а также определять важность и влияние каждого источника информации [9, с. 98]. Например, можно выяснить, какие публикации в блогах или новостных сайтах имеют наибольшую репутацию и становятся основными источниками информации о бренде.

Кроме того, существуют специализированные сервисы и платформы для проведения онлайн-опросов и фокус-групп [10, с. 77]. Это позволяет получать обратную связь от целевой аудитории бренда и измерять уровень ее удовлетворенности продуктом или качеством обслуживания. Опросы могут быть как структурированными (с заданным набором ответов), так и неструктурированными (открытым форматом). Фокус-группы позволяют проводить глубинное исследование, выявлять потребности и мотивации клиентов, а также получать новые идеи и предложения для развития бренда.

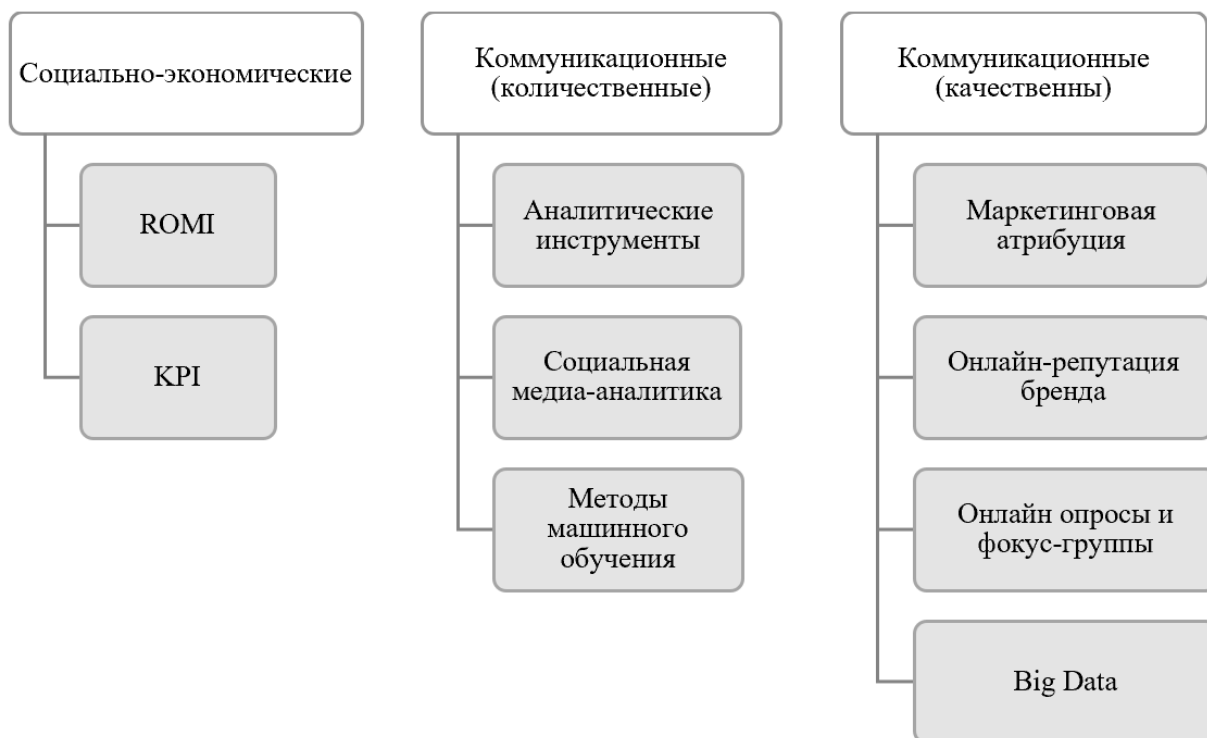


Рис. 1. Подходы к оценке эффективности коммуникационной стратегии

Наконец, одним из наиболее перспективных подходов является использование Big Data. Большие объемы данных о клиентах, их поведении и предпочтениях могут быть использованы для прогнозирования будущего спроса, определения наиболее эффективных каналов коммуникации с целевой аудиторией, выявления новых сегментов рынка и др. [11, с. 220]. Анализ больших данных требует специализированных инструментов и навыков обработки данных, поэтому этим занимаются специальные компании с привлечением внешних социологических служб, центров изучения общественного мнения, специализированных компаний по исследованию цифрового медиапространства («Медialogия», «Медиаскоп»), включая индустрию новых медиа (Infowatch, Kribrum, Brand Analytics), а также рейтинговые агентства и аудиторские компании. Профессиональная независимая внешняя аналитика помогает определить, как брендовая или корпоративная коммуникационная стратегия организации влияет на целевую аудиторию или стейкхолдеров в медийном пространстве, какова доля контента о компании и ее продукции в информационном потоке (share of voice), как она соотносится с аналогичными показателями медиа-активностей ближайших конкурентов. Более того, какова корреляция между маркетинговой долей компании или ее продукции на рынке и долей в общем информационном трафике. Не менее важен показатель соотношения позитивных, негативных и нейтральных сообщений (share of tone) о бренде или компании-производителе в информационном поле. Преобладание позитивного и нейтрального контента указывает на эффективность реализуемой коммуникационной стратегии.

В целом, рассмотренные выше методы и инструменты оценки эффективности коммуникационной стратегии продвижения бренда можно условно сгруппировать по трем направлениям (рис. 1).

Таким образом, современные подходы к оценке эффективности коммуникационной стратегии продвижения бренда включают использование таких показателей, как ROMI, а также определение KPI в зависимости от целей, которые преследует коммуникационная стратегия, анализ данных социальных сетей, методов машинного обучения, инструментов мониторинга онлайн-репутации бренда, сервисов для проведения онлайн-опросов и фокус-групп, а также Big Data. Эти подходы помогают компаниям получить более точную и полную картину о влиянии своей коммуникационной стратегии на целевую аудиторию и принимать обоснованные решения для ее улучшения. Выбрать инструменты для измерения эффективности коммуникационной стратегии необходимо еще на стадии ее разработки с учетом конкретных каналов продвижения, применяемых организацией.

#### Список источников

1. Каштанова А. А. Исследование вопроса роли коммуникационной стратегии на коммерческом предприятии // Вестник науки. – 2023. – №9 (66). – С. 28-34.
2. Как и зачем создавать комьюнити для брендов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://vc.ru/marketing/67498-kak-i-zachem-sozdavat-komyuniti-dlya-brendov?ysclid=lozceby7ur480932897> (15.10.2023)
3. Чепурова Д. ROI, ROMI, ROAS. Простые формулы, с которыми можно оценить отдачу от вложений в маркетинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/roi-romi-roas-prostye-formuly-s-kotorymi-mozhno-otsenit-otdachu-ot-vlozheniy-v-marketing/> (15.10.2023)
4. Филиппов В. Н. К дискуссии об эволюции критериев оценки эффективности коммуникационных стратегий бизнеса в условиях новой реальности // Российская школа связей с общественностью. – 2021. – №23. – С. 23-45.
5. Инструменты аналитики для интернет-маркетолога — о необходимости и важности использования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://marketing.hse.ru/blog/instrumenty-analitiki-dlya-internet-marketologa/?ysclid=loydh4ikmd490853729> (15.10.2023)
6. Ершов В. Е. Коммуникационный маркетинг: стратегия продвижения продукта в социальных сетях // ПСЭ. – 2017. – №4 (64). – С. 99-103.

7. Модель атрибуции: что это такое, какие модели существуют и зачем нужны. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://vc.ru/marketing/285945-model-atribucii-cto-eto-takoe-kakie-modeli-sushchestvuyut-i-zachem-nuzhny?ysclid=loyeez72rv515475306> (15.10.2023)
8. Соболевский Ю. С. Трансформация маркетинга и маркетинговых коммуникаций под воздействием цифровизации // Скиф. – 2023. – №5 (81). – С. 619-624.
9. Гончаров Д. К., Айдарова Е. М. Экономика упоминаний в информационном обществе // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – №7-2. – С. 97-99.
10. Перцовский Н. И., Галимов Р. Р. Использование онлайн-исследований для обоснования управленческих (маркетинговых) решений // Управленческие науки. – 2012. – №2 (3) – С. 75-80.
11. Заводова К. А. Применение Big Data малым бизнесом в современном маркетинге // Скиф. – 2021. – №1 (53) – С. 217-222.

УДК 33

# НОВЕЙШИЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ

**ЕФРЕМОВ ВИКТОР АНТОНОВИЧ,**студент четвертого курса  
ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»**ПЛУЖНИКОВА ИРИНА ИВАНОВНА,**к.т.н., доцент, доцент  
кафедры Экономика, управление и право**БИРЮКОВА ТАТЬЯНА АНДРЕЕВНА**к.п.н., преподаватель  
ГБПОУ «Челябинский автотранспортный техникум»

**Аннотация.** Настоящая исследовательская статья посвящена анализу и оценке новейших маркетинговых технологий, применяемых в современных стратегиях продвижения товаров. Статья направлена на выявление влияния современных маркетинговых технологий на эффективность и результативность маркетинговых кампаний.

**Ключевые слова:** Маркетинг, маркетинговые технологии, продвижение товаров, цифровой маркетинг, социальные сети, искусственный интеллект, персонализация, аналитика, тенденции.

## THE LATEST MARKETING TECHNOLOGIES USED IN THE PROMOTION OF GOODS

**Efremov Victor Antonovich,  
Pluzhnikova Irina Ivanovna,  
Biryukova Tatyana Andreevna**

**Abstract.** This research article is devoted to the analysis and evaluation of the latest marketing technologies used in modern product promotion strategies. The article aims to identify the impact of modern marketing technologies on the effectiveness and efficiency of marketing campaigns.

**Key words:** Marketing, marketing technologies, product promotion, digital marketing, social networks, artificial intelligence, personalization, analytics, trends.

Современная бизнес-среда стремительно эволюционирует, и для успешного продвижения товаров необходимо постоянное обновление маркетинговых стратегий. Внедрение новейших маркетинговых технологий является ключевым фактором в обеспечении конкурентоспособности компаний. Эта тема становится более актуальной в свете стремительного развития цифровых технологий и изменения потребительских предпочтений.

Цель данной статьи заключается в рассмотрении современных маркетинговых технологий в торговой сфере, освещении их ключевых тенденций и влияния на стратегии продвижения товаров в условиях быстроменяющихся технологий и постпандемической реальности.

Задачи исследования:

1. Анализ изменений в маркетинге после завершения пандемии COVID-19;
2. Оценка роста спроса на онлайн-заказы;
3. Изучение основных технологических трендов в маркетинге 2023 года;

4. Оценка влияния новых технологий на эффективность маркетинговых компаний;
5. Анализ применения NFT и геймификации в маркетинге;
6. Оценка трансформации офлайн-рекламы и развитие омниканальности.

Результаты данного исследования позволят компаниям и маркетологам лучше понимать и использовать современные маркетинговые технологии для максимизации эффективности своих продвижений товаров.

Мы живём в эпоху быстроменяющихся технологий, и чтобы оставаться на плаву, необходимо уметь адаптироваться под современные реалии. Маркетинг тоже приобрёл некоторые изменения и имеет приоритетные направления.

Давайте рассмотрим современные маркетинговые технологии в торговой сфере. Основным полем деятельности современных маркетинговых технологий является интернет. Буквально полгода назад, 5 мая 2023 года официально завершилась пандемия COVID-19. За эти несколько лет вынужденной изоляции предприниматели начали искать выход из ситуации, чтобы не обанкротиться и, конечно же, нашли выход. Очень сильно вырос спрос на онлайн-заказы. Такие крупные компании как «OZON» и «WILLDBERRIS» увеличили свою выручку в 3 раза, продолжая свой рост и сейчас. С каждым годом количество интернет-магазинов стремительно растёт. Появились такие маркетплейсы как «Сбермега-маркет», «Яндексмаркет», активным спросом стали пользоваться приложения по доставке еды и продуктов прямо из магазинов.

Так как большая часть людей стала покупать различные товары онлайн, современный маркетинг стал усиленно развиваться в интернет сфере.

Главные технологические тренды в маркетинге в 2023 году:

#### 1. AI и нейросети

Компании начинают массово использовать технологии искусственного интеллекта для продвижения контента. Так, например, Coca-Cola заключила партнерство с компанией Open AI, которая будет создавать тексты и изображения для маркетинга бренда.

#### 2. Использование AR в ситуативном маркетинге

Стремительное развитие AR-технологий позволяет использовать такие форматы на мероприятиях, создавать более сложные креативы, делать привычные механики необычнее и интереснее.

#### 3. Новые технологии приближают инклюзивность

Технологические решения в сфере AI, AR, роботизации и метавселенных позволяют компаниям помогать людям с различными ограничениями. Технологии делают этот процесс более доступным и массовым.

#### 4. Виртуальные персонажи в онлайн и офлайн

Если раньше виртуальные персонажи в основном были представителями бренда в соцсетях, то теперь они могут участвовать в многоуровневых маркетинговых кампаниях как в офлайне, так и в метавселенных.

#### 5. Развитие метавселенных

У метавселенных появляются новые механики, возможности и идеи. Теперь это не только место для развлечений, но и инструмент для трансляции ценностей, обучения, взаимодействия с компаниями.

#### 6. NFT может стать основой новой креативной механики

Популярную технологию можно использовать для того, чтобы добавлять ценность существующим продуктам компании или создавать инфраструктуру, в которой NFT может приносить пользу аудитории.

#### 7. Игровые сообщества как рекламные каналы

Крупные бренды все больше обращают внимание на игровые сообщества, даже если геймеры не являются их целевой аудиторией. Использование гейминг-культуры в коммуникациях — это в первую очередь ориентир на молодежь.

#### 8. Геймификация продолжает усложняться

Компании развивают механики геймификации, которые объединяют цифровой и физический ми-

ры (например, получение реальных наград).

#### 9. Трансформация офлайн-рекламы

Новые технологии влияют и на офлайн-рекламу – 3D-билдборды уже не удивляют пользователей, компании запускают более технологичные кампании, например, продажу продуктов через QR-коды.

#### 10. Развитие омниканальности

Рекламные кампании, реализуемые на множество каналов с привлечением новых технологических механик, могут стать решением проблемы вовлечения пользователей, а также помогут привлечь новую аудиторию.

#### 11. Интерактивность как основа коммуникаций

С помощью цифровых каналов бренды могут активнее вовлекать аудиторию в создание и продвижение контента, помогают продемонстрировать, что они прислушиваются к мнению пользователей.

#### 12. Новые технологии помогают переосмыслить старое

Многие компании продолжают использовать чувство ностальгии и опираться на массовую культуру прошлых лет, но через применение новых технологий. Запрос на приятную ностальгию особенно актуален в период кризиса, но для успешной кампании старые и любимые образы лучше сочетать с новыми технологиями.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что все вышеупомянутые маркетинговые технологии дают компаниям значительные преимущества в современной бизнес-среде. Интеграция новейших технологий, таких как искусственный интеллект, расширенная реальность, виртуальные персонажи и метавселенные, позволяет улучшить эффективность маркетинговых стратегий и достичь более глубокого взаимодействия с аудиторией.

Цифровые технологии, такие как использование аналитических инструментов, игровые сообщества, геймификация и омниканальность, способствуют более широкому охвату аудитории и увеличивают эффективность рекламных кампаний. Компании, успешно использующие технологии NFT и трансформированную офлайн-рекламу, приобретают новые способы взаимодействия с потребителями и укрепляют свою позицию на рынке.

Важным аспектом становится также обеспечение инклюзивности с использованием современных технологий, что не только расширяет аудиторию, но и создает положительное восприятие бренда в обществе.

Таким образом, совокупность новейших маркетинговых технологий не только повышает конкурентоспособность компаний, но также позволяет им эффективно адаптироваться к быстроменяющимся реалиям современного рынка, обеспечивая успешное продвижение товаров и удовлетворение потребительских потребностей.

### Список источников

1. Исследование GroupM: влияние пандемии на рекламный рынок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/partners/5f033dd37a8aa977f8897576>
2. Контент-маркетинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketolog.mts.ru/blog/chto-vazhno-znat-o-kontent-marketinge>
3. Основные инструменты брендинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/10191-brendirovanie>
4. Хрисанту А.Х. Развитие бренда с использованием инструментов цифрового маркетинга // Молодежь и наука: шаг к успеху. 2021. С. 384-386.
5. Burgess, S. (2019). Gamification in Business: Designing Motivational Strategies. - Книга об использовании геймификации в бизнесе и маркетинге.
6. Kumar, V. (2019). Marketing Analytics: Theory, Practice, Tools, and Cases. - Ресурс о применении аналитики в маркетинге, включая использование данных для оценки эффективности кампаний.
7. Solis, B. (2019). Lifescale: How to Live a More Creative, Productive, and Happy Life. - Книга, касающаяся влияния технологий на наш повседневный образ жизни и работу.



УДК 659

# РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МАСИКОВА ЕКАТЕРИНА ВЯЧЕСЛАВОВНА,  
МОКАНУ СТАНИСЛАВ ДМИТРИЕВИЧ,  
ТИХОНИНА ЮННА

студенты  
ФГБОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

*Научный руководитель: Ямпольская Диана Олеговна*  
к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

**Аннотация:** данная научная статья посвящена анализу роли маркетинга в условиях динамичных изменений современной предпринимательской среды. В работе раскрываются ключевые функции маркетинга в поддержании конкурентоспособности бизнеса. Освещаются тенденции и инновации в маркетинге, связанные с технологическими изменениями и развитием интернет-пространства. Выявлена проблема, связанная с пренебрежительным отношением некоторых предприятий к интернет-маркетингу. Предложены пути решения проблемы.

**Ключевые слова:** маркетинг, современное предпринимательство, технологии, инновации, интернет-маркетинг.

## THE ROLE OF MARKETING IN MODERN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Masikova Ekaterina Vyacheslavovna,  
Mokanu Stanislav Dmitrievich,  
Tikhonina Yunna

*Scientific adviser: Diana Olegovna Yampolskaya*

**Abstract:** This scientific article is dedicated to the analysis of the role of marketing in the conditions of dynamic changes in the modern entrepreneurial environment. The article reveals the key functions of marketing in maintaining business competitiveness. It highlights trends and innovations in marketing related to technological changes and the development of the online space. A problem has been identified related to the disdainful attitude of some enterprises towards Internet marketing. The ways to solve the problem were proposed

**Key words:** marketing, modern entrepreneurship, technologies, innovations, internet marketing.

Сегодня предпринимательство занимает ключевую роль в экономической системе, оказывая значительное воздействие как на местные рынки, так и на общенациональную экономику. Понимание сути и динамики предпринимательской сферы начинается с осмысления самого понятия. Эта среда – это сложное сочетание различных условий, в рамках которых предприниматели осуществляют свои действия. Она включает в себя элементы, такие как финансовые, правовые, социально-культурные и технологические аспекты, каждый из которых играет свою роль в процессе принятия бизнес-решений [2, с. 244].

Начиная с 2022 года, российская экономика столкнулась с необходимостью адаптации к новым

экономическим условиям, вызванными мировой геополитической обстановкой. В России эти изменения проявились в виде санкций, падения курса рубля, ограничений в сфере экспорта и импорта, а также других экономических проблем. Несмотря на то, что некоторые сектора пострадали меньше, в целом эти события серьёзно повлияли на финансовую стабильность страны и привели к значительным потрясениям в бизнес-среде, включая изменения в законодательстве, ограничения на торговлю и уход многих иностранных компаний с российского рынка. Это привело к убыткам, сокращениям и даже банкротству некоторых предприятий.

В ответ на эти вызовы, российские предприниматели активно ищут новые пути развития, включая поиск новых партнёров и рынков сбыта. Правительство внесло свой вклад, продлив ряд лицензий и отложив плановые проверки, тем самым создавая благоприятные условия для внутреннего бизнеса. Это открыло возможности для развития местного производства и установления торговых связей с новыми странами-партнёрами, такими: Центральная Азия, Китай, Южная Корея и Индия. Однако, для успешного вывода продуктов на рынок и увеличения спроса, предпринимателям важно понимать и эффективно использовать ключевые маркетинговые функции. Среди них: исследование и анализ рыночных условий, управление производственными процессами, логистика, анализ эффективности планирования, формирование товарного ассортимента, ценообразование, финансирование маркетинговых кампаний и рекламы, продажи и обслуживание клиентов [5, с. 198].

На рис. 1 показаны маркетинговые функции, которые способствуют обеспечению конкурентоспособности компании.

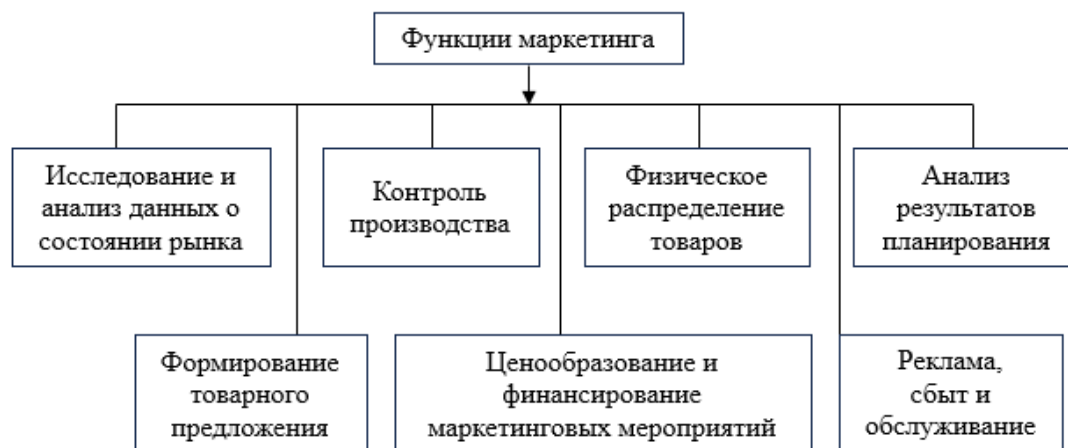


Рис. 1. Функции маркетинга

Источник: составлено автором

Анализ рыночной ситуации позволяет предприятиям определить свою позицию в отрасли, оценить спрос на свои товары или услуги, а также проверить эффективность своей ценовой стратегии и методов стимулирования продаж. Тщательный контроль над производством гарантирует своевременную доставку продукции подходящего качества. Исследование спроса помогает формировать предложения, которые лучше соответствуют потребностям клиентов и способствуют увеличению продаж. Одним из ключевых элементов маркетинга является ценообразование, которое должно быть гибким и которое сможет позволить предприятию увеличить объем продаж при минимизации затрат.

Физическое распределение товаров охватывает не только транспортировку, но и управление запасами и их внутреннее перемещение. Качественное управление этим процессом способствует эффективной доставке продукции потребителям.

В формировании товарного предложения заключается ещё одна важная функция маркетинга. Товары и услуги должны соответствовать потребностям рынка и предлагаться таким образом, чтобы привлечь внимание потребителей и увеличить прибыль компании. Это напрямую влияет на спрос, ценообразование и, в конечном итоге, на покупательскую способность.



Реклама, продажи и обслуживание играют решающую роль в создании и укреплении отношений между продуктом или услугой и потребителем. Они способствуют не только эффективному продвижению товаров, но и создают положительный опыт для клиентов, что важно для удержания и формирования лояльности. Через анализ результатов планирования маркетологи выявляют ключевые метрики для позиционирования продуктов. Современные аналитические инструменты позволяют прогнозировать тренды, поведение потребителей и эффективность маркетинговых кампаний, включая рекламные.

С увеличением объема анализируемых данных растет и важность инноваций в маркетинге, особенно в сфере использования социальных сетей. Платформы, такие как Rutube, YouTube, Telegram, ВКонтакте, стали неотъемлемой частью маркетинговых стратегий, позволяя брендам лучше взаимодействовать с аудиторией. Персонализация и использование больших данных предоставляют маркетологам возможность адаптировать свои предложения к индивидуальным потребностям клиентов. Развитие технологий, включая искусственный интеллект, приводит к новым возможностям в сфере маркетинга, таким как анализ больших данных и прогнозирование поведения потребителей [1, с. 450]. Эти инновации позволяют оптимизировать рекламные кампании и разрабатывать более целенаправленные маркетинговые стратегии.

В эпоху постоянных технологических изменений маркетологам важно постоянно обучаться и адаптироваться, чтобы эффективно использовать цифровые инструменты для привлечения трафика и увеличения продаж. Неэффективный интернет-маркетинг может стать причиной снижения ключевых показателей эффективности компании.

В эпоху цифровых инноваций, когда технологии являются ключевым элементом бизнес-взаимодействий, эффективность маркетинга становится решающим фактором успеха компаний. Однако, некоторые предприятия упускают из виду важность адаптации к постоянно развивающемуся интернет-маркетингу, что ставит их перед риском потери клиентов из-за стратегических ошибок. Это явление представляет собой значительную проблему в современном управлении, учитывая роль маркетинга в создании и поддержании конкурентоспособности.

Например, рассмотрим компанию «Альфа-Технолоджи», действующую в сфере электроники. Несмотря на обширную клиентскую базу, она не использует данные для персонализации своих рекламных кампаний. В результате, массовые рассылки, не учитывающие индивидуальные предпочтения клиентов, снижают эффективность маркетинговых усилий. Ещё один пример, это компания – «Бета-Консалтинг», специализирующаяся на бизнес-консалтинге. Эта компания не использует алгоритмы искусственного интеллекта для анализа рыночных тенденций, в отличие от своих конкурентов. Отсутствие интеграции машинного обучения в аналитические процессы приводит к упущению важных рыночных сигналов.

Данные примеры подчеркивают, как неэффективный маркетинг и отсутствие современных методов в интернет-маркетинге могут привести к потере клиентов и ухудшению общей эффективности.

В свете этих вызовов, предприятиям следует обратить внимание на следующие стратегические рекомендации:

1. Гибкость и оперативность в реагировании на изменения маркетинговой среды.
2. Персонализация маркетинговых кампаний, используя данные о клиентах.
3. Интеграция искусственного интеллекта для более глубокого анализа данных.
4. Инвестиции в обучение и развитие маркетинговых команд для поддержания актуальности знаний.
5. Регулярные рыночные исследования и анализ деятельности конкурентов.
6. Соблюдение высоких этических стандартов в маркетинге.

Данные меры помогут предприятиям создавать более адаптивные маркетинговые стратегии, укреплять свои позиции на рынке и избегать потери клиентской базы.

В заключении стоит подчеркнуть, что в эпоху цифровизации и инноваций маркетинг остается основополагающим элементом бизнеса. Однако примеры, как «Альфа-Технолоджи» и «Бета-Консалтинг», показывают, что игнорирование динамичности онлайн-пространства, отсутствие индивидуализации подходов и неиспользование интеллектуальных аналитических инструментов могут серьёзно

ёзно подорвать позиции компаний на рынке. Чтобы избежать этих ошибок, предприятиям рекомендуется применять гибкие стратегии, персонализацию, использовать инструменты искусственного интеллекта, обеспечивать непрерывное обучение своих сотрудников и придерживаться высоких этических стандартов.

Современный мир бизнеса требует быстрой адаптации и способности к гибкому реагированию на изменения. Эффективная маркетинговая стратегия должна учитывать актуальные тренды, такие как омниканальность, контент-маркетинг и прогрессивная аналитика, что позволит компаниям лучше понимать своих клиентов и повышать эффективность своих кампаний. Ключевым аспектом является персонализация. Создание индивидуальных предложений, основанных на личных данных и интересах потребителей, может значительно повысить продажи и улучшить восприятие бренда на рынке. Помимо этого, важно подчеркнуть роль этического маркетинга, который стремится к позитивному влиянию на общество и окружающую среду. Примеры компаний, таких как «Магнит» и «Чистая линия», показывают, как сочетание экологической ответственности и этических практик способствует укреплению доверия и лояльности клиентов. В контексте интернет-маркетинга, особое внимание следует уделить разработке ценного и актуального контента, целевой рекламе и персонализации. Такие подходы, как контекстная и таргетированная реклама, позволяют более точно достигать целевой аудитории, повышая шансы на успешное взаимодействие и укрепление отношений с клиентами.

В заключении, важно отметить, что для обеспечения долгосрочного успеха и конкурентоспособности в быстро меняющемся мире бизнеса, компаниям необходимо внедрять гибкие, персонализированные и этически ответственные маркетинговые стратегии, ориентированные на потребности и ожидания современных потребителей.

#### Список источников

1. Бронников М. А. Применение искусственного интеллекта в маркетинге // Компьютерные и информационные науки. – 2022. - №6. – С. 449–453.
2. Еремян В. С. К вопросу о сущности и трактовке понятия «Предпринимательская деятельность» // Экономика и бизнес. – 2014. - №1. – С. 244–246.
3. Кормишина В. В., Романович В. К. Функции маркетинга в деятельности предприятия // Экономика и бизнес. – 2019. - №11. – С. 58–63.
4. Пластун К. Е. Влияние искусственного интеллекта на современный маркетинг // СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2019. - №5. – С. 493–496.
5. Рахимова М. А. Основные виды и функции маркетинга // Экономика и бизнес. – 2022. - №1. – С. 197–200.

# ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.7

# СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ РОССИИ

**ТРУДОВАЯ ВИКТОРИЯ ВИКТОРОВНА**

студент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» (Калужский филиал)

*Научный руководитель: Ерохина Валентина Николаевна**к.э.н., доцент**ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» (Калужский филиал)*

**Аннотация:** в статье рассматривается вопрос функционирования платежных систем страны. Нарастающее санкционное давление со стороны стран Запада создает угрозу в сфере обеспечения национальной финансовой безопасности и требует принятия соответствующих мер, направленных на автономность и технологичность национальной финансовой инфраструктуры.

**Ключевые слова:** национальная платежная система, безналичный расчет, денежные переводы, система быстрых платежей, карты «Мир», финансовые сообщения, цифровой рубль.

## THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF PAYMENT SYSTEMS IN RUSSIA

**Trudovaya Victoria Viktorovna***Scientific adviser: Erokhina Valentina Nikolaevna*

**Abstract:** the article discusses the issue of the functioning of the country's payment systems. The increasing sanctions pressure from Western countries creates a threat to national financial security and requires appropriate measures aimed at the autonomy and technological effectiveness of the national financial infrastructure.

**Key words:** national payment system, cashless payment, money transfers, fast payment system, Mir cards, financial messages, digital rouble.

Современные расчетные отношения невозможно представить без соответствующей инфраструктуры, которая подразумевает под собой платежную систему национальной экономики, от бесперебойного функционирования которой зависят все участники рынка: от физических и юридических лиц вплоть до государственных институтов. Условия устойчивого и динамичного развития национальной платежной системы диктуются не только стремительным процессом цифровизации и наличием запросов участников рынка на новые технологичные продукты для проведения расчетов с учетом сокращения издержек, но и обострившейся геополитической обстановкой, в результате которой создаются искусственные барьеры для ограничения российских участников финансового рынка в осуществлении международных расчетов.

Увеличивающееся санкционное давление на национальную платежную систему позволило экономике России выйти на новый уровень с учетом развития технологического потенциала в финансовой сфере и продолжать развивать как уже существующую платформу безналичных расчетов, так и создать новые. Кроме того, политика санкций позволила России переориентироваться на азиатский рынок и развить совместные платформы со странами-партнерами.

Впервые вопрос о национальной безопасности по проводимым безналичным расчетам встал еще в 2014 г., когда американские Visa и MasterCard постепенно стали прекращать свою работу на российском рынке, а также появилась угроза отключения от международной системы SWIFT. Появилась объективная необходимость в создании национальных аналогов для удовлетворения интересов отечественных экономических субъектов.

В Федеральном законе №161–ФЗ «О национальной платежной системе» дается следующее толкование: «Национальная платежная система (НПС) — совокупность операторов по переводу денежных средств (включая операторов электронных денежных средств), банковских платежных агентов (субагентов), платежных агентов, организаций федеральной почтовой связи при оказании ими платежных услуг в соответствии с законодательством Российской Федерации, операторов платежных систем, операторов услуг платежной инфраструктуры, операторов услуг информационного обмена, иностранных поставщиков платежных услуг, операторов иностранных платежных систем, поставщиков платежных приложений (субъекты национальной платежной системы)» [1].

Основной целью НПС является создания благоприятных условий для осуществления расчетов и предоставление платежных услуг для пользователей. В связи с современными реалиями функционирования НПС ставится цель сохранения финансовой стабильности внутри страны и достижения доверия экономических субъектов к национальной системе. Как считает академик Д. М. Сахаров, достижение этой цели предполагает:

- содействие цифровизации платежной системы;
- защиту прав экономических субъектов на данном сегменте рынка;
- стимулирование конкуренции;
- развитие финансового сотрудничества с дружественными странами [5, С. 80].

Следует отметить, что платежная система предполагает совершение расчетов как внутри страны, так и международные расчеты. Если обращаться к внутренним расчетам, то Банк России успешно и своевременно создал безопасную финансовую систему, в которую входят:

- платежная система Банка России (ПС БР);
- национальная система платежных карт (НСПК);
- система передачи финансовых сообщений (СПФС);
- система быстрых платежей (СБП).

Основой платежной инфраструктуры России является платежная система Банка России (ПС БР), которая призвана решить вопросы денежной-кредитной политики в области денежных переводов, государственных и межбанковских расчетов. Переводы с помощью ПС БР могут осуществляться в форме срочных и несрочных переводов, а также через сервис СБП, которая будет рассмотрена ниже.

За первое полугодие 2023 г. в рамках платежной системы Банка России было совершено 3 739,2 млн. ед. переводов, что составляет 75,4% от всех переводов за 2022 г. Если же рассматривать структуру денежных переводов, то продолжают набирать популярность переводы с использованием платежных карт (табл. 1). По состоянию на конец 2022 г. согласно социологическому исследованию, проведенному Банком России 79% респондентов используют банковские карты при оплате, мобильным банком расплачиваются 38%, систему быстрых платежей Банка России предпочитают 18% [3, С. 80].

Таблица 1

**Структура денежных переводов на 2021 – пер. пол. 2023 г.г.**

Количество переводов, млн. ед.	2021 г.	2022 г.	1 полугодие 2023 г.
Кредитовые переводы	3 621,9	5 744,2	4 028,8
Прямые дебиты	223,5	223,2	104,5
Платежные карты	62 414,4	69 298,0	36 627,7
Электронные денежные средства	3 276,5	3 417,9	1 961,2
Прочие платежные инструменты	2 079,3	2 665,6	1 514,2

Второе место в структуре переводов занимают кредитовые переводы с использованием платеж-

ных поручений, если рассматривать данный элемент структуры также в разрезе. В 2022 г. темп прироста по количеству переводов по сравнению с 2021 г. составил 58,6%. За первое полугодие 2023 г. было совершено кредитовых переводов 4 028,8 млн. ед., что составляет чуть более 70% от их величины за 2022 г.

По состоянию на 1 октября 2023 года в НПС входят 27 платежных систем, 361 оператор по переводу денежных средств (Банк России, ВЭБ, кредитные организации). По итогам работы первого полугодия таких систем было 26, а в августе Центробанком была зарегистрирована новая платежная система Kwikraу, позволяющая осуществлять международные переводы из России. Предполагается, что через данную платформу можно осуществить переводы в 38 государств, в том числе Францию, Испанию, Эстонию, Армению и другие, а также проводить внутристрановые расчеты. Оператором системы является организация ООО «Трубная СИВ», которая была зарегистрирована в 2019 г. Так же, как обещает оператор, за переводы не будет взиматься комиссия, и в скором времени будет подготовлено соответствующее мобильное приложение [7].

Среди новых платежных систем можно отметить систему «Астрасенд», которая была зарегистрирована Банком России осенью 2022 г. Оператором системы выступил АО КБ «Соколовский». Особенностью новой платформы является ее нацеленность на трансграничные переводы между гражданами и юрлицами, внутри страны система не действует, поскольку трудно конкурировать со «Сбером» и СПБ. Переводы будут осуществляться в рублях и долларах, также предусмотрена система комиссий, а максимальная сумма перевода — \$5000 [6]. Отправить перевод можно в Узбекистан, Кыргызскую Республику, Казахстан.

Еще одним дополнением финансовой инфраструктуры на российском рынке стала платежная система Hello, которая была зарегистрирована весной 2022 г. С помощью этого сервиса можно осуществлять переводы между физическими и юридическими лицами в банках России, Вьетнама, Турции, ОАЭ, Узбекистана и Казахстана. В планах сервиса предусмотрена работа с четырьмя валютами: рубли, доллары, евро и юани.

НСПК выступает расчетным клиринговым центром платежных карт «Мир». Совместный проект с Банком России получил запуск еще в 2015 г., а масштабная эмиссия карт началась в 2016 г. и составила 1,7 млн. карт за год. Как сообщает глава НСПК, Владимир Комлев, прирост выпущенных карт с 2021 г. по 2022 г. составил 60%, и 2022 г. закончился с величиной 182,3 млн. карт, при этом наблюдается «тенденция прироста карт на 5,5-6 млн. карт в месяц» [9]. Устойчивая тенденция роста наблюдается и в 2023 г., как сообщает агентство ТАСС, по итогам второго квартала 2023 г. в России было выпущено 228,4 млн. карт «Мир». За границей карта «Мир» принимается в восьми странах, включая государства ЕАЭС. Платежная карта «Мир» принималась также в Турции, но в 2022 г. под влиянием американского Минфина турецкие банки перестали принимать данные карты. Чтобы решить проблему с приемом российских карт за границей было принято решение по установке своих POS-терминалов в Турции и ОАЭ двумя крупными российскими банками [8].

