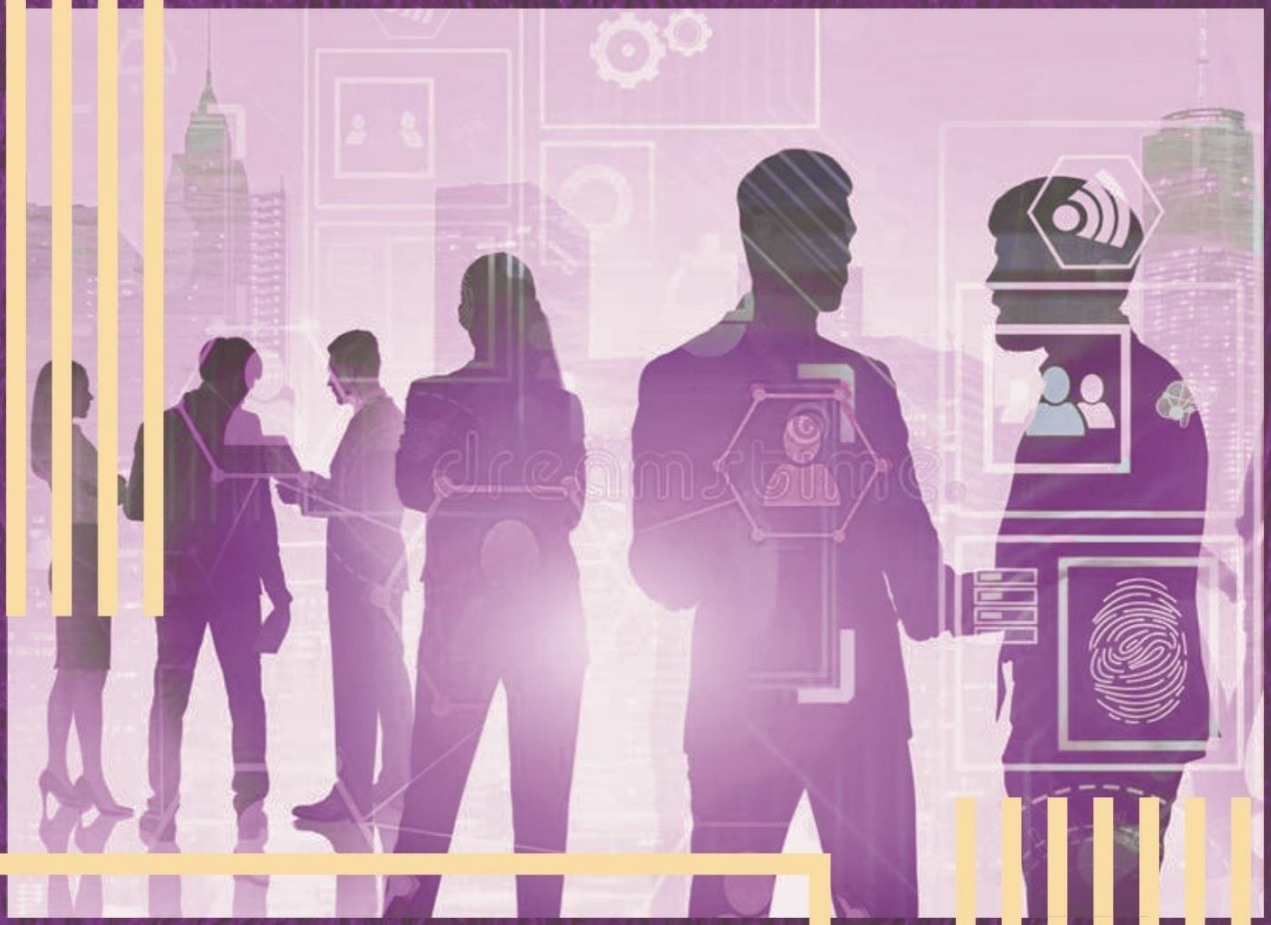

КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

МОНОГРАФИЯ

САРАТОВ
2024

КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Монография

Под общей редакцией
доктора экономических наук, доцента
Е.Г. Жулиной

Саратов, 2024

УДК 338
ББК 65
К 30

Авторский коллектив:

Мухина И.В., канд. экон. наук, доцент (*Введение, Глава 1*); ***Шадченко Н.Ю.,*** канд. экон. наук, доцент, ***Сырникова Л.В.***, канд. экон. наук, доцент (*Глава 2*); ***Родина Т.Е.,*** канд. экон. наук, доцент (*Глава 3*); ***Бижанова Е.М.,*** канд. экон. наук, доцент, ***Орлов Н.М.,*** магистрант (*Глава 4*); ***Мягкова Т.Л.,*** канд. экон. наук, доцент, ***Беспалова И.В.,*** преподаватель (*Глава 5*); ***Одинокова Т.Д.,*** д-р экон. наук, доцент (*Глава 6*); ***Кабашева И.А.,*** канд. экон. наук, доцент, ***Рудалева И.А.,*** канд. экон. наук, доцент (*Глава 7*); ***Гамидуллаева Л.А.,*** д-р экон. наук, доцент, ***Козлов Н.Ю.,*** магистрант (*Глава 8*); ***Кирикуца Е.Г.,*** канд. экон. наук, доцент (*Глава 9*); ***Беляева О.Л.,*** канд. экон. наук, доцент (*Глава 10*).

Рецензенты:
Горячева Т.В., доктор экономических наук, профессор
Саратовского государственного технического университета имени Гагарина Ю.А;
Мягкова Т.Л., кандидат экономических наук, доцент
Поволжского кооперативного института (филиала)
Российского университета кооперации

К 30 Качественные изменения социально-экономических систем в новой реальности: [колл. моногр.] / [колл. авт.]; под общ. ред. Е.Г. Жулиной. – Саратов: Амирит, 2024. – 187 с.

ISBN 978-5-00207-571-3

В коллективной монографии на широком научном материале исследуются современные качественные преобразования социально-экономических систем разного уровня в новой реальности, в условиях высокой динамики внешней среды, рисков и угроз развития.

Издание предназначено для специалистов, интересующихся проблемами экономики и управления, научных работников, преподавателей вузов, студентов и аспирантов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» и «Менеджмент».

Работа издается в авторской редакции

ISBN 978-5-00207-571-3

© Коллектив авторов, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ…….. 4

Глава 1. РАЗВИТИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОСНОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ…… 6

Глава 2. КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ КАК УГРОЗА КАЧЕСТВЕННЫМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА…… 23

Глава 3. ТЕНЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ УМЕНЬШЕНИЯ…… 44

Глава 4. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ…… 60

Глава 5. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОРТФЕЛЕМ ИПОТЕЧНЫХ КРЕДИТОВ…… 77

Глава 6. ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ И КАЧЕСТВО ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ СТРАХОВЫХ УСЛУГ…… 96

Глава 7. ТРАНСПОРТНАЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ…… 120

Глава 8. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА…… 136

Глава 9. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ОРГАНИЗАЦИИ…… 153

Глава 10. ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ…… 168

ВВЕДЕНИЕ

Глобальный характер вызовов и факторов новой реальности стали не только для России, но и для всего мира принципиально новым этапом для мировой политической и экономической системы. Долгосрочный и устойчиво бесповоротный характер произошедших изменений вполне очевиден.

Переконфигурация мировой экономической системы, формирование новых коллективных субъектов экономики, качественное обновление и укрепление связей с мировыми дружественными странами-партнерами и выстраивание путей взаимодействий с недружественным западом при укреплении национального суверенитета – вот одни из ключевых процессов и задач новой реальности для российской экономики.

Санкционное давление привело к необходимости структурной перестройки российской экономики, к переориентации от импортозамещения на инновационное развитие, к реализации технологического и цифрового потенциала в условиях ограничений возможности стратегического маневра в силу роста расходов на обороноспособность страны.

Угрозы внешней и внутренней среды для российской экономики и общества требуют укрепления технологического суверенитета, разумного снижения технической импортозависимости, развития технологий искусственного интеллекта и новых отраслей, расширение финансирования НИОКР и человеческого капитала.

Как отмечает Центральный Банк, в 2023 год российская экономика вошла, находясь в фазе быстрого восстановления и структурной трансформации. Потребительская активность приближалась к докризисному уровню, внутренний спрос подпитывали выросшие расходы

бюджета и ускорившееся кредитование. Опережающими темпами росла обрабатывающая промышленность. Экспорт и импорт все больше смещались в сторону дружественных стран, перестраивались цепочки поставок. Качественные изменения, обеспечивающие национальный и технологический суверенитет страны, невозможны без развития субъектов экономики, и как показало время, российские компании успешно занимали ниши, из которых ушел иностранный бизнес.

Качественные изменения происходят и в бизнесе, который вынужден не только выстраивать политику противодействия внешним негативным факторам, но и реализовывать те новые возможности, которые открываются как следствие санкций, как новые цифровые решения и гибкие методы оптимизации процессов и организации производства. Новое в управлении персоналом всегда приносило значительные эффекты экономии затрат, повышения качества и укрепления конкурентоспособности.

Таким образом, для успешного развития России в новой реальности не просто необходимы качественные структурные изменения, но изменения более высокого уровня, позволяющие не противостоять глобальным угрозам, а развиваться, показывая сверхвысокие достижения социально-экономического роста.

Глава 1. РАЗВИТИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОСНОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Стратегическое управление социально-экономическими системами играет важную роль в обеспечении устойчивого развития общества. Это комплексный подход к управлению, который включает в себя определение целей, разработку стратегий и тактик, а также контроль и коррекцию процессов для достижения желаемых результатов. Правильно разработанная и реализованная стратегия позволяет достичь поставленных целей и повысить эффективность управления. В связи с этим суть стратегического управления заключается в определенном отходе от управленческого рационализма и начального убеждения, что устойчивое развитие социально-экономической системы определяется, прежде всего, рациональной организацией за счет выявления внутренних резервов и повышением эффективности использования всех видов ресурсов [1]. Практика показывает, что зачастую главные предпосылки успешной деятельности любой социально-экономической системы находятся не только внутри, но и вне ее. То есть успех связывается с тем, насколько удачно система приспосабливается и адаптируется к внешнему окружению – научно-техническому, экономическому, социальному, политическому и т.п. [2].

Основными факторами, определяющими успешность функционирования социально-экономической системы, являются:

– эффективная правовая база и развитая институциональная среда: законы и нормы, регулирующие экономическую деятельность, должны быть прозрачными, справедливыми и стабильными. Кроме того, важную роль играют институты государственного управления, банковская

система, система образования и здравоохранения, которые обеспечивают функционирование экономики и социума в целом;

– наличие экономической свободы и конкуренции: свободный рынок способствует эффективному распределению ресурсов, стимулирует инновации и развитие предпринимательства. Конкуренция между компаниями способствует повышению качества товаров и услуг, снижению цен и стимулирует экономический рост;

– устойчивая социальная политика: государство должно обеспечивать социальную защиту населения, обеспечивать доступ к образованию, здравоохранению, жилью и другим основным услугам. Устойчивая социальная политика способствует снижению неравенства, повышению уровня жизни и укреплению социальной солидарности;

– постоянное развитие инноваций и человеческого капитала: инновации способствуют улучшению производственных процессов, созданию новых товаров и услуг, а также повышению конкурентоспособности экономики. Развитие человеческого капитала через образование, подготовку кадров и повышение квалификации также играет важную роль в обеспечении успешной деятельности социально-экономической системы.

Поддержание баланса между перечисленными факторами и их постоянное совершенствование являются основой для устойчивого развития и процветания социально-экономической системы. Важно отметить, что концепция управления социально-экономическим развитием, нацеленная на повышение эффективности экономики, сегодня постепенно меняется на концепцию управления, направленную на улучшение качества жизни населения.

Ключевые аспекты и принципы стратегического управления социально-экономическими системами представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Ключевые аспекты и принципы стратегического управления социально-экономическими системами

Ключевые этапы стратегического управления	Характеристика
1. Анализ среды и определение целей	Прежде чем разрабатывать стратегию управления, необходимо провести анализ внешней и внутренней среды социально-экономической системы. Это позволит определить угрозы, возможности, сильные и слабые стороны системы. На основе анализа формулируются цели, которые должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени (SMART-цели).
2. Разработка стратегии	Стратегия управления определяет общий план действий для достижения поставленных целей. Она должна учитывать основные принципы управления, такие как целостность, гибкость, адаптивность и управление изменениями. Стратегия должна быть ориентирована на долгосрочное развитие системы и учитывать интересы всех заинтересованных сторон.
3. Реализация стратегии	Этот этап включает в себя конкретные действия по внедрению стратегии управления. Необходимо определить ответственных лиц, ресурсы, сроки и механизмы контроля за выполнением поставленных задач. Важно обеспечить эффективное взаимодействие между различными уровнями управления и подразделениями.
4. Мониторинг и контроль	Для успешной реализации стратегии необходимо постоянно отслеживать ее выполнение и результаты. Мониторинг позволяет своевременно выявлять отклонения от плана и корректировать действия для достижения поставленных целей. Контроль за процессами управления помогает обеспечить эффективное использование ресурсов и предотвращает возможные проблемы.
5. Анализ и улучшение	После завершения цикла управления необходимо провести анализ результатов и определить ключевые уроки для будущих стратегий. Непрерывное улучшение процессов управления позволяет адаптироваться к изменяющимся условиям и повышать эффективность деятельности социально-экономической системы.

Этим обусловлены и принципиально новые требования к организации процесса управления социально-экономическими системами, а также применяемым на практике инструментам и методикам. Новые требования ставят перед руководителями и специалистами ряд вызовов, которые требуют новых подходов и стратегий, в том числе гибкости, инновационности и готовности к постоянному развитию. Только такие

организации смогут успешно адаптироваться к быстро меняющейся среде и обеспечить устойчивое развитие в будущем.

Одним из ключевых требований к организации процесса управления является учет быстро меняющейся экономической среды (рисунок 1.1). Глобализация, цифровизация и изменения в потребительском поведении создают новые вызовы для бизнеса и государственных учреждений. Управленческие решения должны быть принимаемыми на основе актуальных данных и аналитики, а также учитывать долгосрочные тенденции и прогнозы.

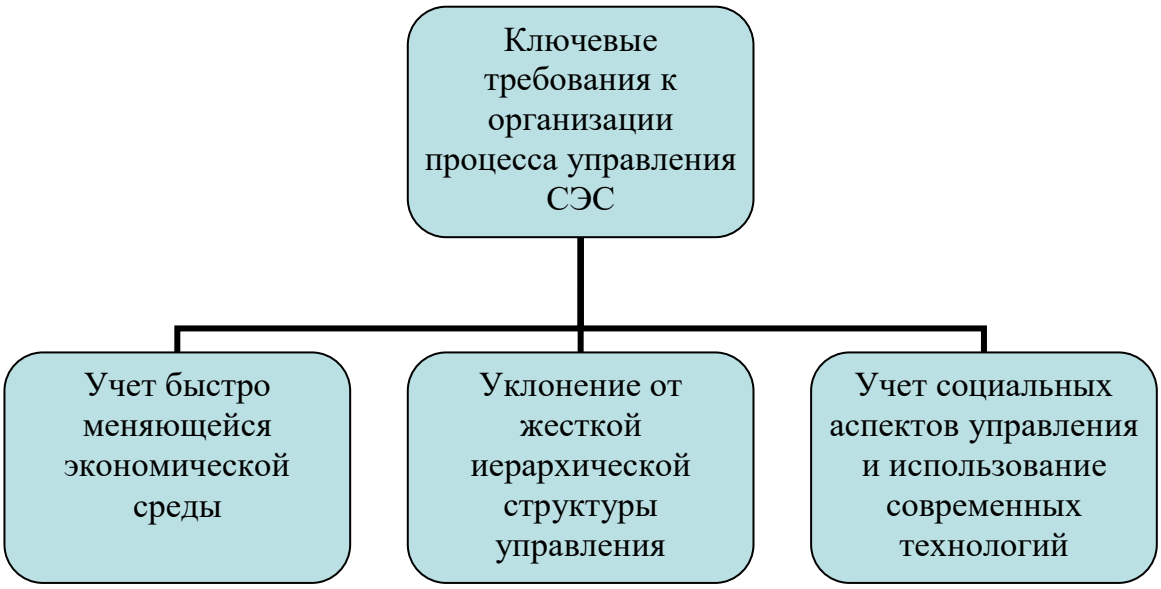

Рисунок 1.1 – Ключевые требования к организации процесса управления социально-экономическими системами

Другим важным требованием является уклонение от жесткой иерархической структуры управления в пользу гибких и адаптивных систем. Современные организации должны быть способны оперативно реагировать на изменения внешней среды, быстро принимать решения и адаптироваться к новым условиям. Это требует развития коммуникационных навыков, умения работать в команде и готовности к постоянному обучению.

Также важным требованием является учет социальных аспектов управления. Современные организации должны стремиться к созданию устойчивых и ответственных бизнес-моделей, учитывающих интересы всех заинтересованных сторон – от сотрудников и клиентов до общества в целом. Управление социально-экономическими системами должно быть ориентировано на достижение не только финансовых показателей, но и социальной ответственности и устойчивого развития.

Наконец, важным требованием к организации процесса управления является использование современных технологий и инструментов. Цифровизация процессов управления позволяет улучшить эффективность, увеличить прозрачность и ускорить принятие решений. Использование аналитики данных, искусственного интеллекта и автоматизации процессов помогает сделать управление более точным, быстрым и адаптивным к изменениям (рисунок 1.2).

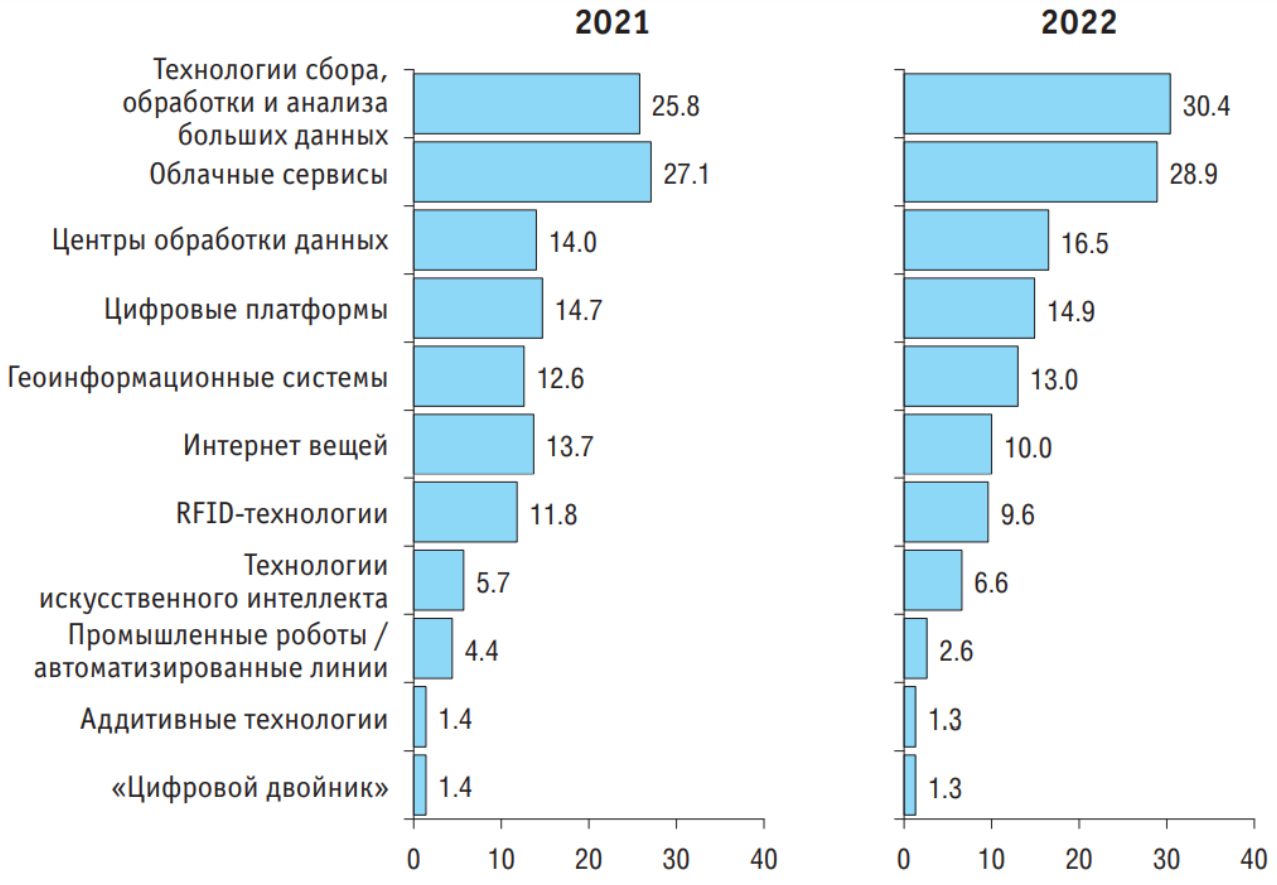

Рисунок 1.2 – Использование цифровых технологий в организациях (в процентах от общего числа организаций) [4]

Одной из ключевых проблем, с которыми сталкиваются социально-экономические системы в условиях цифровизации, является увеличение объема и сложности данных. С постоянным развитием технологий и все большим количеством устройств, способных генерировать и записывать данные, объем и разнообразие информации постоянно растут. Объем данных удваивается примерно каждые два года в соответствии с законом Мура. Это означает, что количество информации, доступной для обработки и анализа, растет экспоненциально. Вместе с этим техническим прогрессом возникают новые возможности, связанные с управлением и использованием этих данных (таблица 1.2).

Таблица 1.2 – Новые возможности в управлении и использовании данных в экономике

Возможности	Характеристика
Технические инновации	Интернет вещей (IoT), облачные вычисления, машинное обучение и искусственный интеллект (ИИ), предоставляют возможности для сбора, хранения, анализа и использования больших объемов данных. Это позволяет предприятиям принимать более обоснованные решения, оптимизировать производственные процессы, предсказывать и адаптироваться к изменениям рынка и удовлетворять потребности клиентов.
Непрерывный доступ к данным	Благодаря технологическому прогрессу, данные становятся легко доступными через различные устройства и платформы. Это предоставляет предприятиям возможность быстрого доступа к нужным данным, что способствует более оперативному принятию решений и повышению производительности.
Увеличенная точность и качество данных	Технический прогресс может помочь в сборе, фильтрации и обработке данных, что приводит к повышению точности и качества информации. Это позволяет предприятиям принимать более надежные решения на основе фактов и аналитики.

В целом, технический прогресс предоставляет огромные возможности в управлении и использовании данных в экономике. Однако для успешного использования данных необходимо также учитывать вызовы, связанные с конфиденциальностью данных, разнообразием и

объемом информации, а также обеспечением безопасности и эффективности управления данными (таблица 1.3).

Увеличение объема данных также сопровождается ростом их сложности. Большие объемы данных становятся все более гетерогенными, содержащими информацию различных типов и форматов. Кроме того, данные могут быть неструктурированными, что затрудняет их анализ и использование в бизнес-процессах.

Массовое наполнение данных также приводит к возникновению проблемы качества данных. Неправильные, несогласованные или неполные данные могут привести к искаженным результатам анализа и принятию неэффективных решений.

Таблица 1.3 – Новые вызовы и проблемы в управлении и использовании данных в экономике

Вызовы	Характеристика проблемы и пути решения
Конфиденциальность и безопасность данных	Рост объемов данных и их хранение в электронном виде требует максимальной защиты конфиденциальности и безопасности. Утечки данных и кибератаки могут иметь серьезные последствия для предприятий и их клиентов. Поэтому предприятия должны обеспечить соответствие нормативным требованиям и разработать строгие политики и меры безопасности.
Разнообразие и разрозненность данных	Множество источников данных и их разнообразие могут создавать трудности в управлении и объединении информации. Необходимо использовать современные методы и инструменты для обработки и анализа данных, чтобы сделать их полезными и понятными для принятия решений.
Управление большими объемами данных	Большие объемы данных требуют высокоскоростных систем хранения, обработки и анализа. Это может вызвать проблемы с бесперебойностью работы и требовать дополнительных ресурсов для обработки данных.

Для успешного управления увеличивающимися объемами и сложностью данных необходимо эффективное и надежное хранение, обработка и анализ информации. Технологии, такие как облачные

вычисления, машинное обучение и искусственный интеллект, предлагают мощные инструменты для обработки и анализа данных большого объема.

Важно разработать стратегию управления данными, которая включает в себя использование современных методов обработки, таких как параллельные вычисления, распределенные базы данных и алгоритмы машинного обучения, а также принципы адекватности данных и контроль качества. Кроме того, необходимо обеспечить безопасность и конфиденциальность данных, особенно в случае хранения и обработки чувствительных данных.

Интересно отметить, что увеличение объема и сложности данных предоставляет огромные возможности для инноваций и развития. Анализ больших данных может помочь выявить закономерности и предсказать тренды, что позволит компаниям принимать обоснованные решения и оптимизировать свою деятельность. Кроме того, эти данные могут использоваться для создания персонализованных продуктов и услуг, улучшения клиентского опыта и развития новых бизнес-моделей.

Несмотря на все современные сложности, практически все задачи, поставленные в ходе программ цифровизации в России, оказались даже перевыполнены. Как отметил генеральный директор АНО «Цифровая экономика» С. Плуготаренко, уже к середине 2022 г. отрасль полностью адаптировалась к новой реальности [5]. Общий объем фактического государственного финансирования программ цифровизации за весь период реализации нацпрограммы «Цифровая экономика» за 2019-2023 г., составил 605 млрд руб., в том числе 19,2 млрд руб. – на проекты, связанные с развитием искусственного интеллекта (ИИ). К 2030 г. Россия должна войти в пятерку стран с наибольшим объемом экспорта продукции, использующей ИИ. Именно на это ориентирована программа «Экономика данных и цифровая трансформация государства», реализация которой начнется уже в июне 2024 г., где ИИ является главным направлением развития.

Лидерами по использованию ИИ являются такие отрасли, как ИТ, телеком, медицина и финансы, где уровень проникновения превышает

50%. Например, в настоящее время все больше компаний внедряют у себя data-driven-подход, когда с помощью ИИ происходит сбор и анализ данных для принятия последующих решений, влияющих на бизнес. На основе данных можно грамотнее выстраивать процессы внутри компании: выявлять точки роста бизнеса и определять, что приносит компании прибыль, а какие расходы, наоборот, не дают ожидаемого эффекта. Однако, по оценке консалтинговой компании Gartner, из-за некачественных данных в среднем компании теряют около $13 млн ежегодно. Для эффективной работы с данными компании особенно нуждаются в квалифицированных кадрах. По результатам исследования Aero и платформы онлайн-рекрутинга hh.ru, за первое полугодие 2023-го количество резюме data-соискателей выросло на 105% [6].

Уровень проникновения технологий в другие отрасли остается невысоким. Основными препятствиями для внедрения ИИ являются:

– кадровый голод;

– недостаток центров обработки данных, прежде всего в регионах;

– отсутствие доступа к датасетам, используемым для обучения нейросетей;

– нехватка быстрых во внедрении, в идеале коробочных решений, которые могли бы удовлетворять потребности небольших заказчиков (малый и средний бизнес, образовательные и медицинские учреждения, муниципальное звено госуправления и др.);

– отсутствие или несовершенство стандартов в области ИИ;

– низкий уровень цифровой грамотности населения;

– недостаточная зрелость бизнеса и пр.

Национальный проект «Экономика данных и цифровая трансформация государства» заменит национальную программу «Цифровая экономика», которая завершится 31 декабря 2024 года. Он состоит из восьми федеральных проектов, стоимость их реализации приводится в соответствии с данными паспорта нацпроекта:

– «Инфраструктура доступа к информационно-телекоммуникационной сети „Интернет“» (1,3 трлн руб.);

– «Цифровые платформы в отраслях социальной сферы» (122 млрд руб.);

– «Искусственный интеллект» (197 млрд руб.);

– «Цифровое государственное управление» (327 млрд руб.);

– «Отечественные решения» (125,8 млрд руб.);

– «Прикладные исследования и перспективные разработки» (84,9 млрд руб.);

– «Инфраструктура кибербезопасности» (68,7 млрд руб.);

– «Кадры для цифровой трансформации» (41,9 млрд руб.) [7].

Предполагается, что реализация данной программы позволит поднять темпы увеличения инвестиций в отечественные ИТ-технологии до уровня как минимум вдвое выше роста ВВП.

При разработке стратегий управления социально-экономическими системами важно учитывать социальные и экономические аспекты. Например, цифровизация может создавать разрывы между группами населения, такие как цифровое неравенство или риск утраты рабочих мест. Поэтому, концептуальные основы стратегического управления должны включать в себя меры, направленные на смягчение этих негативных последствий и обеспечение включения всех слоев населения в цифровую экономику (рисунок 1.3).

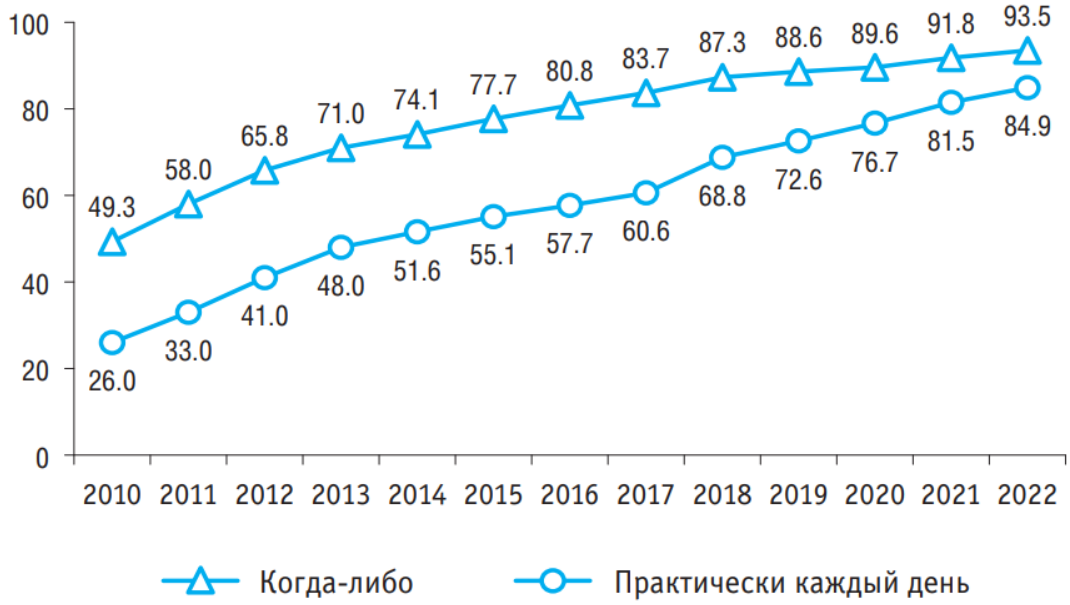

Рисунок 1.3 – Использование интернета населением (в процентах от общей численности населения в возрасте 15–74 лет) [4]

Уровень владения цифровыми навыками по странам в 2022 г. представлен на рисунке 1.4 [4].

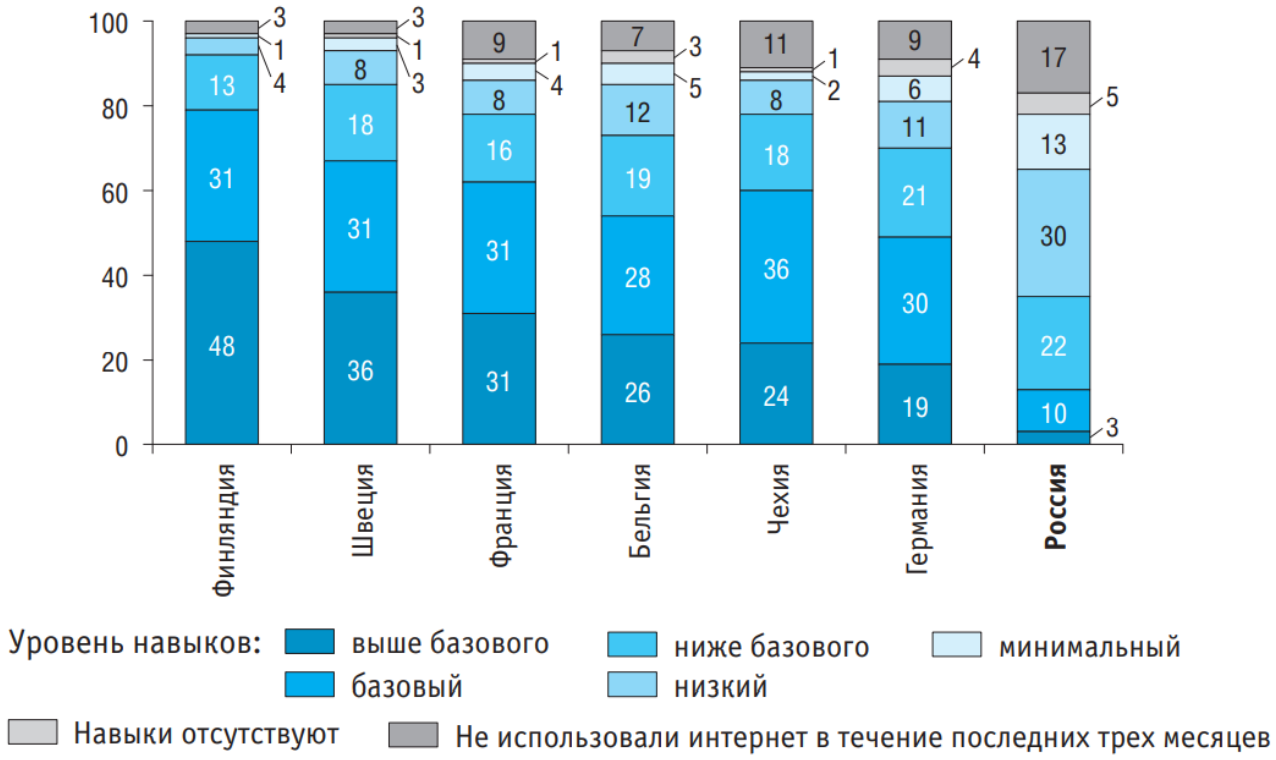

Рисунок 1.4 – Уровень владения цифровыми навыками по странам в 2022 г. (в процентах от общей численности населения в возрасте 14 лет и старше) [4]

Еще одним важным аспектом развития концептуальных основ стратегического управления является сотрудничество и партнерство между различными заинтересованными сторонами. В условиях цифровой экономики, границы между отраслями и секторами неясны, и решение сложных проблем требует взаимодействия и совместных усилий. Поэтому, стратегии управления должны быть разработаны с учетом мнения и интересов различных сторон, таких как государственные органы, бизнес-сообщество, академическое сообщество и гражданское общество.

Стратегия социально-экономического развития любого российского региона должна отвечать на вопросы, касающиеся будущих точек и полюсов роста, а также форм организации производительных сил, и обосновывать направление их специализации. Например, документом,

создаваемым на этапе целеполагания, в соответствии с Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации», является «Стратегия социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года» (в дальнейшем – Стратегия) [8]. Стратегия представляет собой глобальное видение будущего облика Саратовской области и путей достижения поставленных целей. Она является основой для разработки государственных программ Саратовской области, схемы территориального планирования Саратовской области.

Стратегия предусматривает:

– определение системы стратегических приоритетов социально-экономического развития на основе комплексной оценки стартовых позиций Саратовской области, ее конкурентных преимуществ и потенциала с учетом влияниях внешних и внутренних факторов на долгосрочный период;

– формирование пространственной модели экономического роста в региональном и муниципальном разрезе;

– этапы и механизмы достижения стратегических приоритетов;

– систему индикаторов достижения стратегических приоритетов [9].

В долгосрочной перспективе возможны 3 сценария развития области:

– консервативный, в основе которого находится предположение об инерционном развитии экономики и сохранении сложившихся подходов к ее управлению. В данном случае Саратовская область будет развиваться преимущественно за счет экстенсивного расширения экономики, путем наращивания объемов использования ресурсов. Одновременно при этом будет наблюдаться отрицательная динамика экономического роста, что в итоге за счет медленных преобразований в качестве уровня жизни и среды жизнедеятельности приведет к сокращению численности населения;

– умеренно оптимистичный, предполагающий рост эффективности использования всех видов ресурсов. Повышенное внимание при этом будет уделяться вопросам улучшения делового климата и созданию благоприятных условий для осуществления хозяйственной деятельности.

Однако позитивные изменения в экономике будут сопровождаться адекватными положительными сдвигами в социальной сфере с определенными задержками по времени;

– инновационный, ориентированный на максимальное раскрытие потенциала стратегического развития, эффективное использование человеческого капитала, сбалансированное развитие территорий, реализацию новых подходов к управлению регионом. Данный сценарий содержит базовые элементы умеренно оптимистичного сценария в сочетании с существенным притоком капитала, активизацией развития социальной сферы, более эффективным использованием ресурсов, наращиванием параметров человеческого капитала и повышением роли инноваций.

В качестве основного сценария долгосрочного развития Саратовской области, в соответствии с параметрами которого будут определены количественные значения целевых ориентиров, закладываемых в Стратегию, предлагается инновационный сценарий, основанный на внедрении инноваций в производстве, сельском хозяйстве, жилищно-коммунальном хозяйстве, социальной сфере, управлении и т.д.

Основной показатель экономического роста в рамках каждого из сценариев представлен в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Ключевые показатели развития экономики Саратовской области в 2016-2030 годах (в сопоставимой оценке) [9]

Показатель	2016-2018 гг.	2019-2025 гг.	2026-2030 гг.	2030 к 2015 гг., %
ВРП в ценах 2015 года, среднегодовые темпы роста за период, %				
Консервативный сценарий	101,1	102,1	103,2	139,9
Умеренно оптимистичный сценарий	101,3	103,9	104,3	167,7
Инновационный сценарий	101,5	105,4	107,5	217,0
Производительность труда, среднегодовой прирост за период, %				
Консервативный сценарий	1,1	2,1	3,2	140,2
Умеренно оптимистичный сценарий	1,3	3,91	4,3	168,1
Инновационный сценарий	2,2	5,1	7,3	215,6

Согласно инновационному сценарию развития области, к 2030 г. Саратовская агломерация должна входить в топ-10 быстрорастущих промышленных агломераций страны (рисунок 1.5).

Рисунок 1.5 – Цели и задачи Стратегии инновационного развития

Среди ожидаемых результатов Стратегии, помимо количественного роста, обращают внимание ожидаемые качественные сдвиги в промышленности. Так, предполагается увеличение доли продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП с 23 до 33%, доли инновационной продукции до 9% в 2030 г., производительности труда в 2 раза; к 2030 г. в 2,5 раза оборота малых и средних предприятий, доли занятого населения в секторе малого и среднего предпринимательства – в 2 раза [8].

Согласно стратегическому приоритету «Перезагрузка индустрии», область должна войти в топ-10 быстрорастущих индустриальных центров за счет формирования новой специализации на передовых технологических рынках (рисунок 1.6).

Рисунок 1.6 – Стратегический приоритет «Перезагрузка индустрии»

В Стратегии предполагается типологизация четырех муниципальных образований: районы-локомотивы, районы-биоэкополисы, районы-инфраструктурные спутники и депрессивные районы (рисунок 1.7).

Муниципальные районы	Потенциал развития муниципального образования
Районы-локомотивы	
Балаковский, Энгельсский, г. Саратов	Создание индустриальных (промышленных) парков, технопарков, кластеров, «центров превосходства», особых экономических зон
Балашовский, Вольский – в перспективе	
Районы-биоэкополисы	
Лысогорский, Калининский, Самойловский, Ртищевский, Новобурасский, Романовский, Базарно-Карабулакский, Дергачевский, Турковский, Питерский, Перелюбский, Хвалынский, Духовницкий, Аркадакский, Ивантеевский, Озинский, Петровский	Создание и развитие агропродовольственных кластеров, агропарков, расширение и укрепление внутрирегиональных связей, создание территорий опережающего социально-экономического развития
Районы – инфраструктурные спутники	
Саратовский, Татищевский, Марксовский, Аткарский, Пугачевский, Советский	Использование потенциала: объекты транспортной инфраструктуры преимущественно федерального уровня, приграничные территории, туристические объекты, здравницы, частично территории, прилегающие к районам-локомотивам; транспортно-логистические центры
Депрессивные районы	
Александрово-Гайский, Красноармейский, Воскресенский, Ершовский, Ровенский, Новоузенский, Краснокутский, Краснопартизанский, Екатериновский, Балтайский, Федоровский	Переход в группу инфраструктурных спутников или биоэкополисов, в частности, за счет создания транспортно-логистических центров, агропарков

Рисунок 1.7 – Типология муниципальных районов согласно Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года

В районах-локомотивах, согласно Стратегии, сконцентрирован наибольший научно-технический, человеческий, производственный, логистический потенциал, необходимый для создания всей цепочки создания высокопредельного продукта, конкурентоспособного на мировых рынках. Здесь ожидается развитие таких направлений, как транспортное машиностроение, электроника, биотехнологии, нанотехнологии, лазерные технологии, химия, нефтехимия, стройиндустрия, сельхозпереработка и др.

Районы-биоэкополисы представляют собой обширные районы с населением, проживающим в компактных поселениях малого масштаба. При этом такие районы имеют значительный ресурсный потенциал для развития агропродовольственных кластеров, ориентированных на производство экологически чистой продукции.

Районы – инфраструктурные спутники расположены вблизи крупных объектов транспортной инфраструктуры преимущественно федерального уровня, рядом с агломерацией Саратов-Энгельс.

Депрессивные районы не имеют на данный момент объективных точек роста, перспективы их развития будут связаны с расширением кооперационных связей с районами вышеназванных групп, что может стать отправной точкой для их смещения в другой тип территорий.

В целом, развитие концептуальных основ стратегического управления в условиях цифровизации является важным шагом в обеспечении устойчивого и инновационного развития социально-экономических систем. Это требует ориентации на данных, развития цифровой инфраструктуры, учета социальных и экономических аспектов, а также сотрудничества между различными заинтересованными сторонами.

Список использованных источников

1. Сапунов А.В., Бортник И.О. Стратегическое управление социально-экономическими системами // Форум молодых ученых. 2017. № 11(15).

2. Сапунов А.В. Стратегическое управление экономикой региона: дис. … канд. экон. наук. Майкоп, 2006. 149 с.

3. Стратегическое управление социально-экономическим развитием территорий: методологические основы и прикладной инструментарий: моногр. / под общ. ред. А.В. Мехренцева. Екатеринбург: Урал. гос. лесотехн. ун-т, 2015. 253 с.

4. Цифровая экономика: 2024 : краткий статистический сборник / В.Л. Абашкин, Г.И. Абдрахманова, Ц75 К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. 124 с.

5. "Экономика данных" продолжит дело "Цифровой экономики" [Электронный ресурс]. URL: https://www.comnews.ru/content/230723/2023-12-18/2023-w51/1007/ekonomika-dannykh-prodolzhit-delo-cifrovoy-ekonomiki

6. Что ждет data-тренд в 2024 году [Электронный ресурс]. URL: https://trends.rbc.ru/trends/industry/65aa42959a794727148e991d?from=copy

7. Что значит для ИТ-рынка нацпроект «Экономика данных» [Электронный ресурс]. URL: https://www.novostiitkanala.ru/news/detail.php?ID=179476

8. Преображенский Юрий Владимирович Пространственные аспекты «Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года» // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Науки о Земле. 2017. № 4.

9. Стратегия социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года [Электронный ресурс]. URL:http://docs.cntd.ru/document/467710021.

Глава 2. КИБЕРПРЕСТУПНОСТЬ КАК УГРОЗА КАЧЕСТВЕННЫМ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

Развитие информационных технологий и сети Интернет порождает множество возможностей для экономики и общества, но и может стать благодатной почвой для формирования принципиально новых по качеству и количеству угроз. Такой угрозой для экономики любой страны, общества и отдельного человека стала киберпреступность.

Киберпреступность является одной из наиболее серьезных проблем современного российского общества, наносящей огромный урон российской экономике и благосостоянию граждан. Резкое усугубление проблемы киберпреступности в России в последние годы все чаще поднимает вопрос о том, является ли в настоящий момент киберпреступность угрозой национальной безопасности.

Ключевыми негативными проявлениями киберпреступность порождает необходимость выработки мер противодействия со стороны государства. Развитие киберпреступности приводи к росту финансовых потерь организаций и физических лиц, вследствие мошеннических действий по телефону с использованием методов социальной инженерии.

Киберпреступления приводят и к прямым убыткам. Кибератаки, которые сегодня направлены на множество крупных российских компаний и представителей финансово-кредитной сферы, приводят к прямым финансовым потерям через кражу средств, мошенничество и вымогательство. По последним оценкам, порядка 20 млн рублей составили потери юридических лиц, связанные с данным процессом.

Кроме того, последствия кибератак требуют восстановительных работ, что также крайне затратно. Затраты на технические и юридические консультации, на улучшение систем безопасности и возмещение убытков

потерпевшим, на повышение квалификации персонала требуют значительных инвестиций.

Кибератаки на бизнес, приводя к замедлению, приостановке, а бывает и остановке деятельности организации приводит не только к прямым финансовым потерям, но и к нарушению деловых процессов и партнерских отношений. Кибератаки, нарушая работу компаний и государственных органов, снижает их ритмичность работы и продуктивность. Атаки на критически важные инфраструктуры, такие как банки, компании энерго- и водоснабжения, могут парализовать экономику города, региона и страны на неопределенное время.

Среди кибератак, популярны те атаки, которые направлены на получение конфиденциальной информации. Такая информация может касаться как физических, так и юридических лиц, и может представлять собой персональные данные клиентов, стратегические планы компаний и коммерческую тайну. Очевидно, что это может нанести ущерб доверию клиентов и партнеров, а также привести к конкурентным потерям.

Для бизнеса важным фактором конкурентоспособности является его репутация. Кибератаки и кибермошеничество могут нанести непоправимый урон репутации организации. Потеря доверия со стороны клиентов и инвесторов может привести к снижению доходов и уменьшению притока инвестиций в бизнес.

Вынужденные затраты на обеспечение кибербезопасности, включая разработку и использование средств защиты, персонал и обучение, могут существенно увеличить издержки бизнеса и государства. Рост затрат на безопасность сокращает предпринимательский потенциал организации и приводит к возникновению потребности в заемных источниках финансирования, а значит к потере финансовой устойчивости и снижении эффективности деятельности.

Несоответствие требованиям безопасности данных и законодательству о защите данных может привести к значительным штрафам и судебным искам для бизнеса и перестройки самой системы безопасности.

Снижение экономической активности и эффективности вследствие кибератак может ослабить экономическое состояние страны. Сбои в работе предприятий, нарушение партнерских связей, развитие «рынка конфиденциальной информации и персональных данных» в корыстных целях, приводит к проблемам в деятельности бизнеса, банкротству, снижению финансовых результатов и сокращению платежей и налогов в бюджет страны. Для потребителя – это снижение качества продукции, перебои в поставках продукции на рынках и в магазинах. Таким образом, развитие киберпреступности может привести к снижению ВВП и увеличению безработицы.

Итак, становится ясным, что для минимизации рисков, связанных с киберпреступностью, необходимы совместные усилия правительства, бизнеса и общества. Это включает развитие и поддержание современных средств защиты, повышение уровня киберосведомленности и навыков среди персонала предприятия и населения, а также применение самых современных технических средств в борьбе с киберпреступностью.

Киберпреступность, как один из видов преступности, имеет ряд существенных отличительных признаков [1].

1. Глобальность и масштабность, т.к. киберпреступники могут совершать преступления в любой точке мира, обходя границы и национальные законы. Они могут нападать на цели из далека, иметь доступ к международным сетям и использовать анонимность Интернета для своих целей.

2. Анонимность и скрытость. Используя специализированные программы, инструменты и техники, киберпреступники могут скрываться за маской анонимности, затрудняя идентификацию и установление их личности и местонахождения.

3. Быстрота и эффективность. Киберпреступники могут совершать преступления в онлайн-среде очень быстро и эффективно. Информация может быть скомпрометирована, украдена или повреждена в считанные секунды или минуты.

4. Неограниченные возможности. С появлением новых технологий и развитием Интернета, киберпреступники имеют постоянно расширяющийся арсенал инструментов и методов для совершения преступлений. Они могут выбирать различные цели, от индивидуальных пользователей до крупных корпораций и правительств.

5. Высокий уровень сокрытия и технического мастерства. Киберпреступники обладают высоким уровнем знаний и навыков в области программирования, сетевых технологий и криптографии. Они могут использовать сложные техники, чтобы обойти существующие меры защиты и проникнуть в компьютерные системы или сети.

6. Низкий риск и высокая возможность для получения прибыли. Киберпреступники могут совершать преступления со своего места проживания или через интернет-кафе, что снижает риск для них. В то же время, киберпреступники могут получать значительную финансовую выгоду от своих преступных деяний, например, путем кражи денег или личной информации, продажи украденных данных на черном рынке или получения вымогательского выкупа.

Эти отличительные черты делают киберпреступность явлением сложным и уникальным, представляющим серьезную угрозу для общества и требующим постоянного развития и усиления мер по защите информации и обеспечению безопасности в сети.

В современном мире информационные технологии и цифровые сети стали неотъемлемой частью функционирования экономики, инфраструктурных систем и государственного управления. Вмешательство и атаки киберпреступников могут иметь серьезные последствия для разных секторов экономики и нанести значительный ущерб финансовой стабильности, конкурентоспособности и инновационного потенциала страны. На рисунке 2.1 представлены основные факторы киберугроз и рисков в России в 2024 году.

Выделим основные причины, которые, по нашему мнению, обосновывают киберпреступность как угрозу экономической безопасности страны.