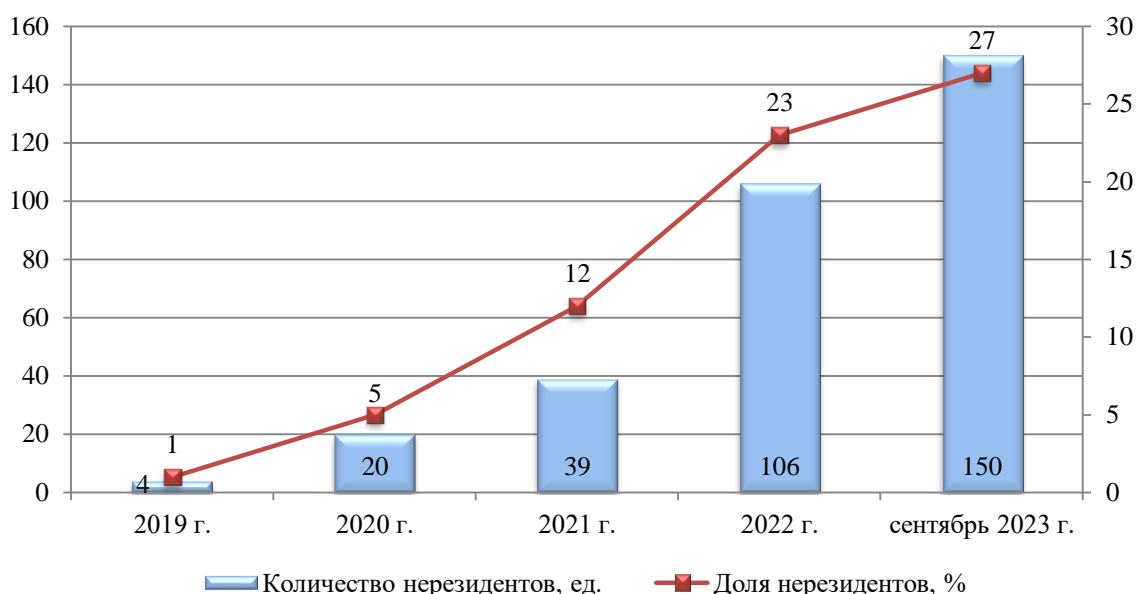
Также был разработан аналог иностранных мобильных приложений Apple Pay, Samsung Pay и Google Pay — Mir Pay. Использовать приложение можно со смартфонов с системой Android, поддерживающих функцию бесконтактной оплаты NFC. С 2021 г. по 2022 г. число клиентов, использующих Mir Pay, возросло более чем в 20 раз, что позволяет создать конкуренцию СБП, несмотря на то, что у них один оператор — НСПК.

Еще одним не менее значимым событием в условиях трансформации национальной платежной системы стало создание СПФС как результат отключения части банков России от SWIFT в 2022 г., в частности Сбербанк, Новикомбанк, Промсвязьбанк, ВТБ, Совкомбанк и другие. СПФС позволяет обмениваться финансовыми данными между российскими банками и иностранными партнерами, действуя аналогично SWIFT, но при этом минуя каналы его использования.

СПФС представляет собой безопасный способ телекоммуникации как на внутреннем финансовом рынке, так со странами-партнерами. Участниками данной системы являются также нерезиденты, число которых растет каждым годом (рис. 1). Чтобы устать участником данной системы нерезиденту необходимо заполнить анкету и собрать необходимые документы, перечень которых утвержден Цен-



тральным Банком. Первоначально при запуске системы в 2019 г. ее участниками стали 400 кредитных организаций, в том числе 4 иностранных участника. Особенно высоко возросло число участников-нерезидентов в 2022 г. по сравнению с 2021 г., на 67 организаций. На конец сентября 2023 года действующими пользователями СПФС являются порядка 550 организаций, в том числе около 150 нерезидентов из более 15 стран. Как отмечено в документе ЦБ об основных направлениях развития финансового рынка России на 2024–2026 годы «трафик в СПФС в I квартале 2023 г. по сравнению с аналогичным периодом 2022 г. вырос в четыре раза, до более чем 40 млн. сообщений» [10].



**Рис. 1. Участники-нерезиденты в СПФС их доля в общем количестве**

Помимо российского аналога есть еще китайская трансграничная межбанковская система (Cross-Border Interbank Payment System — CIPS), которая нацелена на продвижение своей национальной денежной единицы. В связи с угрозой финансовой системе обеих стран со стороны США и Евросоюза возросла доля операций, проводимых между Россией и Китаем в национальных валютах. Появилась возможность интеграции СПФС и CIPS. По состоянию на середину 2022 года к CIPS были подключены 23 российских банка. «Преимуществами подключения к китайской системе трансграничных платежей для финансовых организаций являются доступ ко всем китайским банкам, работающим в CIPS, относительно небольшая стоимость использования системы, более высокая скорость расчетов, сокращение комиссионных расходов, а для клиентов банков ускорение расчетно-кассового обслуживания» [2, С. 165]. Также Китаем была запущена платежная платформа PVP (payment versus payment), позволяющая проводить транзакции в юанях и рублях, минуя доллар как посредника. В ближайшем будущем предполагается использование данной систем через блокчейн, что позволит сократить риски при расчетах.

Среди отечественных пользователей финансовой платежной систем распространен сервис СБС, позволяющих без лишних движений и затрат осуществить переводы денежных средств, оплатить товары и услуги, совершить трансграничные переводы, оплачивать по QR-коду с комиссией ниже, чем через банковские карты. Проект был запущен в 2019 г. и за этот же год было совершено 6,7 млн. операций по переводу денежных средств в объеме 59,6 млрд. руб. В 2022 г. было совершено 3 036,9 переводов на сумму 14 359,1 млрд. руб., что превосходит 2019 г. по количеству операций в 453 раза, а по объему в 241 раз. Это говорит о стремительной популярности сервиса, его надежности, простоте и доступности. Также еще одним подтверждением может стать то, что количество переводов, совершенных за первое полугодие 2023 г. составляет практически 95% от переводов за весь 2022 г. со значением в 2 884, 6 млн. операций, а объем операций составил 86% от объема денежных переводов со значением



в 12 329, 2 млрд. руб. Особенной популярностью СБП пользуется среди граждан, а также субъектов среднего и малого предпринимательства.

В рамках тенденции создания новой финансовой площадки, освобожденной от привязки к доллару и американской финансовой инфраструктуры, рассматривается возможность интеграции национальной СБП с аналогичной системой Объединенных Арабских Эмиратов для упрощения ведения расчетов для граждан и бизнеса, в том числе интеграция касается и национальных цифровых валют. В 2023 г. Россией был запущен пилотный проект по внедрению цифрового рубля, аналогично ОАЭ запустили свою цифровую валюту — цифровой дирхам (CBDC) [12].

В июле 2023 г. Президентом России был подписан закон о введении цифрового рубля. Цифровой рубль представляет собой цифровой код, который будет храниться в цифровых кошельках на платформе Центробанка. ЦБ РФ выступит эмитентом и оператором новой цифровой валюты. Банки будут выступать в качестве посредников, которые будут открывать цифровые кошельки клиентам и проводить расчеты через платформу ЦБ РФ. Среди причин создания нового цифрового продукта можно выделить желание снизить расчеты наличными, повысить прозрачность операций, увеличить степень независимости от международных инфраструктур и другие.

Таким образом, финансовая нестабильность в свете беспрецедентного санкционного давления способствовала выходу нашей страны на новый технологический уровень в сфере обеспечения бесперебойной работы финансовой инфраструктуры. Изоляция от мировых финансовых систем стала импульсом для создания новых инновационных продуктов, которые востребованы как внутренними потребителями, так и дружественными странами-партнерами, стали отправной точкой для реализации совместных проектов, а для России открылась возможность совершенствовать свой технологический потенциал и создать фундамент для будущего устойчивого развития.

#### Список источников

1. Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «О национальной платежной системе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.01.2023)
2. Сахаров, Д.М. Развитие платежной системы России в условиях цифровизации мировой экономики / Д.М. Сахаров // Экономика. Налоги. Право. — 2023. — Т. 16. № 2. — С. 77-86. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54308191> (09.12.2023)
3. Зубов С.А., Обзор платежных систем в первой половине 2023 года / С.А. Зубов // Экономическое развитие России. — 2023. — № 9. — С. 33-37 — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-platezhnyh-sistem-v-pervoy-polovine-2023-g/viewer> (09.12.2023)
4. В России появилась новая платежная система для переводов за рубеж [Электронный ресурс]. — Режим доступа: — URL: <https://www.rbc.ru/finances/28/08/2023/64ecb3629a79474d668f2fe7> (10.12.2023)
5. В России появилась новая платежная система для переводов за границу [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://www.forbes.ru/finansy/480547-v-rossii-poavilas-novaa-plateznaa-sistema-dla-perevodov-za-granicu> (11.12.2023)
6. Объем эмиссии карт «Мир» вырос до 228,4 млн штук [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://tass.ru/ekonomika/18638561> (11.12.2023)
7. Глава НСПК рассказал о приеме карт «Мир» в Турции через финтехсервисы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://www.rbc.ru/finances/11/09/2023/64fe7c859a79473de9bfc759> (12.12.2023)
8. Основных направлений развития финансового рынка на 2024 год и период 2025 – 2026 годов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://www.consultant.ru/law/hotdocs/82317.html> (12.12.2023)
9. Воронкова Е.К., Фань Иньбинь Транзакционные каналы передачи финансовой информации и совершения платежей в России и Китае: вопросы развития // Вестник Алтайской академии экономики и

права. — 2023. — № 4-2. — С. 163-167 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=2779> (12.12.2023)

10. ЦБ задумался об интеграции Системы быстрых платежей и цифровых валют с ОАЭ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://www.forbes.ru/finansy/500076-cb-zadumalsa-ob-integracii-sistemy-bystryh-platezej-i-cifrovyh-valut-s-oe> (12..12.2023).

УДК 336.77

# ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ

**ОВСЯННИКОВА МАРИНА АЛЕКСЕЕВНА**студент  
ФГБОУ ВО «Вятский Государственный Университет»**Научный руководитель: Сайдакова Виктория Андреевна**преподаватель  
ФГБОУ ВО «Вятский Государственный Университет»

**Аннотация:** в данной статье рассматривается актуальная в настоящее время тема – потребительское кредитование. В статье раскрыта сущность потребительского кредита, функции потребительского кредитования, его классификация, преимущества и недостатки, а также отражены несколько видов банков Российской Федерации, использующие в своей деятельности потребительское кредитование.

**Ключевые слова:** потребительский кредит, кредитор, заемщик, коммерческий банк, функции, плюсы и минусы.

## CONSUMER LENDING

**Ovsyannikova Marina Alekseevna***Scientific adviser: Saidakova Victoria Andreevna*

**Abstract:** this article discusses a currently relevant topic – consumer lending. The article reveals the essence of consumer credit, the functions of consumer lending, its classification, advantages and disadvantages, and also reflects several types of banks of the Russian Federation using consumer lending in their activities.

**Key words:** consumer credit, lender, borrower, commercial bank, functions, pros and cons.

В настоящее время кредиты являются неотъемлемой частью в деятельности коммерческих банков и торговых организаций, а также жизни людей. Для многих людей кредиты – это доступ к улучшению своей жизни, но, как и все остальное, кредиты имеют свои преимущества и недостатки. Одним из главных видов кредита является потребительский. Именно данный вид кредита и будет рассматриваться далее в статье.

Потребительский кредит – это кредит, предоставляемый банком на личные, бытовые и иные непроизводственные нужды. Получить его может любой гражданин России, который соответствует требованиям банка. Для того, чтобы оформить кредит, банк и физическое лицо, в первую очередь, заключают договор, в котором прописывают условия предоставления денег: сумму, срок выплаты, ставку, ежемесячный график платежей, а также какую ответственность несет заемщик за неисполнение обязательств.

Потребительский кредит в системе экономических отношений выполняет множество разнообразных функций, которые впоследствии можно объединить в две категории: микроэкономические функции и макроэкономические функции.

К микроэкономической функции относится максимизация полезности. Максимизация полезности, в свою очередь, заключается в том, что заемщик с ресурсными ограничениями выбирает некий набор благ и услуг, которые удовлетворяют его имеющиеся потребности [4].

К макроэкономическим функциям относятся:

- Стимулирующая – стимулирование потребительского спроса, увеличение уровня товарооборота и оборота услуг, рост реального ВВП;
- Контрольная;
- Замещение денег в обращении;
- Перераспределительная – ускорение оборота денег [2].

Все банки анализируют потребителей и, исходя из этого, разрабатывают продукты с учетом их потребностей. Поэтому потребительский кредит делится еще на несколько видов [3]:

1) По цели: целевые и нецелевые.

Потребительский целевой кредит – это такой вид кредитования, при котором банк выдает средства на оплату конкретной покупки или услуги (цели). В кредитном договоре прописывается, куда именно клиент потратит выделенные средства банком. Направить их на какие-либо другие цели заемщик не имеет права. Денежные средства в данном случае отправляют сразу на счет продавца товаров или услуг.

Потребительский нецелевой кредит подразумевает выдачу денежных средств на любые цели. Заемщик не обязан предоставлять информацию о том, куда именно он потратит выделенные средства банком. Риски банка в данном случае выше, так как условия кредита менее лояльные, поэтому процентная ставка выше, а сумма самого кредита меньше.

2) По виду обеспечения: с обеспечением – поручительство и без обеспечения.

Потребительский кредит могут выдавать, используя такой способ обеспечения обязательств, как поручительство. Поручительство – это меры, предназначенные для защиты интересов кредитора от ненадлежащего исполнения обязательств заемщиком и, в случае возникших непредвиденных обстоятельств, побуждения должника к исполнению своих обязательств, прописанных в договоре.

Потребительский кредит без обеспечения. В данном случае риски банка выше, чем в первом варианте, поэтому при таком виде кредитования будут действовать более жесткие требования: процентная ставка выше, а сумма кредита меньше, следовательно, условия будут менее выгодными. Но есть возможность взять кредит на более выгодных условиях, подтвердив все источники дохода, а также застраховать жизнь или здоровье на случай потери работы.

3) По форме: выдача наличными, зачисление на счет, кредитная карта.

Классические кредиты выдают наличными или переводят на лицевой счет заемщика, но также можно оформить кредитную карту – обычную платежную карту, но отличие состоит в том, что деньги, находящиеся на ней, являются собственностью банка. Если с лицевого счета можно снять денежные средства без процентов, то снятие денег с кредитной карты повлечет за собой начисление процентов за операцию, если заемщик не погасил задолженность вовремя. Так же на картах устанавливается кредитный лимит – максимальная сумма займа, размер которой зависит от платежеспособности и кредитной истории клиента.

Как и у всего, у потребительского кредитования тоже имеются преимущества и недостатки [1]:

1) Преимущества:

- Доступность;
- Нецелевое использование – не обязательно отчитываться перед банком, на что расходуются денежные средства;
- Упрощенная процедура оформления кредита по сравнению с другими видами;
- Можно досрочно погасить долг без штрафов;
- Можно подавать несколько заявок в разные организации и выбирать самые выгодные для себя условия.

2) Недостатки:

- Высокая процентная ставка;
- Короткие сроки;
- Бывают комиссии за обслуживание.

Потребительский кредит является одним из самых простых, а также доступных способов быстро получить денежные средства. На протяжении последних лет рынок потребительского кредитования пока-

зывает динамичное развитие. Такая динамика связана с тем, что потребительский кредит, в целом, покрывает основные бытовые потребности, а также способствует экономическому росту и ускорению реализации товаров. Каждый банк предоставляет потребительские кредиты со своими условиями (табл. 1).

Таблица 1

## Условия потребительских кредитов в различных банках РФ

Банк	Сумма	Срок	Ставка (%)	Возраст заемщика (лет) *	Стаж работы **
СберБанк	от 10 тыс.руб . до 30 млн.руб.	от 3 мес. до 5 лет	4 – 29,9	18 – 80	от 1 мес.
Банк ВТБ	от 100 тыс.руб. до 40 млн.руб.	от 6 мес. до 7 лет	3,9 – 13,7	23 – 75	от 1 года
Газпромбанк	от 10 тыс.руб. до 7 млн. руб.	от 13 мес. до 5 лет	3,9 – 22,9	20 – 70	от 3 мес.
Россельхозбанк	от 30 тыс.руб. до 5 млн.руб.	от 13 мес. до 5 лет	3,9 – 20,9	23 – 75	от 6 мес.
Альфа-Банк	от 50 тыс.руб. до 7,5 млн.руб.	от 12 мес. до 5 лет	4 – 29,9	21 и старше	от 3 мес.

\* вторая граница возраста – на момент полного погашения кредита;

\*\* указан минимальный стаж работы. В каждом банке есть свои нюансы, где стаж работы может зависеть от карты, на которую заемщик получает заработную плату, а также от места работы и количества проработанного там времени и т.д.

Таким образом, несмотря на то, что потребительские кредиты, помимо преимуществ, имеют свои минусы, данный сегмент все равно является одним из быстроразвивающимся направлением в банковской деятельности в Российской Федерации. Происходит это благодаря тому, что потребительское кредитование пользуется широким спросом среди населения, так как это является возможностью приобрести товары или услуги здесь и сейчас. В следствие чего банки, занимающиеся потребительским кредитованием, столкнулись с высокой конкуренцией, а также необходимостью совершенствования самой системы кредитования.

## Список источников

1. Преимущества и недостатки потребительских кредитов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-potrebitelskih-kreditov> (2015)
2. Потребительское кредитование в Российской Федерации в современных экономических условиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskoe-kreditovanie-v-rossiyskoy-federatsii-v-sovremennyh-ekonomicheskikh-usloviyah?ysclid=lpzv29o545764303877> (2021)
3. Виды и особенности потребительских кредитов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://sovcombank.ru/blog/kreditividi-i-osobennosti-potrebitelskih-kreditov> (24.10.2022)
4. Максимизация полезности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://studfile.net/preview/7723603/page:5/> (23.04.2019)

© М.А.Овсянникова, 2023

УДК 336

# АНАЛИЗ РЫНКА ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

БОРОДИНА ПОЛИНА ОЛЕГОВНА,

магистрант

УВАРОВА ЛАДА АЛЕКСЕЕВНА

ассистент кафедры экономики

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королёва»

**Аннотация:** в статье рассматривается текущая ситуация на рынке ипотечного жилищного кредитования. Актуальность темы исследования обуславливается тем, что механизм ипотечного кредитования является основой экономики страны, дающим возможность гражданам приобрести недвижимость на заемные деньги, не обладая капиталом для покрытия полной стоимости жилья.

В статье проанализированы: текущее состояние строительной отрасли, в частности объем введенных в эксплуатацию жилых площадей и цен за 1 кв. м. жилья, как первичного, так и вторичного рынков. Также был проведен анализ динамики объемов выдаваемых ипотек в натуральном и стоимостном выражении, изменения сроков по ипотечным ссудам, а также динамики средневзвешенных процентов. В ходе проведения анализа были сформулированы и выделены основные проблемы рынка ипотечного кредитования на сегодняшний момент. Кроме того, в статье представлены разрабатываемые государством меры, которые в скором времени станут причиной изменения ситуации на рынке ипотечных ссуд.

**Ключевые слова:** ипотека, ипотечное жилищное кредитование; кредит; жилье; недвижимость; строительство; ключевая ставка; средневзвешенная ставка; первоначальный взнос.

## ANALYSIS OF THE HOUSING MORTGAGE LENDING MARKET IN CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Borodina Polina Olegovna,  
Uvarova Lada Alekseevna

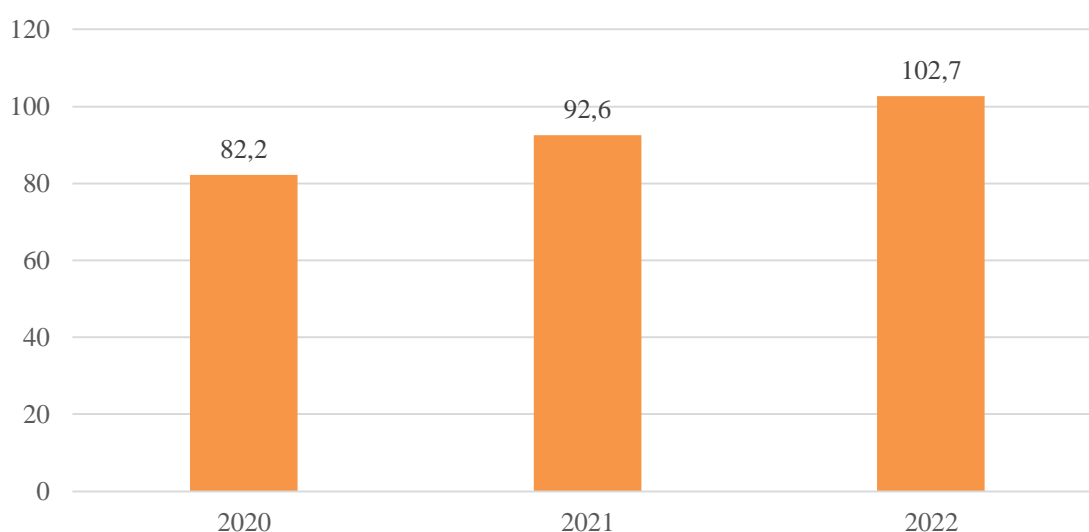
**Abstract:** the article examines the current situation in the housing mortgage lending market. The relevance of the research topic is due to the fact that the mortgage lending mechanism is the basis of the country's economy, enabling citizens to purchase real estate with borrowed money without having the capital to cover the full cost of housing.

The article analyzes: the current state of the construction industry, in particular the volume of commissioned residential space and prices per 1 sq. m. of housing, both primary and secondary markets. Also, an analysis of the dynamics of the volume of mortgages issued in kind and value terms, changes in the terms of mortgage loans, as well as the dynamics of weighted average interest rates was carried out. During the analysis, the main problems of the mortgage lending market at the moment were formulated and highlighted. In addition, the article presents measures being developed by the state, which will soon cause a change in the situation on the mortgage loan market.

**Key words:** mortgage, mortgage housing lending; loan; housing; real estate; construction; key rate; weighted average rate; initial payment.

Ипотечное кредитование представляет собой целевую ссуду на покупку или строительство жилья [1, с. 44]. Являясь важным экономическим механизмом, ипотека позволяет решить жилищные вопросы населения страны. Однако, в условиях экономической нестабильности, в частности санкционного давления западных стран на Российскую Федерацию, строительная отрасль и рынок ипотечного кредитования сталкиваются с рядом трудностей и рисков, влекущих за собой неустойчивость данных сфер экономики.

С каждым годом наблюдается рост рынка жилищного строительства. Так, в 2020 году в эксплуатацию было введено 82,2 млн. кв. м. жилых площадей, в 2021 г. – 92,6 млн. кв. м., в 2022 г. – 102,7 млн. кв. м. (рис.1). Развитие отрасли прежде всего обусловлено решением задач национального проекта «Жилье и городская среда», ключевыми целями которого является обеспечение жильем населения со средним достатком путем развития рынка ипотечного кредитования, наращивания темпов жилищного строительства, а также повышением комфорта городской среды.



**Рис. 1. Объем введенных в эксплуатацию жилых площадей в период 2020-2022 гг., в млн. кв. м. (На основе данных Росстата)**

По данным Росстата за период январь-август 2023 года в Российской Федерации было введено в эксплуатацию 70,2 млн. кв. м. жилых площадей. Данный показатель превышает аналогичное значение предыдущего года на 0,7%. Стоит отметить, что больше половины введенного в эксплуатацию жилья (42 млн. кв. м.) приходится на долю индивидуального жилищного строительства [3]. Благодаря национальному проекту и государственной поддержке, сфера строительства жилых площадей продолжает развиваться даже в условиях давления на экономику страны.

Далее стоит рассмотреть динамику цен на рынке жилой недвижимости [4]. Данные для анализа представлены в таблице 1.

**Таблица 1**  
**Динамика цен на рынке жилой недвижимости в период 01.01.2021-01.10.2023**  
**(На основе данных исследования domclick.ru)**

Период		01.01.2021	01.06.2021	01.01.2022	01.06.2022	01.01.2023	01.06.2023
Средняя цена за 1 кв. м. на рынке жилой недвижимости, руб.	Первичное жилье	74 470	85 018	93 804	103 302	109 336	110 312
	Вторичное жилье	66 252	72 734	85 149	86 723	91 585	95 429



Исходя из приведенных значений, можно заметить существенную тенденцию к росту стоимости 1 кв. м. жилья с января 2021 г. по июнь 2023 г. Так, с 01 января 2021 г. по 01 января 2023 г. стоимость 1 кв. м. жилья на рынке первичной недвижимости возросла на 34 866 руб., что составляет 46,8%. Рост стоимости наблюдается и у вторичного жилья, так, за аналогичный период цена за 1 кв. м. возросла на 25 333 руб., что составляет 38,2%. К основным причинам существенного роста цен можно отнести:

1. Удорожание строительных материалов. По мнению аналитиков, стоимость стройматериалов за последнее время в среднем возросла на 35%, что является одной из ключевых причин увеличения цены за 1 кв. м. жилья на первичном рынке.

2. Рост ипотечного кредитования. Из-за нестабильности рубля в данный период, население было нацелено на вложение имеющихся средств в более устойчивый актив – жилье, соответственно возрос спрос на жилые площади как первичного, так и вторичного рынка. Кроме того, спрос также увеличивался за счет действия системы льготных ипотек. Такой ажиотажный спрос на жилье и вызвал рост цены за 1 кв. м.

3. Увеличение цен на жилье первичного рынка девелоперами. Застройщики также самостоятельно наращивали цены на недвижимость из-за повышенного спроса.

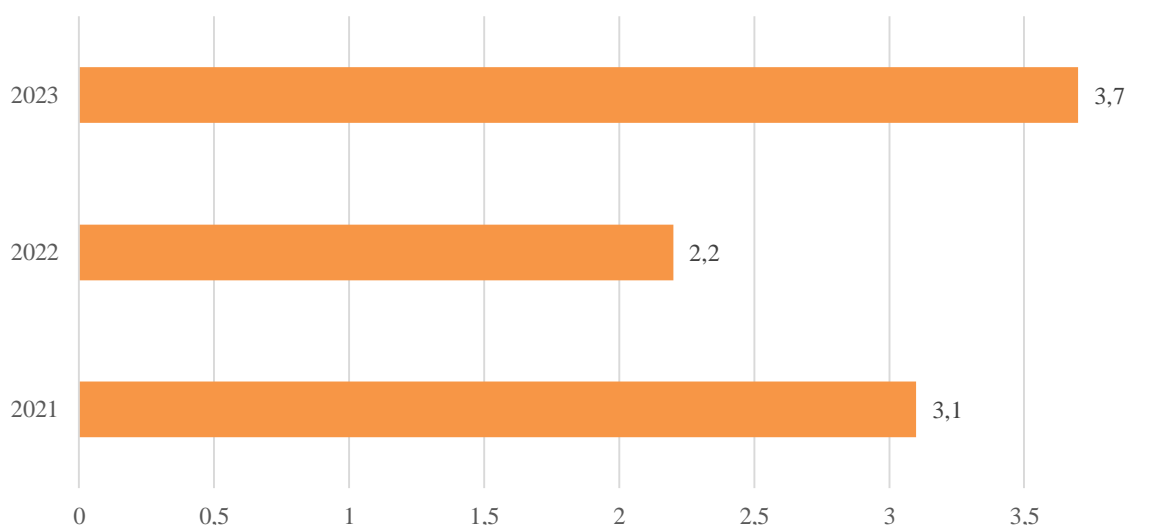
Стоит рассмотреть динамику объемов ипотечного жилищного кредитования, сроков, а также средневзвешенной ставки по ссудам по данным за аналогичный период (с 01.01.2021 по 01.06.2023).

Так, по данным Банка России в период с января по июнь 2023 г. населением было оформлено более 995 тыс. ипотечных ссуд. Данный показатель фактически равен показателю аналогичного периода в 2021 г. С января по июнь 2021 г. было зарегистрировано 1 млн. ипотечных кредитов. Однако, по данным Центробанка в 2022 г. банками было оформлено всего 636,4 тыс. ипотек. Данный показатель меньше значения текущего года на 36% [2].

Рассматривая ипотечное кредитование в разрезе стоимостной оценки, стоит отметить, что объем ссуд за текущий год составил 3,7 млрд. руб. Размер ипотечного кредитования в 2022 г. был равен 2,2 млрд. руб., в 2021 г. 3,1 млрд. руб. Даже несмотря на то, что в 2021 г. объем выданных ссуд был выше, чем в 2023 г., стоимостной показатель ипотечных кредитов 2023 г. превышает 2021 г. (рис.2). Это объясняет значительный рост на 1 кв. м.

Наряду с динамикой показателей объемов зарегистрированных ипотечных кредитов срок кредитования постепенно увеличивается. Средний срок кредита на покупку и строительство жилья в 2021 г. составлял 20 лет, в 2022 г. – менее 23 лет, а уже в 2023 г. – более 24 лет.

Средневзвешенная процентная ставка на текущий момент составляет 8,25%, что также выше, чем за аналогичные периоды 2021 г. и 2022 г. (7,67% и 6,67% соответственно).



**Рис. 2. Объем выданных ипотечных ссуд в период с января по июнь 2021-2023 гг., в млрд. руб. (На основе данных Центрального Банка РФ)**

Согласно приведенным данным, нельзя выделить определенной тенденции в динамике ипотечного жилищного кредитования. В 2022 г. все показатели имеют тенденцию к снижению, население не было так заинтересовано в покупке недвижимости, как в 2021 г. Это объясняется увеличением внешних угроз, санкционного давления, влияющих на экономику страны. Однако, при введении новых и ужесточении старых санкций, росте инфляции, росте процентной ставки, ситуация на рынке ипотечного кредитования кардинально меняется. Покупка недвижимости является одной из эффективных мер по обесцениванию сбережений населения.

Соответственно, можно сделать вывод о том, что на данный момент ситуация на рынке ипотечного жилищного кредитования является неопределенной. Точно спрогнозировать дальнейшие перспективы развития данной отрасли экономики практически невозможно. Тем не менее есть ряд факторов, которые могут способствовать выравниванию обстановки на рынке данного вида ссуд.

Так, 27 октября 2023 г. советом директоров Центрального Банка РФ было принято решение о повышении ключевой ставки на 200 б.п. до 15% годовых. Текущее ужесточение кредитно-денежной политики государства повлияет на рост ставок по кредитам, в частности ипотечного кредитования, что способствует снижению ажиотажного спроса на данные ссуды. Кроме того, сокращение спроса возможно из-за изменения условий льготных государственных программ по ипотеке, поскольку больший процент выдаваемых ипотечных ссуд производился за счет льготных условий. Изменения в льготной ипотеке в 2023 г. коснулись увеличения процентной ставки до 8%, а в сентябре 2023 г. и вовсе был повышен первоначальный взнос с 15% до 20%.

Стоит отметить, что в декабре 2023 г. Центральный Банк также поддержал предложение Министерства финансов России о введении новых изменений в льготные программы. Новые условия подразумевают: увеличение первоначального взноса с 20% до 30%; сокращение максимального размера кредита до 6 млн. руб. независимо от государственного субъекта; ограничение возможности гражданам получать нескольких ипотек по льготным условиям; ввести ограничения по размеру предельной долговой нагрузки заемщика, которая с учетом выдачи ему льготного кредита не должна превышать 50%; сформировать требования предъявляемые к уровню дохода заемщикам, которым доступны льготные кредиты. В целом, льготные программы по покупке жилья будут доступны до 01 июля 2024 г. В последующие периоды планируется подобные виды ипотечного кредитования полностью отменить [5].

Подводя итоги, стоит сказать, что ипотечное кредитование – ключевой экономический механизм по покупке недвижимости, который пользуется спросом среди населения России. Показатели объемов ипотечных ссуд, сроков и средневзвешенных ставок по кредитам подтверждают факт того, что ситуация на рынке ипотечного жилищного кредитования на данный момент сложная и неустойчивая. Государством разрабатываются меры по стабилизации перегретого рынка: снижения спроса на покупку жилья с помощью ссуды, а также снижение стоимости кв. м. жилищных площадей.

#### Список источников

1. Банковское дело: учебное пособие / В.Г. Левитан, Я.С. Мязова. – Самара: Издательство Самарского университета, 2021. – С. 42-46.
2. Ипотечное жилищное кредитование. ЦБ РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cbr.ru/statistics/pdco/Mortgage/ML/>
3. Росстат: в 2023 году в России построили 70 млн кв.м жилья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://xn--h1alcedd.xn--d1aqf.xn--p1ai/news/rosstat-v-2023-godu-v-rossii-postroili-70-mln-kvm-zhilya/> (08.12.2023)
4. Средняя стоимость недвижимости в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://gogov.ru/articles/average-property-prices> (07.12.2023)
5. ЦБ поддержал повышение первоначального взноса по льготной ипотеке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.rbc.ru/finances/05/12/2023/656f304b9a794719de29afee?ysclid=lpj7ajkjew3602047&from=copy> (09.12.2023)

УДК 330. 322

# ХАЛЯЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ. ОПАСЕНИЯ И НЕДОВЕРИЕ МУСУЛЬМАН ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ

ТОНИШЕВА ЕЛИЗАВЕТА АЛЕКСЕЕВНА,  
БОЙКО ЛИДИЯ АНДРЕЕВНА

студентки,  
Филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы,  
Северо-Кавказский институт

*Научный руководитель: Сорокина Оксана Владимировна*

*доцент  
Филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы,  
Северо-Кавказский институт*

**Аннотация.** В данной статье проводится обзорный анализ концепции халяльных инвестиций, их основных принципов и видов, которые соответствуют принципам исламского закона (шариата). Рассматривается понятие халяльных инвестиций, их основные принципы и запреты. В статье проводится сравнение исламского банкинга с классическим. Также рассматривается потенциальная доходность халяльных инвестиций. Статья представляет собой обзор концепции халяльных инвестиций, их значимости и влияния на мировую экономику, а также выявляет перспективы развития данного вида инвестирования.

**Ключевые слова:** халяльные инвестиции, финансы, ислам, прибыль, торговля, мировой рынок.

## HALAL INVESTMENTS. FEARS AND DISTRUST OF MUSLIMS WHEN INVESTING

Tonisheva Elizaveta Alekseevna,  
Boyko Lydia Andreevna

*Scientific adviser: Sorokina Oksana Vladimirovna*

**Abstract.** This article provides an overview analysis of the concept of halal investments, their basic principles and types that comply with the principles of Islamic law (Sharia). The concept of halal investments, their basic principles and prohibitions are considered. The article compares Islamic banking with classical banking. The potential profitability of halal investments is also being considered. The article provides an overview of the concept of halal investments, their significance and impact on the global economy, and also identifies the prospects for the development of this type of investment.

**Key words:** halal investments, finance, Islam, profit, trade, global market.

## ВВЕДЕНИЕ

В России возрастает интерес к частным инвестициям, однако некоторые люди сталкиваются с проблемой, не в состоянии открыть счет для индивидуальных инвестиций из-за своих религиозных опасений. Например, у многих мусульман есть страх приобретать финансовые инструменты, которые не соответствуют исламским нормам, поэтому они предпочитают отказаться от брокерских счетов. Хотя не все мусульмане строго следуют религиозным установлениям, есть те, кто избегает нарушения шариатских правил в связи с участием на бирже. В то же время доступ к информации, полезной для верующих мусульман-инвесторов, ограничен.

Для начала нужно предоставить объяснение основных понятий исламской финансовой системы, таких как “риба”, “мейсир” и “гарар”, а затем перейти к обзору финансовых инструментов, разрешенных в соответствии с исламским правом.

### Запреты

- Ростовщичество (риба),
- инвестирование в “греховные” виды бизнеса (мейсир),
- стяжательство,
- участие в деятельности с незаконными товарами и услугами,
- рискованные сделки с неопределённым исходом (гарар),
- спекулятивные сделки.

Термин “риба”, который можно перевести как “приращение” или “превышение”, относится к практике ростовщичества. В исламской религии деньги считаются инструментом, лишенным самостоятельной ценности. Ростовщические операции включают проценты по займам и депозитам, а также приобретение обычных облигаций. Существуют споры и предложения о том, что рибой следует считать только высокие проценты, превышающие рыночную ставку, но большинство придерживается мнения, что любой процент по займам является формой рибы.

Это заключается в следующем: требование фиксированного процента является необоснованным утверждением заемщиком своих прав на собственность, независимо от того, получил ли он какую-либо ценность от кредита или нет. По шариатским правилам справедливо, чтобы экономические участники равномерно делили прибыль и убытки в случае сотрудничества. Передача денег для коммерческих целей допустима, но не под фиксированный процент.

Почему исламская религия — против фиксированного процента? Муфтий Мухаммад Таки Усмани (один из ведущих Исламских учёных, эксперт в области исламской экономики) объясняет, что, когда человек или организация предоставляют деньги займа, они должны определить свою цель - помощь или получение прибыли. Если деньги были предоставлены из соображений гуманности, то заемщик должен вернуть только саму сумму без каких-либо процентов. Однако, если первоначальная цель заключалась в получении прибыли, то заемщик должен разделить свои потенциальные убытки с тем, кто предоставил деньги.

Еще один пример - если компания берет кредит в банке, ей приходится увеличивать стоимость своей продукции для покрытия выплат по кредиту. Таким образом, общество платит банку неоправданный процент только за предоставление средств без создания ценности.

Термин “мейсир” часто используется в литературе и означает азартные игры. В таких сделках нет создания нового общественного богатства или пользы для общества. То же самое относится и к спекуляциям на фондовом рынке, например, с использованием фьючерсных контрактов. Хотя спекулянты вносят свой вклад в нормальное функционирование рынка, их доходы на финансовых рынках запрещены в исламе, так как они не создают новую ценность.

Термин “гарар” означает неопределенность или мошенничество. Некоторые сделки, связанные с этим понятием, включают продажу без наличия активов для покрытия сделки, торговлю инструментами без ясного определения стоимости или исполнения условий сделки и зависимость от негарантированных событий или условий.

### Возможности

В мировом рынке исламских финансов происходит умеренный рост, который обусловлен крупными инвестициями в халяль и сулук (исламский финансовый сертификат, так называемый эквивалент облигации западной финансовой системы). Интересным фактом является то, что в Саудовской Аравии люди активно используют исламские финансовые инструменты, несмотря на то, что власти страны официально не признают существование исламского банкинга и не обсуждают эту тему. Это связано с тем, что, если бы исламские банки были классифицированы отдельно, все остальные банки считались бы неисламскими. В результате это могло привести к потере клиентов у неисламских банков и снижению их прибыли, а в худшем случае - даже к закрытию.

Однако, несмотря на эти сложности, инвесторы по-прежнему могут следовать нормам шариата при инвестировании без нарушения своих этических и религиозных убеждений. Раньше такая проблема возникала даже на финансовых рынках развитых стран. Однако сейчас мусульманским инвесторам намного легче найти подходящие активы.

В пример можно привести такие фондовые индексы, как

- Dow Jones Islamic Market Index,
- MSCI World Islamic Index,
- S&P 500 Sharia,
- S&P Europe 350 Sharia,
- S&P Japan 500 Sharia,
- S&P Pan Asia Sharia,
- S&P GCC Sharia,
- S&P BRIC Shariah Index.

Что касается последнего индекса, то он включает акции компаний из Бразилии, России, Индии и Китая. Эти акции соответствуют исламским принципам и торгуются на Гонконгской фондовой бирже, Лондонской фондовой бирже, NASDAQ и NYSE.

Процедура отбора ценных бумаг в эти индексы проводится в соответствии с нормами шариата. Компании, занимающиеся производством и продажей свинины, алкоголя, табака, оружия, игорного бизнеса и других запрещенных отраслей, исключаются из индексов. Если доход компании не соответствует принципам Ислама, что означает, что ее доход составляет более 5% от общего дохода, то эта доля будет вычтена из выплаты дивидендов и перечислена на благотворительные цели. Регулярно проводятся проверки для установления соответствия компаний указанным требованиям; в случае невыполнения таких условий акции данных компаний будут удалены из индекса.

Исламские индексы имеют более стабильную прибыльность даже во время экономических кризисов – отмечают исследователи из Университета Валенсии.

Фактически существует достаточно большое количество компаний, которые удовлетворяют требованиям шариата. Такие компании представлены в различных отраслях, включая нефтегазовую, потребительскую, металлургическую, энергетическую и другие. Инвесторы, которые следуют принципам шариата, могут самостоятельно собрать портфель активов из этих компаний с использованием информации о составе указанных выше индексов. Эти активы уже были проверены специалистами и соответствуют требованиям исламских инвестиций.

### Альтернативные инвестиционные системы

Биржевые инвестиционные фонды, или ETF, отражают рыночную стоимость объединённых в индекс ценных бумаг. Они похожи на стандартные паевые инвестиционные фонды, но имеют большую ликвидность и отсутствуют дополнительные сборы при покупке или продаже. При использовании такой стратегии, как покупка акций или ETF, которые отражают динамику исламского индекса, портфель подходит только для инвесторов с средним или агрессивным уровнем риска. К тому же, он будет склонен к односторонности: в периоды роста финансовых рынков он будет приносить значительную прибыль, но во время коррекций и долгосрочных нисходящих трендов, вполне возможны серьезные убытки. В идеальном инвестиционном портфеле обычно 80% занимают инструменты с фиксированной доходностью. Однако, для мусульманских инвесторов, следующих религиозным принципам, они недоступны. Вместо



этого, в мусульманских странах используется финансовый инструмент под названием сукук, который не предусматривает выплату купонов или дивидендов. Сукук предполагает периодические платежи, но существует риск невыплаты или дефолта. Благодаря этому инструменту в мусульманских странах реализуется средне- и долгосрочное сотрудничество между государством и бизнесом, позволяя правительству привлекать необходимый объем инвестиций для решения важных общественных задач, таких как строительство дорог, портов, аэропортов и медицинских центров.

### Как мусульманину повышать финансовую грамотность

Повышение уровня финансовой грамотности для мусульманина является важным для осознанного управления инвестициями и финансовым планированием. Вот несколько методов для улучшения финансовой грамотности:

1. Исследование принципов исламских финансов и основ халяльных инвестиций позволяет осознать, какие инвестиции признаются приемлемыми в соответствии с исламским законодательством.

2. Участие в специализированных обучающих программах и семинарах: есть учебные курсы, целью которых является усовершенствование финансовой осведомленности мусульман в сфере халяльных инвестиций. Присутствие на таких мероприятиях способствует приобретению более глубоких знаний и умений в данной области.

3. Обращение к специалистам: привлечение финансовых консультантов или экспертов в области исламских финансов позволит получить профессиональные рекомендации для выбора халяльных инвестиций. В пример можно привести Российскую ассоциацию экспертов по исламскому финансированию.

4. Изучение профильных изданий: доступно множество книг, статей и других источников информации, посвященных исламскому финансированию и халяльным инвестициям. Прочтение этих материалов поможет расширить ваше понимание в этой сфере:

- «Исламские финансы» Муфтий Мухаммад Таки Усмани;
- «Торговля в исламе» Мухаммад Аль-Мухтар Аш-Шанкыти;
- «Фикх имущественных отношений» Рафик Юнус аль-Мисри;
- Шариатский стандарт (AAOIFI) по всем финансовым инструментам.

5. Присутствие на финансовых форумах и диалогах: активное вовлечение в дискуссии о халяльных инвестициях на специфических форумах и сообществах способствует обмену опытом с другими участниками и приобретению новых знаний.

Улучшение знаний в области халяльных инвестиций позволит мусульманам делать взвешенные финансовые решения, уверенно соответствующие принципам исламского права.

### Заключение

Понимание халяльных инвестиций и изучение финансовой грамотности важно для мусульман, чтобы они могли совершать обдуманные финансовые действия, придерживаясь исламских принципов. Это помогает избегать инвестиций, которые не совместимы с исламом, и гарантирует, что их финансовые операции соответствуют религиозным нормам. Кроме того, халяльные инвестиции имеют большую значимость для мусульманского сообщества и глобальной финансовой системы, поскольку они способствуют развитию исламской экономики, уважают религиозные принципы и создают благоприятные условия для устойчивого роста мировой финансовой системы. Это позволяет мусульманам активно включаться в экономику, приносить выгоду обществу и способствовать устойчивому и справедливому развитию мировой экономики.

### Список источников

1. Галиахметова Л.И. Халяльные инвестиции. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [URL:https://iq.hse.ru/news/472490868.html](https://iq.hse.ru/news/472490868.html)

2. Халяльные инвестиции СберБанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://www.sberbank.ru/ru/person/investments/halal>
3. Халяльные инвестиции: для тех, кто исповедует ислам, и не только. Платформа СберСова - развитие финансовой грамотности населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://sbersova.ru/sections/invest/khalyalnye-investicii-dlya-tekh-kto-ispoveduet-islam-i-ne-tolko>
4. Кристина Болдова, Что такое халяльные инвестиции. Открытый журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://journal.open-broker.ru/research/что-такое-халяльные-инвестиции/>
5. Болдов М. Что такое исламский банкинг. Тинькофф Журнал: журнал про ваши деньги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://journal.tinkoff.ru/guide/islamskii-banking/>
6. Чем исламские финансы отличаются от традиционных способов инвестирования: Life.Profit | Дзен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://dzen.ru/a/YZx7-isQVW3zuCgW>



УДК 336.02

# ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В РА

**ШАГИНЯН ТАТЕВИК ВАЗГЕНОВНА**

научный сотрудник, канд. экон. наук;  
Институт экономики имени М. Котаняна  
Национальная академия наук Республики Армения

**Аннотация:** В современном мире каждый человек должен уметь хорошо управлять своими личными финансами. Все сферы повседневной деятельности каждого человека, независимо от образования, возраста, социального статуса, связаны с финансами. Это означает, что люди должны обладать соответствующими навыками финансового управления (знаниями, навыками, отношениями и поведением). В этом контексте управление финансами в жизни человека является одним из важнейших умений организовать свою жизнь и улучшить свое благосостояние и благосостояние своей семьи. В статье представлена важность финансовой грамотности и возможности внедрения в РА методологии оценки финансовой грамотности, разработанной ОЭСР.

**Ключевые слова:** Финансовая грамотность, финансовые знания, финансовое поведение, финансовые установки, индекс финансовой грамотности, показатель финансовых способностей, ОЭСР, РА.

## PROBLEMS AND PROSPECTS FOR IMPROVING FINANCIAL LITERACY IN RA

**Shahinyan Tatevik Vazgen**

**Abstract:** In the modern world, every person should be able to manage their personal finances well. All areas of daily activity of every person, regardless of education, age, social status, are related to finances. This means that people must have appropriate financial management skills (knowledge; skills; attitudes and behavior). In this context, financial management in a person's life is one of the most important skills to organize one's life and improve one's well-being and the well-being of one's family. The article presents the importance of financial literacy and the possibility of introducing the financial literacy assessment methodology developed by the OECD into the Republic of Armenia.

**Key words:** Financial literacy, financial knowledge, financial behavior, financial attitudes, financial literacy index, financial ability index, OECD, RA.

В последнее время все больше внимания уделяется проблеме увеличения финансовой грамотности населения, которая нужна людям в любом возрасте. Считается, что развитие финансовой грамотности позволяет поддерживать и улучшать финансовое благополучие. Это искусство инвестирования и управления деньгами, а также умение принимать финансовые решения. Несмотря на то, что люди получают финансовое образование в школе, проблемы управления личными финансами различны на разных этапах жизни, поэтому важно, чтобы человек имел доступ к актуальному и практическому финансовому образованию на протяжении всей своей жизни.

Финансовая неграмотность населения неблагоприятно отражается не только на личном благосостоянии, но на финансовой сфере в целом. Например, от неправильного планирования или отсутствия четкого понимания своих доходов и расходов у граждан появляются кредиторские задолженности. И очень часто из-за неграмотности возрастает число финансовых пирамид и мошенничеств, что в глобальном масштабе может привести к финансовому кризису экономики страны [1].

К финансовому образованию обратились международные авторитетные структуры, показав и подчеркнув его значение в общем благополучии человека и государства. Например, финансовая грамотность, наряду с финансовым образованием и защитой интересов потребителей, была определена Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в качестве приоритета государственного развития. Примечательно, что в документах ОЭСР финансовая грамотность представлена как совокупность осведомленности, знания, навыки, установки (жизненные ориентиры) и поведение, позволяющая принимать обоснованные финансовые решения для достижения личного финансового благополучия.

В зарубежных исследованиях финансовой грамотности для анализа используют специально разработанные опросники, которые предназначены для оценки общих финансовых знаний и компетенций населения и включают такие темы, как сложный процент, инфляция, диверсификация рисков, ипотечный кредит, ценообразование на облигации.

Люди с низким уровнем знаний с большей вероятностью имеют проблемы с долгами, им трудно принимать оптимальные решения при покупке страховки, они с меньшей вероятностью накапливают богатство и затрудняются эффективно им управлять, а также с меньшей вероятностью занимаются финансовым планированием выхода на пенсию.

Для государства финансовая безграмотность населения сопровождается со снижением эффективности регулирования финансовых рынков и ограничение их возможностей. Следует подчеркнуть, что измерение финансовой грамотности сложная задача и тесно связана с психологическими процессами.

ОЭСР разработала специальную методику оценки финансовой грамотности, которая состоит из следующих компонентов:

- ✓ Финансовые знания – простой и сложный ссудной процент, инфляция, диверсификация, стоимость денег.
- ✓ Финансовое поведение – планирование бюджета, склонность к сбережениям, своевременность оплаты счетов, баланс бюджета, осознанность выбора услуги.
- ✓ Финансовые установки – финансовое планирование, ориентация на траты, сбережения, гедонизм [3].

В национальной стратегии финансового образования Республики Армения, рассматривается показатель финансовых способностей. Согласно стратегии, финансовые способности с себя представляют совокупность знаний, навыков, отношений и поведения, необходимых для принятия обоснованных и ответственных финансовых решений, направленных на обеспечение личного финансового благополучия. Показатель включает в себя следующие компоненты:

- Понимание ключевых финансовых и макроэкономических показателей,
- Управление личным и семейным бюджетом,
- Сбережение и долгосрочное планирование,
- Кредиты и управление долгом,
- «Ответственные» покупки финансовых услуг,
- Защита собственных финансовых прав,
- Безопасное использование финансовых инструментов [4].

В 2019 году индекс финансовой способностей РА составил 46,8% и по сравнению с 2014 годом увеличился на 2,3%. Целевой показатель на 2025 год – 50%.

Эти оценки основаны на опыте и планах, а не на научно обоснованных прогнозах того, чего можно достичь. Прогресс в достижении этих целей будет измеряться посредством последующих исследований по оценке финансовых возможностей. Учитывая вышеизложенное, мы предлагаем применить и в РА методологию, разработанную ОЭСР в 2015 году, к преимуществам которой можно отнести следующее:

- Управление факторами, определяющими изменения в финансовых знаниях, установках и поведении взрослого населения и молодежи, выявленными в процессе анализа.
- Коррекция уровня финансовых знаний по отдельным темам, негативного финансового поведения и финансовых установок представителей разных социально-демографических групп в соответствии с выявленными особенностями.

- Стимулирование «правильных» моделей поведения и ограничение «неправильных».
- Корректировка образовательных программ и информационной политики с учетом выявленных проблемных точек.
- Усиление информированности потребителей финансовых услуг об организациях, защищающих их права [3].

#### Список источников

1. Судакова А.Е. Финансовая грамотность: теоретическое осмысление и практическое исследование // Финансы и кредит. – 2017. – Т. 23, № 26. – С. 1563 – 1582. <https://doi.org/10.24891/fc.23.26.1563>
2. Measuring Financial Literacy: Core Questionnaire in Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for conducting an Internationally Comparable Survey of Financial literacy, Paris, OECD, 2011, 31 p.
3. Измерение уровня финансовой грамотности, [https://fincult.info/upload/iblock/4ef/izmerenie\\_urovnia\\_fin\\_gr.pdf](https://fincult.info/upload/iblock/4ef/izmerenie_urovnia_fin_gr.pdf)
4. Решение Правительства Республики Армения, 2021

© Шагинян Т. В., 2023

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 657.1

# ЭВОЛЮЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ

**НАЗАРОВ МАХМАДЯТИМ ХУШВАХТОВИЧ**докторант PhD кафедры бухгалтерского учета,  
Таджикский национальный университет, г. Душанбе

**Аннотация.** Сегодня в результате происходящих изменений в экономической жизни меняются требования к содержанию финансовой отчетности публичных предприятий (корпораций). Теперь пользователи финансовой отчетности корпораций обращают внимание не только на финансовую информацию, но и на другие виды нефинансовой информации о деятельности компаний. В статье рассматриваются вопросы эволюции и развития корпоративной отчетности в условиях Республики Таджикистан.

**Ключевые слова:** глобализация экономики, финансовая отчетность, корпоративный учет, корпоративная отчетность, пользователи финансовой отчетности, нефинансовая информация.

## EVOLUTION OF CORPORATE ACCOUNTING AND REPORTING

**Annotation.** Today, as a result of ongoing changes in economic life, the requirements for the content of financial statements of public enterprises (corporations) are changing. Now users of corporate financial statements pay attention not only to financial information, but also to other types of non-financial information about the activities of companies. The article discusses the evolution and development of corporate reporting in the Republic of Tajikistan.

**Key words:** economic globalization, financial reporting, corporate accounting, corporate reporting, users of financial reporting, non-financial information.

Процессы глобализации экономики, развитие международной экономической интеграции и расширение корпоративных форм организации предпринимательства в Республике Таджикистан требуют разработки и внедрения новых подходов к формированию современных форм финансовой отчетности. Пользователи финансовой отчетности имеют разные интересы и используют представленную в ней информацию для принятия управленческих решений в целях развития своего дела. Поэтому при составлении финансовой отчетности следует учитывать информационные потребности всех заинтересованных пользователей, чтобы они получили информацию, полностью отражающую состояние внутренней и внешней среды предприятия.

В то же время с расширением корпоративных форм предпринимательства меняются и ужесточаются требования пользователей к содержанию и качеству финансовой отчетности предприятий. В профессиональной практике бухгалтеров и исследователей в области бухгалтерского учета и финансовой отчетности появляются новые понятия, связанные с развитием корпоративных отношений, такие как корпоративный учет и корпоративная отчетность. В научной экономической литературе наблюдается рост публикаций, в которых исследуются теоретические, методологические и практические вопросы эволюции и развития корпоративного учета, а также проблемы подготовки и представления корпоративной отчетности.

Обычно корпоративные предприятия функционируют в форме акционерных обществ и консолидированных групп, которые образуются в результате внутриотраслевого и межотраслевого движения и объединения капитала. Процессы приватизации государственной собственности, начавшиеся в Республике Таджикистан в начале 1990-х годов и достигшие высокой степени зрелости сегодня, привели к

усилению влияния и роли публичных предприятий - акционерных обществ (корпораций) в национальной экономике. Также в национальном законодательстве активизировался процесс подготовки и принятия законов и нормативных актов, регулирующих деятельность корпораций.

Возросший интерес к корпоративным формам организации предпринимательства и корпоративному управлению среди исследователей, органов экономического регулирования и законодательства в различных странах в последние годы вызван усилением процессов слияния предприятий, возрастанием роли отечественных и зарубежных инвесторов в развитии национальной экономики, последствиями мирового финансового кризиса и возникшими проблемами корпоративного управления. В то же время новые экономические условия выявили определенные недостатки, которые накапливались в системе корпоративного управления за долгое время. Эти недостатки были характерны не только для развивающихся стран и стран, находящихся в условиях финансового кризиса. Наблюдались также корпоративные финансовые конфликты и скандалы в развитых странах мира, в том числе в США, связанные со злоупотреблениями со стороны наемного руководства некоторых крупных национальных и транснациональных акционерных компаний и которые потрясли деловой мир. Большинство этих конфликтов произошло из-за того, что финансовая отчетность крупных компаний неверно отражала финансовое состояние и искажала другие финансовые показатели их деятельности.

Например, компания WorldCom, когда-то второй по величине оператор междугородной и международной телефонной связи в США, обанкротилась в 2002 году после того, как выяснилось, что ее руководство фальсифицировало финансовую отчетность, чтобы поднять цену акций компании на 11 миллиардов долларов. В результате компания потеряла около 107 млрд. долларов своих активов, а десятки тысяч людей потеряли свою постоянную работу. Основатель и генеральный директор компании Бернард Эбберс в 2005 году был приговорен к 25 годам лишения свободы.

Еще один громкий финансовый конфликт связан с крупной энергетической компанией Enron в 2001 году. Компания была разрушена в результате реализации уникальной схемы фальсификации финансовой отчетности, которую разработали ее топ-менеджеры, с потерями почти в 74 млрд. долларов. В одночасье тысячи сотрудников крупной американской энергетической компании потеряли свои пенсионные сбережения, а ее акции упали в цену с 90,75 доллара до 0,67 доллара.

Еще один крупный финансовый конфликт произошел в 2011 году с японским производителем оптической продукции Olympus. Бывшее руководство компании призналось, что за более чем десять лет исказило ее финансовую отчетность на сумму 1,7 млрд. долларов. Этот финансовый скандал привел к большим негативным финансовым последствиям для компании Olympus.

Все это сделало проблематичным вопрос совершенствования системы корпоративного управления, связанной с адаптацией к новым условиям ведения предпринимательства. К данному вопросу возросло внимание государственных контролирующих органов, представителей частного предпринимательского сектора и инвесторов, были приняты необходимые меры по устранению недостатков в корпоративном управлении и корпоративной финансовой отчетности.

Существенные изменения в нормативной среде экономической деятельности в большинстве стран, возникшие в ответ на финансовые конфликты и неблагоприятные последствия мирового финансового кризиса, создали новые проблемы для профессионального бухгалтерского сообщества. Заинтересованные стороны теперь требуют от специалистов и сотрудников финансового и нефинансового секторов корпоративных предприятий предоставления гораздо большей информации, чем раньше, о различного рода событиях и ситуациях, влияющие на показатели корпоративной отчетности.

Возросли требования различных категорий пользователей и представителей общественности к корпоративным предприятиям в сфере охраны окружающей среды и их социальной ответственности, согласно которым эти компании должны наряду с предоставлением финансовой информации раскрыть в корпоративную отчетность и иную нефинансовую информацию об операциях и сделках, существенно воздействующих на окружающую среду или представляющих угрозу рынку труда. Помимо того, «кризис доверия на мировых рынках к топ-менеджменту транснациональных корпораций и холдинговых структур можно преодолеть исключительно путем большей прозрачности и восстановления этической чистоты в бизнес-транзакциях» [1, с. 47].



По мнению экспертов и финансовых аналитиков, основной причиной появления недостатков в корпоративном управлении и возникновения корпоративных финансовых конфликтов является, прежде всего, недостаточное совершенство системы информационного обеспечения принятия корпоративных управленческих решений, в основе которой лежит система бухгалтерского учета и финансовой отчетности корпораций. Деятельность крупных национальных и транснациональных корпораций направлена на достижение конкурентных долгосрочных стратегических преимуществ, что одновременно требует создания соответствующей системы бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности, использования соответствующих методов бухгалтерского учета для формирования корпоративной отчетности. Таким образом, основой информационного обеспечения принятия корпоративных управленческих решений является корпоративный бухгалтерский учет и подготовленный на его основе корпоративная отчетность.

Процесс эволюции и становления корпоративной отчетности напрямую связан с процессами становления и развития бухгалтерского учета. Развитие бухгалтерского учета, особенно на этапах перехода на международные стандарты финансовой отчетности, направлено на устранение недостатков в составе и содержании финансовой отчетности. Опыт подготовки и представления финансовой отчетности последних лет показал, что финансовая отчетность, составленная на основе данных традиционного бухгалтерского учета, не отражает реальную стоимость активов предприятий и не может раскрыть реальные процессы формирования стоимости самих предприятий. Традиционный бухгалтерский учет и основанная на нем финансовая отчетность имеют исторический характер и опираются только на уже произошедшие финансовые факты и их интерпретацию. Однако сегодня годовые финансовые отчеты, составляемые крупными корпоративными предприятиями, должны включать наряду с финансовыми показателями и другую, необходимую пользователям нефинансовую информацию.

То есть корпоративный учет является системой «сбора, обобщения, анализа и представления экономической информации, приспособленную в основном к реальным потребностям собственников корпорации, направленную адекватно отражать бизнес-процессы, текущее состояние и перспективы развития» [2, с. 27]. Таким образом, корпоративный учет, с одной стороны, является неотъемлемым элементом системы управления, с другой стороны, это отдельный вид учета и самостоятельная сфера практической деятельности, которая реализуется преимущественно на публичных предприятиях (акционерных обществах). Совершенная система корпоративного учета интегрирует в себя подсистемы финансового и управленческого учета и направлена на формирование показателей, комплексно описывающих хозяйственную деятельность корпорации.

В связи с этим исследователи отмечают, что корпоративная отчетность отличается от обычной финансовой (бухгалтерской) отчетности, которую предприятия готовят на основании национальных нормативных актов (положений бухгалтерского учета) или международных стандартов финансовой отчетности. Финансовая отчетность содержит лишь информацию о финансовом состоянии и финансовых результатах предприятия, что не отвечает современным требованиям заинтересованных пользователей. Сегодня пользователи, помимо финансовой информации, проявляют интерес к социальной, экологической и другим видам информации, связанной с деятельностью предприятия. Разумеется, «необходимость изменения в понимании сущности и наполнения корпоративной отчетности организаций обусловлена условиями деятельности современных компаний, связанных в том числе с повышенным вниманием общества к экологическим и социальным проблемам» [3, с. 299].

В современных условиях экономического развития меняются границы обычных экономических понятий. Заинтересованные стороны теперь рассматривают и оценивают деятельность предприятий с учетом широты и разнообразия всех их взаимоотношений. Наряду с растущим значением экономических отношений возрастает значение социальных, экологических и других актуальных общественных вопросов и усиливается их влияние на финансовые результаты предприятий.

Сегодня при проведении финансового анализа деятельности компании аналитики больше внимания уделяют пониманию самого бизнеса, чем пониманию содержания финансовой отчетности. Они больше заинтересованы в процессе создания стоимости бизнеса и ее определяющих факторах, чем в самих финансовых результатах, которые являются «предпосылкой развития корпоративной интегриро-



ванной отчетности, главной задачей которой является объяснение заинтересованным пользователям, как компания создает свою стоимость в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе, используя при этом финансовые и нефинансовые показатели не только об уже достигнутых результатах деятельности, но и о ее перспективах» [4, с. 122].

По мнению И.Н. Богатой, в целом сегодня необходимо обобщать и пересматривать существующую практику корпоративной отчетности, поскольку «совершенствование корпоративной отчетности требует использования интегрированного мышления и развития качественно новой балансовой теории» [5, с. 132]. В качестве альтернативы исследователь предлагает использовать эволюционно-адаптивную балансовую теорию, основная идея которой заключается в предоставлении заинтересованным пользователям отчетности в соответствии с их информационными потребностями на основе сочетания бухгалтерского и экономического подходов, нетрадиционных форм представления учетной информации и новых модификаций обработки экономической информации в сочетании с нефинансовой информацией.

Таким образом, тенденции развития бухгалтерского учета и финансовой отчетности связаны со становлением и развитием корпоративной отчетности и проявляются в интеграции отдельных видов учета, таких как финансовый учет и управленческий учет, включая его стратегическое составляющее. При этом корпоративная отчетность, помимо фактических показателей, характеризующих финансовое положение и финансовые результаты деятельности компании, должен включать и другие нефинансовые показатели, в которых заинтересованы пользователи, с целью определения перспектив развития компании.

#### Список источников

1. Шульга С.В. Раскрытие информации в финансовой отчетности: этапы эволюции национальных систем и детерминанты интеграции / С.В. Шульга // Международный бухгалтерский учет. – 2014. - № 38 (332). – С. 43-51
2. Тарских Т.А. Организация системы корпоративного учета и отчетности на примере ОАО СВЭМ как современного направления развития бухгалтерского учета / Т.А. Тарских // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2010. - № 5-2. – С. 26-31
3. Вахрушина М.А., Толчеева А.А. Корпоративная отчетность как результат эволюции отчетной информации компании / М.А. Вахрушина, А.А. Толчеева // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2017. – Т. 12. - № 2. – С. 297-310
4. Румянцева В.М. Риск-ориентированный подход как основа формирования корпоративной учетной политики / В.М. Румянцева // Учет. Анализ. Аудит. – 2018. – Т. 5. - № 4. – С. 120-130
5. Богатая И.Н. Будущее корпоративной отчетности / И.Н. Богатая // Проблемы экономики и юридической практики. – 2021. – Т. 17. - № 2. – С. 131-137

УДК 336.018

# ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В БАНКАХ

**ЛЕСНИЧЕНКО ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА**

студентка

НИУ «Белгородский государственный университет»

**Научный руководитель: Семенова Наталья Алексеевна**

к.э.н., доцент

НИУ «Белгородский государственный университет»

**Аннотация:** в данной статье были проанализированы особенности внутреннего контроля в банках путем рассмотрения рисков, с которыми может столкнуться кредитная организация. Также был рассмотрен внутренний контроль в публичном акционерном обществе «Банк ВТБ».

**Ключевые слова:** банк, контроль, риски, внутренний контроль, ПАО «Банк ВТБ».

## FEATURES OF INTERNAL CONTROL IN BANKS

**Lesnichenko Yulia Vladimirovna***Scientific adviser: Semenova Natalia Alekseevna*

**Abstract:** in this article analyzes the features of internal control in banks by considering the risk that a credit institution may face. Internal control in the VTB Bank public joint stock company was also considered.

**Key words:** bank, control, risks, internal control, PJSC VTB BANK.

Данная тема актуальна, так как в современных условиях банки сталкиваются с огромным количеством рисков. В разные времена происходили изменения на финансовых рынках, из-за чего совершенствовались принципы и концепции внутреннего контроля. Так кризисы демонстрируют необходимость усовершенствования мер внутреннего контроля.

Внутренний контроль представляет собой «комплекс мер и процедур, способствующих оптимизации и обеспечению достоверности показателей учета, оперативному устранению выявленных нарушений и применению соответствующих мер к их предупреждению, а также для принятия наиболее оптимальных управленческих решений» [1].

Банком являются «организации, созданные с целью привлечения средств от частных лиц и компаний и их дальнейшего в разных экономических сферах и от своего имени на условиях срочности, платности и возвратности» [2].

Принципами внутреннего контроля в банке являются:

1. Интегративность;
2. Непрерывность функционирования;
3. Целостность;
4. Оптимальность.

Принцип интегративности заключается в том, что система внутреннего контроля является частью корпоративного управления банка и встраивается в его деятельность.

Следующий признак непрерывность функционирования состоит в том, что система внутреннего

контроля действует на постоянной основе в целях вовремя выявить экономических отклонения и рисков и предотвращение их в будущем.

Целостность подразумевает, что внутренний контроль охватывает все уровни и все подразделения банка, а также все его виды деятельности.

Последним признаком является оптимальность, которая заключается в объеме и сложности контрольных процедур, проводимых банком, являются необходимыми и достаточными для управления рисками и достижения целей банка.

Одной из ключевых особенностей внутреннего контроля в банках является комплексный подход к управлению рисками как коммерческими, так и технологическими. Под рисками понимается «вероятность приближения такого случая, согласно которому работодатель, осуществляющий решение, ориентированное на достижение поставленных целей, может понести убыль в виде дополнительных затрат сверх предложенных прогнозом, или приобретает суммы меньше тех, которые он хотел получить согласно условиям влияния массы причин внутреннего или внешнего окружения» [3].

Рассмотрим внутренний контроль в банке на примере ПАО «Банк ВТБ»

Порядок внутреннего контроля в ПАО «Банк ВТБ» установлен Уставом и внутренними документами Банка и обеспечивает:

1. Эффективность деятельности Банка;
2. Информационную безопасность;
3. Достоверность, полноту и своевременность предоставления финансовой и управленческой информации и отчетности;
4. Эффективность управления активами и пассивами;
5. Соблюдение законодательства, нормативно правовых актов.

ПАО «Банк ВТБ» имеет определенные задачи внутреннего контроля, которые представлены на рисунке 1 [4]:

#### Независимая оценка эффективности

- Независимая оценка эффективности систем внутреннего контроля, управления рисками, бухгалтерского учета и отчетности, бизнес процессов, деятельности подразделений и сотрудников, а также оценка экономической целесообразности и эффективности совершаемых операций и сделок

#### Проверка надежности внутреннего контроля

- Проверка надежности внутреннего контроля за использованием автоматизированных информационных систем, а также проверка применяемых способов обеспечения сохранности имущества

#### Мониторинг основных областей рисков

- Мониторинг основных областей рисков и контрольных механизмов в целях выявления недостатков системы внутреннего контроля, новых рисков, а также создания механизмов превентивного контроля для предупреждения рисков событий

#### Выработка рекомендаций по совершенствованию

- Выработка рекомендаций по совершенствованию и повышению эффективности систем, процессов, процедур, сделок и деятельности подразделений и сотрудников Группы

#### Взаимодействие с контролирующими органами

- Взаимодействие с внешними контролирующими органами и внешними аудиторами

**Рис. 1. Задачи внутреннего контроля в ПАО «Банк ВТБ»**

Основными рисками, с которыми может столкнуться ПАО «Банк ВТБ» являются риск ликвидности, кредитный риск, операционный риск и рыночный риск. Для их минимизации используют такие процессы управления рисками как:

1. Идентификация;

2. Оценка;
3. Контроль рисков;
4. Поддержание баланса.

Идентификация представляет собой обнаружение рисков, связанных с деятельностью Банка, а также определяют их влияния на финансовую устойчивость.

Оценка позволяет «спрогнозировать возможность получения дохода или ущерба» [4].

С помощью контроля рисков определяются возможные потери и рассматриваются меры, позволяющие уменьшить или устранить угрозы.

Поддержание баланса включает в себя меры, необходимые для обеспечения баланса между рисками и доходностью операций.

Таким образом, деятельностью банка неразрывно связана с рисками. Для того чтобы их минимизировать, необходим внутренний контроль, который представляет собой комплекс мер, способствующих эффективной деятельности банка.

#### **Список источников**

1. Белоглазова, О. А., Филимонова, А.Е. Актуальные проблемы внутреннего контроля в коммерческих организациях/ Белоглазова О. А., Филимонова А. Е. // Инновационные аспекты развития науки и техники. – Нижний Новгород. – 2022 – с. 99-105.
2. Калуцкая, Н. А. Особенности организации и учета пассивных операций коммерческого банка/ Н. А. Калуцкая, С. Н. Коваленко// Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации. – Белгород: ООО Эпицентр, 2021. – С. 167-171.
3. Свистун, Д. Влияние рисков хозяйственной деятельности на показатели бухгалтерской отчетности организации / Д. Свистун, Н. А. Калуцкая// Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем. – Белгород: Издательский дом «Белгород», 2017. – С. 239-242.
4. Внутренний контроль и аудит/ [Электронный ресурс]// ВТБ: [сайт] – URL: <https://www.vtb.ru/ir/disclosure/audit/> (дата обращения 03.12.2023).
5. Калуцкая, Н. А. Актуальное содержание и основные характеристики бухгалтерского учета в коммерческом банке / Н. А. Калуцкая // Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем. – Белгород. - 2021. – С. 82-85.

УДК 657.1

# ПЛАН СЧЕТОВ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ РЕФОРМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

**КОДИРОВА ГУЛМО ТОЛИБОВНА**

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента,  
Академия государственного управления  
при Президенте Республики Таджикистан,  
г. Душанбе

**Аннотация.** Рассматриваются вопросы совершенствования плана счетов бухгалтерского учета хозяйствующих субъектов Республики Таджикистан. Подтверждается необходимость пересмотра состава плана счетов в целях достижения целей реформы национальной системы бухгалтерского учета.

**Ключевые слова:** план счетов, учетная политика, синтетические и аналитические счета, рабочий план счетов, объекты бухгалтерского учета.

## CHART OF ACCOUNTS AS A MEANS OF ACHIEVING THE GOALS OF ACCOUNTING REFORM IN THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

**Kodirova Gulmo Tolibovna**

**Annotation.** The issues of improving the chart of accounts of business entities of the Republic of Tajikistan are considered. The need to revise the composition of the chart of accounts in order to achieve the goals of reform of the national accounting system is confirmed.

**Key words:** chart of accounts, accounting policy, synthetic and analytical accounts, working chart of accounts, accounting objects.

Вопрос разработки плана счетов бухгалтерского учета широко раскрыт в литературе. Отметим лишь, что план счетов должен быть разработан детально и хорошо структурирован, чтобы обеспечить управленческие и аналитико-экономические службы предприятия необходимой информацией для проведения анализа его финансово-хозяйственной деятельности.

План счетов, наряду с тем, что является важным элементом учетной политики предприятия, выступает одним из организационно-методических факторов ведения бухгалтерского учета в любом хозяйствующем субъекте и в то же время представляет собой расширенный список объектов учета и их взаимоотношений, инструмент регулирования и реализации принципа двойной записи в бухгалтерском учете. Также в современных условиях Республики Таджикистан он является средством достижения целей реформирования национальной системы бухгалтерского учета.