Первое – это возможность потери конкурентоспособности как отдельного бизнеса, так и экономики страны в целом. Киберпреступники могут атаковать бизнес-секторы для кражи интеллектуальной собственности или коммерческой информации, что может привести к потере конкурентного преимущества и разрушению бизнес-моделей компаний. Украденные данные могут быть использованы для создания копий продуктов, их дальнейшей продажи или разглашения конфиденциальных информаций компаний.

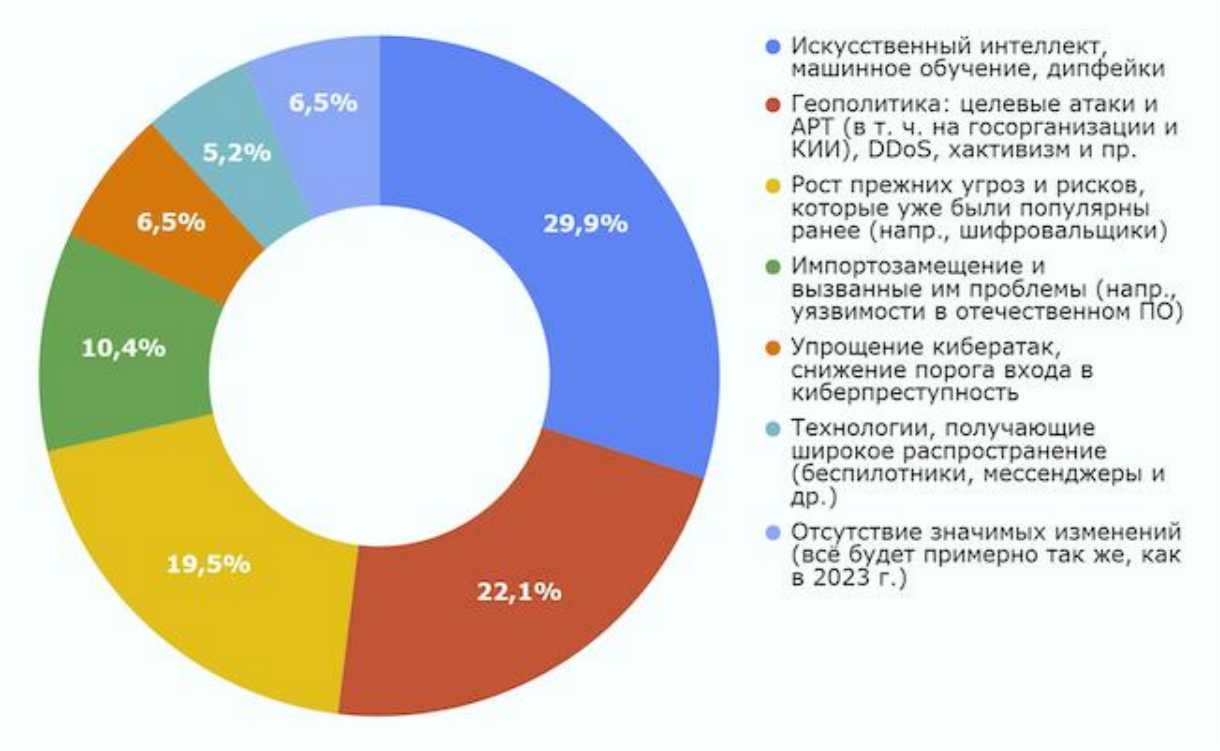

Рисунок 2.1 – Факторы киберугроз и рисков в России в 2024 году [2]

Второе – это рост вероятности значительных финансовых потерь. Киберпреступники могут совершать мошеннические действия, такие как кража денег с банковских счетов, кардинг, мошенничество при онлайн-покупках и др. Это может привести к финансовым потерям для компаний, отдельных лиц и даже государственных организаций.

Третье, киберпреступность приводит к нарушениям критической инфраструктуры. Киберпреступники могут атаковать системы критической инфраструктуры, такие как энергетика, транспорт, связь,

финансы и т.д., что поспособствует простоям, перебоям в обслуживании или даже крупным авариям. Это имеет потенциал нанести существенный ущерб экономике и человеческой безопасности.

Киберпреступники могут похищать или украсть личные данные, такие как финансовые данные, медицинская информация, персональные идентификационные данные и др. Это может привести к потере доверия общества к электронным системам, электронной коммерции и онлайн-сервисам, а также к нарушению частной жизни и права на приватность.

Пятое – это кибершантаж и вымогательство. Киберпреступники могут использовать вымогательскую тактику, например, блокирование доступа к данным или системам и требование выкупа, что может иметь серьезные экономические последствия для организаций и индивидуальных лиц.

Учитывая все эти факторы, киберпреступность является серьезной угрозой экономической безопасности и требует принятия соответствующих мер по защите информации, усилению кибербезопасности и сотрудничеству между правительственными органами, бизнесом и обществом в целом.

Статистика подтверждает эти выводы. Число преступлений с использованием информационных технологий выросло в 2023 году почти на 30%, их совершено порядка 680 тысяч, а ущерб превысил 156 млрд руб. [3]. Министерство внутренних дел РФ за 2023 год зарегистрировало 677 тыс. IT-преступлений в стране (522,1 тыс. зарегистрировано в 2022 году), что стало рекордным уровнем за всё время

В последнее время острой угрозой для населения, бизнеса и государства стали массированные кибератаки, способные вывести из строя программное обеспечение, получить личные данные граждан, нарушить стабильность финансовых расчетов и оказания государственных услуг и т.п.

Приведем факты. Во-первых, население на протяжении нескольких лет находится под влиянием массовых кибератак, связанных с вымогательством. За период 2021-2023 года можно видеть, что

технологии социальной инженерии стали популярными для вымогателей, и используются для атак как на население, так и на организации (рисунок 2.2).

Рисунок 2.2 – Компьютерные инциденты и компьютерные атаки в 2023 году [4]

При этом электронная почта как канал кибератак чаще всего (86%) используется для организаций, а веб-ресурсы и сервисы (59%) для кибермошенников наиболее популярны в отношении физических лиц (рисунок 2.3).

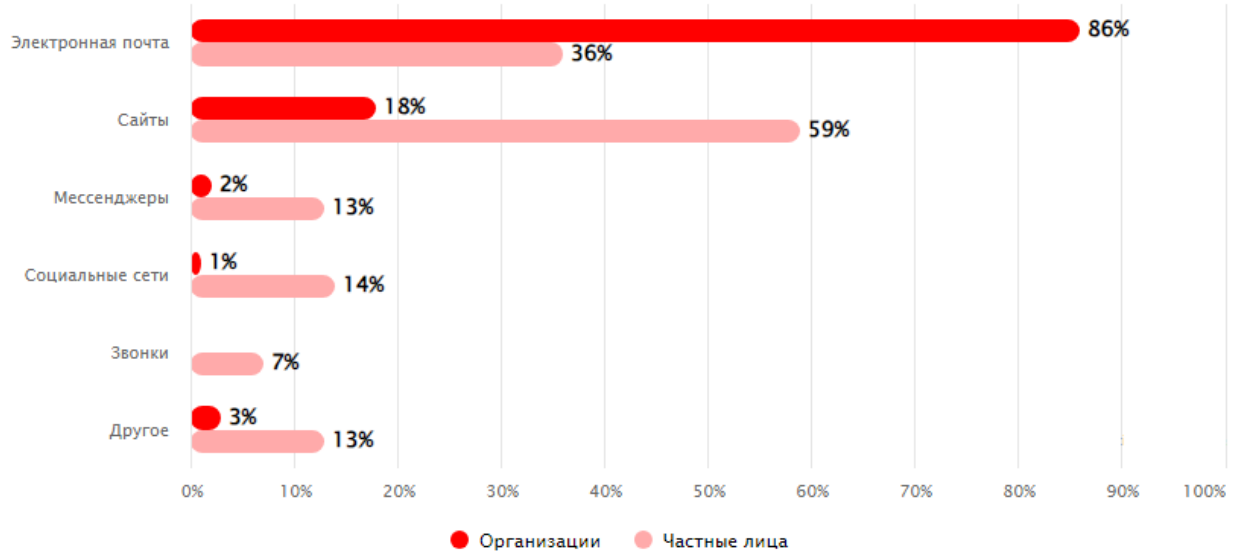

Рисунок 2.3 – Используемые злоумышленниками каналы социальной инженерии [5]

В 2023 году наметилась тенденция роста числа фишинговых писем физическим лицам. Темами таких писем стали вопросы получения дополнительных льгот, выплат, трудоустройства и т.п., что может заинтересовать населения и активизировать их к необходимым для мошенников действиям. В результате такие вредоносные письма (со стилерами, похищающими учетные данные, либо со ссылками на фишинговые формы входа) приводят к обрушению ПО, владельца, переводу средств на счета мошенников, хищению конфиденциальной информации и т.п.

Такие же технологии применяются и в отношении юридических лиц, что может привести к катастрофическим последствиям для бизнеса.

Во-вторых, вредоносное программное обеспечение (ВПО) все чаще и чаще используется шифровальщиками для кибератак на предприятия и организации. При этом объектами таких кибератак становится сфера начального и профессионального образования.

Сегодня финансово-кредитная сфера является очень привлекательным объектом для кибератак мошенников, ведь обрушение финансовой системы может привести к кризису в экономике и социальной сфере общества. В отчете Группы компаний «Солар» отмечается, что за 2023 год количество инцидентов в банковской отрасли увеличилось более чем на четверть, что объясняется возросшей квалификацией злоумышленников. В 2023 году Solar JSOC зафиксировал 6,8 тыс. киберинцидентов в кредитно-финансовом секторе. Большая их часть связана с эксплуатацией уязвимостей и несанкционированным доступом к системам и сервисам (рисунок 2.4) [6].

Чаще всего злоумышленники осуществляли DDoS-атаки, рассылки фишинговых писем либо ВПО, атаки с использованием эксплуатации уязвимости в решениях, применяемых финансовыми организациями в своей деятельности, а также осуществляли перебор паролей с целью скомпрометировать учетные записи как работников организаций, так и их клиентов [4].

Стоит отметить, что часть атак удалось своевременно обнаружить и предотвратить благодаря машиночитаемым бюллетеням, содержащим индикаторы компрометации, выделенные в ходе проведенного анализа компьютерных атак и инцидентов, выпускаемым Департаментом информационной безопасности Банка России на ежедневной основе.

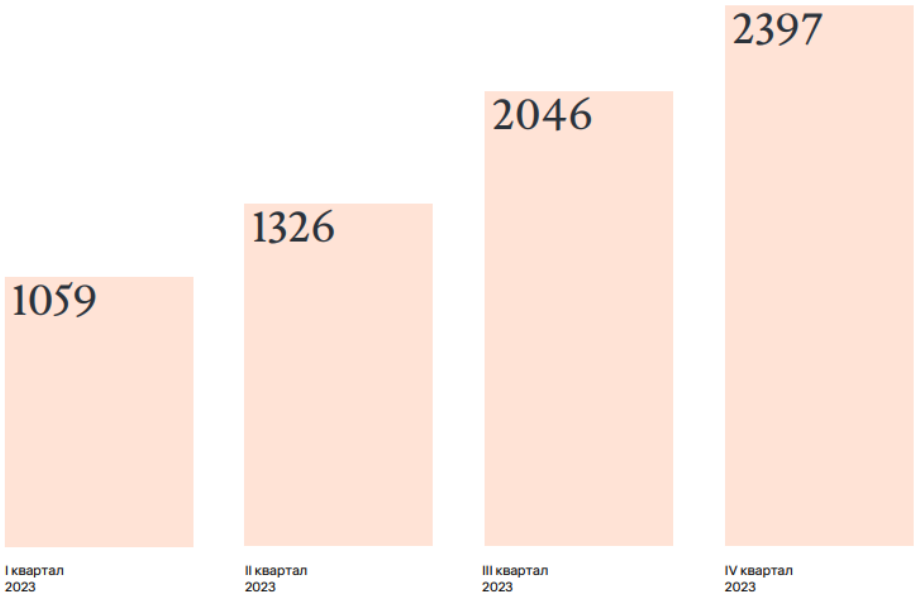

Рисунок 2.4 – Распределение инцидентов информационной безопасности в финансовом секторе в 2023 году

Объектами атак у российского бизнеса в последние годы стало прощупывание слабых мест в системе безопасности и дестабилизация работы компании (рисунок 2.5) [7].

За январь и неполный февраль 2024 года доля кибератак высокой критичности выросла более чем в три раза – с 2 до 6,3% – по сравнению с IV кварталом 2023 года. Кроме того, что с 73 до 80% увеличилась доля таких инцидентов с применением вредоносного софта и почти в четыре раза выросла доля веб-атак – до 15%.

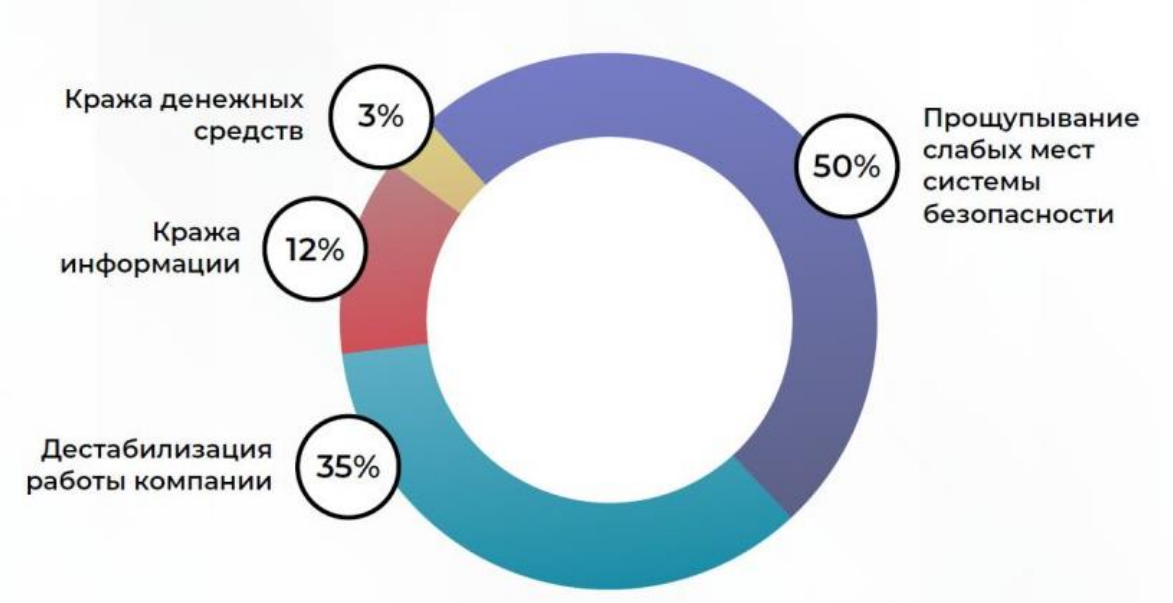

Рисунок 2.5 – Распределение ответов на вопрос: «С какой целью атаковали вашу компанию за последний год?»

Третьей тенденцией можно считать рост доли операций, совершаемых без согласия клиентов финансовых организаций, в структуре киберпреступлений. Инструментом таких мошеннических действий являются информационные технологии. В 2023 году объем таких операций вырос на 11,48 % по сравнению с 2022 годом. При этом величина денежных переводов также выросла более чем на десять процентов – 10,54% – и в общей сумме достигла размера 136,38 трлн руб.

В 2023 году количество мошеннических операций с использованием платежных карт было самым высоким среди остальных типов операций и составило 984,77 тыс. операций (рисунок 2.6).

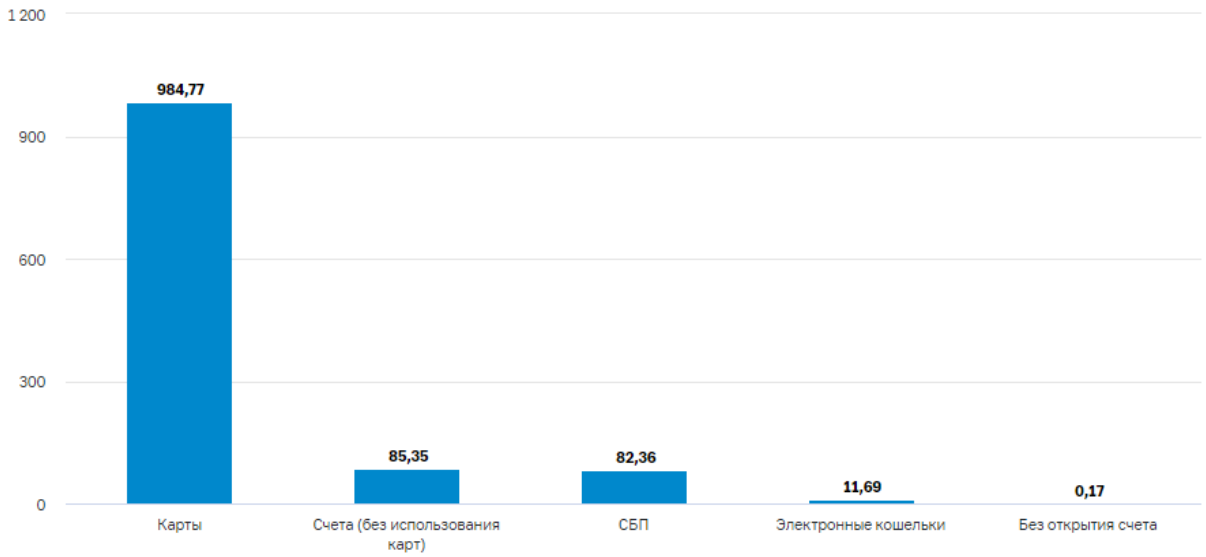

Рисунок 2.6 – Количество операций без согласия клиентов – физических лиц, тыс. ед. [4]

Поэтому и наибольший объем хищений денежных средств осуществлялся по операциям, связанным с использованием платежных карт (7 120,37 млн руб.). При этом следует отметить, что наибольший объем возмещенных (возвращенных) клиентам денежных средств характерен для типа операций «Счета» и составляет 666,77 млн рублей (рисунок 2.7).

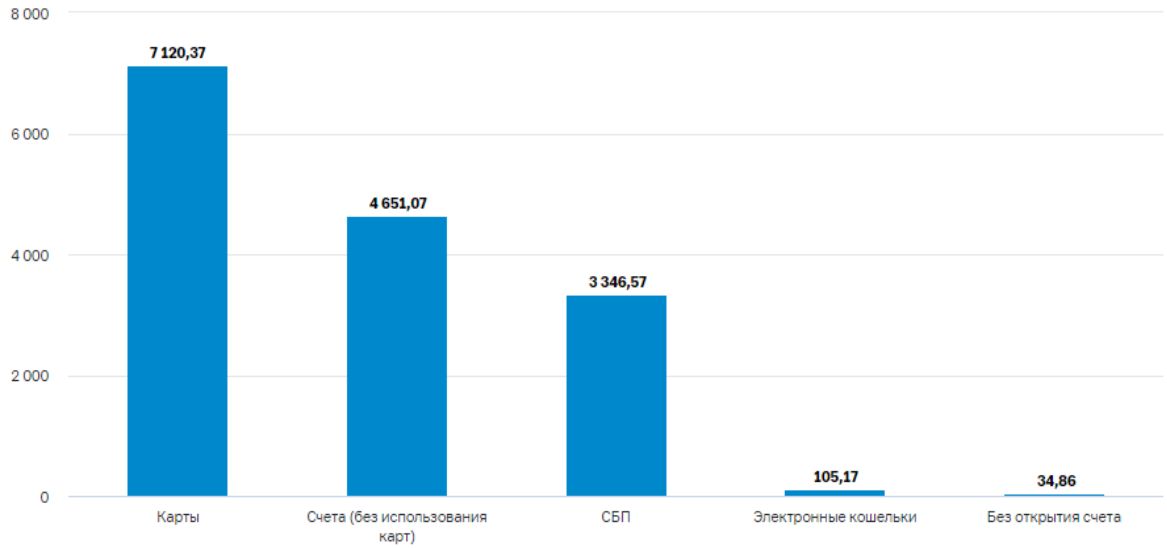

Рисунок 2.7 – Количество операций без согласия клиентов – физических лиц, млн руб. [4]

Представленные данные лишь частично подтверждают высокую степень угрозы киберпреступности для граждан, организаций, экономике и обществу в целом. По оценкам Statista's Market Insights, глобальный ущерб от киберпреступности, как ожидается, серьезно вырастет в ближайшие четыре года: с 14,57 трлн долларов США в 2024 году до 23,83 трлн долларов США в 2027 году (рисунок 2.8) [8].

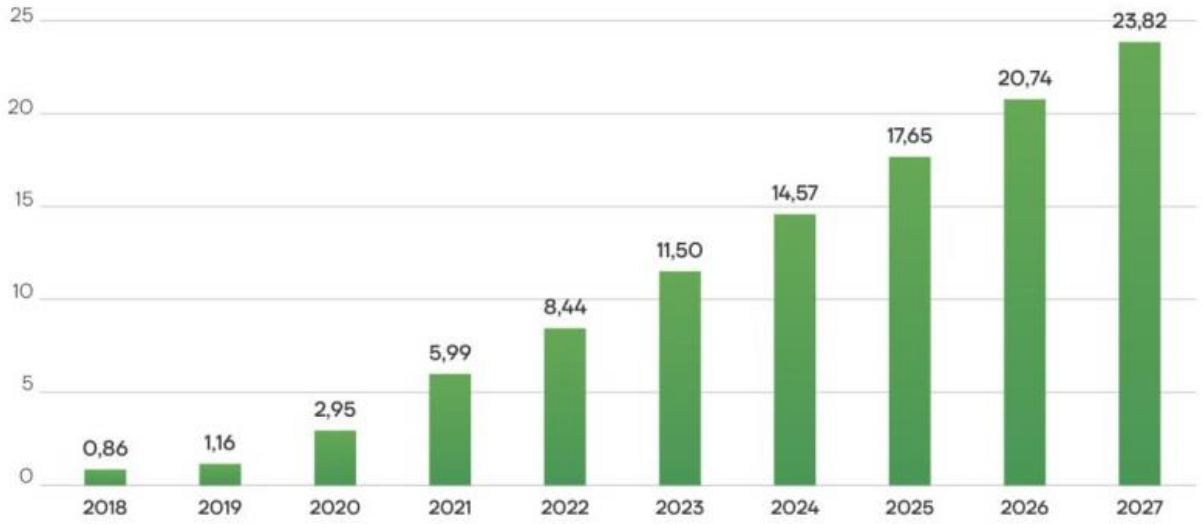

Рисунок 2.8 – Глобальный прогноз ущерба от киберпреступлений по годам, трлн долларов США [9]

Что касается российской экономики и общества, то ущерб от киберпреступлений можно оценить по следующим данным.

Киберпреступления приводят и к прямым убыткам. Кибератаки, которые сегодня направлены на множество крупных российских компаний и представителей финансово-кредитной сферы, приводят к прямым финансовым потерям через кражу средств, мошенничество и вымогательство.

Финансово-кредитная система также несет потери от киберпреступности. По данным Центрального банка РФ в первом квартале 2023 года установлен рекорд по хищению средств у клиентов – около 4,55 млрд руб., причем около 12% из них произошли через систему

быстрых платежей (СБП) [5]. Из украденных сумм российские банки смогли вернуть клиентам только 4,3% средств.

Банки проводят активную работу по защите средств клиентов от кибермошенников. Так в 2023 году коммерческие банки отразили 34,8 млн попыток кибермошенников похитить деньги у граждан. Больше всего денег в 2023 году было похищено с кредитных карт, с помощью которых было совершено 984800 мошеннических операций. Через них было украдено 7,12 млрд рублей. Потери клиентов банков увеличились в результате на 11,5% [10]. Более чем вдвое выросла средняя сумма, выманиваемая мошенниками у жертвы: с 56 тысяч рублей в 2022 году до 110 тысяч рублей в 2023 году.

Таким образом ущерб от киберпреступлений значителен как для государства, так и для бизнеса и населения страны. Усилить устойчивость бизнеса по отношению к киберугрозам поможет развитие риск-ориентированной культуры, повышение зрелости функции управления киберрисками. Компаниям необходимо постоянно укреплять и совершенствовать свою инфраструктуру безопасности, используя современные комплексные защитные решения. Для населения особое значение имеет цифровая и финансовая грамотность, которую необходимо постоянно развивать вслед за развитием цифровых технологий.

Авторы считают, что приоритетным направлением в противодействии киберпреступности является профилактика киберпреступлений, которая направлена на выявление и устранение детерминирующих ее причин и условий.

Сегодня бизнес, считает преимущественно «хорошим» успешность реализуемых правительственных мер по повышению кибербезопасности, и только 5% – оценили эти меры как неудовлетворительные (рисунок 2.9) [11], но это не отменяет наращивания и совершенствования мер обеспечения коллективной и индивидуальной кибербезопасности.

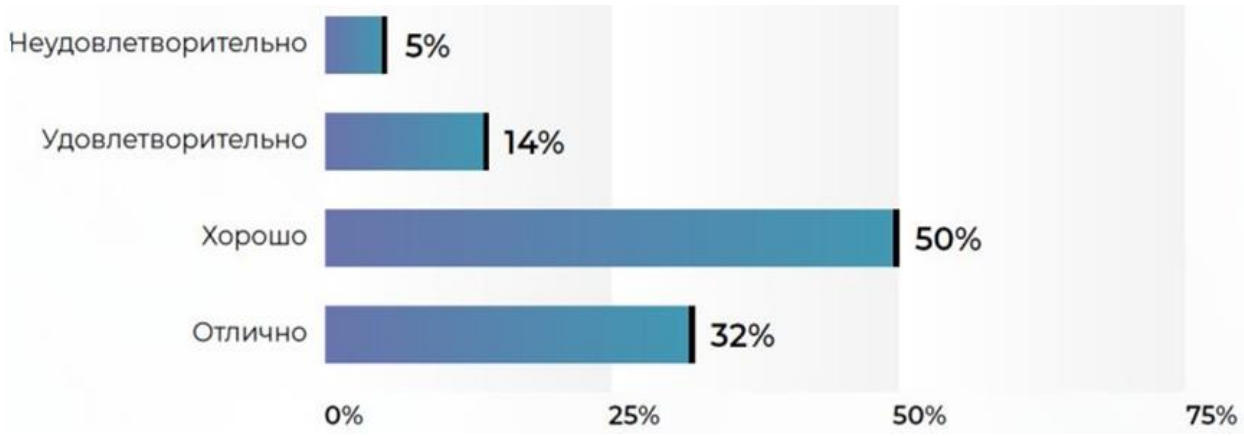

Рисунок 2.9 – Распределение ответов бизнеса на вопрос: «Как вы оцениваете эффективность мер правительства по повышению кибербезопасности»

Итоги недавнего опроса населения по теме безопасного интернета подтвердили необходимость развития мер коллективной и индивидуальной профилактики киберпреступлений, в особенности среди разных социальных слоев населения.

1. 32 % опрошенных отметили, что не смогут самостоятельно защититься от кибермошенников в Интернете, им нужна помощь (рисунок 2.10).

2. Почти треть респондентов отметили, что защита детей от опасностей в Интернете – это ответственность родителей. 24 % считает необходимым введение уроков кибербезопасности в школах. Столько же (24 %) выступают за закрытие всех потребностей ребенка полезным образовательным контентом. Оставшаяся часть порошенных (23 %) выступает за государственное регулирование (рисунок 2.11).

3. Защита пожилых людей от кибермошенников также остается актуальной темой (рисунок 2.12). Как же распределились ответы?

47% делегирует защиту пожилых людей полиции и государственному надзору;

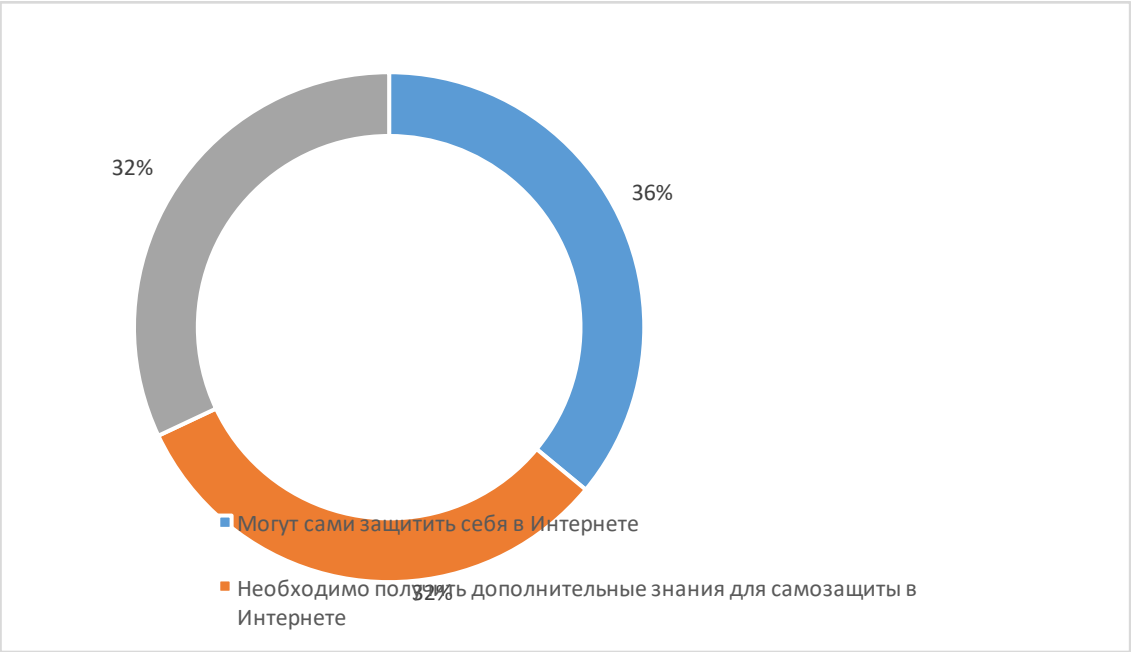

Рисунок 2.10 – Ответы респондентов на вопрос: «Можете ли вы самостоятельно защитить себя от кибермошенников?», % от общего числа ответов [12]

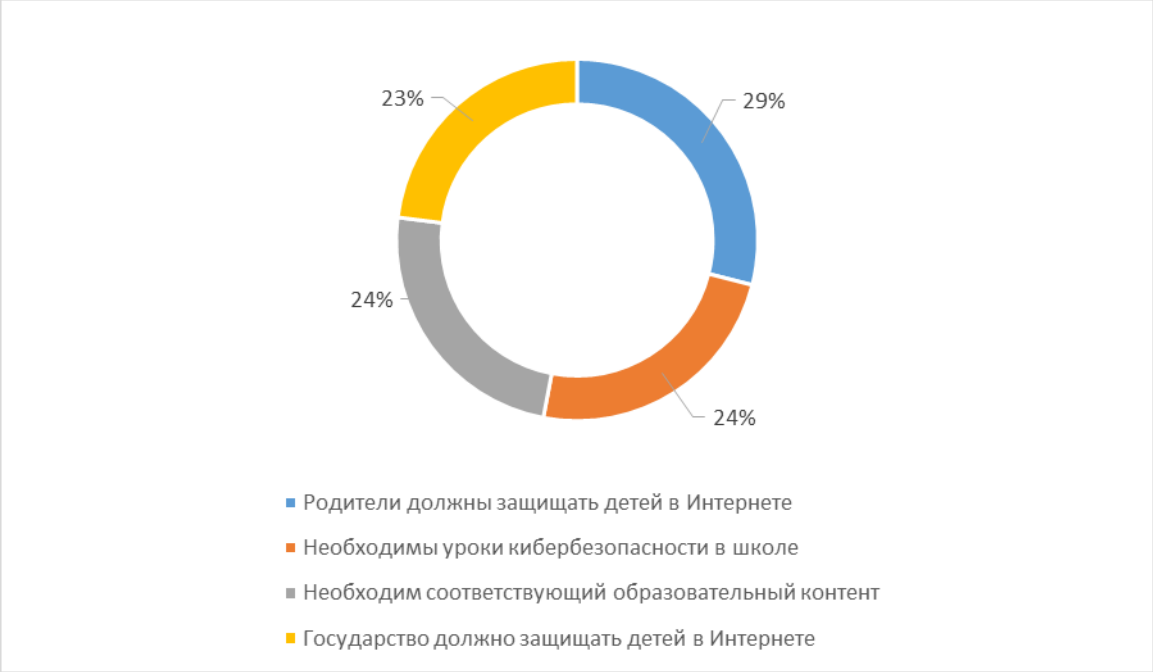

Рисунок 2.11 – Ответы респондентов на вопрос: «Кто должен обеспечивать кибербезопасность детей в Интернете?», % от общего числа ответов [12]

26 % уверены, что нужно производить больше контента, который бы объяснял правила безопасности в развлекательной форме;

16 % опрошенных считают, что защищать пожилых в сети – дело их детей или родственников;

11 % высказались за проведение для них бесплатных занятий по кибербезопасности [12].

Рисунок 2.12 – Ответы респондентов на вопрос: «Кто должен обеспечивать кибербезопасность пожилых людей в Интернете?», % от общего числа ответов

Но в целом на сегодняшний день 5 из 10 россиян считают Интернет неконтролируемым пространством, в котором много недостоверной и вредной информации (49 %) [13].

В числе основных мер коллективной и индивидуальной профилактики киберпреступлений можно указать следующие:

1) создать эффективную систему оповещения об опасности киберпреступности и мошенничества в сфере компьютерных технологий путем размещения рекламы в школах, средних и высших образовательных организациях, государственных учреждениях, а также транслирования в средствах массовой информации предупредит большую часть населения об опасности, которая может встретиться в сети Интернете;

2) целесообразно расширить практику периодических публикаций актуальных новостей в интернет-источниках и социальных сетях, чтобы предупредить распространение киберпреступности в игровой и информационной платформах;

3) необходимо доводить до граждан актуальные статистические сведения о киберпреступности в России, и опыт правоохранительных органов в осуществлении информационно-технической защиты населения от мошенников в виртуальном мир;

4) организация на постоянной основе совместной работы правовых структур, программистов и других специалистов в области информационных технологий и искусственного интеллекта, ученых для разработки новых мер воздействия на мошенников, работающих в дистанционном формате, в целях нейтрализации формирования их преступного поведения;

5) проводить мониторинг компьютерных атак на информационную инфраструктуру государства, в том числе критическую информационную инфраструктуру с целью выявления новых технологий проникновения и повышения степени безопасности информационной инфраструктуры;

6) выявление и пресечение распространения в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть «Интернет», информации и (или) материалов, содержащих признаки киберпреступлений (удаление таких материалов и информации);

7) контроль за доступом к персональным данным и их обработкой в информационных системах персональных данных;

8) контроль за осуществлением финансовых операций в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных в результате совершения киберпреступлений, финансированию терроризма и финансированию распространения оружия массового уничтожения;

9) контроль за деятельностью бирж цифровых валют (криптовалют);

10) информационно-пропагандистская и консультационная деятельность;

11) привлечение общественных объединений, в том числе кибердружин, организаций и граждан к деятельности по предупреждению киберпреступлений.

Также авторы считают, что необходимо активизировать потенциал населения и привлекать его к совместной работе по противодействию киберпреступности. представим несколько ключевых направлений, по которым население может существенно повлиять на уменьшение угрозы кибермошенничества:

– повышение образования и осведомленности о механизме и инструментах киберпреступников. Во-первых, важным является обучение киберграмотности, т.е. люди должны быть информированы о базовых принципах кибербезопасности, таких как создание надежных паролей, распознавание фишинговых атак и обеспечение личной безопасности в социальных сетях. Во-вторых, следует чаще проводить и привлекать людей для посещения курсов, семинаров, других обучающих мероприятий по кибербезопасности, что поможет людям лучше понять киберопасности и наилучшие способы их избегания;

– формирование ответственного поведения в сети Интернет. Здесь также есть два важных аспекта. Первое, это, как мы отмечали ранее соблюдение правил кибербезопасности, в том числе регулярное обновление программного обеспечения, использование антивирусных программ и избегание несанкционированных загрузок. Второе, это личная осторожность при работе в сети Интернет, тайна личной информации, такой как номера банковских карт и паролей, неразглашение их по электронной почте или через незащищенные веб-сайты;

– использование современных средств технической защиты, например, двухфакторной аутентификации; применение надежных менеджеров паролей для создания и хранения уникальных паролей для каждого сайта и сервиса;

– сообщение о подозрительных киберпосягательствах, звонках мошенников и т.п. соответствующим органам или администраторам сайта; а при необходимости объединение с другими пользователями для

сообщения о мошенниках и фальшивых аккаунтах также поможет правоохранительным органам реагировать быстрее на преступные действия в сети;

– более внимательный родительский контроль за детьми в сети. Важно объяснить детям основы безопасного поведения в интернете, так как они могут оказаться легкими целями для мошенников. Хорошим инструментом здесь является установление родительских фильтров и проведение мониторинга активности для защиты детей от потенциально опасного контента и контактов;

– сотрудничество с государственными и частными организациями заключается в поддержке образовательных программ и инициатив по повышению кибербезопасности, организуемых государством. А что касается предприятия, то здесь работники должны поддерживать корпоративную политику безопасности, проходить регулярные тренинги и курсы по кибербезопасности;

– использование доступных ресурсов информационных порталов, например, сайты государственных служб по безопасности, для получения актуальной информации о угрозах и защите, а также использование горячих линий и сервисов поддержки для консультаций при необходимости.

Таким образом, вовлечение в борьбу с киберпреступностью, и проактивное поведение со стороны населения вносят значительный вклад в создание более безопасной цифровой среды для всех участников общества.

Список использованных источников

1. Нейберт А.Е. Киберпреступность как глобальная угроза: проблемы правоприменения / А.Е. Нейберт // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. №12 (138). URL: https://research-journal.org/archive/12-138-2023-december/10.23670/IRJ.2023.138.94.

2. Прогноз развития киберугроз и средств защиты информации – 2024. URL: https://www.anti-malware.ru/analytics/Threats_Analysis/2024-Forecast

3. Президент РФ призвал органы внутренних дел к эффективной защите общества в цифровом пространстве. URL: https://www.garant.ru/news/14490 69/

4. Обзор операций, совершенных без согласия клиентов финансовых организаций. URL: https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey/2023/

5. Актуальные киберугрозы: I квартал 2023 года. URL: https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/cybersecurity-threatscape-2023-q1/#id3

6. Отчет об атаках на финансовый сектор в 2023 году. URL: https://rt-solar.ru/upload/iblock/a63/5b5veyxliulzjrd2eq5zo1kizwk6750f/Otchet-finsektor-2023_final.pdf

7. Реальность и перспективы российского рынка кибербезопасности 2023-2025. URL: https://worldmarketstudies.ru/article/realnost-i-perspektivy-rossijskogo-rynka-kiberbezopasnosti-2023-2025/

8. Потери от киберпреступности. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/

9. Ущерб от киберпреступлений вырастет на треть за следующие 4 года. URL: https://worldmarketstudies.ru/article/userb-ot-kiberprestuplenij-vyrastet-na-tret-za-sleduusie-4-goda/

10. Кибермошенники украли почти 16 млрд рублей у россиян в 2023 году. URL: https://www.forbes.ru/finansy/506131-kibermosenniki-ukrali-pocti-16-mlrd-rublej-u-rossian-v-2023-godu

11. Реальность и перспективы российского рынка кибербезопасности 2023-2025. URL: https://worldmarketstudies.ru/article/realnost-i-perspektivy-rossijskogo-rynka-kiberbezopasnosti-2023-2025/

12. Rambler&Co изучил отношение россиян к кибербезопасности. URL: https://lenta.ru/news/2024/02/13/dannyh/?ysclid=lwdd3f6ycg358835821.

13. Как граждане РФ оценивают безопасность Интернета: ВЦИОМ представил результаты опроса. URL: https://spbvedomosti.ru/news/country_and_world/kak-grazhdane-rf-otsenivayut-bezopasnost-interneta-vtsiom-predstavil-rezultaty-oprosa-/

Глава 3. ТЕНЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ УМЕНЬШЕНИЯ

Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, он, являясь неотъемлемой частью рыночной экономики, не только устойчиво сохраняет достигнутые позиции, но и с каждым годом усиливает свое влияние на формирование общих экономических показателей в различных отраслях экономики Брянской области [2, с. 12].

За прошедшее время малое предпринимательство заявило о себе как о динамично развивающемся секторе экономики, надежной налогооблагаемой базе и реальном источнике создания новых рабочих мест [3, с. 10; 10, с. 9]. Именно малые и средние предприятия способны генерировать наиболее эффективные инновационные проекты, более чутко реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, занимать недоступные крупным предприятиям ниши [6, с. 32].

Механизмы поддержки и развития предпринимательства в рамках Программы Брянской области были сгруппированы в четыре блока в зависимости от способа воздействия на формирование благоприятного предпринимательского климата, что представлено на рисунке 3.1.

Несмотря на достаточно высокую деловую активность малого предпринимательства в Брянской области, в развитии малого бизнеса существует ряд проблем:

– неразвитая инфраструктура поддержки;

– недостаточное нормативно-правовое регулирование;

– низкая активность субъектов малого предпринимательства в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров;

– недостаточное содействие муниципальной власти субъектам

малого предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок РФ [9, с. 49];

– теневой бизнес малого предпринимательства.

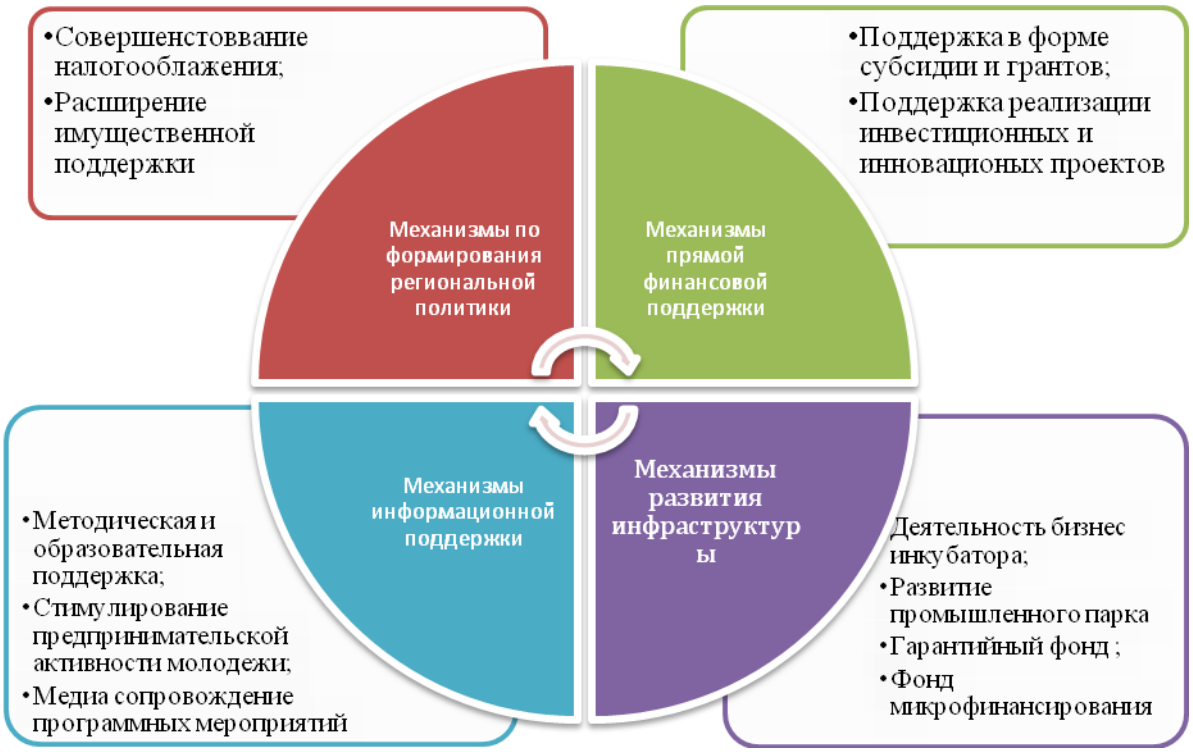

Рисунок 3.1 – Существующие механизмы поддержки МП

Теневую деятельность можно рассматривать с разных сторон, этим обусловлено отсутствие единого мнения авторов на определение этого феномена. Более того, четко не установлены конкретные меры по ее сокращению и неизвестна степень ее реальной опасности.

Теневую экономику можно оценить, как результат жизнедеятельности особой части граждан общества в системе экономических и производственных отношений, который сопровождается нарушением законов страны, правовых и моральных норм поведения, где люди обеспечивают себе прибыль без уплаты налогов и других платежей, чем наносят большой вред обществу и государству, препятствуя социально-экономическому развитию страны.

Развитие теневой экономики ожидаемо и предсказуемо. Безусловно, главной целью теневой экономической деятельности является извлечение доходов. Прежде всего, ведущую роль в этом играет психологический фактор. Люди хотят заработать больше денег, но не делиться ими с государством, несмотря на нормы законодательства [1].

Основное противоречие возникает на стадии становления отношений между юридическими и физическими лицами и государством РФ. Большинство ученых полагает, что присутствие теневой сферы является индикатором неэффективной экономической политики органов государственной власти и избыточного контроля [4, с. 93].

Одними из наиболее важных угроз для экономической безопасности России – такие теневые процессы, как неформальная занятость, нелегальный вывоз капитала, экономическая преступность (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Факторы, влияющие на долю теневой экономики

Год	Доля теневой экономики к ВВП, %	Численность неформально занятых, тыс. чел.	Эк. преступления, тыс. шт.	Чистый ввоз/вывоз капитала, млрд долл.
2010	16	11482	276,4	30,8
2011	15,1	12922	202,4	81,4
2012	15	13600	172,9	53,9
2013	16,5	14096	141,2	60,3
2014	17,3	14387	107,7	152,1
2015	28,1	14827	112,4	57,1
2018	28,3	15370	108,7	18,5
2019	20,5	14324	105	24,1
2020	20	14581	109,4	65,5
2021	22,1	14800	104,9	22,1
2022	25	14930	105,4	47,8

Таким образом, можно сказать, что из этих трех факторов наибольшее влияние на теневой сектор экономики оказывает численность неформально занятых и количество преступлений в сфере экономики.

Согласно статистике, в неформальном секторе экономики России происходит рост численности населения, за 2023 год чистый отток капитала увеличился почти в 2 раза, а также наблюдается рост экономической преступности. Можно предположить, что в данном случае пандемия оказала влияние на рост безработицы. Вследствие чего выросла доля в теневом секторе экономики.

Можно сказать, что доля теневого сектора существенно варьируется. Всё зависит от того, какие компоненты теневой экономики учитываются и какими методами ведётся их оценка.

Неоднозначность природы теневой экономики, отсутствие единой трактовки ее сущности и унифицированного подхода к оценке масштабов затрудняют проведение исследований и разработку предложений по ее снижению на всех уровнях экономики [8, с. 69].

Для борьбы с теневым сектором должен быть разработан комплекс мер, включающий в себя совокупность общих для всех регионов и специфических методов, инструментов для всех регионов, учитывающих территориальные особенности.

На сегодняшний день к мерам борьбы с теневым сектором экономики в регионах относятся контрольные мероприятия и заседания, направленные на выявление и легализацию теневого бизнеса. С 1 января 2019 года по 31 декабря 2028 года включительно в тестовом режиме вступил в силу законопроект о введении налога для самозанятых. Сначала он действовал не на всей территории России, а только в отдельных регионах, а с июля 2020 года распространился на всю страну. Физические лица и индивидуальные предприниматели, которые переходят на новый специальный налоговый режим (самозанятые), могут платить с доходов от самостоятельной деятельности только налог по льготной ставке – 4 или 6 %. Это позволяет легально вести бизнес и получать доход от подработок без рисков получения штрафа за незаконную предпринимательскую

деятельность. Регионы, пользуясь предоставленной возможностью, пытаются официально вывести из «тени» данные виды деятельности.

Однако этого недостаточно, поэтому регионам следует оперативнее использовать возможности цифровых площадок для осуществления контроля масштабов теневой деятельности, которые должны стать частью программ противодействия разрастанию теневого сектора. Этому аспекту необходимо уделить особое место на официальных сайтах территорий, в социальных сетях глав администраций.

Мерами по противодействию утечки капитала должны стать: более тщательный мониторинг российского капитала в других странах, введение ограничений на некоторые формы экспорта капитала, улучшение налоговой системы, создание специальных государственных агентств, ответственных за взаимодействие с иностранными инвесторами.

Для борьбы с неформальной занятостью властям следует усилить контроль за миграцией населения, а также за деятельностью самозанятых граждан в стране.

Экономическая преступность причиняет основной материальный ущерб обществу. Данную проблему можно решить путем создания специальной службы, которая бы взяла на себя задачу оперативного поиска, а также улучшить работу правоохранительных органов для более эффективного расследования преступлений.

Подводя итог, можно сказать, что теневая экономика самым тесным образом связана с формальной экономической деятельностью, «нулевого уровня» теневой экономики не существует ни в одной стране мира. И это прежде всего социально-экономическое явление, ведь его создают люди для получения личной выгоды, что является огромной угрозой для функционирования бюджетной и налоговой системы государства.

В сложившихся условиях необходим новый подход, направленный на ограничение масштабов и роли теневой экономики в России. Он должен включать уже существующие инструменты, методы и приемы для контроля теневого сектора экономики, направленные на создание благоприятного экономического и правового пространства в РФ,

формирование рыночной экономики, условия которой стали бы невыгодными для теневого бизнеса, а также на совершенствование законодательства в области налогообложения, на разработку и реализацию эффективных средств защиты общества со стороны государства от финансовых махинаций.