Рабочий план счетов, как основной элемент учетной политики должен включать все синтетические и аналитические счета, а также субсчета в рамках особенностей деятельности предприятия – организационно-экономической структуры, виды деятельности, виды выпускаемой продукции, отраслевые особенности, состав подразделений, задачи и требования системы управления и другие аспекты его деятельности.

В рамках целей реформирования системы национального бухгалтерского учета одним из первых

шагов стало утверждение распоряжением Министерства финансов Республики Таджикистан от 5 марта 2004 года № 28 Плана счетов финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов и инструкции по его применению. Однако, как подтверждала практика ведения бухгалтерского учета в стране, этот документ не облегчил процесс перехода на МСФО. Напротив, среди бухгалтеров предприятий возросли проблемы, связанные с его применением. Сам план счетов имел много серьезных недостатков. Для некоторых объектов учета не были определены соответствующие счета. Методические указания, сопровождавшие данный план счетов, также содержали немало неясностей и стали причиной многих недоразумений среди бухгалтеров-практиков.

После принятия новой редакции Закона Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (2011 г.) разработаны и введены в действие распоряжением Министерства финансов Республики Таджикистан от 27 мая 2011 года, № 41 новый План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов и Методические указания по его применению [1]. В новый план счетов по сравнению с предыдущим (2004 года) были внесены существенные изменения, и главное, были устранены основные его недостатки.

Необходимо отметить, что все счета, представленные в официально утвержденном плане счетов, являются синтетическими счетами первого порядка. Хозяйствующие субъекты на его основе разрабатывают рабочий план счетов и утверждают его в учетной политике. Они в своем рабочем плане счетов могут включать субсчета (счета второго порядка) и аналитические счета (счета третьего порядка) для отдельных синтетических счетов.

Методические указания по применению плана счетов устанавливают единые подходы к использованию счетов, представленных в нем, и отражению хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета. В них дается краткая характеристика счетов, поясняется их структура и назначение, экономическое содержание отраженных в них хозяйственных операций, порядок отражения наиболее распространенных операций. При разработке учетной политики хозяйствующим субъектам следует учитывать, что принципы, правила и способы ведения бухгалтерского учета активов, обязательств, капитала, доходов и расходов, включая их признание, оценку и классификацию устанавливаются в соответствии с МСФО, национальными положениями по бухгалтерскому учету и другими нормативными документами.

Коллектив авторов в учебнике «Бухгалтерский финансовый учет» [2, с. 102-103] правильно объясняют структуру счетов плана счетов, действующего в настоящее время в стране. В нем все счета имеют условное обозначение - код, состоящий из 5 цифр: первая цифра соответствует порядковому номеру раздела плана счетов (1 - активы, 2 - обязательства, 3 - собственный капитал, 4 - операционные доходы, 5 - операционные расходы, 6 - доходы и расходы от неоперационной деятельности); следующие две цифры обозначают номер группы счетов в разделе (например, для счетов активов 01 - денежные средства в кассе, 02 - денежные средства в банке; для счетов обязательств 20 - торговая кредиторская задолженность, 21 - краткосрочные долговые обязательства; для счетов собственного капитала 30 - объявленный (уставный) капитал, 31 - добавочный капитал; для счетов операционных доходов 40 - доходы от операционной деятельности, 41 - доходы от биологических активов; для счетов операционных расходов 50 - себестоимость реализованных запасов, работ и услуг, 51 - расходы по производству биологических активов; для счетов доходов и расходов от внереализационной деятельности 60 - доходы от неоперационной деятельности, 61 - расходы от неоперационной деятельности; последние две цифры кода обозначают конкретный номер счета (например, для группы денежных средств в кассе 10 - денежные средства в национальной валюте).

Следует отметить, что в плане счетов все конкретные счета в конце кода имеют выражения типа 10, 20, ..., 90. То есть при необходимости существует возможность ввести дополнительные счета в свободные позиции между этими числами. Счета с двумя последними цифрами 00 в коде не являются конкретными счетами (10100 «Денежные средства в кассе», 22000 «Торговая кредиторская задолженность»). Они представляют собой группу счетов, каждый из которых соответствует отдельной статье в финансовой отчетности. Для определения остатков этих групп счетов суммируются остатки всех счетов внутри группы, затем они переносятся в финансовую отчетность.



В плане счетов также имеются счета, остатки по которым вычитаются при суммировании данных конкретных счетов группы и отображении их общей суммы в бухгалтерском балансе. Они называются контрарными счетами (например, счет 10430 «Резервы по сомнительным долгам» - для счета 10410 «Счета к получению является контрарным»).

Практическая реализация плана счетов бухгалтерского учета в Республике Таджикистан выявила необходимость его пересмотра. Исследователи наряду с его недостатков для целей финансового учета, что является его основной задачей [3], указывают также на необходимость пересмотра состава плана счетов и инструкции по его применению для достижения целей управленческого и налогового учета [4; 5]. При этом в своих публикациях авторы рекомендуют ввести отдельные счета по учету объектов бухгалтерского учета, для которых в плане счетов не предусмотрены счета для отражения операций с ними, используя имеющиеся в плане счетов возможности. В частности, авторы учебника «Бухгалтерский учет», рассматривая вопросы учета операций со специальными банковскими счетами, отмечает, что для учета расчетов чеками, аккредитивами и карт-счетами в плане счетов не предусмотрены соответствующие счета. Они рекомендуют предприятиям в своем рабочем плане счетов в составе группы счетов 10200 «Денежные средства в банке» включать счет 10260 «Специальные счета в банке» с отдельными счетами 10261 «Чековые книжки», 10262 «Аккредитивы», 10263 «Карт-счета». В книге также рассматриваются конкретные примеры использования этих счетов, которые бухгалтеры могут использовать их в качестве указания к применению [6, с. 171].

Таким образом, учет движения денежных средств, внесенных в чековые книжки, осуществляется на счете 10261 «Чековые книжки». Предприятия, использующие для расчетов чековые книжки, заранее выделяют часть средств на своих счетах для получения чековой книжки: Дебет 10261 «Чековые книжки» - Кредит 10210 «Счета в национальной валюте», 10220 «Счета в иностранной валюте в местных банках», 10230 «Счета в зарубежных банках», 22110 «Банковские кредиты, займы». При этом записи по кредиту счета 10261 «Чековые книжки» производятся на основании выписок из банковского счета, т.е. после оплаты чеков, выданных предприятием: Дебет 22010 «Счета к оплате», 22040 «Прочие счета к оплате» - Кредит 10261 «Чековые книжки».

Остаток счета 10261 «Чековые книжки» должен соответствовать выписке из банка. При возврате чековой книжки в банк ее неиспользованный остаток переводится на банковский счет, с которого была выдана чековая книжка: Дебет 10210 «Счета в национальной валюте», 10220 «Счета в иностранной валюте в местных банках», 10230 «Счета в зарубежных банках» - Кредит 10261 «Чековые книжки». Аналитический учет ведется по каждой чековой книжке.

На счете 10262 «Аккредитивы» отражаются операции по открытию аккредитива и совершению операций с ним. При открытии аккредитива по мере поступления денежных средств из конкретных источников (расчетный счет, валютный счет, банковский кредит) составляются следующие проводки: Дебет 10262 «Аккредитивы» - Кредит 10210 «Счета в национальной валюте», 10220 «Счета в иностранной валюте в местных банках», 10230 «Счета в зарубежных банках», 22110 «Банковские кредиты, займы». Средства представленного аккредитива направляются на покрытие задолженности перед поставщиками за полученную от них продукцию и услуги: Дебет 22010 «Счета к оплате» - Кредит 10262 «Аккредитивы». Услуги банка по предоставлению аккредитива рассматриваются как текущие расходы покупателя и включаются в состав прочих расходов: Дебет 55290 «Прочие реализационные расходы» - Кредит 10210 «Счета в национальной валюте». Закрытие аккредитива по истечении срока его действия осуществляется с одновременным переводом неиспользованного остатка на банковский счет или погашение банковского кредита в зависимости от источника, из которого он был предъявлен: Дебет 10210 «Счета в национальной валюте», 10220 «Счета в иностранной валюте в местных банках», 10230 «Счета в зарубежных банках», 22110 «Банковские кредиты, займы» - Кредит 10262 «Аккредитивы». Аналитический учет ведется по каждому предъявленному аккредитиву.

Учет денежных средств, выделенных на получении пластиковых (платежных) карт, может осуществляться на счете № 10263 «Карт-счета». При получении пластиковой карты составляется следующая проводка: Дебет 10263 «Карт-счета» - Кредит 10210 «Счета в национальной валюте». На основании полученных из банка выписок и первичных документов использование средств по пластиковым



картам отражается проводкой: Дебет 10521 «Дебиторская задолженность персонала по подотчетным суммам» - Кредит 10263 «Карт-счета». После подтверждения авансовых отчетов подотчетных лиц об использовании средств по пластиковым картам составляется проводка по дебету счетов материальных ценностей или расходов и кредиту счета 10521 «Дебиторская задолженность персонала по подотчетным суммам».

С.Ф. Низомов предлагает включить в действующий план счетов дополнительный восьмой раздел, который должен включать счета для целей управленческого учета и калькуляции себестоимости продукции [4]. Поддерживая данное предложение можно отметить, что в большинстве зарубежных стран такой раздел плана счетов существует.

Д.А. Розиев исследуя состав плана счетов с точки зрения его возможностей для управленческого учета, предлагает использовать синтетический счет 10730 «Незавершенное производство» для целей учета затрат на производство и калькуляции себестоимости продукции в управленческом учете [5]. Исследователь рекомендует расширить состав счета 10730 «Незавершенное производство» путем открытия следующих счетов второго порядка (субсчетов): 10731 «Основное производство», 10732 «Производство полуфабрикатов» (включая аналитические счета для отдельных видов полуфабрикатов), 10733 «Вспомогательное производство» (включая аналитические счета для отдельных видов вспомогательных производств), 10734 «Общепроизводственные расходы», 10735 «Общехозяйственные расходы», 10736 «Производство продукции из сырья и материалов заказчика» (включая аналитические счета для отдельных заказчиков), 10737 «Отходы производства» (включая аналитические счета для учета отдельных видов отходов - возвратным и необратимым отходам), 10738 «Брак в производстве» (включая аналитические счета для отдельных видов брака), 10739 «Обслуживающие производства и хозяйства» (включая аналитические счета для отдельных видов производств и хозяйств).

По нашему мнению, существует необходимость разработки и принятия плана счетов по-новому, где счета для целей финансового учета дополнены и выделены в отдельный раздел счета для управленческого учета. Однако до того, как будет принят план счетов в новой редакции, хозяйствующие субъекты могут использовать в своем рабочем плане счетов отдельные счета для отражения операций по учету затрат на производство и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг). Что касается финансового учета, то мы считаем, что в действующем плане счетов имеется возможность для ввода конкретных счетов в необходимых случаях, поскольку в нем предусмотрены резервные позиции практически по всем существующим разделам и группам.

#### Список источников

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов и Методические указания по применению плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов. – <http://minfin.tj>
2. Каримов Б.Х., Ойев Н.А., Бобиев И.А., Шоймардонов С.Қ. Баҳисобгирии муҳосибии молиявӣ. Китоби дарсӣ / Б.Х. Каримов, Н.А. Ойев, И.А. Бобиев, С.Қ. Шоймардонов. – Душанбе: Ирфон, 2016. – 550 с.
3. Каримов Б.Х., Каримиё, М.Б. Составление плана счетов бухгалтерского учета на основе МСФО / Б.Х. Каримов, М.Б. Каримиён // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2020. – № 7. - С. 76-83
4. Низомов С.Ф. Развитие методологии и организации управленческого учета в строительном комплексе (на примере Республики Таджикистан) / Дисс. на соис. уч. степ. докт. экон. наук. - Москва, 2011. - 360 с.
5. Розиев Д.А. Ташкили баҳисобгирии идоракунии харочот дар корхонаҳои саноати бофандагӣ: дисс. номз. илм. иқт.: 08.00.12 / Розиев Дилшод Астанақулович. – Душанбе: 2021. – 196 с.
6. Каримов Б.Х., Каримиён М.Б., Каримиён М.Б. Баҳисобгирии муҳосибӣ. Китоби дарсӣ / Б.Х. Каримов, М.Б. Каримиён, М.Б. Каримиён. – Душанбе: Ирфон, 2020. – 444 с.

УДК 657.1

# ВЗГЛЯД НА ИСТОРИЮ ИСЛАМСКОГО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

**КАРИМОВ БАХОДУР ХАСАНОВИЧ**

кандидат экономических наук,  
доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита,  
Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана,  
г. Душанбе

**Аннотация.** Большинство исследований по истории бухгалтерского учета, которые составляют содержание научных трудов и учебников в области бухгалтерского учета, выполнены европейскими учеными. Поэтому родиной бухгалтерского учета они называют Европу. Однако в данной статье автор выражает другой взгляд на этот вопрос.

**Ключевые слова:** исламская экономика, исламский бухгалтерский учет, исламские банки, финансовый кризис, исламские финансовые институты.

## A LOOK AT THE HISTORY OF ISLAMIC ACCOUNTING

**Karimov Bahodur Khasanovich**

**Annotation.** Most of the research on the history of accounting, which forms the content of scientific works and textbooks in the field of accounting, was carried out by European scientists. Therefore, they call Europe the birthplace of accounting. However, in this article the author expresses a different view on this issue.

**Key words:** Islamic economics, Islamic accounting, Islamic banks, financial crisis, Islamic financial institutions.

В работах отдельных исследователей бухгалтерского учета, в том числе европейских и американских упоминается о восточном происхождении бухгалтерской науки. При ознакомлении с их содержанием можно усомниться в том, что бухгалтерская наука зародилась в Европе.

Так, исследователи бухгалтерского учета Е.С. Хендриксен и М.Ф. Ван Бреда отмечают, что «Еще задолго до того, как Европа выбралась из звериных шкур и лачуг, на Среднем и Дальнем Востоке уже существовала развитая экономика» [1, с. 29]. Действительно, если существует развитое хозяйство, значит должна существовать и соответствующей этому система учета хозяйственных операций.

Таджикский ученый М. Шобеков отмечает, что «Распространение культуры Восточной цивилизации на Запад – это истина, которую теперь признают все исследователи истории стран Средней Азии. Археологические раскопки, проводимые на этой территории, подтверждают подлинность этой точки зрения. ... В дворцовом комплексе Топрек-Кала (Хорезм) были обнаружены 100 документов на пергаменте и 18 – на дереве. Как видно, содержание этих хозяйственных документов отражали отдельные события и совершившиеся факты хозяйственной деятельности. Предполагается, что системно сформировавшегося учета не было, а существовали, на наш взгляд, отдельные элементы приходно-расходного учета (инвентаризация, документация)» [2, с. 186].

Из содержания знаменитой книги Лука Пачоли «Сумма арифметики, геометрии, учения о пропорциях и отношениях» также можно сформулировать некоторые выводы о влиянии хозяйственной жизни Востока на учетную деятельность европейцев. Так, важным моментом, выдвинутым Пачоли в этой книге, является использование арабских цифр: «... написав год старинными цифрами (пояснение автора: имеется в виду буквами из латинского алфавита - MCCCCLXXXIII), чтобы было изящнее (хотя ничего

не значит, если бы ты желал написать другими цифрами)» [3, с. 31]. Написать «другими цифрами», Пачоли имел ввиду арабские цифры, однако он явно не указал на это, поскольку в его эпоху это считалось отчуждением от христианства, и было наказуемо (вспомним казнь Джордано Бруно и наказание Галилео Галилея, произошедшие в той же Италии чуть позже того времени, когда Пачоли написал вышеназванную книгу).

Историк экономики Альфред Либер, отмечая влияние экономического опыта стран Востока – исламской экономики на предпринимательскую деятельность европейцев, пишет: «Купцы из Италии и других европейских стран получили первое образование в использовании сложных методов ведения бизнеса у своих партнеров на противоположной стороне Средиземного моря; большинство из них были мусульманами, хотя некоторые были евреями или христианами» [4, с. 230]. По мнению Альфреда Либера, одним из очевидных результатов принятия торгового опыта европейцами из представителей стран Востока является большое количество слов арабского и персидского происхождения, которые были введены в коммерческую терминологию средневековой Европы. Автор приводит некоторые примеры таких терминов, хотя как он отмечает, европейское использование которых не обязательно совпадало с их первоначальным значением.

В начале IX века научным центром Арабского халифата (мусульманского теократического государства) был город Багдад. В научных центрах Багдада, помимо изучения и преподавания ислама, проводились научные работы в области естественных наук - математики, химии, технологии. Там была основана математическая школа, многие представители которой были уроженцами Фараруда (Центральной Азии) и Ирана. Одним из наиболее ярких представителей этой школы является таджик - Аль-Хорезми (Абу Абдулла Мухаммад ибн Муса Аль-Хорезми).

Аль-Хорезми родился в 783 году в городе Хива и получил хорошее начальное образование у великих ученых Моварованахра и Хорезма. Занимался он изучением индийской и греческой литературы. Уже зрелый ученый, в возрасте 36 лет в 819 году он отправился в Багдад. Там, во времена халифата Аль-Мамуна (813-833) Аль-Хорезми возглавлял научный центр «Дом мудрости» («Байт-аль-Хикмат»), где работали ученые из Египта, Моварованахра, Хорасана, Хорезма и других городов. В библиотеке Байт-аль-Хикмат было множество древних рукописей. Аль-Хорезми по просьбе Халифа-аль-Мамуна провел научно-исследовательскую работу по конструированию приборов для измерения объема и окружности Земли [5].

Аль-Хорезми является автором многих научных работ, в их числе «Книга об индийском счете» («Китаб-аль-джам-ва-т-тафрик-би-хисаб-аль-Хинд») и «Краткая книга восполнения и противопоставления» («Китаб-аль-мухтасар-фи-хисаб-аль-джабр-ва-ль-мукабала»), которые внесли значительный вклад в развитие научной мысли Средневековья. Научные результаты этих книг бесценны как для математической науки, так и для других естественных и гуманитарных наук. В 1983 году в Ташкенте издан русский перевод этих двух трудов в одной книге под названием «Мухаммад ибн Муса Аль-Хорезми. Математические трактаты».

Благодаря «Книге об индийском счете» в Халифате стали использовать числовые символы, которые сейчас называются арабскими цифрами (0, 1, 2, ..., 9). Очевидно, что на арабских цифрах основана десятичная система записи чисел. Аль-Хорезми в этом труде впервые представил системное выражение арифметики, основанной на десятичной системе счисления. После распространения в Халифате десятичной системы счета и арабских цифр к началу XVI века вся Европа уже перешла на десятичную систему счета и арабские цифры, предложенные Аль-Хорезми.

Латинский перевод «Книги об индийском счете» начинается с фразы «Dixit Algorizmi» («сказал Аль-Хорезми»), которая прославила имя автора, а слово «Algorizm» (алгоритм) сначала означало арифметику (раздел математики), а затем из математики перешло в современную науку – кибернетику.

В своей работе «Краткая книга восполнения и противопоставления» Аль-Хорезми представляет шесть основных типов уравнений и показывает методы их решения. Используя предложенное Аль-Хорезми понятие — «аль-джабр» с латинской транскрипцией, европейские ученые выразили под этим названием созданную ими науку решения квадратных и линейных уравнений, которая со временем превратилась в современную алгебру.

Таким образом, основы знаний в области учета, созданные народами Востока, распространились в Европе и во всем мире, затем на их основе зародилась доктрина под названием «Исламская экономика».

Распространение ислама на большую часть мира привело к тому, что сейчас исламские экономические идеи используются в большинстве стран. Основными представителями ранней школы исламской экономики являются первые известные ученые ислама, великие люди, в том числе таджик - Абу Ханифа ан-Нуман ибн Сабит Аль Куфи (699-767), ученик Абу Ханифы – Абу Юсуф Якуб ибн Ибрагим Аль Ансари (731-798), Ибн Хальдун (1332-1406) и другие.

Абу Ханифа известен в исламском мире как Имам Азам (Великий Предводитель). Своим огромным духовным наследием, включающим множество книг и сочинений, он заложил основу своего социально-экономического учения в исламе, получившего название «ханафитское учение». Его книга «Аль-Васия» («Завещание») является своеобразным научным трудом, изучающем наряду с философскими, правовыми и духовными вопросами, и экономические. В ней Великий Имам разъясняет понятие и процессы сбора основных налогов, установленных в исламе. Вместе с тем, он советует правителям своего времени использовать собранные налоги на общественные нужды, в том числе на ликвидацию бедности, на благо государства и стабильного развития общественного хозяйства, на подъем и восстановление хозяйственных отношений [6, с. 82]

В развитие идей исламской экономики велик вклад Абу Юсуфа - ученика Абу Ханифы. По велению халифа Харунаррашида (763-809), правившего Халифатом в 786-809 годах, он пишет «Книгу налогов» («Китаб-аль-Хирадж»), в которой собран свод правил, регулирующих финансовые вопросы Халифата, показаны различные источники и способы пополнения государственной казны в соответствии с исламским правом и мусульманскими традициями - сунны. Заслугой Абу Юсуф в науке о налогах является разработка трех основных в налогообложении принципов, сохранивших свою актуальность до сегодняшнего дня: 1) способность налогоплательщика платить налоги; 2) сбор налогов в удобное для налогоплательщика время; 3) централизация налогового администрирования.

Одним из ярких представителей средневековой исламской экономической школы был Абу Зайд Абд ар-Рахман ибн Мухаммад аль-Хадрами (1332-1406), широко известный как Ибн Хальдун. В своих научных трудах он открыл и предложил многие экономические законы, которые столетия спустя были официально признаны в Европе. Ибн Хальдун был первым, кто систематически проанализировал функционирование экономики, важность технологий, специализации и внешней торговли для экономического излишка, а также роль правительства и его политики стабилизации в увеличении производства и занятости. Более того, Ибн Хальдун занимался проблемой оптимального налогообложения, минимальных государственных услуг, стимулов, институциональных рамок, закона и порядка, ожиданий, производства и теории стоимости. В своем историческом труде «Аль-Мукаддима» Ибн Хальдун проанализировал экономические причины развития и застоя стран. Он сосредоточился на сокращении государственных расходов на армию и был против налогообложения и тарифов, которые препятствовали торговле и производству. По его мнению, в тех странах, где государство вмешивается в торговлю и производство, неизбежно относительное сокращение благ и экономический застой. Ибн Хальдун считал эти и другие экономические принципы главным условием построения цивилизованного общества [7].

Почти за триста лет до Адама Смита Ибн Хальдун указал на тот факт, что разделение труда является основным источником экономического излишка. Для Ибн Хальдуна было ясно, что разделение труда становится источником экономического излишка благодаря кооперации и координации факторов производства. И как отметил турецкий ученый С.К. Караташ, «частичная интерпретация этого излишка привела Рикардо и Маркса к выводу об эксплуатации рабочего класса. Другими словами, Рикардо и Карл Маркс являются не очень прилежными учениками Ибн Хальдуна, частично интерпретируя его последовательную общую теорию экономического излишка. Это заблуждение и частичная слепота привели Маркса к утверждению, что труд сам по себе является производительным» [7]. Рикардо и Маркс считали, что труд является единственным источником стоимости, поэтому прибыль, получаемой капиталистом, является признаком эксплуатации наемных работников. Однако Ибн Хальдун считал, что продуктивной деятельностью занимаются не только работники, но и предприниматели в лице работо-



дателей, от которых зависит рост эффективности производства. Поэтому утверждение об эксплуатации работников является ошибочным.

За пятьсот лет до того, как Джон Мейнард Кейнс утвердил важность избыточного спроса для увеличения производства и занятости, Ибн Хальдуном была сформулирована концепция роли правительства в политике стабилизации экономики через создание избыточного спроса. Поэтому некоторые авторы считают Ибн Хальдуна одним из основоположников современной экономической теории, так как «труды ибн Хальдуна по экономике актуальны вечно и особенно в XXI веке, охваченном финансовой экономикой, в веке информационной цивилизации» [8, с. 20].

Изучение трудов исследователей исламского мира показывает, что основным недостатком работ, в которых обсуждались вопросы экономики и бухгалтерского учета, является их общий характер. Они включали все аспекты исламской жизни и цивилизации, философию, другие религиозные и светские науки, но отдельных работ, посвященных экономическим вопросам, не было. Такие вопросы исследовались наряду с другими общественными вопросами.

Сегодня, в эпоху глобализации экономики и проблем, вызванных финансовым кризисом, большинство ученых-бухгалтеров считают, что идеи и подходы, заложенные в традиционных системах бухгалтерского учета, не могут адекватно выполнять свою миссию в современную экономику и науку. Соответственно, возрос интерес к использованию других подходов и моделей бухгалтерского учета. Взгляды ученых меняются, они обращают внимание на применение исламской модели бухгалтерского учета, которая уже сложилась в большинстве стран исламского мира.

Некоторые ученые отмечают о возрастании интереса к исламской экономике и исламскому бухгалтерскому учету. Наши исследования показали, что зарождению и первоначальному развитию исламского бухгалтерского учета более тысячи лет и современный процесс обращения к его правилам можно считать периодом его возрождения. Если быть точнее, современный период возрождения исламской системы учета начинается в 1980-х годах, после кризиса на нефтяном рынке и необходимости ликвидации избыточных источников банковского капитала. Именно банки первыми проявили интерес к возрождению исламской системы бухгалтерского учета. В разгар мирового финансового кризиса, в 2009 году, исламские банки получили стабильную 15-процентную прибыль и увеличили свое присутствие в мире на 40 процентов - до одного триллиона долларов США. Фондовый рынок, контролируемый ими, меньше всего пострадал от финансового кризиса [9, с. 103].

Традиционные системы бухгалтерского учета не учитывают уникальные особенности исламских финансовых институтов, поэтому страны исламского мира разрабатывают и внедряют собственные стандарты бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Однако до сих пор не существует единой концепции исламского бухгалтерского учета. Это связано с тем, что в каждом исламском государстве сформировался особый взгляд на исламские правила и законы, в результате чего финансовые операции трактуются по-разному, «разное понимание требований шариата стало основной преградой для формирования универсальной наднациональной системы исламского учета» [10, с. 1758].

История современной исламской системы бухгалтерского учета совпадает с историей создания исламских финансовых институтов. В 1963 году Ахмед бин Наджар первым в Египте разработал теоретические основы первого исламского банка, затем были созданы первые исламские банки. Именно образование исламских банков и других финансовых институтов создало необходимость в соответствующей им системе бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Принимая во внимание эту необходимость, 27 марта 1991 года в Бахрейне была создана первая Организация бухгалтерского учета и аудита исламских финансовых институтов (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions). Эта организация является некоммерческой структурой и ее основной целью является создание системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности для исламских финансовых институтов и разработка исламских стандартов финансовой отчетности.

Основным правилом исламской системы бухгалтерского учета является запрет на незаконные доходы и некоторые другие виды деятельности. Результаты экономической деятельности не должны быть получены путем насилия, обмана, мошенничества, давления и притеснения других лиц. В Исламе запрещено получать проценты по кредитам и дивиденды.

Исламский бухгалтерский учет можно определить, как модель, которая позволяет не только предоставлять пользователю точную информацию в виде различных финансовых показателей, но и информировать заинтересованные стороны о том, что субъект предпринимательства осуществляет свою экономическую деятельность, социальные и экономические функции в соответствии с исламскими требованиями. Такой способ представления информации особенно важен для субъектов предпринимательства, работающих с исламскими финансовыми институтами.

Тенденции развития общества в последние годы свидетельствуют о том, что возрастает влияние религии в процессах принятия решений управления экономикой. Особенно это касается экономических субъектов, владельцы и влиятельные лица которых поддерживают ислам, часто предлагают свои товары и услуги мусульманам или действуют в исламской среде. Чтобы привлечь дополнительных клиентов, некоторые светские банки также переняли практику предоставления исламских финансовых услуг.

#### Список источников

1. Хендриксен Э.С., Ван Бреда М.Ф. Теория бухгалтерского учета: Пер. с англ. / Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 576 с.
2. Шобеков М. Генезис культуры государственного управления и организация учета в государстве Саманидов / М. Шобеков // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2022. - № 5. – С. 186-192
3. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
4. Lieber A.E. Eastern Business Practices and Medieval European Commerce // Economic History Review. – 1968. – № 2. – P. 230-243
5. Аль-Хорезми – отец алгебры [Электронный источник] / Режим доступа: URL: <https://islam.plus/ru/civilizaciya/personalii/al-horezmi-otec-algebrы>
6. Абдукадыров Х. Социально-экономические взгляды ханафитского мазхаба / Х. Абдукадыров // Вестник ТГУПБП. – 2009. - № 3. – с. 81-84
7. Karatas S.C. The Economic Theory of Ibn Khaldun and Rise and Fall of Nations / S.C. Karatas [Electronic resource] / Access mode: URL: <https://muslimheritage.com/the-economic-theory-of-ibn-khaldun-and-the-rise-and-fall-of-nations/>
8. Кочетов В.В. Теория социальной экономики: монография / В.В. Кочетов. – М.: ООО «Директ-Медиа», 2020. – 280 с.
9. Миронцева А.В., Медведева Е.В. Исламская модель: причины кризиса, учет / А.В. Миронцева, Е.В. Медведева / Анализ общественных явлений в 2015 г. Построение прогнозов / Сборник материалов международной научно-практической конференции (Москва, 28 декабря 2015 года). – М.: «Научный консультант», 2016. – С. 102-105
10. Арчакова-Ужахова М.Б. Исламский бухгалтерский учет как antecedent современной учетной модели: становление и развитие в VII-XII вв. н.э. // Российское предпринимательство. – 2018. - Том 19. - № 5. – С. 1755-1764

УДК 330

# ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

**ГУСЕВА ЕВГЕНИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА**

студент

ФГБОУ ВО Новосибирский государственный технический университет»

**Научный руководитель: Жукова Татьяна Владимировна**

к.э.н, доцент

ФГБОУ ВО Новосибирский государственный технический университет»

**Аннотация:** в данной статье рассмотрены подходы к формированию учетной политики, а также цели, задачи, понятие и важность учетной политики для организации. Также рассмотрены литературные источники по учетной политике.

**Ключевые слова:** учетная политика, бухгалтерский учет, организация, международные стандарты бухгалтерского учета.

## APPROACHES TO THE FORMATION OF ACCOUNTING POLICY

**Guseva Evgeniya Vyacheslavovna***Scientific adviser: Zhukova Tatyana Vladimirovna*

**Abstract:** this article discusses approaches to the formation of accounting policy, as well as goals, objectives, the concept and importance of accounting policy for the organization. The literature sources on accounting policy are also considered.

**Key words:** accounting policy, accounting, organization, international accounting standards.

На современном этапе развития бухгалтерского учета в Российской Федерации происходит сближение международных и отечественных стандартов бухгалтерского учета, также это происходит и в понимании и формировании учётной политики.

Учётная политика является единым сводом правил учётной деятельности предприятий и должна отражать изменение законодательства, что в свою очередь влияет на показатели деятельности коммерческих организаций.

Трактовка учётной политики согласно ПБУ 1/2008 заключается в том, что учётная политика является основным нормативным правовым актом, который регулирует способы и определения составления бухгалтерская отчётности организации. Согласно данному положению по бухгалтерскому учёту в учётной политике закреплена вся совокупность способов ведения бухгалтерского учёта, а именно первичного наблюдения, стоимостные измерения, группировка фактов хозяйственной жизни и их итоговое обобщение. Согласно международным стандартам бухгалтерского учёта, который также содержит определение учётной политики в 8 IAS, учётная политика выступает как закреплённые принципы, соглашение, правила, основы и практика, принятых в организации для подготовки и предоставления финансовой отчётности, а также для ведения и обобщение результатов фактов хозяйственной жизни организации.

Многие авторы занимались изучением принципов формирования учётной политики и предостав-



ляли собственные точки зрения на изучаемые аспекты учётной политики, в таблице представим группировку литературных источников. (табл.1)

Таблица 1

**Группировка литературных источников по изучаемым аспектам учетной политики**

Точки зрения изучаемых аспектов учетной политики	Представители
Исторический аспект формирования понимания учетной политики	А.С.Бакаев, Л.З.Шнейдман , Т.Ю.Дружиловская
Моделирование учетного процесса и формирование учетной политики	В.П.Астахов , Ю.А. Бабаев, С.А.Бороненкова, А.В.Волочек , В.Б.Гуккаев, Я.В.Соколов
Сравнение отечественного и международного подхода к формированию учетной политики	В.Г. Гельтман , С.А.Николаева, И.Ю.Никонова , Е.Г.Шредер
Подходы к пониманию учетной политики и нормативно-правовому регулированию	Р.А. Алборов , И.В. Анциферов, О.В. Баскакова
Совершенствование учетной политики	И.А.Рябова, Н.А. Ножкина , А.Б.Тлисова

Таким образом, учетная политика является объектом всестороннего изучения, а различным аспектам ее становления, составления, развития и совершенствования посвящено множество научных трудов.

Рассмотрев различные точки зрения изучаемых аспектов учётной политики различных представителей представим цели и задачи формирования учётной политики. Цель учётной политики состоит в формировании основы для ведения бухгалтерского учёта, а также основы для формирования бухгалтерской отчётности. В зависимости от целей учётной политики, учётную политику разделяют на несколько видов: учётная политика для целей бухгалтерского учёта, учётная политика для целей управленческих, и учётная политика для целей налогового учёта. Для каждого из видов учётной политики выделяют свои Особенности формирования учётной политики, в которой выделяются основные моменты необходимые для ведения учёта, и составления отчётности. Также выделяют учётную политику для формирования отчётности по российским стандартам учёта и по международным стандартам.

Задачами учётной политики являются соблюдение предприятий права на выбор варианта учёта, а также необходимость закрепления вариативных методов учёта.

Базовые постулаты, в принципе бухгалтерского учета, основные понятия, используемые в нормативно-правовых актах, в стандартах и в положениях бухгалтерского учета являются основой для формирования учётной политики. Также основой для формирования учётной политики служат методические наполнение, которые представляют собой методы ведения бухгалтерского, налогового учёта, а также рекомендации по раскрытию информации в отчётности согласно методическим указаниям бухгалтерского и налогового учёта.

На современном этапе развития бухгалтерского учёта, учётная политика представляет собой один из важнейших документов в каждой организации, которая закрепляют в себя применяемые правила и методы бухгалтерского учёта основных операций, активов и обязательств, а также доходов и расходов организации. С помощью анализа учётной политики в разрезе налогового и бухгалтерского учёта можно определить сумму разницы в доходах и расходах организации по двум направлениям: бухгалтерскому и налоговому, каждая организация должна стремиться к оптимизации налогового бремени, а также сокращению разницы между бухгалтерским и налоговым учётом.

В современном мире замечено тенденция перехода нормативно-правового регулирования бухгалтерского учёта с российских стандартов на Международной, тем самым внедрение новых стандартов приводит к увеличению значимости и необходимости применять профессиональное суждение при формировании учётной политики, следовательно, в ближайшем будущем количество элементов учётной политики будет увеличиваться.

На данный момент в Российской практике принято иметь два вида учётной политики: в целях налогообложения и целях бухгалтерского учета. В МСФО учётная политика является документом, который регулируют правила отражения операций, которые оказывают влияние на формирование пока-

зателей налоговой отчетности. Данное различие обусловлено существующими различиями в бухгалтерском и налоговом учёте, происходящими из-за различий нормативного регулирования хозяйственных процессов деятельности предприятия, например в признании расходов.

В учётной политике для целей бухгалтерского учёта содержится организационные и методологические аспекты бухгалтерского учета, в состав организационных аспектов включены формы первичных документов, ответственные заведения бухгалтерского учёта, правила документооборота и технологии обработки учетной информации, методы и способы контроля за хозяйственными операциями, порядок проведения инвентаризации, рабочий план счетов. Методологические аспекты включают в себя вариативные способы ведения бухгалтерского учёта применяемые в организации, таким образом с помощью учетной политики организация закрепляет за собой варианты начисления амортизации, порядок отражения на счетах операции по приобретению и списанию материалов, метод оценки производственных запасов и варианты учёта затрат на производство, а также варианты списания общепроизводственных и общехозяйственных расходов, также в учётной политике закрепляется перечень и методика создания резервов. Таким образом, важность учётной политики заключается в закреплении принципов ведения бухгалтерского учёта.

Необходимо также указать, что в 2022 г. введен в действие ФСБУ 27/2021 «Документы и документооборот». Введение данного нормативно-правового акта имеет существенное влияние на формирование учетной политики. В том числе, например, ФСБУ 27/21 содержит формат графика документооборота, который является неотъемлемой составляющей учетной политики предприятия. В связи с этим можно сделать вывод о продолжающемся процессе развития и трансформации учетной политики и в качестве объекта исследования, и в качестве элемента учетной системы коммерческих организаций.