Можно предположить, что доля теневой экономики будет расти в связи с двумя последними событиями в стране: пандемия и мировой кризис 2022 года. На сегодняшний день Россия переживает нелегкие времена: высокий уровень инфляции, волнения граждан, масштаб и глубина уже экономических санкций против России, тотальное нарушение логистических цепочек поставок товаров и сырья, ограничения на экспортные поставки, огромные затраты на осуществление импортозамещения, массовый уход из страны иностранных компаний, сопровождающийся закрытием производств, нарушение инвестиционного климата в связи с повышением ключевой ставки Банка России и многое другое. Эти качественные оценки, которые уже свидетельствуют о том, что падение экономики России в 2022 году будет значительным. В новых реалиях страна нуждается в огромном количестве ресурсов для поддержки экономики, глобальным ее изменениям, которые могут принять затяжной характер. Это все дает почву для развития теневой экономики в стране.

Для разработки проекта совершенствования организационно экономического механизма поддержки малого предпринимательства в Брянской области, необходимо определить цели, сформулировать задачи и способы достижения.

Основными целями являются следующие.

1. Создание конкурентоспособной, гибкой и адаптивной современной экономики, которая обеспечит высокий уровень индивидуализации товаров и услуг, высокую скорость технологического обновления и стабильную занятость, которая является основой для устойчивого повышения качества жизни людей и роста доли среднего класса [7, с. 46].

2. Развитие сферы малого предпринимательства, как одного из факторов, с одной стороны, инновационного развития и улучшения отраслевой структуры экономики, а с другой – социального развития и обеспечения стабильно высокого уровня занятости.

Для достижения целевых индикаторов малое и среднее предпринимательство разделяется на две группы (рисунок 3.1).

Рисунок 3.1 – Индикаторы малого предпринимательства

Задачи стратегии.

– интеграция функций поддержки малого предпринимательства;

– стимулирование спроса на продукцию малого предпринимательства, в том числе на основе расширения доступа к государственным закупкам;

– повышение производительности труда;

– обеспечение доступности финансовых ресурсов;

– совершенствование политики в области налогообложения и неналоговых платежей;

– повышение качества государственного регулирования в сфере малого предпринимательства;

– стимулирование развития предпринимательской деятельности на отдельных территориях;

– укрепление кадрового потенциала [4, с. 95].

Для достижения целей необходимо создать единый центр поддержки малого предпринимательства.

Механизмы обеспечения рыночных ниш для бизнеса представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Механизмы обеспечения рыночных ниш для бизнеса в Брянской области

Развитие конкуренции на локальных рынках	Поддержка МП в социальной сфере	Стимулирование спроса на продукцию МП	Развитие торговли и потребительского рынка
– Внедрение Стандарта развития конкуренции в субъектах РФ – Ограничение права создания и сохранения государственных и муниципальных предприятий и учреждений на конкурентных рынках – Разработка банков «готовых решений» для эффективного ведения бизнеса	– Снятие ограничений на вхождение новых компаний на рынок социальных услуг – Дополнительные механизмы поддержки субъектов МП, осуществляющих деятельность в области социального предпринимательства	– Внедрение простых и понятных способов закупок, формирование единых закупочных политик – Внедрение технологий электронных торгов – Разработка стандартов осуществления закупок у МП	– Учет потребностей МП в сфере торговли при проектировании и реализации проектов городского транспорта, жилых микрорайонов – Развитие ярмарочной торговли (в т.ч. ярмарок выходного дня) – Развитие автоматизированных форм торговли – Организация современных сельскохозяйственных и продовольственных рынков – Развитие дистанционной торговли, системы электронных платежей

Механизм обеспечения технологического развития наглядно представлен в таблице 3.3.

Информационные технологии вносят огромный вклад в повышение эффективности большинства бизнес-процессов и поэтому являются важнейшим источником конкурентного преимущества компании на рынке. В связи с этим, важно следить за трендами отрасли, чтобы определить вектор инноваций и извлечь максимальную выгоду от использования технологий [5, с. 105].

Таблица 3.3 – Механизм обеспечения технологического развития малого предпринимательства в Брянской области

Инфраструктура для поддержки МП	Кооперация МП и крупных предприятий в области обрабатывающих производств и высокотехнологичных услуг	Поддержка экспорта МП
– Единые требования к организациям, образующим инфраструктуру поддержки МП в области инноваций и промышленного производства – Создание инфраструктуры – бизнес-инкубаторов, технопарков и т.п. – Развитие в регионах инновационных территориальных кластеров – Финансирование инновационных проектов на всех стадиях инновационного цикла – «инновационный лифт»	– Поддержка инициатив крупных предприятий по созданию организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов МП в области промышленности и инноваций – Реализация программ повышения готовности МП к выполнению заказов со стороны крупных организаций – Повышение квалификации руководящих кадров МП – Создание ресурсных центров по подготовке рабочих кадров на базе вузов и НИИ – Создание дополнительных стимулов для сертификации производственных процессов МП по стандартам систем качества	– Развитие системы взаимодействия между существующими организациями инфраструктуры поддержки Увеличение масштабов страхования экспортных кредитов и инвестиций за рубежом – Развитие центров координации поддержки МП – экспортеров – Разработка и внедрение специализированных банковских и страховых продуктов для МП – экспортеров – Субсидирование процентной ставки для экспортеров высокотехнологичной продукции

Объем финансирования мероприятий, предложенных для реализации проекта, составляет 600 тыс. руб. Из них 100 тыс. руб. на внедрение «Бизнес-портала МП», которые поступят из бюджета Брянской области, остальные средства планируется получить за счет внебюджетных средств, а именно за счет платформы краудфандинга. Денежные средства будут направлены на разработку сайта портала, мобильного приложения, для удобного пользования, на их обслуживание, на сбор информации, рекламу и привлечение предпринимателей.

На реализацию мер поддержки малого предпринимательства, бюджетом Брянской области предусмотрен следующий объем средств (рисунок 3.2).

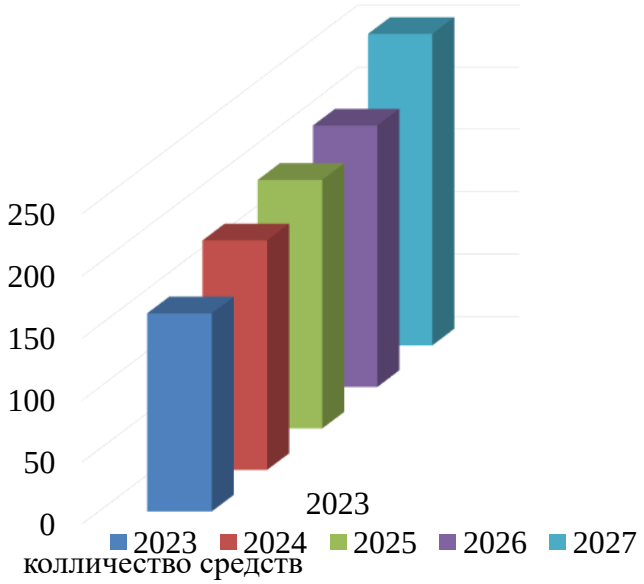

Рисунок 3.2 – Объем средств, предусмотренных на реализацию мер поддержки малого и среднего предпринимательства 2023-2027 гг., тыс. руб.

Все предложенные мероприятия разработаны для обеспечения благоприятных условий развития малого предпринимательства в городе Брянске, как основы социально-экономического развития города, а также для повышения качества жизни жителей города и для динамичного развития экономики.

Таким образом, ожидается рост поддержки малого предпринимательства в регионе.

В эффективности предложенных мероприятий большую роль играет финансирование, и с реализацией новых проектов, у предпринимателей появляются новые возможности, так, например, В 2022 году ФПП «Брянский Гарантийный Фонд» субъектам малого предпринимательства Брянской области представлено 4 поручительства на общую сумму 12,7 млн руб., что представлено на рисунке 3.3.

Для этих целей в 2023 году на 100 миллионов рублей увеличен уставной капитал Фонда поддержки малого предпринимательства «Брянский Гарантийный Фонд». За время работы Фонда им были предоставлены гарантии по 70 кредитным договорам на сумму 330 млн рублей, это позволило предпринимателям привлечь 475 млн руб. кредитов.

Рисунок 3.3 – Показатели деятельности Брянского Гарантийного Фонда за 2023 г.

Таким образом, на 1 млн руб., выделенный из областного бюджета, предоставлено 70 гарантий и обеспечено кредитов на сумму 475 млн руб.

Количество рабочих мест: 1150. Министерством экономического развития РФ деятельность Фонда признана достаточно эффективной. Заключено 267 договоров микрозайма на сумму 110 млн руб. Создается агентская муниципальная сеть: 14 МО Министерством экономического развития РФ деятельность Фонда полностью соответствует стандартам микрофинансовой деятельности. Проведено более 15 международных экономических мероприятий с участием более чем 150 зарубежных партнеров осуществляются первые результаты в виде внешнеторговых контрактов. Обучение прошли 1856 СМП.

В декабре 2022 года ФПП «Брянский Гарантийный Фонд» прошел оценку эффективности, по результатам которой деятельность Фонда признана достаточно эффективной.

Сумма выданных микрозаймов субъектам малого предпринимательства Брянской области ФПП «Брянская Микрофинансовая Компания» в 2022 году составила 117,3 млн рублей (83 микрозайма).

Микрофинансовым фондом «Новый мир» в 2022 году субъектам малого предпринимательство выдано 67 займов на сумму 81,2 млн рублей.

В 2022 году проведено два заседания временной городской комиссии по принятию решений о предоставлении или отказе в предоставлении единовременной финансовой помощи безработным гражданам Брянской области. В 2022 году финансовая помощь на государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя и открытие собственного дела, предоставлена трем безработным гражданам Брянской области по 60,0 тыс. рублей каждому.

В части имущественной поддержки субъектов предпринимательства:

– за весь период реализации Федерального закона от 22.07.2008 №159-ФЗ, по состоянию на 31.12.2022 заключено 523 договора купли-продажи объектов недвижимости общей площадью 74 619,6 м^2, в том числе в 2022 году заключено 17 договоров купли-продажи

муниципальных нежилых помещений общей площадью 8 022,3 м^2;

– в целях реализации Федерального закона от 21.12.2001 № 178-ФЗ в прогнозный план (программа) приватизации муниципального имущества Брянской области на 2022 год включено 57 объектов недвижимости и 2 пакета акций, подлежащих реализации в порядке, определенном Федеральным законом от 21.12.2001 № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества».

В соответствии с проведенными торгами в 2022 году заключено 7 договоров купли-продажи 9 муниципальных объектов недвижимости общей площадью 2 037,9 м^2 и ценой продажи 64 733,0 тыс. руб. (с учетом НДС) и 1 договор купли-продажи пакета акций ценой продажи 27 904,0 тыс. руб. Также заключен 1 договор купли-продажи муниципального объекта недвижимости, включенного в программу приватизации на 2022 год, общей площадью 21,5 м^2 и ценой продажи 255,45 тыс. руб. (с учетом НДС).

В связи с проведением инвентаризации свободных муниципальных нежилых помещений, в газете «Брянск» и на сайте администрации ежемесячно размещается информация о свободных муниципальных нежилых помещениях, включенных в арендный фонд (около 130 свободных муниципальных помещений). Решением БГСНД от 27.04.2016 № 405 утверждена схема размещения нестационарных торговых объектов на территории Брянской области. В соответствии с Положением о порядке размещения нестационарных торговых объектов на территории Брянской области, на конкурсной основе субъектам предпринимательства, в соответствии с утвержденной схемой предоставляются места для размещения нестационарных торговых объектов.

В целях упорядочения размещения нестационарных торговых объектов, был разработан Порядок проведения аукциона на право размещения, который утвержден Постановлением Брянской городской администрации от 02.08.2022 № 2720.

В 2022 году решениями БГСНД от 22.02.2022 № 577, от 31.05.2022 № 732, от 27.09.27 № 831 дополнительно в схему размещения

нестационарных торговых объектов включено 51 место, а также проведено обследование 60 мест предполагаемого размещения объектов с последующим определением возможности включения их в схему. Всего в схему включено 484 места для размещения нестационарных торговых объектов

В 2023 году проведено 10 аукционов (в том числе повторные) на право размещения нестационарных торговых объектов. Проторговано 138 мест, в том числе 37 мест (киоски, павильоны, специализированные автоприцепы), 101 место (лотки по продаже кваса, мороженого, печатной продукции, овощи-фрукты). На постоянной основе ведется работа по подготовке сведений для включения в реестр субъектов малого предпринимательства – получателей поддержки на территории Брянской области. Изменения в реестр вносятся ежемесячно и размещаются на официальном сайте Брянской городской администрации. По состоянию на 01.01.2024 в реестр было включено 653 субъекта малого предпринимательства – получателей поддержки на территории Брянской области.

В основе проекта совершенствования формирования организационно-экономического механизма поддержки малого предпринимательства в г. Брянске, лежат два проекта, которые необходимо внедрить. Это внедрение платформы краудфандинга и разработка бизнес-портала поддержки МП.

Внедрение системы краудфандинга позволит улучшить финансовое состояние путем привлечения других людей к реализации проектов. В случае если проект выйдет в прибыль, то участники, а именно люди, которые вложили изначально свои средства не останутся в стороне. Некоторые проекты обещают определенный процент с дохода тем людям, кто помог реализовать этот проект. Вследствие чего участники становятся инвесторами. Эта система предоставляет площадку для поиска инвесторов и решения срочных материальных трудностей. Здесь можно собрать требуемую сумму на бизнес, лечение, день рождения, операцию и многое другое. Пока эта система недостаточно развита в Брянской области и

требует внедрения и информирования по данной возможности финансирования.

Внедрение бизнес-портала поддержки МП позволит:

– обеспечить всеми ресурсами молодого начинающего предпринимателя;

– обеспечить связь с госзакупками;

– помочь рассчитать бизнес-план, а именно показать, какие продукты и услуги, самые востребованные городе и районе, сколько вокруг потребителей и конкурентов и на какую прибыль можно рассчитывать;

– организовать мероприятия, направленные на увеличение доли закупки товаров, работ, услуг заказчиками, определяемыми Правительством РФ, у субъектов МП в годовом объеме закупки товаров, работ, услуг, а также инновационной и высокотехнологичной продукции;

– обеспечить информационное взаимодействие с органами государственной власти, органами местного самоуправления, иными органами, организациями в целях оказания поддержки субъектам МП.

Для окупаемости данного проекта следует ввести платный доступ для предпринимателей и компаний, для этого разработать тарифный план, который будет доступен всем предпринимателям, это доступ к услугам портала на 7 дней, 3 месяца и 365 дней. Это позволит окупить затраты на разработку портала и вывести проект на прибыль. Сроки реализации данного проекта 2023-2025 гг.

Технические возможности для реализации различных решений в области построения информационных систем в настоящее время чрезвычайно широки и вполне доступны. Все большее количество производителей поддерживают работу своих систем на различных платформах и гарантируют подключение к системам разных устройств. В ситуации, когда можно реализовать практически любой запрос, ключевой задачей в области создания релевантных и эффективных информационных систем является четкое представление требуемого результата.

Список использованных источников

1. О развитии малого предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 12.12.2023 № 578-ФЗ) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144//

2. Алешникова В.И. Проблемы малого предпринимательства и возможности их решения / В.И. Алешникова // Проблемы развитие малого бизнеса: Сб. науч. тр. Воронеж: Воронежский гос. пед. ун-т, 2020. № 2. С. 3-17.

3. Алимова Т.А. Инновационные процессы в малом предпринимательстве / Т.А. Алимова, Т.Г. Афанасьева, Т.Н. Пуденко, Б.Г. Сапсай // Вопросы статистики. 2020. № 8. С. 8-42.

4. Бугаев В.Я. О региональной экономике / В.Я. Бугаев // Экономист. 2020. № 11. С. 95-96.

5. Гаврилова Е.А. Информационное обеспечение малого предпринимательства / Е.А. Гаврилова // Проблемы развития малого бизнеса: Сб. науч. тр. Воронеж: Воронежский гос. пед. ун-т, 2020. № 1. С. 101-106.

6. Еваленко М.И. Потенциал малого предпринимательства и экономика российских регионов / М.И. Еваленко // Предприниматель. 2020. № 9. С. 30-38.

7. Колесников А.Н. Малый и средний бизнес; эволюция понятий и проблема определения / А.Н. Колесников, Л.А. Колесникова // Вопросы экономики. 2020. № 7. С. 46-58.

8. Куценко Л.Я. Роль предпринимательских сетей и альянсов в обеспечении рыночной устойчивости предприятий / Л.Я. Куценко, М.П. Листопад // Экономист. 2020. № 10. С. 67-70.

9. Оганян О.С. О государственной поддержке малого бизнеса в России / О.С. Оганян // Экономист. 2020. № 8. С. 45-51.

10. Симчера В.М. Рейтинг деловой активности, предпринимательской уверенности и инвестиционной привлекательности регионов / В.М. Симчера // Вопросы статистики. 2020. № 6. С. 3-12.

Глава 4. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

На современном этапе рынок молочной продукции является одним из наиболее важных сегментов не только отечественной экономики, но и отечественного производителя и конечного потребителя. Поскольку, одним из параметров доктрины национальной безопасности является обеспечение государства молоком, власти прилагают максимальные усилия для поддержания отечественных производителей молока и молочной продукции.

Основными тенденциями развития рынка молочной продукции с 2022 года являются рост уровня самообеспеченности молочной отрасли России и рост объема выработки молока на территории России. Так в 2022 году самообеспеченность молочной отрасли составила 84,3 %, а по итогам 2023 года этот показатель возрос до 85 %. Согласно доктрине продовольственной безопасности, пороговые значения производства молочной продукции отечественными производителями должны оставлять 90 %. Таким образом, можно увидеть стабильность и рост данного показателя, но в сравнении, например, с Республикой Беларусь, у которой он составляет 263 %, становится ясным, что для России необходимо планомерно увеличивать темпы прироста производства молочной продукции на территории страны [2].

Результаты проведенных исследований позволили выделить основные тренды в данной области, так трендом рынка молочной продукции можно считать такую особенность, как зависимость уровня самообеспеченности от срока хранения молочной продукции, чем дольше срок хранения продукта, тем реже выше доля импорта в данном сегменте. Для примера можно привести соотношение долей импортных сыров и сметаны, импорт которой близится к нулю. В целом же, важно отметить, что в течение 2022-2023 гг. в России наблюдается рост производства

молока: в 2022 году – 2,2 %, или 33 млн тонн, в 2023 году – 2,7 %, или 33,9 млн тонн, прирост составил 2,7 %. Таким образом, фиксируется положительная динамика, а темп роста составил от 1,3 до 2,7 % за исследуемый период [2].

На рисунке 4.1 представлена динамика объемов производства молока и молочной продукции.

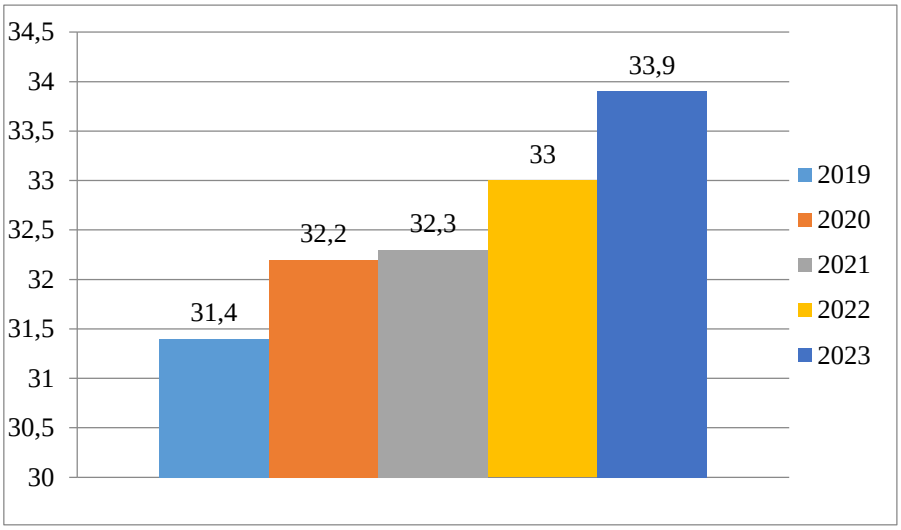

Рисунок 4.1 – Динамика объемов производства молока в России, 2019-2023 гг., в млн тонн

Если обратиться к актуальной классификации видов молочной продукции в России, то можно заметить тенденцию к лидерству определенных категорий и товарных позиций на рынке цельномолочной продукции, что наглядно представлено на рисунке 4.2.

Следует отметить, что тренд на цельномолочную продукцию продолжает лидировать и в наступившем 2024 году. В целом же показатель потребления молока человеком также продолжает расти, и в России он составляет 261,3 кг на человека, а медицинская норма – 392 кг на человека в год. По этой причине ценность молочной продукции в нашей стране в ближайшее время будет только увеличиваться [4].

2023 год можно считать благоприятным для развития отечественной отрасли молочного производства, поскольку прирост и положительная динамика наблюдалась почти во всех сегментах молочного рынка. Однако если проанализировать объем производства питьевого молока за прошедший год, который составил 5650 тыс. тонн, что на 1,4% меньше, чем в 2022 году. Отрицательную динамику за тот же период также показал и сегмент творога [4].

Рисунок 4.2 – Виды молочной продукции в общей структуре производства, 2023 г., в %

Совокупный же объем произведенной молочной продукции в России увеличен на 1,4 %, что составляет 13,3 млн. тонн. На 3,4 %, или до 2045 тыс. тонн увеличился объем отечественных кисломолочных продуктов, а сливок – до 300 тыс. тонн. Отдельно от кисломолочной продукции следует оценить прирост производства сметаны, который вырос на 8,6 %, до 580 тыс. тонн. Еще более значительной является цифра прироста производства отечественного мороженого – 10 % или 514 тыс. тонн. Производство сливочного масла выросло до 323.5 тыс. тонн за год. Особенно заметным является прирост в сегменте отечественных сыров и сырной продукции, который увеличился до производства 980 тыс. тонн данного вида продукции [4].

Таким образом, проведенный анализ позволяет утверждать, что в России наблюдается рост динамики и существенное улучшение в отрасли производства отечественной молочной продукции, ее конкурентоспособность по отношению к традиционным зарубежным игрокам рынка.

Однако одной из актуальных проблем, которая коснулась рынка молочной продукции России, является уход ключевых зарубежных производителей молочной продукции и переработчиков молока, таким образом, появилась необходимость в короткие сроки заполнить образовавшуюся нишу на рынке продукцией отечественных производителей и не допустить дефицита товаров молочной отрасли. Важным является проведение анализа динамики импортных и экспортных поставок молочной продукции в России, в частности, на сегодняшний день объем экспорта отечественной молочной продукции снижается. По этой причине Россию можно называть нетто-экспортером в молочной отрасли. В сравнении с 2022 годом, в 2023 году наблюдался рост отечественного молочного рынка, но только благодаря внутреннему производству объем экспортных поставок вырос к концу 2023 года. На рисунке 4.3 наглядно представлена динамика прироста основных сегментов российского рынка молока и молочной продукции за период с 2019 года по 2023 год.

Как видно на рисунке уровень производства отечественной молочной продукции не изменяется значительно, но и значительного прироста показателей также не наблюдается. Если в 2021 году экспорт составлял 95,5 %, то в 2022 году в связи с произошедшими геополитическими событиями, уровень экспорта снизился и показал отрицательную динамику на -4,9 %. Динамика импорта также показала минимальные значения за последние четыре года и составила -11,6 %. В целом, 2022 году по всем показателям был неблагоприятный период, в это же время произошел значительный рост потребительских цен на молочную продукцию.

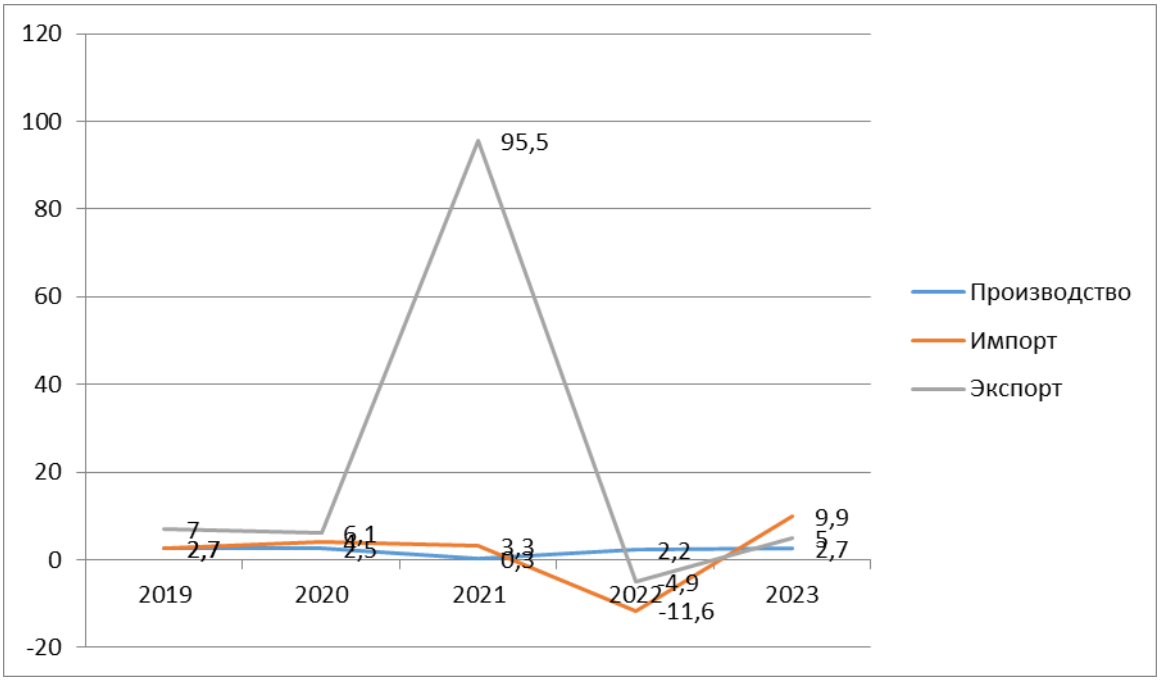

Рисунок 4.3 – Динамика прироста основных сегментов российского рынка молока и молочной продукции, 2019-2023 гг., в %

Источник: Росстат, расчеты NeoAnalytics

Важно отметить, что за изучаемый период уровень производства молочной продукции в России снижался лишь в 2021 году до 0,3 %, но в отрицательную динамику не уходил, а к концу 2023 года рост составил 2,5 %, несмотря на неблагоприятную финансово-экономическую обстановку из-за санкционного давления на отрасль [3]. Главной определяющей целью развития отечественного рынка молочной продукции ближайшие годы будет оставаться «Доктрина продовольственной безопасности РФ», целью которой является достижение к 2030 году самообеспеченности молоком и молочной продукции не менее 90 % от рынка.