Таким образом, предпосылкой возникновения учетной политики является законодательное закрепление положений, методов и способов ведения учета хозяйственных операций на уровне организации, способствующих эффективным показателям ведения финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта. Современная учетная политика предусматривает применение профессионального суждения бухгалтера в выборе методов и способов ведения бухгалтерского учета. Поэтому на данный момент основными проблемами, которые требуют разработки методических указаний являются указания о порядке отражения в бухгалтерском учёте и отчетности последствий изменения учетной политики.

#### **Список источников**

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справ.-правовая система. - Москва, 1992-2023. – Загл. с экрана.
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 г. № 217н) ред. от 14.12.2020 № 304н. [Электронный ресурс]// Консультант Плюс: справ.-правовая система. - Москва, 1992-2023. – Загл. с экрана.
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) [Электронный ресурс]// Консультант Плюс: справ.- правовая система. - Москва, 1992-2023. – . с экрана.
4. Приказ Минфина России от 16.04.2021 N 62н (ред. от 23.12.2021) "Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 27/2021 "Документы и документооборот в бухгалтерском учете" (Зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2021 N 63814) // Консультант Плюс: справ.-правовая система. - Москва, 1992-2023.–Загл. с экрана.
5. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 07.02.2020) "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету" (вместе с "Положением по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008)", "Положением по бухгалтерскому учету "Изменения оценочных значений" (ПБУ 21/2008)") (Зарегистрировано в Минюсте России 27.10.2008 N 12522)

УДК 657.075

# УЧЕТ РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

**БОГОМОЛОВА ЛЮДМИЛА ЮРЬЕВНА,**

ст. преподаватель

**ИРАЛИЕВА ЭЛИНА БИБИХАТОВНА**

студент

ГБОУ ВО «Астраханский государственный архитектурно-строительный университет»

**Аннотация:** Рассмотрено понятие «заработная плата» теоретические основы оплаты труда, формулы расчета заработной платы, синтетический и аналитический учет расчетов с персоналом по оплате труда, а также различные виды удержаний из заработной платы.

**Ключевые слова:** заработная плата, виды, формы и системы оплаты труда, синтетический и аналитический учет расчетов по оплате труда, начисление заработной платы и удержания и выплаты из нее.

## ACCOUNTING FOR PAYMENT CALCULATIONS

**Bogomolova Lyudmila Yurievna,****Iralieva Elina Bibikhatovna**

**Annotation.** The concept of “wages”, the theoretical foundations of remuneration, formulas for calculating wages, synthetic and analytical accounting of calculations by payroll personnel, as well as various types of deductions from wages are examined.

**Key words:** wages, types, forms and systems of remuneration, synthetic and analytical accounting of wage calculations, calculation of wages and deductions and payments from it.

Конечной целью деятельности каждого предприятия является снижение себестоимости продукции, увеличение прибыли и рентабельности. Процесс любой хозяйственной деятельности, особенно процесс производства, связан с затратами не только овеществленного, но и живого труда.

Организация труда является одним из первых аспектов экономической политики государства по нескольким причинам[1, с.4]:

1. Эффективное использование ресурсов: Организация труда позволяет гарантировать эффективное использование ресурсов, таких как трудовые ресурсы, материалы и время. Это может включать оптимизацию рабочих процессов, предоставление необходимого оборудования и инфраструктуры, улучшение условий работы и многое другое.

2. Рост производительности труда: Организация труда направлена на повышение производительности работников и улучшение качества выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Это может быть достигнуто через профессиональную подготовку и обучение работников, использование новых технологий, стимулирование их мотивации и т.д.

3. Социальная стабильность: Хорошо организованная и справедливая организация труда способствует социальной стабильности в обществе. Наличие рабочих мест, справедливая оплата труда, гарантии социальной защиты работников - все это влияет на уровень благополучия и удовлетворенности граждан, что в свою очередь снижает социальную напряженность и риск социальных конфликтов.

4. Повышение конкурентоспособности: Сильная организация труда может способствовать повышению конкурентоспособности государства на международной арене. Улучшение качества продукции и услуг, уменьшение затрат на производство, развитие новых технологий - все это может сделать экономику страны более конкурентоспособной и привлекательной для инвесторов.

Таким образом, организация труда занимает важное место в экономической политике государства, поскольку она напрямую влияет на производительность, конкурентоспособность и социальную стабильность страны.

Оплата труда - это сумма денег или компенсаций, которую работник получает за свой труд. Она может быть определена как денежное вознаграждение, выплачиваемое работодателем за предоставление рабочей силы, участие в процессе производства или предоставление определенных услуг.

1. Заработная плата: это денежная сумма, которую работник получает за определенный период времени (час, день, неделю, месяц) в соответствии с установленными тарифными ставками или соглашениями о заработной плате.

2. Оклад: это фиксированная сумма денег, выплачиваемая работнику за выполнение своих обязанностей независимо от продолжительности рабочего времени. Оклад может быть указан на постоянной основе или на временной основе.

3. Премии и бонусы: это дополнительные денежные вознаграждения, выплачиваемые работнику за достижение определенных целей, высокую производительность труда или особый вклад в развитие компании.

4. Компенсации: это дополнительные денежные или неденежные пособия, предоставляемые работнику для возмещения затрат или компенсации особых условий труда (например, компенсация за работу в ночное время, компенсация за работы в выходные и праздничные дни, компенсация за командировки и т. д.).

5. Натуральное вознаграждение: это форма оплаты труда, при которой работнику предоставляются товары или услуги вместо денег, например, путевка на отдых, продукты питания, жилье, автомобиль и т. д.

6. Пособия и социальные преимущества: это дополнительные выплаты или преимущества, предоставляемые работнику в рамках социального пакета, такие как медицинское страхование, пенсионное обеспечение, оплата больничного и отпуска, компенсация на случай увольнения и т. д.

Для того, чтобы получить углубленное представление об учете труда и его оплаты необходимо изучить состав фонда оплаты труда, документальное оформление операций по оплате труда, порядок включения затрат на оплату труда в себестоимость продукции и другие аспекты учета.

Задачами учета использования трудовых ресурсов и расчетов с рабочими и служащими являются: правильное отражение движения численности работающих и контроль за соблюдением штатной дисциплины; определение количества и качества труда, затраченного каждым работником предприятия, и начисление заработной платы.

Основные нормативные документы, регулирующие бухгалтерский учет расчетов с персоналом по оплате труда, включают следующие:

1. Трудовой Кодекс Российской Федерации – основной нормативный документ, который определяет права и обязанности работников и работодателей. В нем содержатся положения, касающиеся оплаты труда, выплат, доплат, надбавок, компенсаций и прочих вознаграждений работникам.

2. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" – определяет принципы бухгалтерского учета в России. В нем содержатся требования к оформлению документов по оплате труда, учету заработной платы, начислению и удержанию налогов и взносов.

3. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30.12.2013 № 829н "Об утверждении Правил проведения предварительного, текущего и итогового контроля расчетов по начислениям, связанным с оплатой труда, к начислениям заработной платы и иным выплатам, осуществляемым за счет средств федерального бюджета" – устанавливает правила проведения контроля расчетов по начислениям заработной платы и другим выплатам, осуществляемым за счет средств федерального бюджета.

4. Методические рекомендации по оплате труда – разработанные Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации, они содержат практические рекомендации по определению заработной платы, учету и начислению всех видов вознаграждений, причитающихся работникам.

5. Нормативные акты Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации –

содержат требования к предоставлению статистической отчетности о расчетах с персоналом по оплате труда.

Эти и другие нормативные документы обеспечивают правильность и прозрачность бухгалтерского учета расчетов с персоналом по оплате труда. Необходимо учитывать, что данная информация может быть изменена, поэтому рекомендуется ознакомиться с актуальными нормативными документами в каждый конкретный момент времени.

Виды заработной платы могут различаться в зависимости от различных факторов, таких как географическое расположение, отрасль деятельности и уровень должности. Однако, основные виды заработной платы включают [3, с. 25]:

1. Фиксированная заработная плата: это тип заработной платы, когда сумма выплаты остается неизменной в течение определенного периода времени. Например, работник может получать фиксированную ежемесячную зарплату без учета количества рабочих часов или выполненных задач.

2. Почасовая заработная плата: в этом случае заработная плата определяется на часовой основе. Работник получает заработную плату исходя из количества рабочих часов, отработанных им за определенный период времени. Такой вид заработной платы часто используется для сезонных работ или для тех работников, часы работы которых непостоянны.

3. Премияльная заработная плата: это вид заработной платы, когда часть выплат зависит от достижения определенных целей, качества работы или производительности сотрудника. Премии могут быть выплачены в виде процентов от выручки или в виде фиксированной суммы.

4. Сдельная заработная плата: в этом случае заработная плата рассчитывается на основе объема выполненной работы или продукции. Работник получает определенную сумму за каждую единицу работы или товара, который он производит.

5. Комиссионная заработная плата: данный вид заработной платы применяется в сфере продаж, где часть заработка сотрудника зависит от объема продаж или сделок, совершенных им. Часто комиссионная заработная плата является комбинацией фиксированной базовой ставки и процентной комиссии от продаж.

6. Бонусная заработная плата: это дополнительная сумма, выплачиваемая работнику в качестве поощрения за выдающуюся работу, достижения определенных целей или внесения значимого вклада в компанию. Бонусы могут быть выплачены единоразово или периодически, в зависимости от политики компании.

7. Натуральная заработная плата: в редких случаях сотрудник может получать часть своей заработной платы в натуральной форме, в виде продуктов или услуг, предоставляемых компанией. Этот вид заработной платы часто используется в отраслях, где продукция или услуги компании могут быть использованы сотрудником. Такой вид заработной платы также может быть предоставлен в качестве дополнительного льготного пакета для сотрудников.

Важно отметить, что виды заработной платы и их распределение могут быть различными в разных странах и организациях. Также они могут быть регулируемы законодательством и коллективными договорами.

Системы заработной платы могут быть классифицированы по способу расчета и распределения заработной платы:

1. Ставочная система: работнику назначается определенная ставка, которая зависит от типа работы, квалификации, опыта и других факторов. Заработная плата устанавливается заранее и не меняется в течение определенного периода времени.

2. Прогрессивная система: в этой системе заработная плата изменяется в зависимости от достижений работника. Он может получать повышение ставки или премии при достижении определенных целей или повышении квалификации.

3. Групповая система: работники получают одну и ту же ставку за выполнение определенного типа работы или входя в определенную группу работников. Это может быть применено, например, в случае рабочей группы, где работники выполняют одинаковые задачи.

4. Процентный метод: работнику выплачивается определенный процент от прибыли, которую он



сгенерировал для организации. Этот метод в основном используется в предприятиях со свободными предпринимателями или собственниками бизнеса.

Кроме того, некоторые организации могут использовать сочетание разных форм и систем заработной платы для создания более гибкой и мотивирующей системы вознаграждения для своих работников.

Формы первичных документов по учету рабочего времени:

1. Табель учета рабочего времени - документ, содержащий информацию о рабочем времени каждого работника за определенный период. В таблице указывается дата, фамилия работника, его должность, отработанное время, а также информация о начисленных и использованных отпусках, нерабочих днях и прочих отсутствиях.

2. Удостоверение о рабочем времени - документ, выдаваемый работнику на его имя и содержащий информацию о его графике работы, периоде времени, за который работник является графиком работы, а также информацию о возможных изменениях в графике работы.

Формы первичных документов по расчетам по оплате труда[4,с.28]:

1. Трудовой договор - документ, заключаемый между работником и работодателем и содержащий условия труда, включая размер заработной платы, порядок и условия ее выплаты, права и обязанности сторон и прочую информацию, связанную с оплатой труда.

2. Расчетный листок - документ, содержащий информацию о заработной плате работника за определенный период. В расчетном листке указывается размер заработной платы, начисления и удержания, связанные с оплатой труда, а также сумма, выплачиваемая работнику.

3. Справка по заработной плате - документ, содержащий информацию о заработной плате работника за определенный период. В справке указывается размер заработной платы, начисленные и удержанные суммы, а также возможные компенсации и доплаты.

4. Приказ о начислении заработной платы - документ, выдаваемый работодателем и содержащий информацию о начисленной заработной плате каждого работника за определенный период. В приказе указывается фамилия работника, его должность, размер заработной платы, начисленные и удержанные суммы.

В каждой организации формы первичных документов по учету рабочего времени и расчетов по оплате труда могут отличаться в зависимости от внутренних правил и политики компании.

Синтетический учет расчетов с персоналом по оплате труда предполагает ведение учетной записи совокупной информации о заработной плате, начислениях и удержаниях персонала. Ниже приведена детальная расшифровка этого учета:

1. Заработная плата:

– Заработная плата является основной составляющей оплаты труда и включает фиксированные и переменные величины, начисляемые работникам за выполненную ими работу.

– Фиксированная часть зарплаты обычно фиксируется в трудовом договоре и выплачивается работнику постоянно каждый рабочий период (неделю, месяц, квартал, год).

– Переменная часть зарплаты зависит от результативности работы работника и может быть выплачена в виде премий, бонусов или комиссионных. Размер выплаты переменной части зарплаты обычно определяется на основании стандартов производительности или согласовывается на начальном этапе работы.

Основной счет учета расчетов с персоналом по оплате труда:

Счет 70 "Расчеты с персоналом по оплате труда" - отражает начисления заработной платы и удержания с заработной платы.

2. Начисления:

– Начисления включают в себя дополнительные выплаты работникам, такие как отпускные, больничные, компенсации и социальные льготы.

– Отпускные начисляются работникам в соответствии с законодательством и трудовым договором. Обычно они составляют определенный процент от фиксированной зарплаты и выплачиваются перед началом отпуска.

– Больничные начисляются работникам в случае временной нетрудоспособности и выплачиваются на основе медицинского заключения. Обычно они составляют определенный процент от фиксированной зарплаты и выплачиваются на протяжении всего периода болезни.

– Компенсации и социальные льготы могут включать выплаты в связи с работой в определенных условиях, например, работа в опасных условиях или в регионах с ограниченной доступностью.

Бухгалтерские проводки по начислению заработной платы сотрудникам:

Дебет: Счет 20,23,25,26,44

Кредит: Счет 70 "Расчеты с персоналом по оплате труда"

### 3. Удержания:

– Удержания включают в себя суммы, вычитаемые из зарплаты работников, такие как налоги на доходы, обязательные страховые взносы и другие законодательно предусмотренные платежи.

– Налоги на доходы взимаются в соответствии с законодательством, и сумма налоговых удержаний зависит от уровня дохода работника.

– Обязательные страховые взносы могут включать взносы в пенсионные фонды, медицинские страховки и другие социальные программы, предоставляемые правительством.

– Другие удержания могут включать в себя выплаты по кредитам или задолженности работника по обязательствам перед предприятием.

Бухгалтерские проводки по учету удержаний налогов и страховых взносов:

Дебет: Счет 70 "Расчеты с персоналом по оплате труда"

Кредит: Счет 68.1 "Расчеты по налогам и сборам"

Бухгалтерская проводка по учету отчислений на социальные нужды:

Дебет: Счет 20 (23, 25, 26, 44) -счета, относящиеся к документам учета затрат

Кредит: Счет 69 "Расчет по соц. страхованию и обеспечению"

Синтетический учет расчетов с персоналом по оплате труда позволяет предоставить обобщенную информацию о всех составляющих оплаты труда, начислениях и удержаниях по каждому сотруднику и в целом для предприятия. Это помогает контролировать затраты на персонал и соблюдать требования трудового законодательства и налогового законодательства.

Аналитический учет заработной платы в организации представляет собой систематическую и детальную запись о всех выплатах, связанных с оплатой труда работников. Он основывается на анализе и учете всех факторов, влияющих на формирование заработной платы и ее составляющих. Аналитический учет заработной платы предоставляет полную и достоверную информацию о затратах организации на оплату труда, позволяет анализировать их эффективность, принимать управленческие решения по оптимизации затрат и повышению эффективности использования персонала. Также он является основой для формирования отчетности, включающей данные о заработной плате.

На предприятиях могут возникать различные проблемы в бухгалтерском учете оплаты труда. Некоторые из них включают в себя:

1. Неправильное начисление заработной платы: Необходимо точно рассчитать и начислить оплату труда каждого работника в соответствии с действующим законодательством, количеством отработанных часов, ставкой оплаты и другими факторами. Ошибки в расчетах могут привести к недостаткам или переплатам.

2. Несоответствие требованиям налогообложения: Бухгалтерский учет оплаты труда должен соответствовать требованиям налогового кодекса и законодательству по начислению налогов и отчислений. Если учет не соответствует этим требованиям, предприятие может столкнуться с штрафами или другими юридическими проблемами.

4. Неправильное учет расходов на оплату труда: Некоторые расходы на оплату труда могут быть неправильно учтены или не учтены вообще, что может исказить финансовую отчетность предприятия.

5. Недостаточная контроль за учетом оплаты труда: Если в организации отсутствует достаточный контроль за учетом оплаты труда, это может привести к мошенничеству и необоснованному росту затрат на оплату труда.

6. Некорректное составление отчетов: Некорректное составление отчетов по оплате труда может



привести к неправильной информации о затратах на оплату труда и искажению финансовой отчетности предприятия.

Для предотвращения этих проблем необходимо уделять достаточное внимание и контроль бухгалтерскому учету оплаты труда, автоматизировать процессы и использовать современные программные средства, а также обеспечить квалифицированных специалистов, имеющих знания в области бухгалтерии и налогообложения труда.

Таким образом, можно сделать вывод, организация оплаты труда является одной из ведущих тем в организации деятельности предприятия, на котором основывается вся производственная и управленческая структура, а также влияет на производительность труда.

Заработная плата является дисциплинарным инструментом стимулирования и наказания работников. Эффективность деятельности предприятия зависит от уровня заработной платы и своевременности ее выплаты. От равности оплаты труда и фактической ее выплаты сотруднику зависит объем социального пакета

#### **Список источников**

1. Бухгалтерский учет: пособие для студентов вузов, обучающихся специальности "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Л. Т. Гиляровская, Д. А. Ендовицкий, А. А. Соколов [и др.]; Под редакцией Л. Т. Гиляровской. - 2-е издание. - Москва: единица ЮНИТИ-Дана, 2021 г. - 423 с. - ISBN № 978- 5-238-01130-1. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/81745.html>
2. Бухгалтерский учет: справочник / А. Ф. Дятлова, Е. Н. Колесникова, В. А. Бородин [и др.]; ред. А. Дятлова. - 4-е изд., переиздание. и доп. - Москва: ЮНИТИ-Дана, 2021 г. - 624 с. - ISBN 978-5-238-03415-7 - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=692039>
3. Рябчикова, «Оплата труда персонала» : справочник Рябчикова.-Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники 2021г.-113 стр.- URL:<https://www.iprbookshop.ru/72146.html>
4. Турсина, Е. А. заработная плата и другие выплаты. Расчет, отчисления, страховые взносы / Е. А. Турсина. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. - 115 стр.-URL: <https://www.iprbookshop.ru/1937.html>
5. Учет расчетов с персоналом по оплате труда / Аникина А. Н. - Москва: ЮНИТИ-Дана, 2021г.- 488 с.-ISBN 978-5-4488-0917-0. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/99933.html>.

# МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 339.977

# СТРАНЫ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В 2010-Е ГОДЫ

**МАЛЫШ АЛЁНА АЛЕКСАНДРОВНА**магистрант Института стран Азии и Африки  
Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

**Аннотация.** В работе рассматривается экономическое развитие стран Центральной Азии, анализируются успехи трансформации экономик посредством рыночных реформ. Также в исследовании представлен сравнительный анализ факторов, тормозящих и ускоряющих социально-экономическое развитие центральноазиатского региона.

**Ключевые слова:** Центральная Азия, экономическое развитие, реформы, трансформация.

**COUNTRIES OF CENTRAL ASIA: FEATURES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE 2010S****Malysh Alena Aleksandrovna**

**Annotation.** The paper examines the economic development of the countries of Central Asia and analyzes the success of transforming economies through the market reforms. A comparative analysis of the factors that hinder and accelerate the socio-economic development of the countries of Central Asia is also carried out.

**Key words:** Central Asia, economic development, reforms, transformation.

Страны Центральной Азии: Кыргызстан, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан и Казахстан расположены на обширной территории, не имеющей выхода к океану, обладают схожими социально-экономическими характеристиками, близкими культурными традициями. Все эти факторы существенно влияют на особенности развития стран региона.

С распадом СССР все независимые государства, возникшие на его территории, включая центральноазиатские страны, пережили глубокий кризис трансформации, смены парадигмы экономического и политического развития, сопровождавшегося масштабным сокращением ВВП, заоблачными темпами инфляции, деиндустриализацией, социальными конфликтами, резким снижением уровня благосостояния населения. Восстановительный период, начавшийся в 1993-95 гг., с небольшими различиями, закончился в целом к 2005 г.

Рыночные реформы в пяти странах проходят по-разному, с разной скоростью, в разных масштабах. Возможно, в большей степени в этом отношении продвинулись Казахстан и Кыргызстан, в 2017 году к реформам активно приступил и Узбекистан с приходом к власти нового президента Шавката Миромоновича Мирзиёева. Туркменистан и Таджикистан находятся пока на начальных этапах этого процесса. Об особенностях реформирования экономик рассматриваемых стран можно судить по приведенным ниже данным (См. рисунок 1).

Наиболее активно процессы трансформации экономик проходили в области либерализации ценообразования, системы торговых и валютных отношений. Кыргызстан и Казахстан активнее других стран региона проводили приватизацию крупных и средних предприятий. С первых дней независимости Узбекистан и Туркменистан в большей степени обратились к административному регулированию,

что в основном распространялось на внешнеэкономическую деятельность и промышленное производство. Казахстан и Кыргызстан проводили либерализацию экономической деятельности, поощряя конкуренцию, проводя повсеместную приватизацию государственной собственности (кроме железных дорог и части топливно-энергетического сектора в случае с Казахстаном), ослабляя государственное регулирование в области ценообразования и т.д. Казахстан достаточно преуспел в создании экономических институтов, проведении бюджетных реформ.

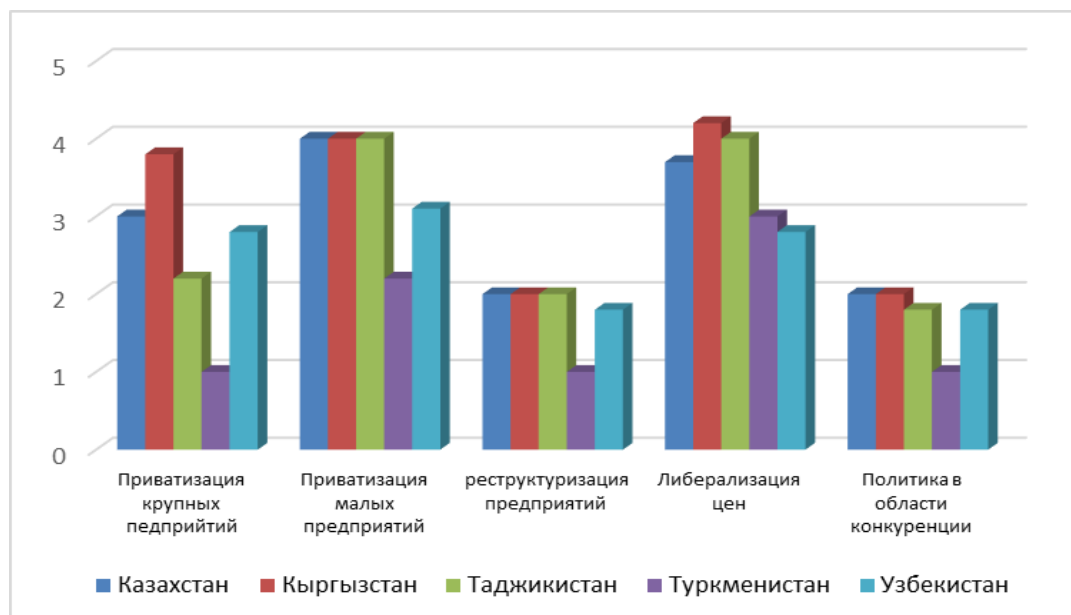


Рис. 1. Индикаторы Европейского банка реконструкции и развития за 2014 год [1]

Разная скорость рыночных преобразований в странах ЦА отразилась на их положении в мире по индексу экономической свободы. Так, в 2015 г. Казахстан занял 69, Кыргызстан – 82 место, Таджикистан – 140, Узбекистан – 160, Туркменистан – 172. В середине 10-х годов только Кыргызстан был отнесен к числу «частично свободного» государства, в других странах отмечался высокий уровень авторитаризма властей.

Процесс экономических преобразований, в том числе в сфере финансовых отношений, продолжается. В 2017 году к Казахстану и Кыргызстану постепенно присоединяется и Узбекистан, который с приходом к власти нового президента Шавката Миромоновича Мирзиёева провёл унификацию обменных курсов и либерализацию валютного рынка, значительно сократил ставки налогов для предприятий и физических лиц, отменил въездные визы для многих стран в рамках развития туризма и бизнеса. Таджикистан, долгое время охваченный внутренними политическими конфликтами, гражданской войной, достаточно поздно приступил к либерализации экономики. На сегодняшний момент процессы либерализации во многом тормозятся низким уровнем благосостояния населения и оттоком трудоспособных граждан.

Несмотря на отмеченные сдвиги в реформировании экономик, рассматриваемая группа стран заметно отстает по формированию основ рыночной экономики от других переходных стран, если исходить из индикаторов, характеризующих процесс формирования рыночных основ экономики, которые рассчитывает Европейский Банк реконструкции и развития (ЕБРД). Особенно заметно отставание 5-ки рассматриваемых стран по показателям эффективности управления, конкурентоспособности, устойчивости экономик. Так, например, в рейтинге «Doing business 2020» [3], который учитывает условия регистрации фирмы, возможности получения кредитов, условия закрытия фирм, налогообложение, обеспечение защиты прав производителей, Республика Таджикистан занимала 106 место в силу целого ряда особенностей своего развития. Например, в Таджикистане самые высокие налоги на бизнеса среди стран СНГ. Показатель, учитывающий налог на корпоративную прибыль, налоги на рабочую силу,

социальные выплаты, финансовые сделки, транспортные и другие налоговые сборы, составлял в Таджикистане в соответствующем году 63,7%.

Страны Центральной Азии по индикаторам ЕБРР достаточно близки к уровню Египта и Марокко [2].

Существуют объективные факторы, тормозящие социально-экономическое развитие стран Центральной Азии. К их числу можно отнести следующее: небольшие размеры государств (в мировом населении страны Центрально-азиатского региона представлены менее, чем 1%), отсутствие выхода к морю (Каспийское море – внутреннее); слабо развитая транспортная система с соседними странами; низкий уровень внутри региональных экономических связей (8% внешней торговли стран региона); разная скорость и направленность экономических реформ; политическая нестабильность внутри самих стран и вокруг них; ряд нерешённых вопросов таких, как размежевание территорий, межэтнические и межконфессиональные конфликты, проблемы наркотрафика и наличие спящих ячеек террористических организаций; значительный интерес к региону со стороны конкурирующих между собой глобальных/региональных держав.

Вместе с тем, существует и целый ряд факторов, которые способствуют экономическому росту пяти центральноазиатских государств. В первую очередь, это наличие ценных природных ресурсов, что позволяет развивать горнодобывающую, топливно-энергетическую, металлургическую и химическую промышленность (преимущественно в Казахстане, Узбекистане и Туркменистане), выходить с этой продукцией на международные рынки.

Большие перемены произошли с точки зрения структуры экономики. Если в начале 90-х годов в отраслевой структуре стран Центральной Азии услуги, промышленность и сельское хозяйство занимали примерно одинаковые доли, то к 2022 году в случае с Казахстаном, Кыргызстаном и Таджикистаном существенно возросла роль услуг – до 50-60%. В Туркменистане 60% ВВП приходится на промышленность, в Узбекистане более гармоничная структура экономики: по 36% ВВП приходится на услуги и промышленность, остальное – на сельское хозяйство [4]. Достаточно сильные позиции в экономике сохраняет сельское хозяйство и в Таджикистане.

Несмотря на разные темпы социально-экономических реформ и достаточно различные исходные условия развития, исследуемые страны добились определённых экономических успехов.

Например, в начале 90-х годов, согласно критериям Всемирного Банка за 1995 год [10], Кыргызстан, Таджикистан и Узбекистан, с ВНД на душу населения ниже 765 долларов США, считались странами с низким уровнем дохода. В 2022 году [4] Казахстан (9 470 долл. США) и Туркменистан (7 080 долл. США) относятся к группе стран с доходами выше среднего, Таджикистан (1210 долл. США), Кыргызстан (1410 долл. США) и Узбекистан (2190 долл. США) – к группе стран с доходами ниже среднего – на порядок выше.

В исследуемых странах достаточно высокие темпы экономического роста. За последние годы до пандемии Covid-19 средний темп роста ВВП Казахстана и Кыргызстана находился на уровне 4-5%. Таджикистан, Узбекистан и Туркменистан демонстрировали 7-8%-ый рост и смогли сохранить положительную динамику даже во время пандемии [4].

Экономический рост стран Центральной Азии во многом определяется добычей и экспортом полезных ископаемых, наличием ресурсной базы. Активный экономический рост Казахстана, Узбекистана и Туркменистана объясним наличием в странах богатых запасов нефти и газа, которые также определяют более значительные объёмы внешней торговли и приток иностранных инвестиций. Анализ динамики роста цен на энергоресурсы и номинального ВВП позволяет провести чёткую корреляцию между данными показателями.

Финансовые системы стран Центральной Азии характеризуются небольшими абсолютными размерами и незначительной глубиной. Представлены в основном банковским сегментом. Исключение составляет Казахстан, в котором известное развитие получил рынок капитала. Кроме того, банковские системы Центральной Азии характеризуются высокой степенью долларизации, привилегированным статусом государственных банков, которым принадлежит значительная доля банковских активов – около 42% [5], чрезмерным административным вмешательством. Данные обстоятельства препятствуют формированию устойчивой финансовой системы во всех странах региона.

Анализ макроэкономических показателей за рассматриваемый период показывает, что по многим показателям регион Центральной Азии можно условно разделить на страны с более стабильной и эффективной экономической ситуацией: Казахстан, Туркменистан и Узбекистан и страны, несколько отстающие, как по абсолютным, так и относительным показателям: Таджикистан и Кыргызстан. Указанные особенности экономического роста стран Центральной Азии усиливают разрыв в уровне их развития.

#### Список источников

1. Batsaikhan, U., Dabrowski, M. // Central Asia at 25 Issue. – 2017. – №13.
2. Better governance, better economies //Transition Report 2019-2020. – 2019. – P. 36-51
3. Doing business 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа – URL: <https://nonews.co/wp-content/uploads/2019/10/DB2020.pdf>
4. The World Bank [Электронный ресурс]. Режим доступа - URL: <https://data.worldbank.org/indicator> (дата обращения: 15.04.22)
5. State Banks on the rise//Transition Report 2020-2021. - 2020. – P. 68-81 [Electronic resource]. – URL:<https://www.developmentaid.org/api/frontend/cms/file/2020/11/transition-report-202021.pdf>
6. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/stat/documents/1?lang=kk> (Дата обращения: 22.11.2023)
7. Государственный комитет Туркменистана по статистике [Электронный ресурс]. Режим доступа - URL: <https://www.stat.gov.tm/> (Дата обращения: 22.12.2023)
8. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики статистики[Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.stat.kg/ru/statistics/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/> (Дата обращения: 22.11.2023)

УДК 334

# ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ КИТАЯ НА РАЗВИТИЕ ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**СЕРОВА АРИНА ВЛАДИМИРОВНА,  
КОРОТКАЯ ЕЛЕНА ДМИТРИЕВНА**

студенты

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

**Научный руководитель: Сушко Виктор Иванович**

к.э.н., доцент

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

**Аннотация:** В данной статье рассмотрен вопрос: насколько влиятельным является Китай во Всемирной торговой организации, особенности их взаимодействия с самим ВТО и странами-членами. Конфликты с другими странами-членами и поиски решения данных конфликтов.

**Ключевые слова:** Всемирная торговая организация, переговоры, международные организации, экономика, страны-члены.

## STUDY OF CHINA'S INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF THE WORLD TRADE ORGANIZATION

**Serova Arina Vladimirovna,  
Korotkaya Elena Dmitrievna**

*Scientific adviser: Sushko Viktor Ivanovich*

**Abstract:** This article examines the question: how influential is China in the World Trade Organization, the features of their interaction with the WTO itself and member countries. Conflicts with other member countries and the search for solutions to these conflicts.

**Key words:** World Trade Organization, negotiations, international organizations, economy, member countries.

Когда Китай стал одним из участников Всемирной торговой организации (ВТО) в декабре 2001 года, данное событие воспринималось мировым сообществом как успех принципов свободной торговли и экономической либерализации. На долю Китая перепалки обязательства, направленные на снижение торговых барьеров и внутренние реформы. Когда Китай стал одной из стран-участниц ВТО он стал активным участником этой организации, играя ключевую роль в глобальных цепочках поставок. Но в итоге, Пекин так и не провел глубоких и систематических реформ, и его спорное соблюдение решений ВТО в спорах иногда поднимает вопросы относительно соответствия основополагающим нормам ВТО.

В рамках Всемирной торговой организации (ВТО) термин "система разрешения споров" относится к процедурам и механизмам, предназначенным для разрешения торговых споров между членами ВТО. Основным элементом этой системы — это Орган разрешения споров (Dispute Settlement Body, DSB), который занимается разрешением споров на основе правил и процедур, установленных Соглашением по разрешению споров в ВТО.



Процесс включает этапы консультаций, формальных жалоб и арбитража. Система разрешения споров в ВТО является важным механизмом для обеспечения соблюдения торговых правил и разрешения разногласий между странами-участницами.

В отличие от других международных организаций, где влияние и привилегии напрямую зависят от размера стран, Китай выделяется своим особым статусом. Например, в ООН у Китая есть право вето как постоянного члена Совета Безопасности. В Международном валютном фонде Китай занимает третье место по количеству голосов (6,09%), уступая лишь США (16,52%) и Японии (6,15%).

Так как размер и власть в ВТО проявляются косвенно, то ситуация отличается. Одержания победы в торговом споре может оказаться дорогостоящим процессом, который нуждается в определенных технических и юридических знаниях. Подобные условия вынуждают недостаточно развитых участников отказаться от подачи жалоб.

Экономическая политика второй по величине мировой экономики стала источником напряженности между членами ВТО. США и Европейский союз довольно долгий период времени продолжают обвинять китайскую власть в предоставлении субсидий, которые привели к избыточным производственным мощностям и, как следствие, к демпингу товаров, таких как солнечные панели, алюминий и сталь, на мировых рынках. Эти практики оказывают воздействие на глобальный рынок. Например, субсидии на алюминий, предоставляемые Китаем, привели к снижению мировых цен на алюминий на 46% в период с 2007 по 2015 год.

Масштаб экономики Китая создает значительное давление на других членов ВТО. Такие страны, как Тайвань и Южная Корея, которые в значительной степени зависят от торговли с Китаем, стараются не допустить подачи споров в сторону Китая. Причиной этой воздержанности является страх перед влиянием Китая в данной ситуации и возможными мерами воздействия со стороны Пекина. В марте 2017 года Сеул высказал заявление о предполагаемых действиях Китая, связанных с ответными мерами против южнокорейских компаний после установки Сеулом ракетной системы THAAD.

Однако официальная жалоба так и не была подана, возможно, из-за опасений относительно негативных последствий со стороны Китая.

В ходе одного из наиболее известных споров в рамках ВТО было установлено, что Китай недостаточно открыл свой рынок для иностранных электронных платежных услуг, таких как Mastercard и Visa. Организация вынесла решение о том, что Китай нарушил правила ВТО, утвердив China Union Pay монопольным поставщиком клиринговых операций по платежным картам в юанях.

В ответ на это постановление Государственный совет Китая в 2014 году объявил о намерении открыть свои рынки для иностранных платежных услуг. Однако только в начале 2020 года компании, такие как Mastercard, American Express и другие, получили одобрение Народного банка Китая для запуска операций с банковскими картами в Китае.

Статус Китая как "развивающейся" страны стал источником напряженности в рамках ВТО. Почти две трети всех членов организации, включая Китай, позиционируют себя как развивающиеся страны, чтобы воспользоваться "особым и дифференцированным режимом". Этот статус предоставляет развивающимся странам ряд привилегий, таких как расширенные возможности в сфере выполнения обязательств ВТО и помощь в решении споров и технических вопросов.

Несколько стран с развитой экономикой выступили против отнесения Китая к числу развивающейся экономик (поскольку считается, что уровень развития Китая выше). В феврале 2019 года США предложили реформы ВТО, которые создадут более строгие требования для получения этого статуса. В ответ на это предложение США, Китай объединился с Индией и семью другими развивающимися членами, чтобы оспорить и выразить поддержку практике ВТО, предоставляющей членам возможность самостоятельно определять свой статус.

В мае 2019 года Китай представило свое собственное предложение по реформе ВТО, в котором, в частности, высказывалась критика в адрес "определенной страны-члена" (США) за блокировку назначений в Апелляционный орган ВТО. В течение многих лет США поднимали вопросы относительно Апелляционного органа из-за опасений, что в некоторых случаях он превышал свои полномочия. Также США высказывали претензии о том, что этот орган нарушал правила, которые обязывают завершать

рассмотрение дел в определенные сроки.