Поскольку ситуация на рынке молочной продукции стабилизировалась относительно недавно, предполагается, что рост показателей обеспечит государственное регулирование, направленное на управление экспортом продукции преимущественно отечественных молочных компаний. Уже с 1 января 2024 года приняты меры по компенсации транспортных затрат на перевозку молочной продукции с

существующих 25 % до 100 % [3]. Таким образом, данная мера направлена на поддержание молочной отрасли и поддержку экспортеров.

В то же время Россия продолжит активно импортировать молочную продукцию в дружественные страны, в том числе сыры и молочные субпродукты, которые несколько лет в минимальных объемах производились отечественными предприятиями, что позволит увеличить производительность мощностей. Основными странами-поставщиками сырья остаются Республика Беларусь, а также Германия и Франция, хотя уже и не в таких объемах, как до 2022 года.

Все основные крупные производители молока и молочной продукции в своей деятельности обязательно ориентируются на сложившиеся на рынке молочной продукции тренды и активно внедряют в производства инновации. Основным, лидирующим, последние годы трендом рынка молочной продукции стабильно остается ориентированность производств на экологичность. Именно экологически чистые и устойчивые молочные продукты последние несколько лет пользуются особенным спросом у потребителя. По этой причине крупные производства внедряют инновационные технологии и подходы к созданию линеек экологически чистых продуктов, позволяющих снизить негативное воздействие, например, упаковки на окружающую среду и непосредственно улучшить качество самой молочной продукции.

Следующим по популярности трендом можно считать рост популярности полезных продуктов, функциональные и обогащенные витаминами, полезными веществами, минералами, без сахара. Такие продукты укрепляют здоровье и повышают иммунитет. Кроме того, с учетом растущего интереса к здоровому питанию и вегетарианству, на рынке появляется все больше растительных альтернатив молочным продуктам. Например, продукты на основе сои, миндаля, овса и других растительных ингредиентов.

Проведем PEST-анализ рынка молочной продукции (таблица 4.1).

Таблица 4.1 – PEST-анализ рынка молочной продукции

Факторы	Возможности	Угрозы
1. Политические факторы	1. Перенаправление импорта в дружественные страны. 2. Государственная поддержка 3. Наращивание производственных мощностей	1. Запрет импорта в страны, которые являются ключевыми. 2. Санкции, которые затрагивают банковскую сферу и сферу расчетов. 3. Снижение экспорта из-за отсутствия сырья. 4. Превышение предложения над спросом на внутреннем рынке.
2. Экономические факторы	1. Расширение рынков сбыта молочной продукции. 2. Рост инвестиционной привлекательности. 3. Увеличение мощностей производства. 4. Расширение численности персонала. 5. Расширение ассортиментных позиций.	1. Ускорение темпов инфляции. 2. Отсутствие широкого товарного ассортимента для реализации. 3. Отсутствие необходимого импортного производственного оборудования. 4. Отсутствие квалифицированного персонала. 5. Низкий уровень рентабельности ассортиментных позиций.
3. Социокультурные факторы	1. Прививание здорового питания. 2. Демографический рост. 3. Увеличение стоимости премиум продуктов. 4. Позиционирование товарного ассортимента по гендерным признакам.	1. Тренд на продукты с ненатуральным составом. 2. Снижение численности населения. 3. Снижение покупательской способности населения. 4. Повышение потребительской образованности и стереотипность потребительского поведения.
4. Технологические факторы	1. Внедрение новых технологий производства. 2. Расширение каналов поставок.	1. Высокий риск износа основных производственных мощностей. 2. Недостаток сырья для производства продукции сверх нормы.

Каждый фактор анализа имеет свою степень влияния на предприятие, работающего на рынке молочной продукции. Во-первых, политические факторы, такие как запрет импорта и снижение экспорта вследствие введения санкций против России оказывают самое значительное влияние на состояние отрасли в целом, так и на предприятие в частности. Об этом в данном исследовании говорилось выше. По этой причине особую роль играет государственная поддержка отечественных

предприятий и бизнеса отрасли молочной продукции. Во-вторых, экономические факторы, перечисленные в таблице, напрямую или косвенно взаимосвязаны с политическими, поэтому также оказывают значительное внешнее влияние на предприятие. Инвестиционный климат на данный момент не благоприятный, а темпы инфляции ускорились, все это дает негативный эффект для деятельности предприятия. В-третьих, социокультурные внешние факторы также имеют большую степень влияния на предприятие. Начиная от доходов потребителя, заканчивая постоянно растущим уровнем потребительской образованности, что заставляет производителя постепенно перестраивать свое предприятие и ориентировать его на запросы потребителя: как было сказано выше, общие тенденции экологически чистых продуктов и перерабатываемой упаковки требуют внедрения новых технологий на производство молочной продукции. Однако это может вызвать риски износа основных производственных мощностей и недостаток объемов качественного сырья также может не позволить достижения предполагаемого эффекта.

В-четвертых, такой технологический фактор, как, например, недостаток сырья также являются следствием политических внешних воздействий. Если производители молока уменьшат надои, то это повлечет снижение объемов производства молочной продукции, а затем и повышение потребительских цен. Однако развитие и внедрение инноваций в производство молочной продукции может оказывать как негативное, так и положительное влияние. Компания должна стремиться к тому, чтобы затраты на инновации не повышали себестоимости производимых предприятием продуктов.

Итак, анализ факторов внешней среды рынка молочной продукции показал, что для полноценной работы и развития предприятия прямое влияние оказывают политические и экономические факторы. Важно также следовать тенденциям и тренам рынка потребителей молочной продукции. Еще одним немаловажным фактором являются потребительские предпочтения и покупательские привычки, с их значительными изменениями произойдет неизбежное перестроение всего молочно-

производственного кластера и тогда наплаву удержится только то предприятие, которое сумеет адаптироваться к происходящим изменениям.

В свою очередь портрет потребителя молочной продукции можно представить следующим образом. Согласно проводимым в данной области исследованиям, основными потребителями молочной продукции являются замужние женщины, возрастом от 28 до 46 лет, которые покупают молоко и молочные продукты два и более раз в неделю или каждый день – это 61 % и 36 % от общего числа потребителей соответственно. Среди мужчин эта цифра меньше и составляет 42 и 24 % соответственно.

Именно среди женщин потребление молока и молочной продукции выше, чем у мужчин, которые потребляют молочку ежедневно – это 39 % против 54 % женщин. И 22 % опрошенных вообще не покупают и не потребляют молочной продукции [1].

С целью улучшения качества, конкурентоспособности молочной продукции и поддержания потребительского спроса в России за последние годы созданы новые и доработаны старые регламентирующие производство молочной продукции нормативные документы. Качество молочной продукции отслеживается с помощью контрольных мероприятий ее физико-химических и микробиологических показателей на всех стадиях производства, также оцениваются технологический процесс и санитарно-гигиенические условия.

После принятия Федерального закона «О техническом регулировании» на каждый вид продукции, выпускаемой в Российской Федерации, нужно было разработать отраслевые технические регламенты. Одним из первых технических регламентов, разработанных во исполнение № 184-ФЗ, стал «Технический регламент на молоко и молочную продукцию» № 88-ФЗ от 12.06.2008 г. Как документ национального уровня, действующий только на территории Российской Федерации, с 1 января 2016 г. он прекратил свое действие. Ему на смену был принят Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и

молочной продукции» (ТР ТС 033/2013), устанавливающий единые требования к молочной продукции на территории стран – участниц Таможенного союза, созданного в 2010 г. Россией, Казахстаном и Белоруссией. Наряду с ТР ТС 033/2013 на территории Таможенного союза в области производства пищевых продуктов в настоящее время действуют [5]:

– Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»;

– ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки»;

– ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»;

– ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию»;

– ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологически вспомогательных средств» [45].

К каждому регламенту Таможенного союза прилагается перечень стандартов на продукцию и методы исследований и измерений, в том числе правила отбора проб, в результате применения которых на добровольной основе обеспечивается исполнение требований данного Технического регламента. Они составляют так называемую доказательную базу, которая ежегодно актуализируется.

На современном этапе в условиях санкционного давления на экономику государства уровень конкурентоспособности предприятия молочной отрасли является одним из важнейших показателей, который оказывает влияние не только на региональную систему экономики, но и в целом на экономическую стабильность всей страны.

Конкурентоспособность предприятия молочной промышленности заключается в его возможности или способности эффективного использования собственных сравнительных преимуществ в производстве и реализации продукции в сравнении с конкурентами, т.е. предприятиями той же отрасли и с похожим ассортиментом продукции.

В целом отечественный рынок молочной продукции характеризуется высокой степенью конкуренции. В то же время отмечается низкая конкуренция на региональных и локальных рынках, это явление объясняется объективными факторами – малыми сроками и особыми условиями хранения и реализации продукции из молока. Таким образом, лидерами рынка являются комбинаты, чья доля на рынке от 30 до 70 %, а местные предприятия делят оставшуюся долю рынка между собой [33].

По последним оценкам экспертных групп уровень потребления молочка и молочной продукции в России за последние годы увеличился более, чем на 10%. Рынок молочной продукции в нашей стране имеет строгую сегментацию. Общее число игроков на рынке молочной продукции составляет почти 1500, речь идет о крупных, средних и мелких предприятиях. Именно вышеуказанные характеристики позволяют говорить о высокой ценовой конкуренции.

Если охарактеризовать рынок молочной продукции в России, то в первую очередь речь пойдет о:

– дефиците молочного сырья;

– сезонности процесса производства молока;

– мелкотоварном производстве, как об отличительной черте рынка;

– недостатке высококачественного молока, как о главной причине низкого спроса на определенные товарные позиции;

– отсутствии длительной и эффективной взаимосвязи между производителями молочного сырья, переработчиками и производителями конечной продукции.

Ключевыми игроками рынка молочной продукции России являются следующие.

1. ПАО «Вимм-Билль-Данн» – лидер рынка молочных продуктов и детского питания в России и один из ведущих игроков рынка безалкогольных напитков в России и странах СНГ.

2. ООО «Данон Россия» – в 2023 году дочерняя компания переименована в «Эйч энд Эн».

3. ГК «Эко Нива» – крупнейший в России и один из крупнейших в мире независимый производитель молока и молочной продукции (без учета кооперативов).

4. ГК «Русмолко» – дочерняя компания «Olam International» (Сингапур), входит в ТОП-3 крупнейших производителей молока и молочной продукции в России. Производство находится в Пензенской области.

5. АПК «Дамате» – также производственные мощности находятся на территории Пензенской области [3].

Список ключевых игроков молочного рынка России достаточно широк, эти и некоторые другие крупные компании контролируют значительную долю рынка и активно вкладываются в развитие своего производства и ассортимента продукции.

Для конкурентного анализа предприятий молочной продукции обратимся к показателям основных региональных игроков рынка Пензенской области. Пензенская область является сельскохозяйственным регионом, где производство молока и молочной продукции с начала 2023 года составило 278,5 тыс. тонн или 104,1 % к объемам 2022 года [25].

Сфера производства молочной продукции в Пензенской области представлена 44 организациями. Среди них такие предприятия как АО «Молком», ООО «Мечта», ООО «Каменский маслозавод», ООО «Новая Изида» и другие.

Региональными предприятиями молочного комплекса за 10 месяцев текущего года произведено 153807 т сырого молока, кисломолочных продуктов (кроме сметаны) – 16804 т, творога – 5131 т, сыров – 2762 т, сметаны – 2184 т, сливочного масла – 1576 т, сливок – 920 т, сухих молока и сливок – 894 т. [24] Индекс промышленного производства молочной продукции в январе-октябре составил 100,5 %, объем отгруженной продукции за 10 месяцев 2023 года увеличился на 3,2 % и составил 8884,8 млн руб. [47].

Для анализа был проведен отбор конкурентов по следующим критериям: похожий дизайн упаковки, ценовой диапазон и качество продукта. Так, к числу прямых конкурентов предприятий молочной отрасли Пензенской области можно отнести молокозаводы Республики Мордовия и Саратовской области, предприятия-конкуренты также производящие молочно-сырную продукцию. Исходя их этих соображений для анализа были отобраны АО «Молком», ООО «Мечта», ООО «Каменский маслозавод», ООО «Новая Изида».

Для анализа выбранных предприятий была составлена анкета оценки с рядом факторов, влияющих на восприятие компании потребителями и ее конкурентную позицию. В ходе исследования были опрошены потребители-организации, работающие с каждой из четырех компаний. (таблица 4.2) Им предлагалось выставить каждому предприятию балльную оценку по каждому показателю по пятибалльной шкале, где 5 – «отлично», а 1 – «неудовлетворительно».

Таблица 4.2 – Оценка региональных предприятий молочной продукции

	Уверенность в финансовом положении предприятия	Применение новых технологий на производстве	Экономическая доступность продукции для потребителя	Широта ассортимента продукции	Загрузка мощностей	Система дистрибуции и дилеров	Востребованность продукции на рынке.	Итого	Место
АО «Молком»	5	5	4	5	5	5	5	34	1
ООО «Каменский маслозавод»	5	4	5	4	5	5	5	33	2
ООО «Мечта»	3	3	5	3	4	3	4	25	3
ООО «Новая Изида»	3	3	5	3	3	2	4	23	4

Результаты проведенного исследования показали, что лидирующее место по всем позициям анализа занимает АО «Молком», на втором месте ООО «Каменский маслозавод». Более мелкие предприятия ООО «Мечта»

и ООО «Новая Изида» (р.п. Мокшан) уступают по ряду показателей, однако стоимость их продукции достаточно конкурентная и они имеют своих потребителей, так как специализируются на выпуске кисломолочных продуктов, которые пользуются спросом у населения региона. Важное место в оценке конкурентной позиции предприятий играет параметр использования новых технологий в производстве.

Таким образом, для того, чтобы региональному предприятию молочной отрасли уверенно конкурировать на рынке необходимо ориентировать свое производство на применение новых технологий, которые способствуют улучшению качества продукции и использовать экологичную упаковку для продуктов, так потребители ориентированы именно на это.

Важно отметить, что лидер АО «Молком» также давно имеет и использует сильную маркетинговую стратегию, которая позволяет предприятию выделять среди конкурентов свою продукцию. Кроме того, у предприятия широкий ассортимент, ориентированный различные на сегменты потребительского рынка.

Наглядным выражением проведенного исследования является построение по результатам исследования «многоугольника конкурентоспособности» (рисунок 4.4).

Результаты проведенного исследования показали, что предприятие «Новая Изида» и ООО «Мечта» находятся примерно на одной конкурентной позиции, являются прямыми конкурентами друг другу, но не для АО «Молком» или ООО «Каменский маслозавод», которые также являются прямыми конкурентами друг для друга: их оценка конкурентная оценка на порядок выше. Определенно лидирующие позиции на рынке остаются за АО «Молком», но такой параметр как экономическая доступность для потребителя является не приоритетным для данного производителя, по причине чего стоимость готовой продукции в точках продаж конкурирует с федеральными производителями молока и молочных продуктов, что для регионального покупателя является стоимостью выше среднего.

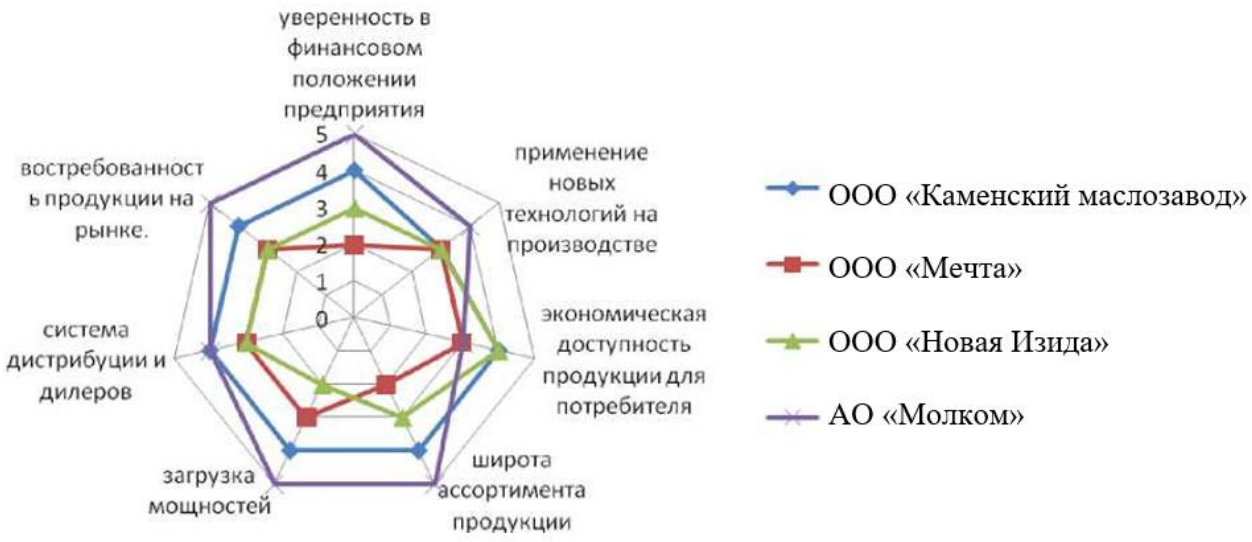

Рисунок 4.4 – Многоугольник конкурентоспособности предприятий молочной отрасли Пензенской области

Источник: Разработано автором

ООО «Каменский маслозавод» несколько уступает АО «Молком» по ряду параметров, но превосходит по одному из самых важных – потребительская доступность стоимости продукции, что позволяет предприятию уверенно конкурировать на рынке среди крупнейших предприятий региона.

Итак, по итогам анализа конкурентоспособности предприятий молочной отрасли Пензенской области можно сделать вывод, что основными требованиями к молочной продукции остаются качество продукции, лояльная к потребителю стоимость, большой и разнообразный ассортимент. Немаловажную роль играют каналы продаж, постоянные продажи через торговые сети.

Каждое из проанализированных региональных предприятий-производителей имеют возможности для дальнейшего повышения своей конкурентной позиции, для чего необходимо обратить особенное внимание на следующее:

– непрерывное совершенствование организации производственного процесса;

– наращивание производственных мощностей за счет регулярного обновления производственного оборудования до современного уровня;

– рациональное использование ресурсов производства;

– при помощи снижения уровня производственных издержек и стоимости продукции повышение производительности труда;

– использование новых технологий в производстве, внедрение новых и максимально эффективное использовать уже имеющиеся технологические возможности;

– разработку, внедрение и использование маркетинговой стратегии по продвижению торговой марки или бренда на рынок молочной продукции.

Таким образом, отечественный рынок молочной продукции продолжает активное развитие, адаптируясь к меняющимся трендам и потребностям потребителей. Важнейшими направлениями для дальнейшего роста являются увеличение внутреннего производства, развитие малого и среднего бизнеса, а также интеграция цифровых технологий. Все это создает предпосылки для укрепления позиций российских производителей на мировом рынке и повышения конкурентоспособности отечественной молочной продукции.

В ближайшие годы в России ожидается увеличение внутреннего производства молока и молочной продукции. По этой причине отечественные предприятия готовы вкладывать средства в увеличение мощностей производства и его модернизацию. Эти меры направлены на снижение зависимости от импорта и увеличение экспортирования продукции.

В настоящее время рынок молочной продукции является высококонкурентным: для занятия выгодной позиции предприятиям молочной отрасли необходимо не только совершенствовать производственные технологии и соответствовать трендам молочного рынка, но и вести планомерную работу по формированию маркетинговой стратегии для бренда и продукции.

Список использованных источников

1. Научно-исследовательский институт Министерства финансов Российской Федерации. URL: https://www.nifi.ru/ru

2. Национальный союз производителей молока. URL: https://souzmoloko.ru

3. Новости и аналитика молочного рынка. URL: https://milknews.ru/analitika-rinka-moloka/rinok-moloka-v-Rossii/tovarnoe-moloko-fevral-2024.html

4. Ситуация и тенденции: Российский молочный рынок. URL: http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2016/dairy-Russia-2016.html

5. Технический регламент на молоко и молочную продукцию: федеральный закон от 12.06.2008 № 88-ФЗ // Официальный интернет портал правовой информации. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips

6. Научно-исследовательский институт Министерства финансов Российской Федерации. URL:https://www.nifi.ru/ru

7. Национальный союз производителей молока. URL: https://souzmoloko.ru

8. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru

Глава 5. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОРТФЕЛЕМ ИПОТЕЧНЫХ КРЕДИТОВ

Исследование теоретических основ управления портфелем ипотечных кредитов целесообразно начать с рассмотрения понятийного аппарата, а именно с рассмотрения понятия портфеля ипотечных кредитов и его взаимосвязи с такими понятиями как ипотека и ипотечный кредит, используя такой общенаучный метод, как исследование «от общего к частному».

Для наглядности изобразим взаимосвязь схематично (рисунок 5.1).

Рисунок 5.1 – Взаимосвязь понятий «ипотека», «ипотечный кредит», «ипотечный портфель»

Подробно рассмотрим, представленные на схеме понятия, выделив основные аспекты их содержания. Общим на наш взгляд является понятие «ипотека» (от греч. hypotheka – залог, заклад). На сегодняшний день, существует множество трактовок данного понятия, но следует отметить, что среди них нет принципиальной разницы, систематизируя имеющиеся в экономической литературе определения понятия «ипотека» можно сделать вывод, что ипотека представляет собой залог объектов недвижимости.

Данный вывод подтверждается и на законодательном уровне, поскольку в соответствии с Федеральным законом от 16 июля 1998 года № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» [2] ипотека и залог недвижимого имущества являются тождественными понятиями.

Следующим, по нашему мнению, идет понятие «ипотечный кредит», относительно которого также имеется множество точек зрения различных авторов.

Так, по мнению Агеевой Н.А., ипотечный кредит представляет собой кредит, оформленный как хозяйствующим субъектом, так и физическим лицом, гарантией возврата которого является залог недвижимого имущества [7].

Горелая Н.В. считает, что ипотечный кредит – это ссуда под строго определённый залог, имеющая строго целевое назначение [10].

В свою очередь, Баронин С.А. и Белоглазова Г.Н. считают, что ипотечным кредитом является кредит, который обеспечен залогом недвижимости [8].

При этом, Звонова Е. А. определяет ипотечный кредит, как долгосрочную ссуду под залог недвижимости [11].

Разумова И.А. же рассматривает ипотечный кредит, как кредит, обязательства, по возвращению которого обеспечены залогом недвижимого имущества.

По мнению Тарасова В.И. под ипотечным кредитом следует понимать тип экономических отношений, возникающих по поводу предоставления ссуд под залог недвижимого имущества.

Стародубцева Е.Б., Райзберг Б.А. и Лозовский Е.Б. придерживаются мнения, что ипотечный кредит – это долгосрочная ссуда, выдаваемая под залог недвижимости, такой как земля, здания, а также сооружения.

Обобщая весь спектр представленных в экономической литературе и рассмотренных выше определений, можно прийти к выводу, что под ипотечным кредитом понимается кредит, выданный под залог объекта недвижимости. При этом, важным моментом является то, что ипотечный кредит выдаётся на приобретение недвижимости, которая по сути и является объектом залога.

Для целей внутрибанковского управления совокупность ипотечных кредитов, выданных банком, может быть объединена в портфель ипотечных кредитов. Данным портфелем можно управлять при помощи специфического инструментария, так называемого портфельного управления.

Стоит отметить, тот факт, что несмотря на то, что в настоящее время, большое внимание уделяется изучению различных аспектов ипотечного кредитования, в современной экономической литературе практически отсутствуют толкования частного понятия, а именно «портфель ипотечных кредитов».