Под руководством президента Дональда Трампа США усилили свои усилия по ограничению деятельности Апелляционного органа ВТО, блокируя назначение новых судей в этот орган. Когда 11 декабря 2019 года истек срок полномочий двух судей без их повторного назначения, в Апелляционном органе остался всего один действующий судья. Исходя из правил ВТО, в Апелляционный орган должно входить как минимум три судьи для принятия решений, соответственно теперь этот орган практически не имеет возможности выносить вердикты. Данная ситуация нарушает работу ВТО в урегулировании торговых споров.

Как итог появились более обширные проблемы, связанные с разногласиями между странами-участниками ВТО, относительно путей решения проблем. Торговое напряжение, как и споры между Китаем и США дают возможность Пекину преподнести себя как защитника глобальной торговли и укрепить свое положение в ВТО. Беря в расчет спорную репутацию Китая касательно соблюдения вынесенных решений по спорам, в значительной степени роль принятия этих вопросов достается Пекину, от которого, в большинстве своем, зависит будущее ВТО.

Таким образом Китай оказывает огромное влияние на ВТО и на страны члены ВТО, соответственно в перспективе данное влияние будет только усиливаться.

#### **Список источников**

1. Официальный сайт World trade organization [Электронный ресурс]– Режим доступа: <https://www.wto.org/index.htm> – Дата доступа: 06.011.2023.
2. "Joining the Club: Accession to the GATT/WTO," Journal of Politics 79, no. 3 (2017): 964-78.
3. 2018 Report to Congress on China's WTO Compliance.

УДК 339

# АНАЛИЗ МЕХАНИЗМА ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА ТОВАРОВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

КОРОТКАЯ ЕЛЕНА ДМИТРИЕВНА,  
СЕРОВА АРИНА ВЛАДИМИРОВНА

студенты

ФЭУ УО «Гродненский государственный университет им. Янки Купалы»

*Научный руководитель: Сушко Виктор Иванович*

*к.э.н., доцент*

ФЭУ УО «Гродненский государственный университет им. Янки Купалы»

**Аннотация:** в статье произведен анализ экспорта товаров Гродненской области Республики Беларусь, рассмотрены меры поддержки экспорта. При подготовке данного материала проанализированы нормативно-правовые акты Республики Беларусь в области системы поддержки экспорта, статистические данные как страны, так и Гродненского региона.

**Ключевые слова:** Поддержка экспорта, товары, финансовые инструменты, экспорт, импорт.

## ANALYSIS OF THE MECHANISM FOR SUPPORTING THE EXPORT OF GOODS OF THE GRODNO REGION OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Korotkaya Elena Dmitrievna,  
Serova Arina Vladimirovna

*Scientific adviser: Sushko Viktor Ivanovich*

**Abstract:** The article analyzes the export of goods from the Grodno region and the Republic of Belarus, and considers measures to support exports. In preparing this material, the normative legal acts of the Republic of Belarus in the field of export support system, statistical data of both the country and the Grodno region were analyzed.

**Key words:** Export support, products, financial instruments, export, import.

Трансформация государственного регулирования экспорта и используемых механизмов его поддержки в Республике Беларусь происходит с учетом влияния внутренних (ресурсы: сырьевые, трудовые, финансовые; структура производимой продукции, доля наукоёмкой и инновационной продукции и т.д.) и внешних факторов, из которых – ключевые внешние факторы: сначала постковидные последствия в виде изменения логистики поставки продукции, активности партнерских отношений; в настоящее время - санкционное давление европейских стран. Происходит это как посредством актуализации действующих нормативных правовых актов, так и активного применения мер поддержки посредством финансовых инструментов.

В 2023 году наряду с Законом Республики Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 347-3 «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» принят Закон Республики Беларусь от 12

июля 2023 г. № 280-З «О применении специальных ограничительных мер», который призван защитить национальные интересы и безопасность республики, экономическую стабильность в отношении иностранных государств, совершающим недружественные действия в отношении Беларуси, ее граждан и (или) организаций.

В текущем году актуализирован и Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г. № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)» (в редакции от 22.06.2023 г. № 178), которым утверждена комплексная система стимулирования экспорта в виде предоставления экспортных кредитов, их страхования, гарантий компенсации потерь от предоставления данных кредитов. При этом экспортные кредиты предоставляются по определенному перечню производства товаров, который утвержден постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 05.05.2021 № 262 (в редакции 2022 г.).

Активно предприятия-производители республики пользуются и финансовым инструментом стимулирования экспорта продукции, предусмотренным Указом Президента Республики Беларусь от 14 ноября 2019 г. № 412 «О поддержке экспорта», согласно которому юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, зарегистрированным в Республике Беларусь, за счет средств республиканского и областных (г. Минска) бюджетов осуществляется возмещение части расходов на участие в международных специализированных выставках (ярмарках) и проведение оценки соответствия продукции в иностранных государствах в установленном порядке [1]. Этот документ позволил многим предприятиям представить свой потенциал за пределами Беларуси и тем самым наработать экспортные контракты.

Использование данного инструмента в текущем периоде обусловлена активным участием предприятий-производителей Гродненского региона в международных выставках. Сумма возмещения данных расходов по предприятиям Гродненской области за 10 месяцев 2023 года составила 98 тыс. бел. рублей, из которых на предприятия Гродномясомолпрома приходится незначительная сумма – 12,75 тыс. бел. руб. при участии в международных выставках с учетом сформированного Перечня выставок [2].

Оцифрованные итоги экспорта товаров Республики Беларусь и Гродненской области представлены в таблице [3].

Таблица 1

**Оценка регионального вклада Гродненской области в экспорт товаров  
Республики Беларусь за 10 месяцев 2023 года**

Показатели	Ед.изм.	Январь – октябрь 2022 г	Январь – октябрь 2023 г	Темп р оста, %
Экспорт товаров Республики Беларусь	млн.долл. США	30915,7	33146	107,2
Экспорт товаров Гродненской области	млн.долл. США	2692,2	2332,2	86,6
Удельный вес экспорта Гродненской области в экспорте РБ	%	8,7	7,0	80,8
Структура экспорта РБ:				
СНГ	%	67,3	68	101,0
вне СНГ	%	32,7	32	97,9
Структура экспорта Гродненской области:				
СНГ	%	67,2	74,3	110,6
вне СНГ	%	32,8	25,7	78,4
Сумма оказанной поддержки по экспорту товаров предприятия Гродненской области	тыс.руб.	72	98	136,1

Так, по итогам работы за январь-октябрь 2023 года в Республике Беларусь отмечается положительная тенденция роста экспорта товаров (107,2%), совокупный объем которого составил 33145,6 млн. долл. США. При этом темпы роста экспортных поставок продукции в страны СНГ (111,3%) гораздо интенсивнее, чем темпы поставки товаров в страны вне стран СНГ (101,6%) [3].

На долю Гродненской области в экспортных поставках товаров Республики Беларусь приходится порядка 7,0% или 2332,2 млн. дол. США. Относительно предыдущего периода данный показатель не существенно снизился на 1,7 п.п.

Относительно аналогичного периода прошлого года экспорт поставок товаров Гродненской области замедлился (темп – 86,6%) преимущественно за счет снижения экспортных поставок товаров в страны вне СНГ – практически в 1,5 раза.

Данная тенденция обусловлена проведением работы по диверсификации экспортных поставок, переориентации по рынкам сбыта таких товаров, как удобрения, продукция деревообработки, продукты питания и др.

Основными странами-партнерами, куда экспортируются товары Гродненской области, являются – Российская Федерация (52%); Узбекистан (7,7%); Норвегия (4,9%); Китай (2,5%).

Экспорт товаров Гродненской области в страны СНГ составил 1733,7 миллиона долларов США, в том числе на российский рынок – 1191,0 миллиона долларов США (темп роста – 112%). Внушительной является доля рынка Российской Федерации в товарном экспорте Гродненской области – 67,8%.

Организации области осуществляли экспортные операции с 75 регионами Российской Федерации. Следует отметить, что данное сотрудничество с российскими регионами продолжает расширяться и укрепляться.

Также заключено более 43 межрегиональных соглашений между районными исполнительными комитетами Гродненской области и районными (муниципальными) административными единицами Российской Федерации.

В условиях цифровизации всех процессов в целях представления экспортного потенциала Республики Беларусь в виде комплексной виртуальной выставки белорусских организаций, товаров и услуг был создан Интернет-ресурс «EXPORT.by» [4].

Таким образом, существенный рост доли РФ в Гродненском экспорте товаров стал следствием того, что Республике Беларусь из-за западных санкций в целом пришлось переориентировать торговые потоки на рынки дружественных стран. Способствует экспорту товаров и тот факт, что с рынка РФ ушли ряд западных поставщиков и производителей, тем самым увеличив конкурентные преимущества белорусского товара. Сохраняется интерес и к рынкам стран Азии, осваивается рынок Африканского континента.

В складывающихся реалиях, поддержка экспорта на уровне государства является неотъемлемым механизмом выхода на новые рынки сбыта, вывода на уже существующие рынки новых производимых в республике товаров.

#### Список источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 15.11.2019, 1/18656 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P31900412&p1=1> . – Дата доступа: 10.12.2023.
2. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2023, 9/121030 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=R923o0121030> . – Дата доступа: 11.12.2023.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Оперативные данные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/vneshnyaya-torgovlya-tovarami/operativnye-dannye/> . – Дата доступа: 10.12.2023.
4. Портал информационной поддержки экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <https://export.by/> . – Дата доступа: 10.12.2023.

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА



УДК 332.142.2

# РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД

**ИСАЕВА ОЛЬГА ОЛЕГОВНА**

к.э.н., преподаватель

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева

**Аннотация.** В статье автором указывается на важность комплексного развития сельских территорий в настоящее время. Рассмотрены основные инструменты реализации сельской политики в Российской Федерации. Отмечено, что основным инструментом развития села является программно-целевой метод. Рассмотрены промежуточные результаты реализации программы.

**Ключевые слова.** Устойчивое развитие, комплексное развитие, сельские территории, программно-целевой метод.

## RURAL DEVELOPMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION: A COMPREHENSIVE APPROACH

**Isaeva Olga Olegovna**

**Abstract.** In the article, the author points out the importance of integrated rural development at the present time. The main tools for the implementation of rural policy in the Russian Federation are considered. It is noted that the main tool for rural development is the program-target method. The intermediate results of the program implementation are considered.

**Key words.** Sustainable development, integrated development, rural areas, program-target method.

Развитие сельских территорий, на которых проживает четверть населения страны, становится важнейшей задачей Российской Федерации, поскольку село выполняют множество народохозяйственных функций, а сельское население имеет важное значение для обеспечения продовольственной безопасности страны. Для достижения успешных результатов необходимо применять комплексный и многоуровневый подход, учитывая территориальные особенности сельских территорий и их важность.

Для решения проблем сельских территорий в России приняты следующие стратегии и программы:

- «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года»;
- «Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года»;
- «Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации»;
- «Стратегия национальной безопасности Российской Федерации»;
- Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации до 2030 года».

Главным инструментом реализации политики по развитию сельских территорий является программно-целевой метод. В настоящее время реализуется Государственная программа «Комплексное развитие сельских территорий», представляющая собой комплекс мероприятий, направленных на снижение разрыва в уровне жизни между городскими и сельскими территориями, а также улучшение экономического и социального положения сельского населения. В программе четко обозначены типы

населенных пунктов России, которые относятся к сельским территориям. Вместе с тем в программе вводится новое понятие «сельские агломерации» – примыкающие друг к другу сельские территории, и (или) граничащие с сельскими территориями поселки городского типа, и (или) малые города.

Программой установлены следующие цели сельского развития (табл. 1) [3]:

Таблица 1

Цели государственной программы «Комплексное развитие сельских территорий»

Цель программы	2020 г.	2023 г.	2024 г.	2020-2024 гг.
Доля сельского населения в общей численности населения Российской Федерации	25 %	25 %	25 %	25,2 %
Соотношение среднемесячных располагаемых ресурсов сельского и городского домохозяйств	67,3 %	64,4 %	65,2 %	72,8 %
Доля общей площади благоустроенных жилых помещений в сельских населенных пунктах	38 %	41 %	42 %	48 %

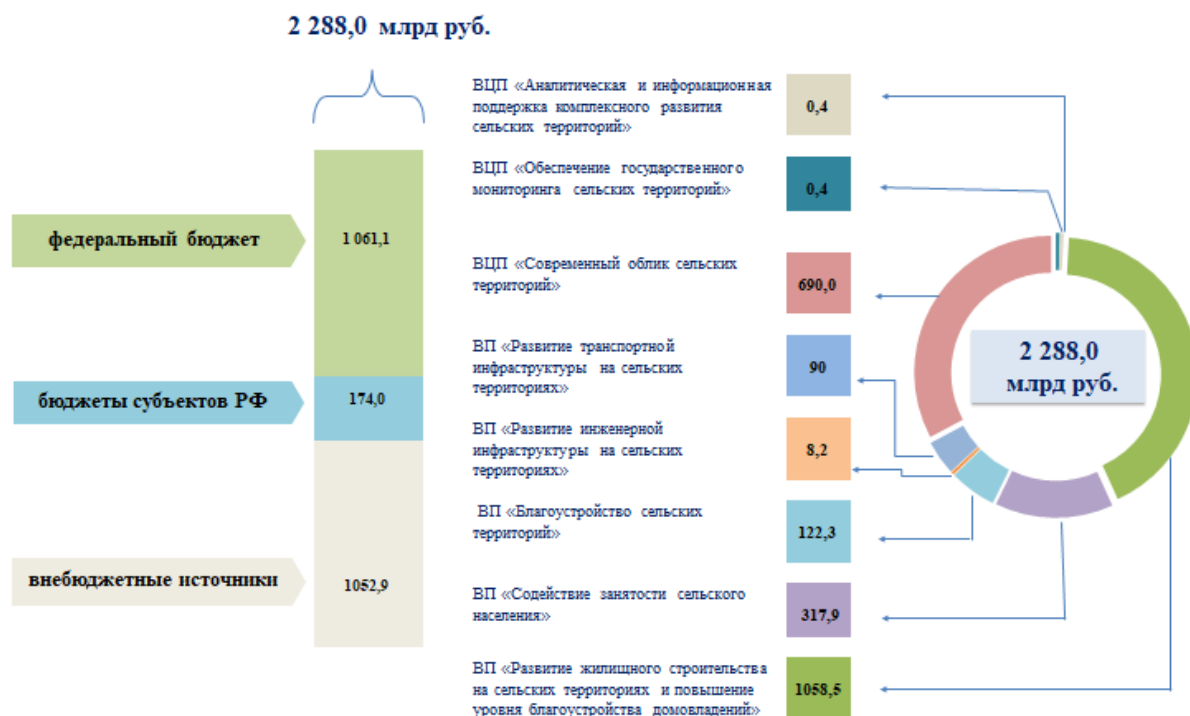
Структура программы представлена на следующем рисунке (рис.1).



Рис. 1. Структура государственной программы «Комплексное развитие сельских территорий»

Объем ресурсного обеспечения программы «Комплексное развитие сельских территорий» на 2020–2025 гг. составляет 2288, млрд рублей, из которых 46,4 % – средства из федерального бюджета, 7,6 % – региональные средства, 46 % – внебюджетные источники (рис. 2). Отметим, что объем заложенных финансовых ресурсов на реализацию мероприятий программы в 12 раз превышает размер финансовых ресурсов на реализацию федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий» (весь бюджет – 191,4 млн рублей, из которых 78,9 млн рублей – средства из федерального бюджета, 69,4 млн рублей – средства регионального бюджета, 43,1 млн рублей – внебюджетные средства) [3].

Финансирование развития сельских территорий осуществляется не только в рамках государственной программы «Комплексное развитие сельских территорий», но и в рамках 14 иных государственных программ, затрагивающих развитие отдельных регионов, сферы здравоохранения, образования, культуру, физическую культуру и спорт, жилищное строительство, туризм, транспортную систему, природопользование и др. [4].



**Рис. 2. Ресурсное обеспечение программы «Комплексное развитие сельских территорий»**

Реализация государственной программы дала значительный позитивный результат. Так, за 3 года реализации достигнутые результаты программных мероприятий охватывают почти 11 млн. человек, проживающих более чем в 10 тыс. населенных пунктах в 83 субъектах Российской Федерации.

Финансирование программы в 2020–2023 гг. составило 187,2 млрд рублей: 2020 год – 32,6 млрд рублей, 2021 год – 38,2 млрд рублей, 2022 год – 51,3 млрд рублей, 2023 год – 65,1 млрд рублей. В совокупности эти средства позволили улучшить жилищные условия 138 тыс. семей (2020–2022 годы – 125,9 тыс. семей, план на 2023 год – 12,4 тыс. семей), реализовать порядка 500 крупных инфраструктурных проектов, включающих школы, детские сады, спортивные объекты, учреждения здравоохранения и культуры (2020 – 2022 годы – 362 проекта, план на 2023 год – 136 проектов), построить более 1,5 тыс. км автомобильных дорог (2020–2022 годы – 1,1 тыс. км, план на 2023 год – 0,34 тыс. км), реализовать более 12 тыс. проектов по благоустройству общественных пространств с зонами отдыха, детскими и спортивными площадками (2020–2022 годы – 10,8 тыс. проектов, план на 2023 год – 1,3 тыс. проектов) [3].

В сельской местности уже появилось более 2,5 тыс. новых и отремонтированных поликлиник, детских садов, школ, домов культуры, спортивных и других социальных объектов, а также сотни объектов транспортной и коммунальной инфраструктуры, в текущем году планируется продолжить работу по обеспечению сельских территорий такими объектами.

Таким образом, отметим, что в реализуемой в настоящее время государственной программе «Комплексное развитие сельских территорий до 2025 года» целевой вектор был изменен с «устойчивого развития» на «комплексное развитие» села, что на наш взгляд является обоснованным – для начала необходимо решить первостепенные проблемы сельской местности, сгладить дифференциацию в социально-экономическом развитии «город–село», достичь уровня жизни и его качества не ниже, чем в городе, а затем уже переходить к устойчивому развитию.

### Список источников

1. Бондаренко, Л. В. Состояние сельских территорий и законодательное обеспечение их развития / Л. В. Бондаренко // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2023. – № 5(99). – С. 175-195.

2. Концепция устойчивого развития продовольственного рынка / Е. Г. Коваленко, Т. М. Полушкина, О. Ю. Якимова [и др.]. – Саранск : Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2017. – 124 с.

3. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий» : [Постановление Правительства РФ от 31 мая 2019 г. № 696]. – URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/76804770/paragraph/749614:0/> (дата обращения: 20.11.2023)

4. Развитие сельских территорий // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. – 2021. – № 3. – URL : <https://ach.gov.ru/upload/iblock/f52/f5210775b9aced5d69e783139dcd3c50.pdf> (дата обращения: 25.11.2023).

© О. О. Исаева, 2023

УДК 334.012

# РОЛЬ СООБЩЕСТВА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ О РАЗВИТИИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

**МЕЩЕРЯКОВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА**аспирант  
Байкальский государственный университет,  
г. Иркутск

**Аннотация.** Устойчивое развитие городской среды предполагает принятие стратегических решений, учитывающих интересы всех заинтересованных сторон, включая гражданское сообщество. Концепция корпоративной социальной ответственности получила широкое признание и распространение в отечественном бизнес-сообществе. Методологической основой поддержки принятия стратегических решений в рамках этой концепции выступает теория заинтересованных сторон. В статье описывается процесс согласования принятия решений о развитии городской среды в рамках описанных концепций. Показано, что сообщество является полноправным участником выбора эффективной стратегии развития городской среды.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, теория заинтересованных сторон, устойчивое развитие, развитие городской среды.

## THE ROLE OF THE COMMUNITY IN THE PROCESS OF DECISION MAKING ABOUT THE DEVELOPMENT OF THE URBAN ENVIRONMENT

**Meshcheryakova Nadezhda Alexandrovna**

**Abstract.** Sustainable development of the urban environment involves making strategic decisions that take into account the interests of all stakeholders, including the civil community. The concept of corporate social responsibility has received wide recognition and dissemination in the domestic business community. The methodological basis for supporting strategic decision-making within this concept is stakeholder theory. The article describes the process of coordinating decision-making, which based on stakeholder theory and ESG-conception. It is shown that the community is a full participant in the development processes for creation of effective urban environment strategy.

**Key words:** corporate social responsibility, stakeholders, stakeholder theory, sustainable development, urban development.

В современных условиях ведения бизнеса и социально-экономического развития в целом в России, все большее значение на долгосрочную эффективность, развитие макро и мезоэкономических систем оказывают вовлеченные заинтересованные стороны – стейкхолдеры. Принятие решений о развитии городской среды с учетом интересов исключительно муниципальных и бизнес-структур, без учета мнений стейкхолдеров, могут привести к значительному снижению эффективности принятых решений, недополученной прибыли представителями бизнеса и низкими сборами налогов и сборов структурами муниципалитетов. Возможны даже радикальные формы проявления протеста, как например, «мусорные бунты» – организованные экологические выступления жителей Архангельской, Вологодской областях и Республики Коми в ответ на решение разместить мусорные полигоны на территории регионов.

Первое упоминание о роли сообществ в принятии решений о развитии городской среды можно встретить в конце XIX века в трудах Э. Говарда, отводившего основную роль в планировании городской

среды горожанам. Он отмечал, участвуя в принятии решений о будущем городской среды, городские сообщества обеспечивают сбалансированное развитие территории своего проживания. Г. СанOFF, в своей работе «Соучаствующее проектирование» утверждает «если жители района или города не в состоянии должным образом принять участие в принятии решений, то результат таких решений... не будет соответствовать интересам общественности и не будет иметь поддержки» [1, с. 49]

Рассмотрим позицию бизнес-сообществ, реализующих свои проекты в зонах развития городской среды (среды обитания горожан). На сегодняшний день практически все крупные представители бизнес-структур в России имеют четко сформулированные стратегии корпоративной социальной ответственности, предполагающие построение стратегии устойчивого развития компании с учетом интересов сообщества, экологии и особенностей культурного развития региона [2]. Еще в середине XX века Й. Шумпетер, один из основателей школы инновационного менеджмента, отмечал огромную роль социума в явлении сопротивления инновациям. Он отмечал, что и отдельные граждане, и их сообщества практически всегда негативно реагируют на новое, непонятное, способное изменить текущий уклад жизни и привычную среду обитания. Поэтому для достижения устойчивого развития условие вовлечения общества во все социально-экономические процессы становится императивным условием.

А. Маквильямс утверждает, что устойчивое развитие компании с точки зрения социальной ответственности бизнеса рассматривается как состояние, при котором достигается баланс между максимизацией прибыли и удовлетворением запросов заинтересованных сторон [3, с.604]. Д. Грейсон и А. Ходжс [4, с. 128] определяют корпоративную социальную ответственность как «концепцию, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы».

В рамках национального проекта «Жильё и городская среда» [5] Центром городских компетенций Агентства Стратегических Инициатив совместно с Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ был разработан стандарт вовлечения граждан в решение вопросов развития городской среды [6]. В стандарте сформулированы принципы и подходы к вовлечению граждан и организаций, основанные на максимальной вовлеченности заинтересованных сторон, распределении ролей в процессе принятия решений, достижении согласия всех субъектов процесса, достоверности выявления интересов и ценностей, открытости обсуждения, равных условиях участия, возможности оценки эффекта от участия. Для жителей города вовлечение в развитие общественных территорий будет означать появление новых пространств, соответствующих их интересам и потребностям, улучшение качества жизни и самой городской среды, появлении возможности активно влиять на вопросы, касающиеся сообщества, осуществлять контроль за развитием территории, анализировать сценарии развития территории и принимать решения с учетом понимания их влияния на другие заинтересованные стороны развития городской среды.

Методологической основой для понимания роли сообществ в процессе принятия решений по социально-экономическим вопросам является теория заинтересованных сторон, основы которой были заложены работой Р. Фримена Strategic Management: A Stakeholder Approach в конце XX века. Организация и окружающая ее внешняя среда представляют собой совокупность взаимосвязанных сторон, оказывающих влияние на организацию в процессе достижения своих интересов и выдвигающих требования, которые должны учитываться организацией при ведении своей деятельности. Формирование и реализация стратегии, реализуемые в рамках теории заинтересованных сторон, предполагает построение конкурентных преимуществ организации в условиях взаимодействия с многочисленными группами лиц и индивидами, одобрение и поддержка которых необходима для устойчивого развития организации.

Удовлетворение запроса стейкхолдера предполагает собой получение какого-либо вида ресурса (материального, информационного, социального), что определяет характер взаимодействия организации и ее заинтересованных сторон как ресурсный обмен. Концепция взаимодействия заинтересованных сторон предполагает получение долгосрочных экономических выгод, базирующихся на реализации концепций корпоративной социальной ответственности и ESG повестки.



Опираясь на исследования К.С. Солодухина [6, с.322-325] опишем принятие решений о развитии городской среды в рамках теории заинтересованных сторон. В нашем случае в качестве фокальной организации выступает муниципалитет, отвечающий за стратегическое развитие городской среды и финансирование мероприятий на достижение поставленных целей. В качестве стейкхолдеров выделим гражданское сообщество и бизнес-сообщество. Каждую из сторон процесса будем считать формально независимыми в целях оптимального комбинирования и использования ресурсов. Все три актора представляют собой стейкхолдерскую сеть – сложную систему взаимодействий между выделенными группами. Каждая из групп имеет свои цели и индивидуальные стратегии их достижения. Кроме того, существует цель на уровне стейкхолдерской сети – достичь целей развития городской среды посредством реализации мероприятий, согласованных со всеми заинтересованными сторонами. Для достижения цели стейкхолдерской сети требуется согласование интересов всех заинтересованных сторон, адаптация их индивидуальных стратегий и взаимная координация мероприятий достижения целей. Акторы сети участвуют в парных взаимоотношениях (диадах), согласовывая свои стратегии и условия их достижения друг с другом в рамках модели справедливого компромиса.

Степени достижения целей в рамках теории заинтересованных сторон образуют четыре группы критериев:

- степень достижения стратегических целей муниципалитетом (фокальной организацией);
- степени достижения стратегических целей гражданского сообщества и бизнес-сообщества;
- степень достижения стратегической цели стейкхолдерской сети;
- степень достижения стратегической цели трех диад.

В рамках рассматриваемой модели под оптимальным выбором стратегии мы понимаем некий набор типов стратегий взаимодействия, выбранных муниципалитетом по отношению к двум группам стейкхолдеров. Каждый сценарий выбора стратегии взаимодействия предполагает уникальный набор мероприятий, обеспечивающий достижение стратегии. Отметим, что наборы мероприятий должны обладать характеристикой непротиворечивости – их выбор определяется общей логикой, диктуемой сущностью конкретного типа стратегии с точки зрения изменения ресурсного обмена. Каждый из возможных сценариев приводит как к изменениям степени достижения целей фокальной организации и стейкхолдеров, так и последствиям, влияющим на экономическую эффективность стратегии в контексте ее ресурсного баланса – возникает необходимость затрат не только для муниципалитета, но и акторов двух взаимодействующих групп.

Применяя инструментарий выбора оптимального решения с использованием модели справедливого компромисса, достигается выбор решения, основанное на лучшем распределении близости достижения целей всех участников процесса принятия решения о развитии городской среды.

Использование концепции социальной ответственности и теории заинтересованных сторон позволяют наглядно показать, что гражданское сообщество, являющееся субъектом городской среды, выступает не в роли ограничителя при решении задач линейной оптимизации. Интересы и цели этой группы стейкхолдеров оказывают непосредственное влияние на достижение целей устойчивого развития городской среды, реализуемое муниципалитетом. С учетом проведенного анализа, роль сообщества в процессе принятия решений о развитии городской среды заключается в:

- участия в планировании городской среды;
- согласовании и одобрении инициатив бизнес-сообщества и муниципалитета на основе сценарного анализа альтернатив развития городской среды;
- участия в координации процессов развития городской среды в целях достижения ее сбалансированного развития.
- контроле качества мероприятий по развитию городской среды.

#### Список источников

1. Sanoff H. Democratic Design: Participation case Studies in Urban & Small Town Environments. VDM Verlag Dr. Müller. 2010. – 168 pages.

2. Российский союз промышленников и предпринимателей. Кодексы, политики, стандарты в области корпоративной ответственности [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.rspp.ru/tables/corporate-responsibility-areas/> (дата обращения: 03.12.2023)
3. McWilliams A. & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? // *Strategic Management Journal*. 21(5). Pp. 603–609
4. David Grayson, Adrian Hodges. Corporate Social Opportunity! Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility Work for your Business. Routledge. London 2004 – 390 pages.
5. Жилье и городская среда. Национальный проект. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/zhile-i-gorodskaya-sreda> (дата обращения: 03.12.2023)
6. Стандарт вовлечения граждан в решение вопросов развития городской среды. Центр городских компетенций Агентства Стратегических Инициатив [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://100gorodov.ru/attachments/1/34/32ed4e-eeed-4aec-aa35-dc90f830eae3/C%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82\\_%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%8F.pdf](https://100gorodov.ru/attachments/1/34/32ed4e-eeed-4aec-aa35-dc90f830eae3/C%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82_%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%8F.pdf)
7. Солодухин К.С., Чен А.Я. Многокритериальные модели поддержки принятия стратегических решений в стейкхолдерской сети с множественными «центрами власти» // *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2020. Т. 9 № 1(30). С. 322-325

# ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 339.37

# ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

ИВАНЕНКО АЛЕКСЕЙ РОМАНОВИЧ,

аспирант

КАЛАБИНА ЕЛЕНА ГЕОРГИЕВНА

д.э.н., профессор

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

**Аннотация:** В данной статье представлен анализ статистических данных, отражающих текущее состояние и основные тенденции развития рынка розничной торговли в России. Авторы рассматривают объемы продаж и темпы роста как рынка в целом, так и отдельных сегментов имеющих большое влияние в текущих рыночных условиях. Особое внимание уделяется основным тенденциям на рынке розничной торговли. На основе проведенного анализа определяются драйверы роста и потенциальные угрозы для устойчивости рынка, а также даются прогнозы его дальнейшего развития.

**Ключевые слова:** розничная торговля, ритейл, FMCG, торговля, онлайн торговля.

## RETAIL MARKET IN RUSSIA IN AN UNSTABLE MACROECONOMIC ENVIRONMENT

Ivanenko Alexey Romanovich,

Kalabina Elena Georgievna

**Abstract:** This article analyzes statistical data reflecting the current state and main trends of the retail market in Russia. The authors consider sales volumes and growth rates of both the market as a whole and individual segments that have a great influence in the current market conditions. Special attention is paid to the main trends in the retail market. The analysis identifies growth drivers and potential threats to market stability, as well as forecasts for its further development.

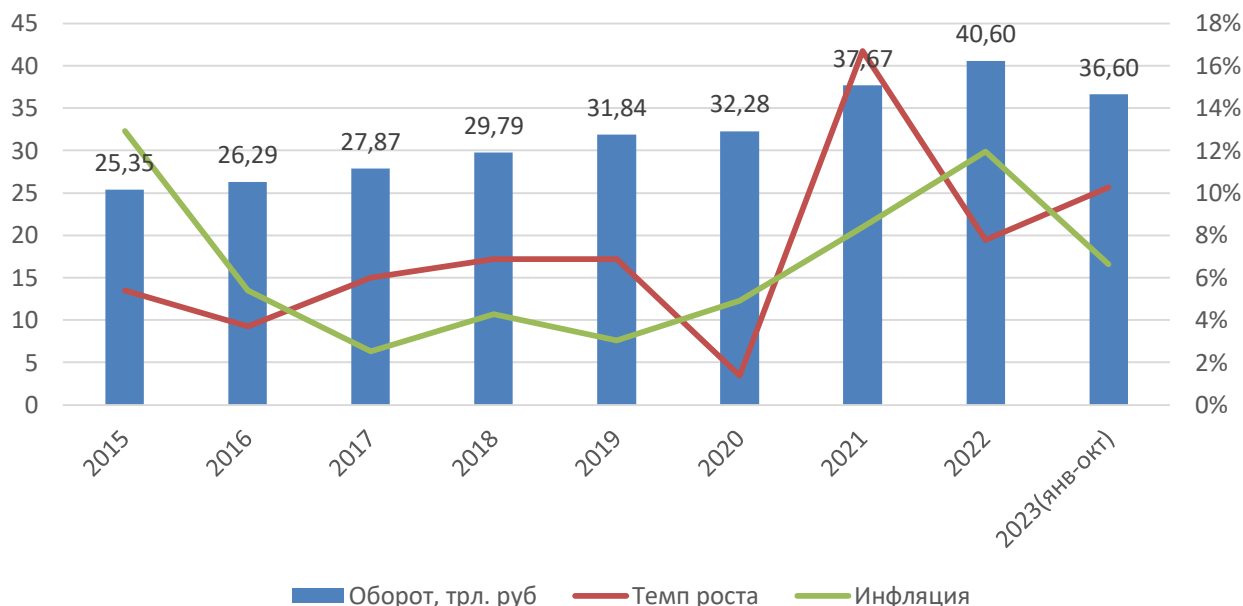
**Key words:** retail, retailing, FMCG, commerce, online commerce.

В данный момент в России наблюдается изменение всех процессов производства и реализации товаров. В условиях ухода с рынка многих иностранных ритейлеров и затруднениях в цепочках поставок зарубежных ресурсов для производства товаров ритейлеры столкнулись с новыми вызовами и возможностями для роста.

Рассматривая темпы развития рынка розничной торговли необходимо учитывать уровень инфляции, который корректирует реальные данные о темпах роста. Так в 2022 году инфляция составила 11,94% и 7,5% в ноябре 2023 года. Основную тенденцию развития рынка ритейла в России можно рассмотреть на рисунке 1.

Рынок ритейла за последние 9 лет в России вырос с 25 трл. руб. до 40,6 в 2022 году. В случае если текущая тенденция сохранится объем рынка за 2023 год может достигнуть 44,7 трл. руб. В большинстве случаев наблюдается развитие рынка выше темпа инфляции, что говорит о том что реальный уровень жизни населения растет, а года в которых наблюдается отставание темпов роста от темпа инфляции во всех случаях связаны с нестабильной макроэкономической ситуацией, как

пандемия Covid-19 в 2020 году и введение санкций и уход иностранных ритейлеров из страны. В 2023 году ситуация стабилизировалась, рынок вновь растет выше уровня инфляции, что указывает на возвращение покупательской способности населения [2].



**Рис. 1. Оборот розничной торговли в России, 2015-2023 (январь-октябрь) (без учета розничных рынков и ярмарок) [6].**

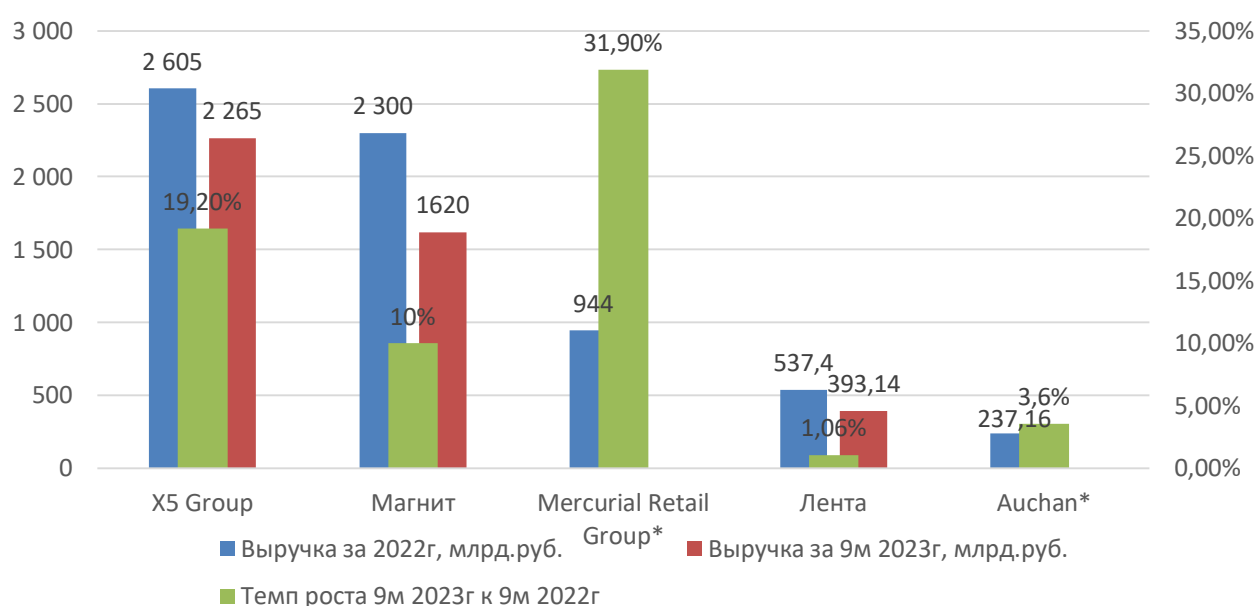
Рынок ритейла также терпит изменения в своей структуре, основной прирост объема рынка пришелся на продовольственные товары (+11,8% от года к году), аптечные товары (+4,9%) и детские товары (+2,4%). В остальных категориях товаров наблюдался спад объема продаж. Уменьшились продажи бытовой техники и электроники (БикТ) (-15,4%), fashion-товаров (-11,7%), товаров для дома и ремонта (-6,2%) [7]. Данную тенденцию можно также увидеть и в соотношении продовольственных и не продовольственных товаров на Рисунке 2.