В этой связи, под ипотечным портфелем будем понимать совокупность особым образом структурированных кредитов (обладающих отличительными особенностями, такими как наличие обязательного залога, долгосрочный характер отношений между субъектами, а также целевой характер использования), выданных на приобретение недвижимого имущества под залог.

Среди основных критериев включения отдельных кредитов в ипотечный портфель можно выделить такие критерии как:

– качество заёмщиков (портфель ипотечных кредитов должен включать заёмщиков, обладающих высокой кредитоспособностью и надёжностью, что является гарантией стабильности и низкому уровню дефолта всего портфеля);

– разнообразие видов недвижимости (ипотечные кредиты должны структурироваться в портфели в зависимости от типов недвижимого имущества (частный дом, квартира (первичный или же вторичный ранок), земельный участок и т.д.) что способствует снижению риска концентрации в одном портфеле);

– диверсификация по регионам (портфель ипотечных кредитов должен быть распределён по различным регионам, что способствует снижению рисков, связанных с экономической ситуацией в определённом регионе);

– уровень ставки процента (портфель ипотечных кредитов должен иметь оптимальный уровень процентных ставок, что позволит кредитным организациям получать достаточный доход, при этом не создавая дополнительных рисков);

– структура платежей (портфель ипотечных кредитов должен иметь оптимальную структуру платежей, позволяющую свести к минимуму риски неуплаты по данному виду кредитов);

– срок кредитования (портфель ипотечных кредитов должен содержать кредиты с таким сроком кредитования, который позволит кредитным организациям получать достаточный доход, при этом не создавая дополнительных рисков);

– уровень ликвидности (портфель ипотечных кредитов должен иметь достаточный уровень ликвидности, для того чтобы, в случае необходимости, кредитные организации имели возможность продать портфель или его часть);

– степень управляемости (портфель ипотечных кредитов должен быть достаточно легко управляемым и масштабируемым, для того чтобы, в случае необходимости, кредитные организации имели возможность быстро реагировать на рыночные изменения).

Процесс управления ипотечным портфелем основан на соответствии стратегическим целям кредитной политики коммерческого банка и разделён на три больших блока.

В рамках первого блока осуществляется формирование системы кредитных лимитов с целью управления кредитным риском, а также выделяются основные классификационные группы ипотечных кредитов. При помощи установления лимитов ипотечного кредитования осуществляется оптимизация пропорций разных по виду ипотечных кредитов в рамках совокупного портфеля, с учетом объёма и структуры кредитных ресурсов. На рисунке 5.2 наглядно и более детально отображены этапы, входящие в первый (этап 1, этап 2, этап 3) и последующие блоки.

Рисунок 5.2 – Этапы управления портфелем ипотечных кредитов коммерческого банка

В рамках второго блока проводится оценка каждого выданного кредитной организацией ипотечного кредита исходя из выбранных критериев, а также осуществляется распределение данных кредитов в соответствующие группы. Помимо этого, определяется структура

ипотечного портфеля в разрезе классифицированных кредитов и проводится оценка качества в целом ипотечного портфеля (полученные результаты сравниваются с рыночной доходностью и процентными ставками) (рисунок 5.2 – этап 4, этап 5).

В рамках третьего блока проводится анализ и оперативное управление состояния ипотечного портфеля, посредством текущего мониторинга, заключающего в мониторинге структуры ипотечного портфеля по степени кредитного риска, определении величины резервов на случай возможных потерь по ссудам, а также установлении соответствия и выявления отклонений сформированного ипотечного портфеля изначально заданной стратегии коммерческого банка в сегменте ипотечного кредитования [12] (рисунок 5.2 – этап 6, этап 7, этап 8).

Следуя этапам, из приведённого выше алгоритма, кредитные организации смогут осуществлять наиболее эффективное управление портфелем ипотечных кредитов, при этом всесторонне учитывая большое количество внутренних и внешних факторов, оказывающих воздействие на них в текущий момент управления.

Стоит отметить, что эффективное управление ипотечным портфелем коммерческого банка способствует сохранению доходности, улучшению качества данного портфеля, а также достижению главной цели – запуску, формированию и ведению стабильного и долгосрочного ипотечного процесса.

Система управления портфелем ипотечных кредитов по своей сути – это сложноорганизованная система, включающая большое количество элементов с присущими им особенностями, оказывающая существенное воздействие на развитие ипотечного кредитования и банковский сектор.

В системе управления портфелем ипотечных кредитов целесообразно выделение следующих элементов:

– принципы управления;

– объекты управления;

– субъекты управления;

– модели рефинансирования портфеля кредитов;

– инструменты управления.

Рассмотрим их подробнее

Принципы управления портфелем ипотечных кредитов кредитной организации тесно взаимосвязаны, прежде всего, с принципами ипотечного кредитования.

Ипотечное кредитование базируется на совокупности принципов, образующих методологическую основу его функционирования, рассматриваемых многими авторами, проанализировав которые, можно выделить две группы принципов:

1) общие (характерны для любого вида кредитования), к их числу относятся такие принципы, как:

– принцип возвратности (подразумевает обязательный возврат (погашение) заёмщиком всей суммы основного долга кредитору (то есть заёмщику необходимо постепенно погашать конкретный кредит, перечисляя денежные средства в определенном размере на счет кредитной организации или же внося наличные денежные средства в кассу кредитной организации));

– принцип платности (обязует заёмщика выплатить кредитору, за пользование его денежными средствами, определенный процент, определяющий доступность и возмездность кредитных ресурсов);

– принцип срочности (предусматривает то, что заёмщик должен возвратить кредит в заранее установленный срок, прописанный в кредитном договоре (в случае, если в кредитном договоре установлено несколько сроков возврата кредита, то кредит погашается частями, для возврата каждой из которых установлен свой срок) [13];

2) специальные (характерны исключительно для ипотечного кредитования), в их состав входят такие принципы, как:

– принцип материальной обеспеченности (подразумевает предоставление ипотечного кредита исключительно под залог недвижимости, необходимый в случае нарушения заёмщиком своих

обязательств, кредитор вправе реализовать заложенную недвижимость и получить обратно денежные средства);

– принцип целевого назначение (указывает на то, что предметом ипотечного кредитования должен быть конкретный объект недвижимости или же права на него);

– принцип обязательности или же принцип внесения (означает, что все сведения о залоге недвижимости должны быть размещены в Едином государственном реестре недвижимости);

– принцип публичности или же принцип гласности (предполагает, что любое заинтересованное лицо может ознакомиться с данными, размещенными в Едином государственном реестре недвижимости, в том числе технические характеристики необходимого объекта недвижимости, а также права иных лиц на него (права аренды, залога и другие));

– принцип доступности (предполагает, что граждане, нуждающиеся в улучшении жилищных условий (в случае отсутствия других источников финансирования), имеют возможность воспользоваться таким видом кредитования, как ипотечное) [9];

Данные принципы крайне важны при предоставлении ипотечных кредитов, но они не в полной мере отображают принципы именно управления портфелем ипотечных кредитов в коммерческом банке, в этой связи имеется необходимость в дополнении другими принципами, которые полностью охватывали все этапы управления ипотечным портфелем.

Поскольку портфель ипотечных кредитов является частью кредитного портфеля проанализируем имеющиеся в экономической литературе принципы управления кредитным портфелем и возьмём их за основу принципов управления портфеля ипотечных кредитов коммерческого банка.

Основываясь на вышесказанном, к числу принципов управления портфелем ипотечных кредитов отнесем такие принципы как:

– обеспечение оптимального соотношения доходности, рискованности и ликвидности портфеля ипотечных кредитов коммерческого банка;

– портфельный (данный принцип является основой управления любым портфелем активов коммерческого банка, в том числе и ипотечным портфелем, следование данному принципу говорит об осуществлении управления всей совокупностью разрозненных ипотечных кредитов, а не по отдельности);

– предсказуемость изменений на рынке недвижимости (заключается в систематическом мониторинге рынка недвижимости и своевременного приспособления ипотечного портфеля к изменениям на данном рынке);

– целевая направленность ипотечного портфеля на выполнение задач государственной кредитной политики в сфере ипотечного кредитования (учёт данного принципа при управлении ипотечным портфелем поспособствует обеспечению выполнения данных задач на уровне отдельных банков, а также подчеркнём важность развития разного рода государственных программ в сфере ипотечного кредитования) и как следствие содействие развитию экономики странны;

– обеспечение роста стоимости кредитной организации и наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов (управление ипотечным портфелем коммерческого банка должно обеспечивать рост стоимости данного банка, а разработка разного рода продуктов и программ по ипотечному кредитованию, удовлетворяющих потребности больших масс населения должно способствовать наращиванию объемов ипотечного портфеля);

– соблюдение параметров кредитной политики коммерческого банка (поскольку данные параметры лежат в основе управления любой деятельности кредитной организации);

– достижение стабильного конкурентного преимущества на рынке.

Соблюдение перечисленных выше принципов даст возможность кредитным организациям более эффективно осуществлять управление портфелем ипотечных кредитов, учитывая как специфические особенности ипотечного кредитования, так и особенности общего состояния рынка.

Объектом управления выступает непосредственно портфель ипотечных кредитов коммерческого банка, а наряду с ним источники кредитных ресурсов и кредитные взаимоотношения с заёмщиками.

Круг субъектов, принимающих активное участие в управлении портфелем ипотечных кредитов, является достаточно обширным, в этой связи выделим субъекты данной системы, которые на наш взгляд являются основными, а именно: заёмщик, кредитор, органы управления банком, задействованные в процессе управления деятельностью банка вообще и ипотечным портфелем, в частности.

В качестве заёмщика может выступать, как физическое лицо (в большинстве случаев), имеющее гражданство РФ, заключившее кредитный договор с кредитной организацией, так и юридическое лицо, в данном случае цель заключается в приобретении нежилой недвижимости (офисного, складского или торгового помещения). Заёмщик играет важную роль в управлении ипотечным портфелем, поскольку является одним из основных источников получения доходов кредитной организацией при осуществлении ипотечного кредитования (заёмщик оформляет ипотечный кредит с целью приобретения недвижимого имущества, на протяжении нескольких лет исполняет обязательства по уплате основного долга и процентов по нему, что в свою очередь предоставляет возможность коммерческим банках вкладывать денежные средства в более прибыльные активы, в том числе проводить секьюритизацию ипотечных кредитов).

В свою очередь, в качестве кредитора выступает кредитная организация (или иное юридическое лицо), одной из основных функций которой является предоставление заёмщикам ипотечных кредитов, в установленном законом порядке, помимо этого кредитор занимается оформлением кредитных и ипотечных договоров, а также обслуживанием выданного кредита на всех этапах. Кредитные организации формируют портфель ипотечных кредитов, а также осуществляют управление им (проводят постоянный мониторинг состава и качества ипотечного портфеля, а также осуществляют управление рисками и рефинансирование имеющихся в портфеле кредитов), для чего в организационной структуре крупных коммерческих банков, выделяется специальное структурное подразделение – центр ипотечного кредитования (или же департамент ипотечного кредитования, а также в некоторых кредитных организациях выделяют «трайб ипотеки») которое отвечает за выполнение функций кредитной организации в части решения финансовых и иных вопросов, связанных с ипотечным кредитованием.

К числу органов управления банком, участвующих в процессе управления ипотечным портфелем относятся следующие.

1. Единоличный исполнительный орган (председатель правления) и коллегиальный исполнительный орган (правление), в функции которых входит утверждение стратегии управления рисками и капиталом кредитной организации, а также порядка применения банковских методик управления рисками и моделей количественной оценки рисков, в том числе и в области ипотечного кредитования;

2. Служба внутреннего контроля и внутреннего аудита, полномочия которых регламентированы Положением Банка России от 16 декабря 2003 г. № 242-П «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах» [5].

В области управления портфелем ипотечных кредитов служба внутреннего аудита осуществляет следующие функции по проверке эффективности методологии оценки банковских рисков и процедур управления банковскими рисками, установленных внутренними

документами кредитной организации (методиками, программами, правилами, порядками и процедурами совершения банковских операций и сделок, управления банковскими рисками), и полноты применения указанных документов.

В свою очередь служба внутреннего контроля осуществляет следующие функции, связанные с выявлением комплаенс-риска, то есть риска возникновения у кредитной организации убытков из-за несоблюдения законодательства Российской Федерации, внутренних документов кредитной организации, а также анализом показателей динамики жалоб (обращений, заявлений) клиентов и анализом соблюдения кредитной организацией прав клиентов.

3. Служба управления рисками, руководствуясь требованиями Указания Банка России от 15 апреля 2015 г. № 3624-У «О требованиях к системе управления рисками и капиталом кредитной организации и банковской группы» [6], эта служба управляет значимыми для банка рисками, к числу которых относится и кредитный риск ипотечного портфеля, оценивает потенциальные риски, которые возникают в случае наращивания ипотечного портфеля, и планирует потребность в капитале для их покрытия.

4. Кредитный комитет – коллегиальный орган управления кредитованием, который принимает решение о целесообразности выдачи ипотечных кредитов, уровне риска по портфелю и величине необходимых для их покрытия страховых резервов.

Состав субъектов управления ипотечным портфелем может быть расширен, если банк принимает решение о секьюритизации портфеля и его рефинансировании. В число субъектов в этом случае включаются специализированные ипотечные агенты – это операторы вторичного рынка, на которых возложены функции по организации рефинансирования ипотечных кредитов (в том числе эмиссия ипотечных ценных бумаг и привлечение средств инвесторов в сферу ипотечного кредитования), основным ипотечным агентом в России является акционерное общество «ДОМ.РФ».

Модели рефинансирования ипотечных портфелей базируются на классических моделях организации ипотечного кредитования и характеризуют подходы банка к управлению непрерывностью ипотечного кредитования и возобновлению ресурсов для его осуществления. в одноуровневой модели ипотечного кредитования, кредитная организация, предоставляющая ипотечные кредиты, самостоятельно занимается рефинансированием кредитов, посредством эмиссии ценных бумаг (обеспеченных одновременно выданными ипотечными кредитами, а также залогом недвижимости), и их последующей реализации). В двухуровневой модели управление рефинансированием ипотечных портфелей осуществляется на вторичном рынке, где происходит рефинансирование кредитов, заключающееся в полной уступке прав по выданному банком ипотечному кредиту специализированной организации (объединяющей единообразные закладные в пулы и выпускающие на их основе (в качестве залога) собственные ценные бумаги).

Инструменты управления ипотечным портфелем представляют собой набор технических действий сотрудников банка, направленных на оценку риска портфеля и его минимизацию. к числу инструментов относятся:

– инструменты управления портфелем срочных ипотечных кредитов (оценка качества портфеля, лимитирование, резервирование, секьюритизация);

– инструменты управления портфелем ипотечных кредитов с просроченными платежами (реструктуризация портфельных кредитов, кредитные каникулы, передача просроченной задолженности на аутсорсинг);

– инструменты управления портфелем безнадежных ипотечных кредитов (инструменты досудебного и судебного взыскания безнадежного долга, списание кредита).

Поскольку система ипотечного кредитования включает в себя большое количество элементов (с присущими им особенностями), а также оказывает существенное влияние на развитие банковского сектора и

экономики в целом, необходимо рассмотреть совокупность документов, на основании которых осуществляется государственное регулирование ипотечного кредитования.

Эффективное функционирование в целом системы ипотечного кредитования, и, в частности системы управления ипотечным портфелем коммерческого банка, основывается на надёжной законодательной базе.

Стоит отметить, что в настоящее время, в нашей стране отсутствует нормативно-правовой акт, непосредственно посвященный вопросу регулирования ипотечного кредитования, в этой связи, рассмотрим нормативные акты, прямо или косвенно затрагивающие различные аспекты регулирования, в особенности, в части системы управления ипотечным портфелем коммерческого банка.

На сегодняшний день, главным законодательным актом нашей страны, в соответствии с положениями которого осуществляется формирование основ ипотечного кредитования, а также на основании которого принимаются базовые законы и положения, регулирующие не только вопросы, касающиеся ипотеки, но и финансовые отношения, возникающие при ипотечном кредитовании, является Гражданский кодекс Российской Федерации (в частности части первая, вторая и третья) [1].

Согласно ГК РФ, ипотека относится к отдельному виду залога и определяется как залог объектов недвижимости, при этом предметом ипотеки может быть разного рода имущество, включая, вещи, а также имущественные права, за исключением имущества, на которое не дозволяется обращение взысканий и требований, неразрывно связанных с кредитором, а именно требований об алиментах или же о возмещении вреда, причиненному здоровью (жизни) и другие.

Помимо этого, Гражданским кодексом устанавливаются:

– общие правила обеспечения кредитов под залог недвижимости;

– положения о праве собственности на недвижимое имущество;

– основания обращения взыскания на заложенную недвижимость;

– положения, на основании которых осуществляется государственная регистрация прав на недвижимость.

Гражданский кодекс, с юридической стороны, является наиболее подробным источником регулирования залоговых отношений.

Во исполнении требований данного кодекса был принят Федеральный закон «О государственной регистрации недвижимости» [3] (государственной регистрации подлежат права собственности и иные вещные права на недвижимое имущество и сделки с ним, а также ограничения прав на недвижимое имущество, в том числе ипотека, аренда, сервитут, арест, доверительное управление и другие).

Необходимо подчеркнуть, что права граждан на жильё, а также обладание и охрану частной собственности закреплены в тексте статей Конституции Российской Федерации, а именно в:

– пункте первом «право частной собственности охраняется законом» и пункте втором «каждый вправе иметь имущество в собственности, владеть, пользоваться и распоряжаться им» статьи 35;

– пункте первом статьи 40 «каждый имеет право на жилище».

Базовым законом, принятым на основании Гражданского кодекса, является Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» [2], в котором заложены основы правового обеспечения функционирования системы ипотечного кредитования в России (применяется в части, не противоречащей ГК РФ).

Данный закон, является обязательным элементом системы нормативно-правового регулирования, определяющим параметры и условия функционирования ипотечного кредитования.

Закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» принят для урегулирования отношений, возникающих между кредитором и заёмщиком, в частности закон регулирует все основные вопросы ипотечного кредитования, устанавливая:

– понятийный аппарат, обязательства, обеспечиваемые ипотекой, а также допустимый перечень имущества, выступающего залогом при совершении сделки ипотечного кредитования;

– порядок оформления договора об ипотеке, а также его регистрация;

– порядок составления и выдачи (передачи) закладной (именной ценной бумаги, удостоверяющей право её законного владельца на преимущественное право получения исполнения по кредитному договору);

– порядок погашения ипотечного кредита;

– порядок взыскания имущества, выступающего в качестве залога;

– порядок защиты интересов добросовестных заёмщиков.

Дополнением к Федеральному закону «Об ипотеке (залоге недвижимости)» является Федеральный закон «Об ипотечных ценных бумагах», создающий правовую базу для развития вторичного ипотечного рынка, и позволяющий инвесторам (которые обеспечивают рефинансирование кредиторов по ипотечным кредитам), а также ипотечным агентам (специализированным организациям) осуществлять деятельность, непосредственно связанную с обращением ипотечных ценных бумаг. Помимо этого, данный закон является правовой основой выпуска таких ценных бумаг, как облигации с ипотечным покрытием и ипотечных сертификатов участия, а также даёт возможность кредитным организациям реализовывать их, тем самым быстрее окупать выданные ипотечные кредиты, что в свою очередь способствует развитию ипотечного кредитования (стоит отметить, что сфера регулирования данного закона не распространяется на закладные).

В соответствии с Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Банк России, действующий в целях обеспечения стабильности российской банковской системы, является главным органом банковского регулирования и надзора. Для

реализации данной цели, Банк России устанавливает требования к качеству систем управления капиталом и рисками, а также системе внутреннего контроля, согласовывает методики управления рисками, применяемые коммерческими банками, и модели их количественной оценки.

На законодательном уровне за Центральным Банком также закреплено право устанавливать обязательные нормативы, которые предъявляются к исполнению коммерческим банкам.

Учитывая то, что кредитные организации выступают кредиторами при ипотечном кредитовании, следует отметить, что регулирование их деятельности осуществляется на основании Федерального закона «О банках и банковской деятельности», в котором установлены общие требования к банковских операциям и сделкам кредитных организаций, основы государственного регулирования и контроля за деятельностью данных субъектов, а также закреплены обязанности коммерческих банков соблюдать требования, установленные ЦБ РФ, в части управления рисками и капиталом, а также организации служб внутреннего контроля.

Наиболее важными и основополагающими документами в части управления кредитным и в том числе ипотечным портфелем являются Инструкция Банка России «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией» и Положение Банка России «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности» [4].

Важную роль в снижении рисков кредитных организаций при осуществлении ипотечного кредитования, играет Федеральный закон «О кредитных историях», в котором определены основные понятия и содержание кредитной истории (а также основания, порядок формирования, использования и хранения), особенности создания, реорганизации и ликвидации бюро кредитных историй, а также особенности их деятельности и принципы взаимодействия с источниками формирования кредитной истории, заёмщиками, органами

государственной власти, органами местного самоуправления и Банком России.

Также законодательными актами, регулирующими механизм ипотечного кредитования, являются:

Жилищный кодекс (данным кодексом установлены нормативы обеспеченности площадью жилого помещения, в расчете на одного человека, а также регламентирован порядок проведения процедур с недвижимостью в залоге).

Земельный кодекс (кодекс применяется в случаях, когда предметом ипотеки выступает земельный участок, а именно устанавливаются принципы и отношения, связанные с предоставлением земельных участков, в том числе и для жилищного строительства).

Налоговый кодекс (в данном кодексе определены налоговые льготы, предназначенные для определенных категорий участников ипотечного кредитования).

Подводя итог вышеизложенному, можно сказать, что на сегодняшний день, в нашей стране имеется большой спектр законодательных источников, посредством которых осуществляется государственное регулирование системы ипотечного кредитования, при этом следует отметить тот факт, что законодательство в части управления ипотечным портфелем не стоит на месте, постоянно пересматриваются уже имеющиеся законодательные акты (для устранения недочётов), а также принимаются новые.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1, 2, 3, 4: Федеральные законы от 30 ноября 1994 г. №51-ФЗ, от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ, от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ и от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ.

2. Об ипотеке (залоге недвижимости): Федеральный закон от 16 июля 1998г. № 102-ФЗ.

3. О государственной регистрации недвижимости: Федеральный закон от 13 июля 2015 г. № 218-ФЗ.

4. О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности (вместе с «Порядком оценки кредитного риска по портфелю (портфелям) однородных ссуд»): Положение Банка России от 28 июня 2017 г. № 590-П.

5. Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах: Положение Банка России от 16 декабря 2003 г. № 242-П.

6. О требованиях к системе управления рисками и капиталом кредитной организации и банковской группы: Указание Банка России от 15 апреля 2015 г. № 3624-У.

7. Агеева Н.А. Основы банковского дела: учебное пособие / Н.А. Агеева. М: РИОР: ИНФРА-М, 2017. 274 с.

8. Баронин С.А. Ипотечное кредитование жилищного строительства: учебное пособие / С.А. Баронин, В.С. Казейкин. М.: ИНФРА-М, 2018. 189 с.

9. Гербич Л.А. Принципы управления портфелем ипотечных кредитов банка / Л.А. Гербич // Инновационное развитие экономики. 2020. С. 46-52.

10. Горелая Н.В. Организация кредитования в коммерческом банке: учебное пособие / Н.В. Горелая. М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2019. 208 с.

11. Звонова Е.А. Деньги, кредит, банки: учебник / Под ред. Е.А. Звоновой. М.: ИНФРА-М, 2018. 592 с.

12. Коробчанская Е.А. Современные подходы к управлению портфелем ипотечных кредитов коммерческих банков в рамках минимизации рисков / Е.А. Коробчанская // Актуальные вопросы экономических наук. 2019. № 7. С. 132-138.

13. Чибисова Д.Е. Ипотечное кредитование: сущность и принципы построения / Д.Е. Чибисова // Поколение будущего: Взгляд молодых учёных-2019, Сборник научных статей 8-й Международной молодёжной научной конференции, в 6-х томах. 2019. № 2. С. 468-472.

Глава 6. ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ И КАЧЕСТВО ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ СТРАХОВЫХ УСЛУГ

6.1. Страховой продукт: понятие и составляющие

На современном этапе развития страховой науки до сих пор отсутствует единая точка не только в отношении понятийного аппарата страхования, но и в механизмах его реализации. Одним из значимых понятий в страховании является термин «страховой продукт», который многими учеными соотносится с такими понятиями как «страховая услуга», «страховой товар».

По нашему мнению, многие проблемы, с которыми достаточно часто сталкиваются страховщики в отношениях со своими клиентами и общественностью, вполне могут быть связаны с неясными или даже неправильными представлениями о страховом продукте. Однако, прежде чем раскрыть содержательные аспекты страхового продукта, следует сначала установить, что представляет собой «продукт». В соответствии с трактовкой, данной в Социологическом энциклопедическом словаре, «продукт (от лат. productus – произведённый, созданный) – это вещественный или нематериальный результат человеческого труда» [1]. При этом под результатом понимается «конечный итог, следствие, завершающее собой какие-нибудь действия, явления, развитие чего-нибудь» [2]; конечный итог, ради которого осуществляется какое-либо действие [3].