**Рис. 2. Оборот розничной торговли в России в разрезе потребительских и непотребительских товаров, 2015-2023 (январь-октябрь) [6]**

Данная статистика указывает на постепенное увеличение доли продовольственных товаров с 47% до 49,4%. Такое изменение указывает на рост расходов на продовольствие, при снижении расходов на непродовольственные товары. Данный факт может быть связан с подорожанием автомобилей, техники и уходу многих популярных брендов одежды.

Рынок продовольственных товаров или рынок FMCG начинает занимать все большее место в экономике России, так как в условиях неопределённости потребители начинают тратить больше именно на продовольственные товары. Рынок розничной торговли имеет высокую концентрацию, так как на ТОП-10 компаний приходится около 30% рынка и 6 из них являются продовольственными магазинами [3]. На Рисунке 3 представлены данные о текущей ситуации на рынке продовольственного ритейла (данные по Mercorial Retail Group и Auchan за 3 квартал 2023 года не представлены в открытом доступе, расчет темпов роста рассчитан выручка 2022 года к выручке 2021 года). Статистика выручки показывает, что стабильный рост имеют ТОП-3 лидера рынка, которые растут стабильно выше рынка. Остальные компании в данный момент показывают небольшой темп роста ниже инфляции.



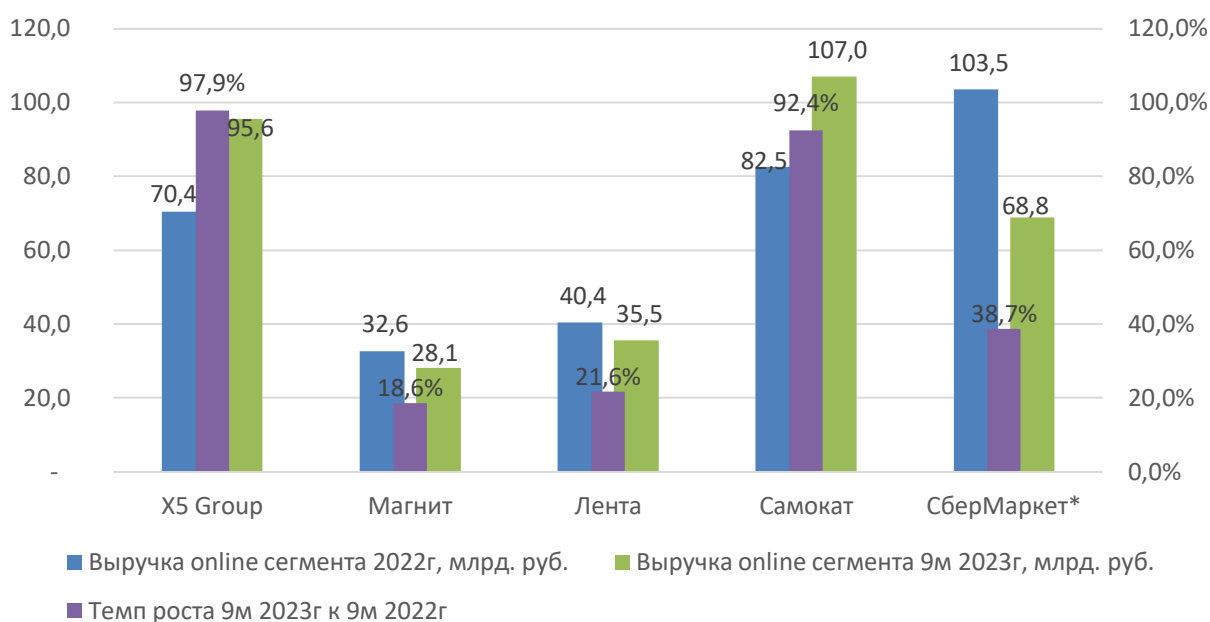
**Рис. 3. Выручка и темп роста продовольственных ритейлеров из ТОП-10 за 2022г и 9 месяцев 2023 года [4, 5, 8]**

Рынок продовольственного ритейла в данный момент достаточно развит и компании находят все новые драйверы роста объема торговли, так многие ритейлеры используют многоканальную или омни-канальную бизнес-модель. Темпы развития онлайн продаж растут в намного большей степени, чем объем рынка розничной торговли в целом [1]. Данный факт указывает на переход все большего количества покупателей в онлайн. Так на Рисунке 4 можно увидеть темпы развития онлайн сегмента розничной торговли продовольственных товаров в данный момент (данные СберМаркет представлены за 1 полугодие 2023 года, темп роста соответственно рассчитан 1 полугодие 2022 года к 1 полугодю 2023 года).

Помимо тенденции к росту онлайн сегмента, наблюдается также рост эконом-сегмента. Так выручка торговой марка «Чижик» принадлежащая X5 Retail Group за 2022 год выросла в 8 раз, а за 9 месяцев 2023 года на 373%. Данный факт отражает настроение потребителей экономить на товарах повседневного спроса, при увеличении расходов на этот сегмент в общей структуре расходов населения, что указывает на снижение реальных доходов населения.

Исходя из проделанного анализа можно сделать следующие выводы. Топ-10 ритейлеров России занимающая 28,7% рынка в 2022 году может вырасти в следующем году. Так как многие ритейлеры консолидируются между собой, и все больший рост онлайн сегмента у крупнейших ритейлеров.





**Рис. 4. Выручка и темп роста онлайн сегмента продовольственных ритейлеров из ТОП-10 за 2022г и 9 месяцев 2023 года [4, 5, 8].**

Можно выделить ключевые тенденции в российском рынке товаров:

**Консолидация ритейлеров.** В 2021 году «Магнит» купил «Дикси» и «Мегамарт», «Лента» — сеть Billa; в 2023 году X5 Group приобрела магазины «Покупочка» и «ПокупАлко» и планирует покупку «Виктории», также сейчас «Лента» и «Магнит» рассматривают покупку сети «Улыбка радуги». Это создает ситуацию, в которой концентрация рынка становится все больше, а новым участникам рынка все труднее занять хоть какую-то долю.

**Эконом-сегмент становится популярнее в FMCG.** Многие крупные сети запускают свою собственную торговую марку магазина в эконом-сегменте («Чижик», «Моя цена», «Светофор», «Первый выбор»). Так игроки, которые откроют свой магазин в формате жесткого дискаунтера будут в выигрыше пока рынок подобных магазинов находится в стадии развития.

**Рост онлайн-продаж.** Маркетплейсы занимают все большие объемы рынка. Ритейлеры все чаще создают свои собственные онлайн платформы для онлайн торговли. Однако маркетплейсы могут стать угрозой для развития молодого бренда и его узнаваемости. Исходя из того ритейлерам необходимо иметь собственный альтернативный канал продаж.

Отечественные торговые сети сталкиваются с несколькими типами трудностей:

**Макроэкономический.** Рост выручки может быть снижен из-за снижения реальных доходов населения. Из-за этого растет популярность продовольственных магазинов формата жесткого дискаунтера. В то время как рентабельность высокомаржинальной торговли может быть снижена.

**Рыночный.** Рост конкуренции в развивающихся сегментах онлайн торговли и нишах оставленных иностранными компаниями после ухода с рынка [7].

### Список источников

1. Аксенов А. В. Текущее состояние и перспективы российского рынка ритейла // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаём будущее. – 2023. – С. 36-38.
2. Кузнецова Е. А. Особенности российского розничного рынка // Студенческий форум. – 2023. – С. 16.
3. Минаков А. В. Перспективы развития интернет-торговли и интернет-магазинов в России // Теория и практика общественного развития. – 2023. – №. 6 (182). – С. 143-152.
4. Отчеты и результаты – ПАО «Магнит» [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL:

<https://www.magnit.com/ru/shareholders-and-investors/results-and-reports/> (13.12.2023)

5. Пресс релизы – X5 Group [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://www.x5.ru/ru/press-center/press-releases/> (13.12.2023)

6. Росстат - Розничная торговля и общественное питание [Электронный ресурс] - Режим доступа: URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (12.12.2023)

7. «ТОП крупнейших ритейлеров России: рынок российского сетевого ритейла 2023» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://delprof.ru/download/pub/top-krupneyshikh-riteylerov-rossii-rynok-rossiyskogo-setevogo-riteyla-2023/> (12.12.2023)

8. RETAILER.ru - Крупнейшее сообщество профессионалов розничной торговли. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://retailer.ru/> (12.12.2023)

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 34

# ПРОБЛЕМЫ ТАКТИКИ ДОПРОСА ВЗЯТКОДАТЕЛЯ И ВЗЯТКОПОЛУЧАТЕЛЯ ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ КОРРУПЦИОННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

**ЧУПРОВ АНДРЕЙ СЕРГЕЕВИЧ**преподаватель кафедры Огневой подготовки,  
Волгоградская академия МВД России

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы совершенствования деятельности правоохранительных органов по выявлению и расследованию взяточничества. На основе официальных статистических сведений констатируется, что общественно опасные деяния, связанные со взяточничеством, довольно распространены в структуре коррупционных преступлений, и в последние годы наблюдается увеличение их регистрационных показателей. Отмечается, что данное обстоятельство является негативной тенденцией и свидетельствует о проблемах выявления и расследования данных преступлений.

**Ключевые слова:** расследование преступлений, взяточничество, оперативно-розыскные мероприятия, осмотр места происшествия, эффективность предварительного расследования.

## PROBLEMS OF INTERROGATION TACTICS OF THE BRIBE GIVER AND BRIBE TAKER DURING THE INVESTIGATION OF CORRUPTION CRIMES

Chuprov Andrey Sergeevich

**Annotation.** The article discusses issues of improving the activities of law enforcement agencies in identifying and investigating bribery. Based on official statistical information, it is stated that socially dangerous acts related to bribery are quite common in the structure of corruption crimes, and in recent years there has been an increase in their registration indicators. It is noted that this circumstance is a negative trend and indicates problems in identifying and investigating these crimes.

**Key words:** crime investigation, bribery, operational search activities, inspection of the crime scene, effectiveness of the preliminary investigation.

Новейшая история развития нашего государства показывает, что Российская Федерация взяла и четко следует курсу формирования правовой государственности. К сожалению, объективные статистические показатели показывают существенные недостатки в данном направлении работы субъектов правоохраны.

В этой связи, задача следователя и любого иного должностного лица, уполномоченного расследовать уголовное дело – грамотно, в рамках эффективных тактических приемов, построить доказательственную базу по уголовному делу. На первый план в данном случае выходит тактически грамотное проведение отдельных следственных действий, в частности, допроса.

Взяточничество является одной из наиболее распространенных коррупционных практик во многих странах мира. Оно наносит огромный ущерб экономическому и политическому развитию общества, подрывает веру граждан в правовое государство и повышает негативное влияние коррупции на обще-

ство в целом. Расследование взяточничества является одним из важных аспектов борьбы с коррупцией, однако оно также сталкивается с рядом серьезных проблем и трудностей. Взятничество – это преступление, при котором совершается незаконное предложение, обещание или предоставление денег, ценностей или личных выгод, с целью влиять на принятие решений или действий должностных лиц. Основными принципами расследования являются:

1. Конфиденциальность и защита информации.
2. Объективность и независимость.
3. Системность и координация действий.
4. Использование различных методов и инструментов расследования [5].

Методика расследования взяточничества является сложным и многосторонним процессом, который требует тщательного анализа данных, используя принципы конфиденциальности, объективности, системности и координации действий. Важно разработать стратегию расследования, определить этапы и последовательность следственных действий для эффективного выявления и пресечения взяточничества. Только таким образом можно обеспечить борьбу с этим явлением и создать справедливое общество на основе закона и порядка.

Допрос в данном случае выступает одним из действенных способов, во-первых, выявить факты противодействия расследования (установление факта дачи ложных показаний), а, во-вторых, организовать эффективную нейтрализацию всех попыток заинтересованных лиц противостоять процессу расследования (получение, путем проведения соответствующих комбинаций, достоверных и правдивых показаний, являющихся одними из главных доказательств по делу).

Допрос при расследовании взяточничества ориентирован большей степени на взяточдателя и взятокополучателя, как основных субъектов уголовного законодательства.

Среди взятокодателей необходимо различать: лица, которые действовали в личных интересах и лица, действовавших в интересах предприятий и организаций

Основные вопросы, задаваемые на допросе взятокодателю и взятокополучателю достаточно схожи по своему содержанию.

Вопросы, выясняемые во время допроса:

- достиг ли желаемое дачей взятки;
- в чьих интересах действовали;
- когда, при каких обстоятельствах познакомились;
- от кого поступило предложение о даче взятки;
- как отреагировал взятокополучатель на данную просьбу;
- какой вид взятки;
- был ли указан размер;
- кто выступил инициатором места встречи;
- где, когда и кому давалась взятка;
- был ли посредник.

Также одними из главных задач следователя на первоначальном этапе допроса подозреваемого (обвиняемого) является разъяснение и умение убеждения лица давать правдивые показания, так как это содействие является смягчающим обстоятельством по п. «и» ч. 1 ст. 62 УК РФ, что впоследствии сократит срок его наказания за совершенное противоправное деяние.

Умение внушения и убеждения допрашиваемого давать правдивые показания заключается в том, чтобы выявить мотивы лжи и устранить их, стимулировать положительные качества взяточника, показать с помощью логических примеров неразумность и безуспешность попыток дачи ложных показаний.

Характерной особенностью допроса также является максимальная детализация показаний. Когда допрашиваемый свидетельствует о совершении взяточничества, его следует допросить по всем вопросам, составляющим предмет доказательства. Если получение, дача взятки, имело много эпизодный характер (т.е. совершались неоднократно), необходимо допросить по каждому эпизоду взятки [4].

Чтобы получить достоверные показания от взятокодателей, можно использовать различные тактические методы. В каждом случае выбор тактики зависит от характера дела, от личности взяточников

и других условий. Однако основным методом получения правдивых показаний является тактически правильное представление доказательств. Когда есть информация, что допрашиваемый получил взятку один раз, целесообразно представить ему весь объем собранных доказательств.

В таких случаях повторное представление доказательств должно показать, что лицо подвергается сомнению, что его преступная деятельность хорошо известна расследованию. Доказательства должны быть представлены методологически эпизодом.

Если взяточник не сообщает о факте, известном следователю, необходимо указать, что он не рассказал все, и только после этого должны были быть представлены доказательства. В свою очередь, постепенное (повторное) представление доказательств может быть сделано несколькими способами: по нарастающей, по нисходящей, комбинированно.

Выбор метода зависит от наличия имеющихся доказательств у следствия, способа совершения, личности самого обвиняемого и иных обстоятельств. В некоторых ситуациях часть собранных доказательств может остаться без представления допрашиваемому.

Таким образом, во время допроса подозреваемого (обвиняемого) поможет добиться большего качества и эффекта подробное уточнение, дополнение и детализирование ответов на поставленные вопросы по всем обстоятельствам совершенного преступления. В связи с этим более рациональным будет применение технических средств, таких как видеозапись, диктофон и т.п. Вследствие чего подозреваемому (обвиняемому) осложнит опровержение ранее записанных показаний.

Одной из основных проблем расследования взяточничества является его сложность и характер обнаружения. Взятничество часто происходит в тайне, между двумя или более сторонами, что делает его трудно выявляемым. Взятки могут быть предоставлены в форме денежных средств, подарков, услуг или других неличных благ, что еще больше затрудняет их обнаружение. Кроме того, взяточничество часто осуществляется в закрытом кругу, что повышает риск утечки информации и создает сложности для органов правопорядка.

Другой важной проблемой расследования взяточничества является ее существование на разных уровнях власти и в различных сферах деятельности. Взятки могут предлагаться и приниматься на различных уровнях – от местных чиновников до политических лидеров. Они также могут связывать различные сферы деятельности, такие как бизнес, политика, правоохранительные органы и т.д. Это создает сложности в сотрудничестве и координации между разными органами правопорядка и затрудняет процесс расследования.

Также следует отметить проблему недостаточных ресурсов, которая является существенным фактором затрудняющим расследование взяточничества. Расследование коррупционных дел требует значительных финансовых и кадровых ресурсов. Недостаточное финансирование и нехватка опытного персонала затрудняют эффективность расследования и ослабляют его результативность. Необходимость обеспечения судебных решений и проверка фактов также требует значительных усилий.

В заключение отметим, что расследование взяточничества является сложным и многоаспектным процессом, сталкивающимся с различными проблемами и трудностями. Необходимость эффективной борьбы с коррупцией и ее негативными последствиями требует разработки и внедрения эффективных мер и механизмов для более успешного расследования взяточничества. Это может включать улучшение системы правосудия, повышение квалификации сотрудников правоохранительных органов, укрепление сотрудничества между разными ведомствами.

#### **Список источников**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020. – Текст : электронный.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 25. – Ст. 2954.



3. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2001. – № 52. – Ст. 4921.
4. Блашенков, А. Н. Некоторые особенности тактики допроса при расследовании взяточничества / А. Н. Блашенков // Правовое просвещение: диалог теории и практики. 2020. – С. 26-30.
5. Яшин А.В., Курмаева Д.М. Проблемы выявления и расследования взяточничества // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2020. Т. 8. № 2 (30). С. 147.
6. Аксенова, Л. Ю. Предмет допроса посредника во взяточничестве / Л. Ю. Аксенова // Выявление и раскрытие преступлений коррупционной и экономической направленности: передовой опыт, проблемы и пути их решения 2021.
7. Данильян Э. С. Особенности проведения допросов и опросов в целях проверки розыскных версий // Общество и право. — 2015. — № 1 (51).
8. Драпкин Л.Я. Использование методики рефлексивного моделирования при изучении темы "Тактика допроса подозреваемого в конфликтной ситуации" // Российский юридический журнал. –2013.

# **МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ЭКОНОМИКЕ**

УДК 33

# МЕТОДЫ РАСЧЕТА ВВП

**ГЕРАСИМОВ АНТОН ГЕННАДЬЕВИЧ**

студент,  
Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте РФ (филиал),  
РФ, г. Липецк

*Научный руководитель: Суханов Евгений Васильевич*  
кандидат экономических наук, доцент  
Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте РФ (филиал)

**Аннотация:** В данной статье представлен анализ методов расчета ВВП.

**Ключевые слова:** методы расчета, ВВП, внутренняя валовая продукция.

## METHODS OF CALCULATING GDP

**Gerasimov Anton Gennadievich**

*Scientific adviser: Sukhanov Evgeniy Vasilievich*

**Annotation:** This article presents an analysis of methods for calculating GDP.

**Key words:** calculation methods, GDP, gross domestic product.

Валовый Внутренний Продукт является одним из основных показателей экономического развития страны. Он измеряет стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных в течение определенного временного периода, обычно за год, в рамках границы страны. ВВП является важным индикатором для оценки экономического здоровья и производительности страны. Он может использоваться для сравнения экономического развития разных стран или для измерения экономического роста внутри одной страны. ВВП рассчитывается по формуле:  $ВВП = Частные\ потребление + Инвестиции + Государственные\ расходы + Чистый\ экспорт\ (экспорт - импорт)$ . Если у вас есть конкретные вопросы о ВВП или его применении, я могу помочь вам с ними.

Рассмотрим, где применяется ВВП

ВВП имеет широкое применение в анализе и сравнении экономического развития разных стран.

Он может быть использован для:

1. Сравнения экономического развития: ВВП позволяет сравнивать экономическую производительность разных стран. Высокий ВВП обычно указывает на более развитую и процветающую экономику.

2. Измерения экономического роста: ВВП используется для измерения и анализа экономического роста внутри одной страны. Рост ВВП может указывать на увеличение производства и потребления товаров и услуг.

3. Оценки эффективности экономической политики: ВВП позволяет правительству и экономистам оценить эффективность экономической политики, такой как изменения налогов, расходы на инфраструктуру или регулирование рынка.

4. Прогнозирования экономического развития: Анализ ВВП может помочь прогнозировать будущее экономическое развитие и принимать меры для стимулирования роста или предотвращения рецессии.

5. Сравнения уровня жизни: Высокий ВВП на душу населения обычно связан с более высоким уровнем жизни, так как говорит о большем доступе к товарам и услугам для населения.

Однако, ВВП имеет и ограничения. Он не учитывает такие факторы, как социальное благополучие, неравенство доходов или воздействие на окружающую среду. Поэтому, помимо ВВП, используются и другие показатели для более полного измерения экономического развития и благосостояния общества. [1, стр.69]

ВВП (валовой внутренний продукт) является одним из основных показателей экономического развития страны. Несмотря на то, что точные методы расчета ВВП могут различаться в разных странах, существуют несколько широко используемых методов. Вот некоторые из них:

1. Метод производства: Метод производства ВВП - это способ определения величины валового внутреннего продукта (ВВП) в экономике, основанный на учете производственной деятельности всех отраслей и секторов экономики. Метод производства ВВП основывается на оценке стоимости всех товаров и услуг, произведенных в стране за определенный период времени, учитывая как конечные товары и услуги, так и промежуточные продукты. Это позволяет оценить совокупную добавленную стоимость всех стадий производственного процесса в экономике. Для оценки ВВП по методу производства используются данные о производстве в различных отраслях экономики, включая сельское хозяйство, промышленность и услуги. Для избежания двойного счетоводства включается только стоимость конечных товаров и услуг, а стоимость промежуточных товаров и услуг (которые используются в процессе производства других товаров) исключается. Метод производства ВВП позволяет оценить вклад различных отраслей экономики в общий объем производства, а также анализировать изменения в производственной активности и рост экономики в целом. Этот метод широко применяется государственными статистическими органами и экономистами для изучения и сравнения экономической активности и развития разных стран. [1, стр.69]

2. Метод дохода: Метод дохода ВВП - это один из методов измерения величины валового внутреннего продукта (ВВП), основанный на оценке доходов, получаемых в процессе производства и распределения товаров и услуг в экономике. При использовании метода дохода ВВП суммируются все доходы, полученные факторами производства - трудом, землей, капиталом и предпринимательской деятельностью. [1, стр.69]

Основные составляющие доходов, учитываемых при расчете методом дохода ВВП, включают:

- Заработную плату: это оплата труда, получаемая работниками за предоставление своих услуг в процессе производства товаров и услуг.
- Прибыль предприятий: это доход, получаемый предприятиями и компаниями от продажи своей продукции после вычета затрат на производство.
- Проценты и доходы от инвестиций: это доходы, получаемые от займов, инвестиций и других финансовых операций.
- Рентные платежи: это доход, получаемый владельцами земли, предоставляющими ее в аренду для использования в производстве.
- Нераспределенный доход: это доход, который остается после уплаты всех вышеперечисленных категорий дохода и используется для накопления капитала. Расчет ВВП по методу дохода позволяет оценить весь поток денежных доходов, генерируемых в экономике в определенный период времени, и является одним из ключевых индикаторов экономического развития страны. Он позволяет анализировать вклад различных секторов и факторов производства в формирование национального дохода и затраты на потребление, инвестиции и экспорт.

3. Метод расходов: Метод расходов ВВП - это один из способов оценки величины валового внутреннего продукта (ВВП) экономики путем учета совокупных затрат на конечные товары и услуги в определенном периоде времени. [2, стр.7]

При использовании метода расходов ВВП учитываются следующие составляющие затрат:

1. Потребление (С): это сумма денег, которую домашние хозяйства тратят на покупку товаров и услуг для удовлетворения своих потребностей. [2, стр.7]
2. Инвестиции (I): это затраты на покупку нового оборудования, машин, сооружений и других ка-

питательных товаров в целях расширения производства или улучшения технологий. [2, стр.7]

3. Государственные расходы (G): это расходы государства на приобретение товаров и услуг, например, на оборону, образование, здравоохранение и дорожное строительство. [2, стр.7]

4. Чистый экспорт (X - M): это разница между экспортом (X) - стоимостью товаров и услуг, проданных за пределами страны, и импортом (M) - стоимостью товаров и услуг, приобретенных из-за рубежа. [2, стр.7]

Путем суммирования этих составляющих затрат можно определить величину ВВП по методу расходов. Этот метод позволяет измерить общий спрос на товары и услуги в экономике и оценить совокупную активность и потребление в стране. Кроме того, метод расходов ВВП используется для анализа структуры расходов в экономике и проведения межстрановых сравнений экономического развития. [2, стр.7]

В некоторых случаях может использоваться смешанный метод, комбинирующий элементы методов производства, дохода и расходов. [2, стр.7]

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что расчет ВВП является сложным процессом, требующим сбора и анализа большого объема данных. Эти методы могут быть применены как для годовых, так и для квартальных расчетов ВВП. Они помогают правительствам и экономистам оценивать экономическую активность и мерить рост или спад экономики.

#### Список источников

1. Матвеева, Т. Ю. Макроэкономика [Текст] : учебник для вузов : в 2 ч. / Т. Ю. Матвеева: [https://id.hse.ru/data/2017/12/26/1172461576/Матвеева\\_2части\\_сайт.pdf](https://id.hse.ru/data/2017/12/26/1172461576/Матвеева_2части_сайт.pdf)

2. Лившиц В.И., Дукарт С.А., Ермушко Ж. А. Экономическая теория. Макроэкономика: Учебное пособие / Том. политехн. ун-т.– Томск, 2008.- 110 с. : [https://portal.tpu.ru/SHARED/d/DUKART/ucheba/Tab3/U4ebное\\_posobie2.pdf](https://portal.tpu.ru/SHARED/d/DUKART/ucheba/Tab3/U4ebное_posobie2.pdf)

УДК 332.05

# РЕГРЕССИОННЫЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

**ВАСКЕВИЧ ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА**канд. пед.наук, доцент кафедры экономики и управления инновационными системами  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

**Аннотация.** Актуальность исследования заключается в том, что в современных условиях развития экономики необходимо уделять особое внимание прогнозированию затрат на инновационную деятельность предприятий и реализацию продукции. Целью работы выступает построение модели затрат на предприятии с помощью методов Data Mining и статистических методов анализа. Для достижения цели исследования были выполнены следующие этапы работы: выявлены факторы, влияющие на инновационную деятельность предприятий с помощью корреляционного анализа; проведен факторный анализ по выявленным показателям; проведен регрессионный анализ по переменным и группам факторов; проведен кластерный анализ регионов РФ по уровню интенсивности затрат на инновационную деятельность организаций; построена нейронная сеть для прогнозирования уровня интенсивности затрат на инновационную деятельность организаций.

**Ключевые слова:** регрессионная модель, инновационная деятельность, моделирование затрат, факторный анализ.

## REGRESSION MODELING OF ESTIMATION FOR INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES

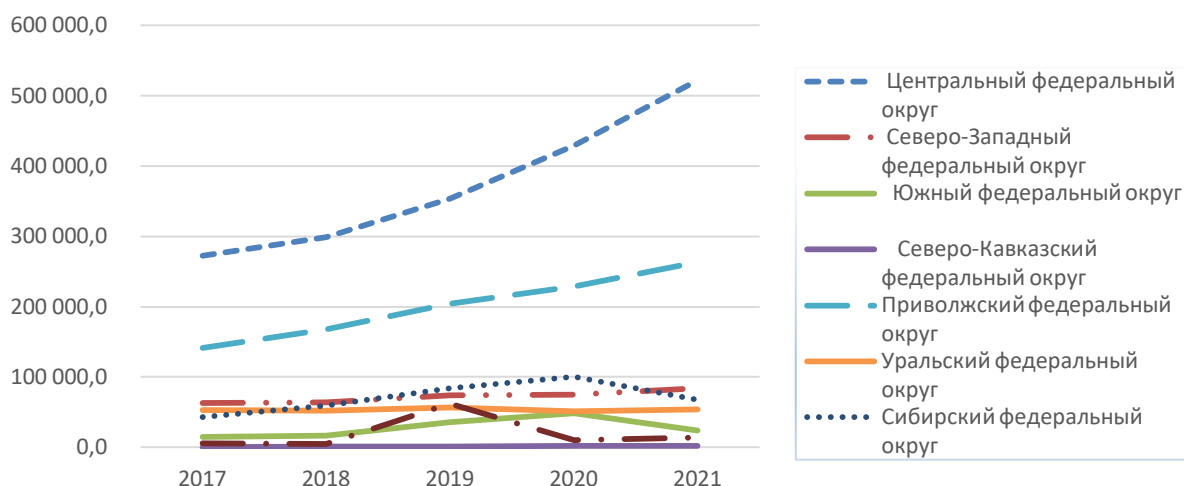
**Vaskevich Tatiana Vladimirovna**

**Abstract.** The relevance of the study lies in the fact that in the current conditions of development of the economy it is necessary to pay special attention to forecasting the costs of innovative activity of enterprises and sales of products. The aim of the work is to build a cost model at the enterprise using Data Mining methods and statistical methods of analysis. In order to achieve the goal of the study, the following stages of work were performed: factors that influence innovation activity of enterprises with the help of correlation analysis were identified; the factor analysis on the identified indicators was conducted; the regression analysis on variables and groups of factors was conducted; the cluster analysis of regions of the Russian Federation on the level of intensity of costs for innovation activities of organizations was conducted; a neural network for forecasting the level of intensity of costs for innovative activity of organizations has been built.

**Key words:** regression model, innovation activity, modeling of costs, factor analysis.

На основании анализа научных трудов отечественных и зарубежных ученых, действующих в Российской Федерации законодательных и нормативных актов, данных статистической отчетности, представленных материалами Федеральной службы государственной статистики, мною было проведено следующее сравнение исследований и разработок новых продуктов, услуг и методов их производства (передачи), новых производственных процессов, ориентируясь на конечные результаты. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики России за 2017–2021 гг., (рис. 1), что за последние года предприятия значительно увеличивают свои расходы на разработку новых продуктов.





**Рис. 1. Затраты на исследование и разработку новых продуктов, услуг и методов их производства, млн руб.**

Отметим, что к 2021 году на предприятиях Российской Федерации выросли общие затраты на инновационную деятельность, а вместе с ними и затраты на приобретение машин, оборудования, связанных с технологическими инновациями, а также обучение и подготовка персонала, связанные с инновационной деятельностью (табл.1).

**Таблица 1**

**Инновационная активность предприятий РФ**

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Общие (капитальные и текущие) затраты на инновационную деятельность	1 404 985,3	1472 822,3	1 954 133,3	2134 038,4	2379709,9
Приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями	479410,3	444 667,6	657 000,1	713 523,8	871 347,9
Обучение и подготовка персонала, связанные с инновационной деятельностью	1917,9	1 669,9	4 985,5	3 572,8	4 560,9

Как мы можем заметить, затраты на приобретение машин и оборудования составляет примерно 35% от всех затрат на инновации страны, это приемлемый показатель, учитывая, что затраты на разработку и исследование, в размере всего государства превышает этот показатель.

Так же можем заметить стремительный рост показателя обучения персонала в инновационной деятельности, что очень важно для регионов и в целом для страны, в таких показателях как:

- повышение конкурентоспособности. Обучения персонала в инновационной сфере может увеличить конкурентоспособность страны, поскольку это позволяет компаниям разрабатывать и производить новые технологии и инновационные продукты;
- создание новых рабочих мест. Развитие инновационной сферы может привести к созданию новых рабочих мест в стране, что в свою очередь может улучшить экономическую ситуацию в целом;
- улучшение жизни населения: Инновационные продукты и технологии могут улучшить жизнь населения страны, например, улучшив доступ к здравоохранению, образованию, транспорту и коммуникациям
- развитие научного потенциала. Увеличение обучения персонала в инновационной сфере может привести к развитию научного потенциала страны, что в свою очередь может привести к новым открытиям и научным достижениям;

В целом, увеличение показателя обучения персонала в инновационной сфере может способствовать экономическому росту и улучшению качества жизни в стране

Технологические инновации (согласно определению Росстата) направлены на совершенствование экономических потоков промышленных предприятий, а следовательно, способствуют снижению затрат.

Перспективы развития российских производителей зависят от степени активизации ими инновационной деятельности. Масштабы инновационной деятельности определяются размером затрат, которые предприятие расходует на инновации. В условиях ограниченности ресурсов приобретает особенную актуальность проблема создания качественной системы управления затратами предприятий на инновационную деятельность.

Для проведения прогнозирования затрат на инновационную деятельность предприятий были выбраны факторы, которые в последствии прошли отбор по корреляционному анализу, для оценки зависимости выходных полей данных от входных факторов и устранения незначущих факторов. Откликом были затраты на инновационную деятельность организаций по субъектам Российской Федерации, а факторами послужили ВРП, ликвидация основных фондов, внешняя торговля со странами СНГ (экспорт), внешняя торговля со странами СНГ (импорт) и другие.

Далее представлена схема проведения корреляционного анализа, линейной регрессии и устранение мультиколлинеарности в аналитической платформе Loginom (рис.2).

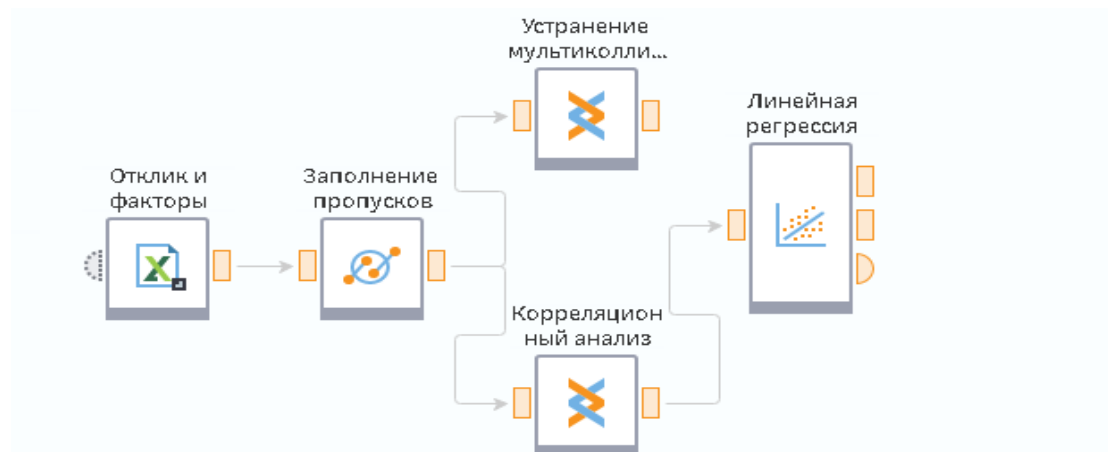


Рис. 2. Сценарий для линейной регрессии

При проведении корреляционного анализа, был использован коэффициент корреляции Пирсона, где была проведена зависимость отклика от факторов, отобранных для дальнейшего использования в прогнозировании.

В данном анализе прошли порог значимости (значения, превышающие 0,4 по коэффициенту Пирсона) шесть факторов из одиннадцати (рис. 3). Факторы, которые не прошли данный порог значимости, не используются в дальнейшем анализе (при построении модели линейной регрессии).

Затраты на ин деят орг(млн руб)	S...	Среднегодовая численность занятых(человек)	0,9836829876
Затраты на ин деят орг(млн руб)	K...	Колво инновационных товаров(млн руб)	0,979090822
Затраты на ин деят орг(млн руб)	V...	Внешняя торговля со странами СНГ ЭКСПОРТ(млн долларов США)	0,966961992
Затраты на ин деят орг(млн руб)	L...	Ликвидация основных фондов за год(млн руб)	0,9613525234
Затраты на ин деят орг(млн руб)	V...	Внешняя торговля со странами СНГ ИМПОРТ(млн долларов США)	0,9512388142
Затраты на ин деят орг(млн руб)	Z...	Затраты на разработки(млн руб)	0,932844241
Затраты на ин деят орг(млн руб)	V...	ВРП(руб)	0,08421559964
Затраты на ин деят орг(млн руб)	S...	Среднедушевые доходы населения (в месяц; рублей)	0,06103282213
Затраты на ин деят орг(млн руб)	S...	Среднемесячная зарплата(руб)	0,03922835348
Затраты на ин деят орг(млн руб)	D...	Доля инвестиций в машины, оборудование, транспортные средства в общем объеме ...	0,03801816441
Затраты на ин деят орг(млн руб)	I...	Индексы потребительских цен(%)	-0,02791469755

Рис. 3. Результаты корреляционного анализа

Для более точного анализа линейная регрессия была проведена по трем годам: 2010, 2015, 2021. В данном исследовании коэффициент детерминации показал высокую объясняющую способность во всех трех годах. В связи с критерием актуальности была выбрана модель за 2021 год. Коэффициент детерминации равен 98%, что подтверждает хорошее качество модели.

Модель линейной регрессии выглядит следующим образом (1):

$$Y = 1383,34 - 0,17 * X1 + 0,25 * X2 + 2,98 * X3 \quad (1).$$

Заметим, что параметры уравнения значимы (p-значение <0,05) при заданном уровне значимости 0,05.

В результате сравнительного анализа была выявлена лучшая модель регрессии (на базе факторного анализа). Коэффициент детерминации модели регрессии, построенной по группам факторов, оказался выше аналогичного показателя модели регрессии, построенной без снижения размерности переменных.

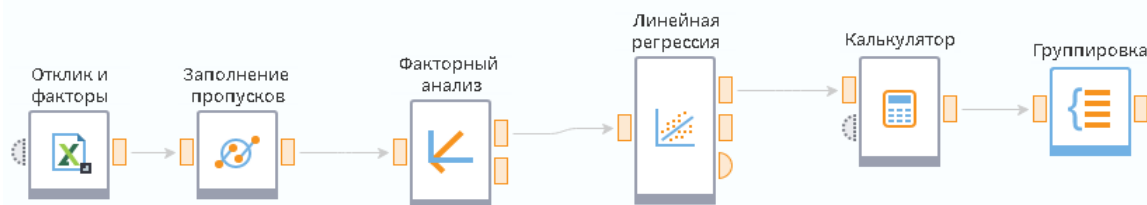
Применяемые в настоящее время методы оценки интенсивности затрат инновационной деятельности основаны на соотношении результатов фактических данных и прогнозируемых. Используя ранее приведенное уравнение линейной регрессии (1), интерпретируем данную модель: на затраты инновационной деятельности предприятий оказывает существенное влияние внешняя торговля со странами СНГ (экспорт) коэффициент (x3), а внутренние затраты на научные исследования с разработками (x1) и затраты на инновационные товары (x2) оказывают меньшее влияние.

Так, увеличение внутренних затрат на научные исследования и разработки на 1 млн руб. уменьшат затраты на инновационную деятельность организаций на 171 тыс. руб., при увеличении затрат на инновационные товары, работы, услуги на 1 млн руб., затраты на инновационную деятельность организаций увеличатся на 250 тыс. руб., а увеличение внешней торговли со странами СНГ (экспорт) на 1 млн долларов влечет за собой увеличение затрат на инновационную деятельность организаций почти на 3 млн руб.

Также был проведен факторный анализ для снижения размерности данных, чтобы найти небольшое число факторов, которые объясняют большую часть дисперсии. В первую группу факторов вошли такие показатели как: среднегодовая численность занятых, внешняя торговля со странами СНГ (экспорт), ликвидация основных фондов за год, затраты на инновационные товары, внешняя торговля со странами СНГ (импорт), внутренние затраты на научные исследования с разработками. Во вторую группу факторов вошли такие показатели как: среднедушевые доходы населения, ВРП, среднемесячная зарплата. В третью группу факторов вошел показатель доля инвестиций в машины, оборудование, транспортные средства в общем объеме инвестиций. В четвертую группу факторов вошел показатель индекс потребительских цен.

Далее по группам факторов была проведена линейная регрессия, в которой все четыре группы прошли заданный уровень значимости 0,05, при этом показывая коэффициент детерминации 97%.

Далее представлена схема проведения факторного анализа (рис. 4).



**Рис. 4. Сценарий для факторного анализа**

Для более достоверного результата была построена нейросеть, которая представляет прогнозируемое значение переменной, зависимое от множества входных параметров. При построении нейросети была проведена процедура очистки данных. В результате нейросеть показала статистически значимый результат – прогнозируемые значения затрат на инновационную деятельность предприятия незначительно отличаются от фактических значений (рис.5). В настройках параметров нейросети, коли-

чество скрытых слоев – 1, количество нейронов в первом скрытом слое – 3.

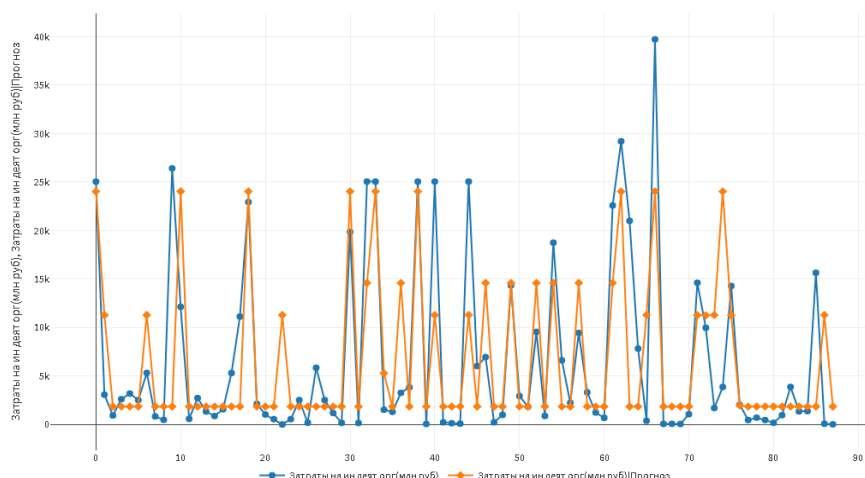


Рис. 5. Диаграмма фактических значений отклика и его прогноза

Далее был проведен кластерный анализ. Задача кластеризации применяется для автоматического разбиения элементов некоторого множества на группы в зависимости от схожести их свойств. Регионы входящие в кластер 2 относятся к группе, в которой больше всего затрат на инновационную деятельность организаций, а в кластер 1 меньше всего затрат. Регионы, находящиеся в кластере 0, больше всего инвестируют в машины, оборудование, транспортные средства в общем объеме инвестиций, а в кластере 2 меньше всего по данному показателю 9 (рис.6).

Номер класт...	9.0 Затраты на ин деят орг(...	9.0 Доля инвестиций в машины, оборуд...	1 9.0 Среднемесячная зарплат...	9.0 ВРП(р...
0	12018,00632	38,84661246	26718,448	325130,134
1	1960,492011	28,38592824	16051,93955	154688,159
2	22941,3671	18,08686573	38410,5	730774,2

Рис. 6. Разбиение факторов на кластеры по регионам

Заметим, что регионы (находящиеся в кластере 0), относящиеся к группе средних по отклику, лидируют в показателе доля инвестиций в машины, оборудование, транспортные средства в общем объеме инвестиций, а кластер 1 относится к группе средних, при этом находясь в группе низких во всех других приведенных факторах на (рис. 6).

Таким образом, большая доля затрат на инновационную деятельность предприятий располагается на исследование и разработку новых продуктов и услуг в сравнении с приобретением данных продуктов и услуг. Затраты можно определить, как израсходованные ресурсы и потраченные деньги на материальные блага, которые непосредственно связаны с производством конечного товара.

При построении нейросети разброс значений прогнозируемых затрат на инновационную деятельность предприятий сосредоточен вблизи значений исходных затрат. Представленная диаграмма (рис. 5) демонстрирует качество обучения нейросети и возможность применения модели на практике.

В результате сравнительного анализа была выявлена лучшая модель регрессии (на базе факторного анализа). Коэффициент детерминации модели регрессии, построенной по группам факторов, оказался выше аналогичного показателя модели регрессии, построенной без снижения размерности переменных.

#### Список источников

1. Федеральная служба государственной статистики (электронный ресурс). Режим доступа: <https://www.rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 02.04.2023)

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 33

# АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ

**КОРОБЕЙНИКОВ ИЛЬЯ ИГОРЕВИЧ**

студент,  
Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте РФ (филиал),  
РФ, г. Липецк

*Научный руководитель: Суханов Евгений Васильевич*  
кандидат экономических наук, доцент  
Российская академия народного хозяйства и  
государственной службы при Президенте РФ (филиал),  
РФ, г. Липецк

**Аннотация:** в данной статье представлен анализ финансовых рынков и их влияние на экономическую стабильность.

**Ключевые слова:** финансовый рынок, экономическая стабильность

## ANALYSIS OF FINANCIAL MARKETS AND THEIR IMPACT ON ECONOMIC STABILITY

**Korobeynikov Ilya Igorevich**

*Scientific adviser: Sukhanov Evgeny V.*

**Annotation:** This article presents an analysis of financial markets and their impact on economic stability.

**Key words:** financial market, economic stability.

Финансовые рынки играют важную роль в экономической стабильности. Вот некоторые из способов, которыми финансовые рынки могут влиять на экономическую стабильность:

1. Инвестиции и экономический рост: Финансовые рынки предоставляют возможность инвестирования капитала в различные активы, такие как акции и облигации. Предприниматели и компании могут получать финансирование для расширения своего бизнеса, инвестирования в новые проекты и создания рабочих мест. Это способствует экономическому росту и стабильности. Инвестиции играют важную роль в экономическом росте и развитии. Вот некоторые способы, которыми инвестиции влияют на экономический рост:

- **Создание рабочих мест:** Инвестиции помогают создавать новые рабочие места и поддерживать существующие. Предприниматели и компании, получая инвестиции, могут расширять свою деятельность, вкладывать в новые проекты и технологии, что приводит к росту производства и занятости;
- **Инновации и развитие:** Инвестиции обеспечивают финансирование для исследований и разработок новых технологий, продуктов и услуг. Инновации способствуют увеличению производительности, эффективности и конкурентоспособности экономики;



- **Инфраструктура:** Инвестиции в инфраструктуру, такую как дороги, мосты, аэропорты, энергетика и телекоммуникации, имеют важное значение для экономического роста. Хорошо развитая инфраструктура облегчает перемещение товаров и услуг, поддерживает бизнес-активность и привлекает инвестиции;

- **Увеличение производства и экспорта:** Инвестиции способствуют увеличению производства товаров и услуг, что в свою очередь может привести к увеличению экспорта. Рост экспорта способствует привлечению валюты и созданию рабочих мест;

- **Развитие человеческого капитала:** Инвестиции в образование, тренинги и развитие навыков работников помогают повысить уровень квалификации и продуктивности труда. Это способствует росту экономики и улучшению жизненного уровня населения;

2. **Кредитование и доступ к капиталу:** Финансовые рынки предоставляют возможность кредитования и заемных средств. Кредиты позволяют людям и компаниям получать доступ к капиталу для финансирования своих потребностей и развития. Устойчивый доступ к кредитам и капиталу важен для поддержания экономической активности и роста. Кредитование и доступ к капиталу играют важную роль в экономической стабильности. Вот несколько способов, которыми они могут повлиять на экономику: [2 стр.28]

- **Содействие экономическому росту:** Кредиты и доступ к капиталу позволяют предприятиям расширяться, инвестировать в новые проекты и развивать инновации. Это способствует созданию новых рабочих мест, увеличению производства и привлечению инноваций, что в конечном итоге способствует экономическому росту и стабильности;

- **Поддержка малого и среднего бизнеса:** Доступ к кредитам и капиталу особенно важен для малых и средних предприятий, которые являются двигателем экономики. Они могут использовать кредиты для расширения бизнеса, привлечения новых клиентов и развития новых продуктов и услуг. Это способствует созданию рабочих мест и увеличению доходов в обществе;

- **Снижение неравенства:** Кредиты и доступ к капиталу могут помочь сократить неравенство, предоставляя возможности для людей и предприятий с ограниченными финансовыми ресурсами. Это позволяет им улучшить свое положение и достичь экономической стабильности.

Однако, неправильное использование кредитов и недостаточное управление долгами могут также повлечь за собой негативные последствия для экономики. Неправильное предоставление кредитов или неплатежеспособность заемщиков может привести к финансовым кризисам и потере доверия в системе.

Правительства и финансовые институты обычно принимают меры для регулирования кредитования и обеспечения стабильности финансовой системы. Это включает в себя установление правил и нормативов для предоставления и получения кредитов, а также надзор за финансовыми институтами.

3. **Функция ценообразования и рискоменеджмент:** Финансовые рынки помогают определять цены на активы и инструменты. Ценообразование на финансовых рынках отражает ожидания и предполагаемые риски. Это позволяет инвесторам и участникам рынка принимать решения на основе информации о ценах и рисках. Эффективное функционирование рынков и ценообразование способствуют более стабильному экономическому окружению. Они влияют на различные аспекты экономики, включая инфляцию, спрос и предложение, финансовую устойчивость и принятие решений о вложении капитала. [1 стр.10]

- **Функция ценообразования:** Цены на товары и услуги формируются на основе спроса и предложения. Функция ценообразования позволяет рынку саморегулироваться, определяя оптимальные цены, которые отражают соотношение спроса и предложения. Это способствует эффективному распределению ресурсов, стимулирует конкуренцию и регулирует инфляцию. Стабильные цены способствуют устойчивости экономики и обеспечению предсказуемости для потребителей и предприятий;

- **Рискоменеджмент:** Рискоменеджмент - это процесс идентификации, оценки и управления рисками, с которыми сталкиваются предприятия и финансовые институты. Он включает в себя различные меры для снижения и контроля рисков, такие как страхование, диверсификация портфеля, установление резервов и использование финансовых инструментов для защиты от неблагоприятных собы-

тий. Рискменеджмент помогает предотвратить финансовые потери и обеспечивает стабильность в экономике, уменьшая вероятность системных кризисов и нестабильности;

- Влияние на экономическую стабильность: Ценообразование и рискменеджмент являются важными факторами, влияющими на экономическую стабильность. Устойчивые цены способствуют стабильности потребительского спроса, инвестиций и производства, что способствует росту и развитию экономики. Рискменеджмент помогает предотвратить финансовые потери и минимизировать последствия неблагоприятных событий, таких как финансовые кризисы или нестабильность на рынке.

- Однако, недостаточная эффективность функции ценообразования или недостаточное управление рисками может привести к нестабильности экономики. Например, высокий уровень инфляции может негативно сказаться на покупательной способности населения и ухудшить экономическую ситуацию. Недостаточный рискменеджмент может привести к финансовым потерям, нестабильности финансовых институтов и системным рискам.

Правительства и регуляторные органы играют важную роль в обеспечении эффективности функции ценообразования и рискменеджмента. Они могут устанавливать правила и нормы, мониторить рынки, предотвращать злоупотребления и принимать меры для достижения экономической стабильности.

4. Распределение ресурсов: Финансовые рынки помогают оптимизировать распределение ресурсов в экономике. Инвесторы и кредиторы направляют свои средства в различные секторы и проекты в соответствии с ожиданиями прибыли или доходности. Это позволяет эффективно использовать ресурсы и повышает производительность экономики. Распределение ресурсов играет важную роль в экономической стабильности. Эффективное и справедливое распределение ресурсов способствует устойчивости экономики и социальной справедливости. Вот несколько способов, которыми распределение ресурсов влияет на экономическую стабильность: [2 стр.28]

- Равноправный доступ к ресурсам: Устойчивая экономика требует, чтобы все члены общества имели равный доступ к основным ресурсам, таким как образование, здравоохранение и жилище. Управление распределением ресурсов должно обеспечивать, чтобы ни одна группа не была исключена или получала преимущества, что способствует социальной стабильности и предотвращает возникновение социальных конфликтов;

- Стимулирование инвестиций и предпринимательства: Распределение ресурсов должно обеспечивать стимулы для инвестиций и предпринимательства. Наличие достаточного доступа к капиталу, земле, труду и другим ресурсам способствует созданию новых предприятий, инноваций и экономическому росту. Поддержка предпринимательства и инвестиций способствует созданию новых рабочих мест и увеличению доходов, что в конечном итоге способствует экономической стабильности;

- Борьба с неравенством: Неравное распределение ресурсов может привести к неравенству в обществе, что может иметь негативное влияние на экономическую стабильность. Неравенство может создавать социальные напряжения, ухудшать образование и здоровье определенных групп населения, и ограничивать доступ к экономическим возможностям. Борьба с неравенством и справедливое распределение ресурсов способствуют социальной стабильности и устойчивости экономики;

- Устойчивое использование природных ресурсов: Распределение и использование природных ресурсов должно быть устойчивым и экологически ответственным. Неправильное использование ресурсов может привести к экологическим проблемам, угрожающим экономической стабильности. Управление ресурсами должно обеспечивать их эффективное использование, сохранение природы и сбалансированный подход к развитию. [1 стр.10]

Правительства и регуляторные органы играют важную роль в управлении распределением ресурсов. Они могут принимать меры для установления правил и нормативов, обеспечивать социальную защиту, поддерживать программы социальной помощи и разрабатывать политику, направленную на справедливое распределение ресурсов.

Однако, следует отметить, что финансовые рынки также могут быть источником рисков и нестабильности, особенно когда происходят сильные колебания цен, волатильность или финансовые кризисы. Правильное регулирование и надзор финансовых рынков важны для обеспечения их стабильности и защиты интересов инвесторов и участников рынка.

## Список источников

1. Инвестиции: учебник для бакалавров, Теплова, Т. В., 2011
2. Рынок ценных бумаг: учебник для вузов, Берзон, Н. И., Касаткин, Д. М., 2011

УДК 338

# БЛАГОПРИЯТНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ДВИЖЕНИЯ «РОСМОЛОДЁЖЬ» НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ

ЛЯХОМСКИЙ СВЯТОСЛАВ ЯРОСЛАВОВИЧ,

студент,

ЛЕБЕДЕВ НИКИТА АНДРЕЕВИЧ

д. э. н., профессор,

ФГБОУ ВО Московская государственная академия  
ветеринарной медицины и биотехнологии – МВА им. К.И. Скрябина

**Аннотация:** материал, представленный на конференцию, достаточно актуален, что объясняется, прежде всего, всё более возрастающим вниманием к вопросам, касающимся экономического поведения молодёжи, которое может быть рассмотрено как система действий, вид поведения, отражающий участие в экономической жизни общества.

Показано, что реализации вопросов, относящихся к экономическому поведению молодёжи, способствует, в частности, единственная подобная профильная структура - Агентство по делам молодых граждан страны «Росмолодёжь».

**Ключевые слова:** агентство «Росмолодёжь», молодёжные федеральные программы, лига студенческих клубов, молодёжная политика, молодежные гранты.

## THE BENEFICIAL IMPACT OF THE ROSMOLODEZH MOVEMENT ON THE ECONOMIC ASPECTS OF YOUTH POLICY

Lyakhomsky Svyatoslav Yaroslavovich,  
Lebedev Nikita Andreevich

**Abstract:** the material presented at the conference is quite relevant, which is explained, first of all, by the increasing attention to issues related to the economic behavior of young people, which can be considered as a system of actions, a type of behavior reflecting participation in the economic life of society.

It is shown that the implementation of issues related to the economic behavior of young people is facilitated, in particular, by the only such specialized structure - the Agency for Young Citizens of the country "Rosmolodezh".

**Key words:** Rosmolodezh Agency, federal youth programs, league of student clubs, youth policy, youth grants.

«Росмолодёжь» - единственное профильное Агентство по делам молодых граждан страны - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий разноплановые функции в сфере государственной молодёжной политики, представляющий интересы молодёжи, касающиеся реализации ею своих профессиональных возможностей [1].

Закон выделил двадцать одно основное направление реализации молодёжной политики [2]. Поэтому представляет интерес раскрытие содержания федеральных программ, благоприятно влияющих на выбор экономической составляющей молодёжной политики.

Так, федеральной программой «Социальная активность» для студенческой молодёжи предложен комплекс, направленный на развитие личностных компетенций и способностей. Это и комплекс Национальная лига студенческих клубов, где взаимодействует молодёжь. Это и лига «OnRussia» как всероссийский молодёжный студенческий проект для социально значимого общения. Студенческий дискуссионный клуб «Диалог на равных» - это федеральный проект «Росмолодёжи», где со студенческой молодёжью общаются известные люди и на их примере идеологи агентства показывают молодёжи, что наша страна - страна возможностей.

Анализ показывает, что практика Национальной лиги студенческих клубов включает два приоритетных направления: это, поддержка клубов, или нетворкинг-комьюнити, площадок для знакомств по интересам, фокусирующих общение молодежи, а также система сервисов, поддерживающих деятельность клубных объединений.

Благоприятное воздействие на экономические аспекты молодёжной политики «Росмолодёжи» оказал слёт представителей Национальной лиги студенческих клубов, прошедший в Ярославле - состоялись региональные поездки представителей лиги в регионы страны. Не менее существенным фактором, определяющим молодёжную политику, стали дискуссионные площадки «Диалог на равных» в студенческих аудиториях, где в формате диалога обсуждаются релевантные тренды в молодёжной среде. Только 13-19 августа 2023 г. в фокусе организации проекта XIV Международный молодёжный лагерь «Диалог» проводились встречи в восьмидесяти двух регионах страны и трансляции с онлайн - просмотрами.

В рамках федеральной программы «Социальная активность» и под эгидой «Росмолодёжи» завершились заезды молодёжи из 74-х регионов страны. В рамках первого образовательного заезда 5 проектов получили гранты на сумму 2 450 000 рублей [3]. Как пример благоприятного воздействия молодёжного движения Росмолодёжь на экономические аспекты молодёжной политики можно проиллюстрировать и проведение конкурса молодежных грантов для воплощения социальных инициатив, ежегодно объявляемого в интересах привлечения молодёжи к творческой деятельности и социальной практики, раскрытия творческого потенциала молодёжи, и это, не считая эффективной системы социальных лифтов.

Разноплановые меры государственной молодёжной политики, предусматривающие, в частности, в рамках конкурсов молодежных инициатив вовлечение молодёжи в занятия творческой деятельностью, волонтерство, инновации и стартапы, создающие инновационные и важные технологии, видящие перспективу в карьере инициативной молодёжи, и для которой розничные инвесторы создают рабочие места, формируют партнёрские отношения [4].

Понятно, что молодёжная политика, касающаяся реализации её возможностей, требует финансового обеспечения. В 2023 и 2024 гг. в «Росмолодёжи» действует комплексная программа развития молодёжной политики в регионах, на финансирование которой выделено 10 млрд руб. - по 5 млрд руб. в 2023 и 2024 гг., куда вошло финансирование четырёх фондов грантовой поддержки Всероссийского конкурса проектов молодёжи в сумме 2,5 млрд руб., а также по программе бакалавриата «Международные финансы и управление инвестициями», предлагаемой на английском языке для 2,5 тыс. слушателей, выделено 3,992 млн рублей.

Как мы видим, налицо благоприятное воздействие молодёжного движения «Росмолодёжь» на экономические аспекты молодёжной политики, что находит выражение в повышении уровня социально-экономического положения молодёжи и динамике её участия в социально-экономической жизни.

#### Список источников

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 29. 05. 2008 года № 409 «О федеральном агентстве по делам молодёжи (с изм. и доп. от 28.12. 2020 г. // гарант. Ру
2. Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ «О молодёжной политике в Российской Федерации». Ст. 6 // garant.ru
3. www.tavrida.art

4. Лисейкина О.В. и др. Основы бизнеса. М.: Научные технологии, 2020.
5. Яшкина К.Ю. Здоровье как важнейший элемент трудового потенциала работника // Казань: Молодой учёный, 2022. - С.35-42.

© С.Я. Ляхомский, Н.А. Лебедев, 2023

УДК 33

# РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

**БОГДАНОВА ВИКТОРИЯ ВЛАДИМИРОВНА**кафедра экономики и финансов, магистрант  
Таганрогский институт управления и экономики*Научный руководитель: Зимовец Александр Владимирович**к.э.н., доцент**Таганрогский институт управления и экономики*

**Аннотация.** Инвестиции и налогообложение инвестиционной деятельности в современной жизни, играют заметную роль в жизни человека. Стремление увеличить свое финансовое благосостояние является насущной потребностью граждан. Финансовый рынок является основным инструментом привлечения денежных средств и финансирования инвестиций в реальный сектор экономики, способствуя распределению денежных средств между субъектами рыночной экономики. Одной из актуальных проблем российской экономики являются вопросы налогообложения инвестиционной деятельности осуществляемой путем использования ценных бумаг (долговых обязательств), в т.ч., вопросы возникновения налоговых рисков, связанных с обращением этих бумаг.

**Ключевые слова.** Инвестиции, виды инвестиций, инвестиционная деятельность, эффективность инвестиций, налогообложение инвестиционной деятельности.

## THE ROLE OF INVESTMENTS IN ECONOMIC DEVELOPMENT

**Bogdanova Victoria Vladimirovna***Scientific advister: Zimovets Alexander Vladimirovich*

**Annotation.** Investments and taxation of investment activities in modern life play a significant role in human life. The desire to increase their financial well-being is an urgent need of citizens. The financial market is the main tool for attracting funds and financing investments in the real sector of the economy, contributing to the distribution of funds between subjects of the market economy. One of the urgent problems of the Russian economy is the taxation of investment activities carried out through the use of securities (debt obligations), including the issues of tax risks associated with the circulation of these securities.

**Key words.** Investments, types of investments, investment activities, investment efficiency, taxation of investment activities.

Финансовый рынок в современных условиях становится главным участником привлечения средств и финансирования инвестиций в сектор экономики, поэтому инвестиции являются основой экономической деятельности российских организаций. Инвестирование решает полный комплекс экономических проблем на макро- и микроуровнях, а также создает благоприятные условия для экономических реформ. Принципы инвестирования представлены на рисунке 1.

Согласно положений Федерального закона № 390-ФЗ от 25.02.1999 (ред. от 28.12.2022) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» инвестиции определяются как денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и / или иной деятельности в целях получения прибыли и / или достижения иного полезного эффекта, а инвестиционная деятельность представляет собой процесс вложения инвестиций и осу-



ществление практических действий в целях получения прибыли и / или достижения иного полезного эффекта [1].



Рис. 1. Принципы инвестирования

Инвестиции и инвестиционная деятельность в наше время интересны не только крупным рыночным игрокам, но и обычным людям, которые стремятся не только сберечь, но и приумножить свои сбережения. Капитальные вложения играют значительную роль в функционировании и развитии экономики. Инвестиции отличаются от займов степенью риска для инвестора: кредит и проценты необходимо выплачивать вовремя, независимо от рентабельности и прибыльности проекта, а инвестиции возвращаются и приносят доход только в прибыльных проектах. Следовательно, если проект окажется убыточным, то прибыль будет частично или даже полностью потеряна. Доход от инвестиций обычно измеряется в процентах, поскольку абсолютная величина прибыли напрямую зависит от суммы вложенного капитала.

Для осуществления инвестиционной деятельности, как на макро-, так и на микроуровне, необходимо иметь детальное представление о существующих видах инвестиций [2]. Классификация инвестиций по различным признакам приведена в табл. 1.

По данным официальным Федеральной службы государственной статистики, именно сегмент государственного управления вносит основной вклад в прирост инвестиций в стране. И действительно, рост капитальных вложений физических лиц, после рецессии во втором квартале 2022 года, является одним из источников восстановления ВВП [3]. По оценкам исследователей Института развития ВШЭ, во втором квартале 2023 года инвестиции увеличились (с учетом сезонности) на 7%, по сравнению с предыдущим кварталом. Сектор государственного управления внес положительный вклад в инвестиционное развитие средних и крупных компаний (при росте 7,2%) первого полугодия 2023 года, при этом он также продолжает наращивать инвестиции очень высокими темпами. По данным исследователей ВЭШ, около пятой части инвестиций приходится на добычу полезных ископаемых. Еще двумя крупными секторами с точки зрения нефинансовых инвестиций являются транспорт (17,6%) обрабатывающая промышленность (17%). На науку, образование и здравоохранение приходится 10,2% от общего объема инвестиций, на инфраструктурные отрасли (энергетика, водоснабжение, строительство) – 9,6%. Отрицательную долю в динамике показателя заняли торговля (минус 0,2 п.п.) и строительство (минус 0,4 п.п.), где годовой спад инвестиций составил 7,5% и 10,8%. Склонность к инвестированию из прибыли возросла во всей экономике, а соотношение объема инвестиций к бухгалтерской прибыли в первом полугодии 2023 г. составила 62% по сравнению с 48% годом ранее.

Таблица 1

### Классификация инвестиций

Признак классификации	Виды инвестиций	Содержание
1	2	3
По времени вложения	краткосрочные	до года
	среднесрочные	на 1–3 года
	долгосрочные	больше трех лет
По объекту	реальные	инвестирование в объекты, существующие в материальной форме. Пример: здания, различные виды оборудования, земельные участки, сооружения и т. д.
	финансовые	инвестирование в различные финансовые активы. Например: покупка драгоценных металлов, ценных бумаг, сырья и валюты и др.
	нематериальные (альтернативные)	инвестиции в различные виды активов, не имеющие физической и материальной формы. Пример: права на имущественную собственность, права интеллектуальной собственности, товарные знаки и др.
В зависимости от размера	крупные	от их размера зависит объема реализации
	мелкие	значительно не влияют на объем годовой выручки
По характеру участия в инвестиционном процессе	прямые	непосредственное участие инвестора в выборе объектов инвестирования и вложении капитала, а также во владении этим объектом. В настоящее время в РФ прямыми считаются инвестиции в конкретное предприятие, составляющие не менее 10% от его уставного или акционерного капитала
	портфельные	вложения в ценные бумаги конкретного предприятия, объем которых составляет менее 10% от его уставного или акционерного капитала
	прочие инвестиции	связаны с косвенным (непрямым) вложением капитала в активы, не связанные с основной деятельностью компании. Такие инвестиции осуществляются через посредников (институты финансового рынка), а их объектами обычно являются государственные и корпоративные ценные бумаги
По уровню инвестиционного риска	безрисковые	вложения средств в объекты или проекты, по которым отсутствует реальный риск потери капитала или ожидаемого дохода
	среднерисковые	вложения в объекты или проекты, риски которых приблизительно соответствуют среднерыночному или среднеотраслевому уровню
	высокорисковые	инвестиции, риск которых превышает среднерыночный или среднеотраслевой уровень

Наблюдается значительный рост инвестиций в разных производствах. В частности, в первом полугодии 2023 года инвестиции в производственном секторе выросли на 2,6%. (рисунок 2).

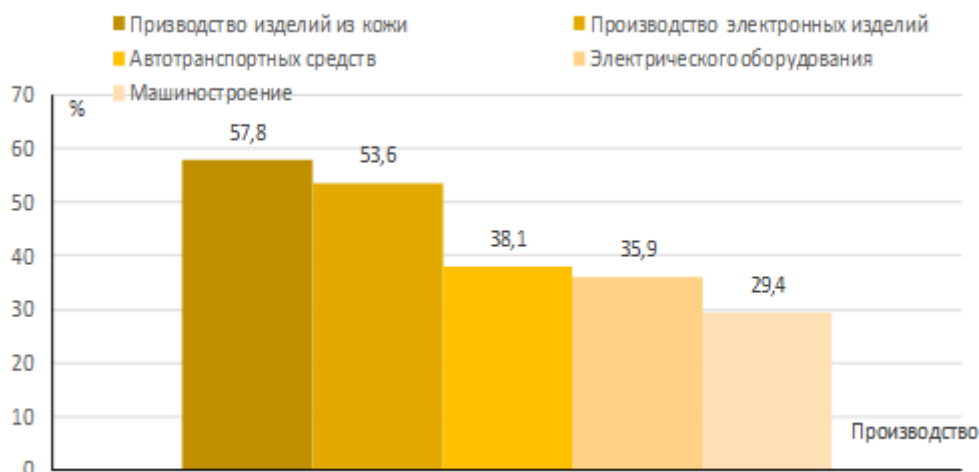


Рис. 2. Прирост инвестиций 2023 г. в различных отраслях

Инвестиции выросли в производстве изделий из кожи (+57,8%), производстве электронной продукции (+53,6%), транспортных средств (+38,1%), электрооборудования (+35,9%), прочего машиностроения (+29,4%).

Однако ряд обрабатывающих отраслей демонстрирует и заметное уменьшение инвестиционной активности (рисунок 3).

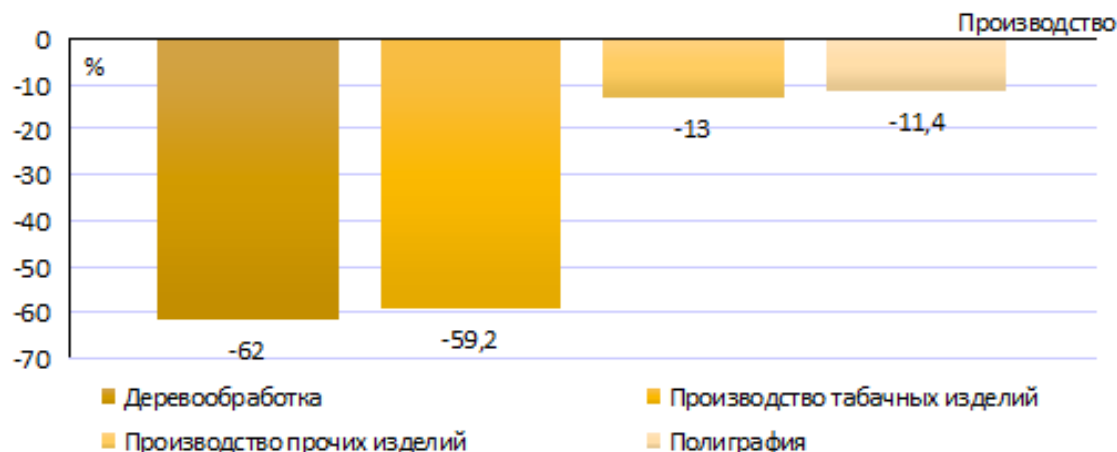


Рис. 3. Снижение инвестиций 2023 г. в различных отраслях

Наибольшее снижение инвестиций наблюдалось в деревообработке (-62,0%), производстве табачных изделий (-59,2%), производстве прочей продукции (-13,0%) и полиграфии (-11,4%).

Государственные учреждения продолжают оставаться одними из главных инвесторов в экономику, денежные средства идут в основной капитал через программы, стимулирующие инфраструктурное развитие регионов.

Уменьшение инвестиций, то есть будущих фондов, приводит к уменьшению производства, национального дохода. Из-за снижения уровня национального дохода потребление сокращается, все это может предотвратить инвестиционная деятельность. Следовательно, важно поддерживать между сбережениями и потреблением баланс, чтобы была стабильная экономическая ситуация в стране. Повышение объема привлекаемых трудовых ресурсов и производительности – невозможно без инвестиций в человеческий капитал, поэтому можно сказать, что роль инвестиций в экономике, несомненно, важна.

Следует отметить, что в настоящее время роль налогов в регулировании социально-экономических процессов в условиях рыночной экономики значительно выросла. На данный момент налоговая политика оказывает огромное влияние на развитие и изменение инвестиционной деятельности. Государство может влиять на уровень сбережений населения и на величину чистой прибыли предприятия, изменяя размер взимаемых налогов, тем самым, оказывая влияние на размер и объем инвестиций в различные проекты. Главными подходами к налоговому регулированию оказываются изменения налоговых ставок и применение налоговых льгот [4]. Если налоговые ставки раньше были основным инструментом налоговой политики, то в настоящее время ситуация изменилась: значение приобрели и налоговые льготы. Разные механизмы налогового стимулирования являются основополагающим фактором при принятии инвестиционных решений.

В нынешних условиях, система стимулирования и государственного регулирования должны быть построены так, чтобы инвестиционная и налоговая политика государства была полезна и выгодна как субъектам предпринимательства, так и государству. Стабильное экономическое развитие, усовершенствование инвестиционного климата становится результатом эффективной политики в стране.

Высокие налоги сдерживают предпринимательскую инициативу, тормозят инвестиционную политику и замедляют расширение производства. Поэтому постепенное повышение налоговой ставки приводит к снижению экономической активности в стране, следовательно, начинается спад деловой активности.

Подводя итоги, следует подчеркнуть, что инвестиции сегодня играют важную роль в развитии и функционировании экономики, а изменение количественных и физических объемов инвестиций оказывают влияние на занятость, объемы общественного производства, а также на структурные изменения в экономике, развитие отраслей и сфере экономики. Налоговая система является важнейшим механизмом увеличения инвестиционной активности. Именно благодаря ей, государство создает условия для накопления капитала в отраслях экономики.

#### Список источников

1. Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ (последняя редакция) [Принят Государственной Думой 15 июля 1998 года: Одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 года] – Текст: электронный // СПС КонсультантПлюс. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_22142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_22142/) (дата обращения: 17.11.2023).
2. Прищепова А.О. Роль инвестиций в развитии организации / А. О. Прищепова. – Текст: непосредственный // Вопросы экономики и управления. – 2019. – № 1 (12). – С. 28-32. – URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/78/3043/> (дата обращения: 18.11.2023).
3. Федеральная служба государственной статистики / Росстат // Официальный сайт. – URL: [https://rosstat.gov.ru/investment\\_nonfinancial](https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial) (дата обращения: 02.12.2023).
4. Экономика / Н.А. Бердник, Ю.С. Быстрая, Л.Н. Дейнека, А.В. Зимовец [и др.]. – Таганрог: Южный федеральный университет, 2014. – 374 с. – EDN TRFDEL.

**НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ**

**ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ:  
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 15 декабря 2023 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 16.12.2023.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 9,1

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)