Можно констатировать многообразие точек зрения на понятие «страховой продукт». При этом, встречающиеся определения имеют различные основания.

Во-первых, сущность страхового продукта может раскрываться с позиции предпринимательского и управленческого подходов.

Главный вопрос изучаемого аспекта заключается в том, является ли производство страховых продуктов и услуг предпринимательской или административной задачей. «Решающим различием между этими двумя философиями является установление объема задач, ответственности и полномочий руководства страховых компаний. При предпринимательском подходе страховой продукт рассматривается как товар, создаваемый и реализуемый компанией, которая, в рамках определенных юридических ограничений, обладает всеми правами распоряжения связанной с этим процессом управленческой деятельностью. В этом контексте страховые выплаты, произведенные страхователю в случае реализации страховых событий и получения им убытков, представляют собой основную услугу, предоставляемую в рамках страхового продукта» [4, с. 64-65].

При административном подходе предполагается, что объединение в страховом продукте рисков осуществляется с помощью механизма, независящего от управленческих решений. Страховая компания в этом случае должна предоставлять исключительно необходимые административные услуги в информационном контексте (например, обработка заявлений и претензий), для поддержания функционирования страхового механизма. Как следствие, права руководства компании распространяются только на административную деятельность. Страховые выплаты при данном подходе относятся к перераспределительным отношениям, составляющим основу страховой услуги и достаточно строго регламентированными государством, и не относятся к страховым продуктам.

Как мы видим, определение содержательных компонентов страхового продукта показывает, что одной из сложностей является наличие тесной связи между принимаемой платой за страхование и обязательствами, которые принимает страховая компания, и вполне может способствовать формированию неясных и чрезмерных ожиданий в отношении услуг страховщика. Это может даже вызвать у страхователей

убеждение в том, что в договорах страхования нарушается принцип эквивалентности. В связи с этим, есть веские основания полагать, что такие неясные представления о страховом продукте могли сыграть существенную роль в неправильном восприятии населением самого инструмента страхования.

Как мы видим, применение того или иного подхода имеет далеко идущие последствия в отношении компетентности в установлении цен, обоснования прибыли и ее распределения, участия страхователей в прибыли компании, влияния государства на страховые рынки и деятельность компаний и т.д. [4].

Во-вторых, страховой продукт может определяться с позиции практического применения в деятельности страховой компании (или маркетингового подхода) и с позиции отношений в рамках заключаемого договора страхования (или правового подхода). Так точки зрения на страховой продукт в контурах маркетингового подхода (товар – цена – продвижение – сбыт – отношения) в настоящее время по количественному сопоставлению превалируют. Маркетинговый подход в российской практике позволяет рассматривать страховой продукт и услугу одновременно как часть товара [5]. При этом, понятие «страховой продукт» является первичным, наиболее общим понятием и конкретизируется в страховой услуге [6].

Страховой продукт является тем товаром, который страховые компании предоставляют потребителям финансовых услуг в обмен за определенную плату. Отметим, что в настоящее время существует точка зрения, в рамках которой определено, что страховой продукт может существовать в товарной или нетоварной форме. Мы считаем, что страхового продукта на страховом рынке в нетоварной форме не существует [10]. Поскольку страхование – это договорные отношения, которые должны быть зафиксированы в документарной форме, поэтому страховая услуга (в виде услуги как таковой) в любом случае будет представлена только в контексте страхового продукта. Что касается точки зрения, определяющей возможность создания страхового продукта в

нетоварной форме путем применения метода самострахования, то в этом случае нужно четко понимать сущностную природу термина «страхование» и насколько верным будет его применение к процессу организации самозащиты, организованный с использованием страховых принципов.

Несмотря на то, что трактование страхового продукта в рамках маркетингового подхода доминирует, однако нельзя сбрасывать и правовой (юридический) подход, раскрывающий страховые услуги и продукты через призму страхового права, которое выполняет две основные функции, связанные со спецификой страхования:

1) страховое право является средством определения и описания страховых услуг и продуктов. Так предусмотренный риск должен быть четко определен в отношении принимаемого на страхование объекта, допустимых опасностей и возможных с ним страховых событий, а также лимита ответственности страховщика. Как следствие, в правилах и договорах страхования для описания страхового продукта требуются четкие и точные формулировки.

2) страховое право играет важную роль в осуществлении государственного страхового регулирования и надзора. Хотя цели и конкретные меры значительно различаются на международном уровне, основные функции законодательства, которые без сомнения важны для всех участников страхования, рассматриваются с позиции защиты прав и интересов потребителей страховых услуг, в частности, как гарантию того, что законные требования страхователей могут быть удовлетворены материально. На практике эта функция правовой гарантии реализуется посредством юридических ограничений, налагаемых на решения по управлению страхованием. Однако здесь возникает несколько проблем:

– юридические взгляды и концепции зачастую гораздо шире используются, охватывая практически все аспекты и операции производства страховых услуг и продуктов, чем того требуют обстоятельства;

– правовой подход не оставляет места для инновационной и эффективной деятельности страховых компаний по разработке, внедрению и развитию страховых услуг и продуктов.

Несмотря на то, что сегодня отсутствует в гражданском и страховом законодательстве определение «страховой продукт», нельзя не согласиться с мнением Н.Е. Саввиной: «в целях передачи экономической сути страхования представляется, что формализация термина «страховой продукт» и выработка единого подхода к его пониманию возможны и целесообразны» [7, с. 55].

В-третьих, страховой продукт можно определить с позиции различных участников страхового рынка: страховщика, потребителя и регулятора. Поэтому неудивительно, что между учеными и экономистами до сих пор не достигнуто единого мнения на понятие «страховой продукт». Рассматривая данное понятие с позиции участников страхового рынка, мы постарались соотнести их с имеющимися точками зрения в тех контурах, которые позволили бы наиболее полно раскрыть его содержание (таблица 6.1).

Таблица 6.1 – Подходы к трактованию страхового продукта с позиции различных ученых, определения которых соотнесены с содержанием в контексте того или иного участника страхового рынка

Критерий, определенный в контурах	Содержание страхового продукта с позиции различных участников страхового рынка, например
1	2
страховой компании, а именно какие риски она готова принимать, какой должен быть баланс между прибылью и рисками, а также какие условия и стоимость продукта она предлагает	
результата страховой деятельности	– как «конечный результат разработки конкретного вида страхования, представленный набором документов» [8]; – все, что может быть предложено рынку для удовлетворения нужды (want) или потребности (need) [9]; – определенный объем материальных благ, выделенный из страхового фонда с целью компенсации ущерба от уже произошедшего страхового случая либо с целью проведения превентивных мероприятий в отношении застрахованных рисков [10]

Продолжение таблицы 6.1

1	2
содержания и наполняемости	– набор услуг по предупреждению и ликвидации последствий конкретного перечня неблагоприятных событий, определенных в договоре страхования, который предоставляется компанией клиенту. Он включает в себя основные и дополнительные продукты» [11]; – набор услуг [12] либо условий страхования, которые страховая компания предоставляет страхователям при заключении договора [13]
продвижения страховых услуг с учетом целевого ориентирования и объема принимаемых обязательств	– комплексное страховое покрытие с учетом потребностей конкретного типа клиентов из целевой фокус-группы [14]; – комплексное решение страховщика, целью которого является наиболее полное удовлетворение потребностей конкретного страхователя за счет предоставления ему страховой защиты мирового уровня, обеспеченное юридическим сопровождением, сервисным обслуживанием, объединенными брендом страховщика» [15]; – комплексное решение с обеспечением защиты мирового уровня, юридическим сопровождением, сервисом под брендом страховщика по наиболее полному удовлетворению интересов конкретного страхователя [16].
потребителей страховых услуг, то есть какие риски и потребности защищаются страховкой, какие условия и цены предлагаются, а также насколько доступен и удобен для потребителя страховой продукт	
юридического оформления	– договор страхования, включающий в себя страховой сертификат и правила страхования [9]
конструктивного предложения страховщика	– комплексное обеспечение защиты имущественных интересов страхователя, зафиксированное в договоре и подкрепленное соответствующими гарантиями страховщика при наступлении страхового случая, реализуемое в предпочтительной форме для страхователя по традиционным и цифровым каналам в удобное время и в удобном месте («здесь и сейчас») [17, С. 399]
регулятора страхового рынка, а именно какие требования и нормативы должны соблюдаться страховщиками при предоставлении продуктов, как обеспечивается защита интересов потребителей	
юридического оформления с учетом специфики актуарного оценивания	– отношения, возникающие между страховщиком и страхователем, по поводу страхового интереса, зафиксированного в страховом контракте. Он может удовлетворять либо одну потребность (простой продукт), либо набор потребностей (комплексный продукт) и возмещать как текущие, так и будущие выплаты [18, С. 170]; – совокупность условий страхования, существенных для расчета тарифов [19]

Анализ точек зрения на трактовку «страховой продукт» показал наличие определенной дискуссии на вопрос соотнесения данного понятия с терминами «страховая услуга», «страховой товар», в частности:

1) страховой продукт – совокупность документов, раскрывающих условия страхования в информационном контенте и фактически определяющих технологию продаж. Страховая услуга представляет собой фактически предоставляемые услуги по страхованию (произведение выплаты страхователю) и является основным направлением деятельности страховщика [4];

2) страховой продукт может обозначать объект — идею, комплекс документов, над которыми работает страховая компания и которые, проходя…технологические преобразования (переделы)… приводят к созданию и реализации страховой услуги. … При этом, страховая услуга – это только то, что происходит при взаимодействии системы продаж компании (специалистов по продажам, управляемых ими агентов, брокеров) со страхователем, и что связано исключительно с переговорами и оформлением продаж. Мы сознательно исключаем здесь из технологии продаж момент выплаты. Хоть этот процесс и «всему делу венец», тем не менее, выплата – это просто отложенная во времени функция, связанная с выполнением обязательств…. Когда необходимо обозначить, что конкретно продает страховая компания, используется термин «страховая услуга» [20].

3) страховой продукт – объект, являющийся результатом страховой деятельности и представляющий собой совокупность полисных условий страхования, информационного контента и набора услуг по предоставлению страховой защиты. При этом, «страховая услуга – это не только выданное страховщиком юридическое обязательство, но и «потребление страхового продукта страхователем, при выплате ему страхового возмещения или обеспечения» [18, с. 170]. С этой позиции объектом купли-продажи на страховом рынке будет выступать страховой продукт;

4) страховой продукт – это конкретное предложение от страховой компании, в рамках которого определены конкретные условия страхования: объекты, риски, способы, объемы и территория страхового покрытия потребностей клиента, и является частью страховой услуги. В то время как страховая услуга включает в себя весь спектр услуг страховой компании, такие как консультации, оценка рисков, управление страховыми случаями и т.д. В этом контексте, именно страховая услуга является тем товаром, в рамках которого «страховщик продает свое обязательство возместить возможный ущерб страхователю при наступлении страхового случая, а страхователь платит страховщику за это обязательство определенную сумму в виде страхового взноса» [21, с. 36].

Отталкиваясь от представленных выше толкований, по нашему мнению, под ***страховым продуктом*** следует понимать финансовую программу, включающую в себя комплекс действий страховой компании, направленных на предотвращение конкретного перечня неблагоприятных событий, указанных в договоре страхования, и финансирование последствий в случае их реализации. И фактически является результатом деятельности страховой организации, выраженный в разработке, продвижении и продаже конкретного вида страхования, представленного определенным набором документов.

В основе страхового продукта лежит страховая услуга – часть страхового продукта, которая выражается в конкретных действиях страховщика, направленных на удовлетворение заранее определенных договором потребностей клиента в страховой защите (рисунок 6.1).

Позволим себе не согласиться с мнением по поводу того, что «услуга как конечный результат возникает только при заявлении на урегулирование убытка и выплате страхового возмещения» [17, с. 398], поскольку страхователь, покупая страховой продукт, не только получает гарантию финансовой (страховая выплата) и материальной (предоставление услуг в натуральной форме) поддержки, но и психологический комфорт «страхователя (застрахованного лица), тем

самым приобретая чувство защищенности и уверенности в своем будущем» [22].

Рисунок 6.1 – Состав страхового продукта

По нашему мнению, страховая компания, несмотря на то, что она разрабатывает страховые продукты, в качестве товара «для купли-продажи на страховом рынке будет предлагать покупателям страховую услугу», поскольку именно от ее качественных и количественных характеристик будет зависеть удовлетворенность потребителей в процессе использования страховых продуктов, а в какой оболочке она представлена (была реклама или нет, каким документом: полисом, договором или тем и другим вместе), зачастую не всегда является определяющим фактором при ее покупке. Поэтому страховую услугу можно и нужно стандартизировать, а вот к страховым продуктам данный механизм применить не получится. Сегодня имеются несколько точек зрения на

структуру страхового продукта, содержание некоторых из них представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Структура страхового продукта с позиции различных точек зрения

Автор	Содержание предложенной структуры
А.П. Архипов [23, с. 139-140]	В структуре страхового продукта выделяют ядро и оболочку. Ядро содержит основные характеристики продукта, такие как технические – страхуемые риски, уровень гарантий (страховые суммы, франшизы, особые условия и т.п.), условия выплаты страхового возмещения; экономические – цена (тариф), индексация страховой суммы, бонус-малус; дополнительные услуги. Оболочка продукта выражает содержание ядра и включает страховой договор (полис), правила страхования; реклама страхового продукта; порядок действий и тип продавцов по предложению продукта потенциальным клиентам (каналы продаж), по заключению договора, его облуживанию; порядок расследования и урегулирования страхового события. Именно из оболочки потенциальный страхователь получает сведения о потребительских свойствах страхового продукта (услуги)
И.Л. Логвинова [10, с. 21-22]	Страховой продукт состоит из материального ядра и оболочки. Материальное ядро страхового продукта – это часть страхового фонда, которая поступает к застрахованному (выгодоприобретателю) в денежной форме – в виде страховой выплаты или в натуральной форме – в виде услуги, оплаченной за счет средств, выделенных из страхового фонда, либо в форме предупредительного мероприятия по отношению к застрахованному риску. Такое использование материального ядра страхового продукта можно назвать материализацией страхового продукта. Оболочка страхового продукта – это совокупность обстоятельств, определенных заранее, при которых должно произойти выделение материального ядра конкретного страхового продукта; условий, в соответствии с которыми будет определяться объем средств, выделяемых в качестве ядра страхового продукта; условий распределения прав и ответственности страховщика и страхователей в процессе создания страховых продуктов. Оболочка страхового продукта конкретизируется в документах, создаваемых страховщиком, часть из которых используется им самим, а часть является основой его взаимодействия со страхователями
И.Э. Шинкаренко [15]	Страховой продукт включает в себя страхуемые риски, страховое ноу-хау, страховое законодательство, дополнительные услуги и сервис, объединенные брендом страховщика

Раскрытие страхового продукта с позиции финансовой программы предполагает детальное изучение его финансовых характеристик. При этом, анализ финансовых характеристик страхового продукта позволяет определить его эффективность, оценить потенциальную прибыльность и риски, определить стратегию ценообразования и маркетинга, тем самым повысить конкурентоспособность страховой компании на рынке страховых услуг.

Предложение страховых продуктов и качество предоставляемых страховых услуг зависит от многих факторов. К основным факторам можно отнести:

1) изменение у потребителей финансовых услуг рисков, предпочтений и потребностей в получении страховой защиты;

2) повышение финансовой грамотности потребителей финансовых услуг, в том числе в области страхования;

3) укрупнение страхового бизнеса и повышение финансовой устойчивости страховых компаний;

4) интеграция и конвергенция финансовых институтов;

5) усиление конкуренции финансовых институтов за платежеспособного клиента;

6) привнесение в действующее страховое законодательство регуляторных новаций, ограничивающих или расширяющих деятельность страховых компаний;

7) наличие и повышение профессиональных компетенций у специалистов страховых компаний;

8) развитие и внедрение новых технологий в бизнес-процессы страховщиков.

Таким образом, мы считаем, что «страховой продукт» более широкое понятие чем «страховая услуга», при этом последняя является его ядром и позволяет перевести страховые отношения в материальную плоскость. Товаром на страховом рынке является страховая услуга, в основе которой лежат технические и экономические характеристики.

Документарная форма страхового продукта позволяет определить и зафиксировать взаимные обязательства участников страховой сделки.

6.2. Новые технологии как провоцирующий фактор трансформации бизнес-процессов в страховании и развития страховых продуктов

Страховая отрасль – одна из немногих, которая до недавнего времени десятилетиями продавала одни и те же услуги, представленные в различных видах продуктов. Однако с развитием технологий компании вынуждены вносить изменения в сторону цифровой трансформации, что позволяет им адаптировать свое предложение и качество услуг к текущему времени.

Применение новых технологии позволяют страховщикам перейти от простой защиты к прогнозированию и предотвращению рисков. Андеррайтинг, ценообразование, сбыт страховых продуктов, обработка и урегулирование претензий по ним – все эти бизнес-процессы могут стать более эффективными благодаря цифровым технологиям.

Многочисленные работы по вопросам инновационного развития страхования отмечают, что важнейшим направлением деятельности страховщиков выступает повышение потребительской ценности страховых продуктов, что означает переход от товароориентированности к клиентоориентированности страховых компаний, превалирование интересов страхователей над финансовыми возможностями приобретения страховых продуктов по предложенной (достаточно часто слабо обоснованной, завышенной) цене со стандартным набором рисков [17].

В настоящее время к факторам трансформации бизнес-процессов страховых компаний и развития страховых продуктов можно отнести:

– развитие интеграционных процессов и усиление конвергенции между финансовыми институтами, функционирующими на различных сегментах финансового рынка;

– глобализация и проникновение международных финансовых институтов на национальные финансовые рынки;

– изменение государственной политики в области осуществления регулирования и надзора за деятельностью на финансовых рынках;

– изменение потребностей и интересов потребителей финансовых (в том числе страховых) услуг;

– развитие новых технологий.

Каждый из указанных факторов оказывает в той или иной степени влияние на развитие страховых продуктов и качество страховых услуг. Если рассматривать влияние новых технологий, то оно не просто колоссально, но и фундаментально меняет не только страховую отрасль, но и страховой ландшафт.

К основным технологиям, оказывающим влияние на страховую индустрию, следует отнести облачные вычисления, онлайн-платформы и мобильные приложения, большие данные (Big Data) и аналитика, блокчейн, Интернет вещей, искусственный интеллект и машинное обучение, нейросети.

По мнению аналитиков KPMG, «среди этих технологий вычислительные возможности, предоставляемые облачными вычислениями, послужили важной основой для реализации других технологий. Благодаря вычислительным ресурсам облачных вычислений и информационным ресурсам Big data практическое применение искусственного интеллекта стало возможным. Позже появились блокчейн и Интернет вещей, которые вобрали в себя различные инновационные технологии, приложения и идеи. Последние перечисленные две технологии были движущей силой развития информационных технологий в целом, и они будут продолжать развиваться в будущем, что ускорит развитие страховой отрасли в будущем» [24].

В таблице 6.3 представлен перечень влияний, которые оказывают новые технологии на развитие деятельности страховых компаний.

Таблица 6.3 – Перечень новых технологий и форм их влияния на деятельность страховых компаний

Вид технологии	Формы проявления влияния новых технологий на деятельность страховых компаний
1	2
Облачные вычисления	– позволяют масштабировать операции и инфраструктуру в зависимости от меняющихся потребностей; – дают возможность быстро создавать и развертывать новые приложения и сервисы и оперативно получать необходимые ресурсы; – повышают эффективность совместной работы и улучшают коммуникацию внутри компании; – помогают защитить конфиденциальные данные клиентов и предотвратить утечки информации; – позволяют сократить затраты на приобретение, обновление и поддержку вычислительной инфраструктуры; – помогают минимизировать риск простоев и потери данных
Большие данные (Big Data) и аналитика	– позволяют более точно оценивать риски и идентифицировать паттерны и тренды, влияющие на вероятность наступления страхового случая; – помогают определить оптимальные тарифы и цены на страховые продукты с учетом рисков, потребностей клиентов и конкурентную среду; – дают возможность более глубокого понимания потребностей и предпочтений клиентов; – оптимизируют процессы обслуживания и коммуникации клиентов; – позволяют быстро выявлять подозрительные активности и паттерны, связанные со страховым мошенничеством
Интернет вещей (IoT)	– позволяет значительно расширить количество и качество данных, связанных с оценкой и моделированием рисков и цен; – открывает новые возможности, такие как автоматическое составление отчетов об авариях и претензиях в режиме реального времени; – позволяет получить более четкое представление о реальных рисках, связанных с конкретными клиентами; – позволяет получать обратную связь от клиентов и разрабатывать политику, учитывающую их потребности и поведение
Искусственный интеллект (AI) и машинное обучение	– повышают скорость, точность и эффективность реализации бизнес-процессов; – дают возможность более точно определять и оценивать риски; – позволяют автоматизировать повторяющиеся операции и рутинные процессы; – позволяют создавать персонализированные страховые продукты, учитывающие индивидуальные потребности и характеристики клиентов;

	– помогают проводить более глубокий анализ и стоить точные прогнозы тенденций и трендов развития рынка, тем самым позволяя выявлять новые возможности для роста и оптимизации бизнес-процессов; – позволяют быстро обнаруживать мошеннические действия и принимать меры по их предотвращению
Нейросети	– повышают точность оценки рисков и определения оптимальность стоимости страховых продуктов; – помогают определять потенциальные риски и выявлять случаи мошенничества, предпринимать меры по их минимизации; – позволяют анализировать данные о клиенте и предлагать ему наиболее подходящие страховые продукты, основываясь на его предпочтениях и истории
Платформы и мобильные приложения	– позволяют клиентам страховых компаний получать доступ к страховым услугам и продуктам в любое удобное время и место; – повышают уровень автоматизации; – позволяют установить более эффективное взаимодействие с клиентами, оперативно предоставляя информацию о страховых продуктах, услугах, акциях; – позволяют улучшить систему контроля и защиты данных клиентов; – помогают осуществлять сбор и анализ данных о клиентах, их потребностях и поведении, тем самым повысить клиентоориентированность услуг, разрабатывать более эффективные маркетинговые стратегии и оптимизировать бизнес-процессы

Отметим, что применение страховщиками облачных вычислений, во-первых, устраняют необходимость для страховщиков приобретать, устанавливать и обслуживать аппаратное и программное обеспечение, а также позволяют ИТ-ресурсам сосредоточиться на важных бизнес-областях [25]; во-вторых, позволяет не только масштабировать свои операции, но и существенно экономить на инфраструктуре и улучшать доступность и гибкость своих систем, тем самым обеспечивая им эффективность, гибкость, безопасность и экономическую эффективность. Что касается Интернета вещей как технология, соединяющая физический и цифровой миры, то она также оказывает большое влияние на деятельность страховых компаний и позволяет им существенно расширить не только объем, но и качество данных, связанных с точностью оценки и моделирования рисков и цен.

Как показал анализ, страховая отрасль сейчас более ориентирована на большие данные, чем когда-либо прежде. Например, с появлением различных источников данных (социальных сетей, онлайн-путешествий клиентов, Интернет вещей, спутниковых и аэрофотоснимков и др.), страховые компании, объединив эти данные с традиционными источниками (история претензий, страховые полисы и медицинские записи), получили доступ к огромному количеству информации и, на основе использования возможностей искусственного интеллекта, стали использовать ее для получения ценной информации о клиентах, повышения скорости, эффективности и точности процессов и снижения риска. Сегодня страховые компании за счет использования искусственного интеллекта могут получить не только комплексный профиль риска, но и составить портрет потенциального страхователя на основе сбора информации (о возрасте, поле, предпочтениях и покупках) из системы Интернет.

Рассматривая влияние новых технологий на страховые отношения, можно увидеть существенные изменения, которые произошли в маркетинговых инструментах (рисунок 6.2).

Отметим, что новые технологии, такие как большие данные и появление интеллектуальных устройств и приложений, увеличили частоту и качество коммуникаций между людьми и объектами, платформы социальных сетей и концепции экономики совместного использования, трансформируют способы и методы внедрения инноваций, даже меняют модели страхового бизнеса и повышают спрос на новые продукты и каналы сбыта. Технологии позволили страховщикам получать детализированные данные о рисках, которые ранее не покрывались, например, при совместном использовании автомобилей и жилья.

Одним из очевидных влияний, которое оказали новые технологии на развитие страховых отношений заключается в том, что меняются существующие продукты (например, телематическое или «умное» страхование), расширяются границы линейки страховых продуктов и появилась возможность предложить рынку новые решения по передаче

рисков в таких областях, как климатические изменения, кибербезопасность, перерывы в производстве и репутационный ущерб).

Рисунок 6.2 – Изменения маркетинговых инструментов, обусловленные внедрением новых технологий в страховой сфере

Как мы видим, цифровая экономика и расширение сферы применения новых технологий делает более актуальными страховые продукты, в частности основанные на использовании, по требованию и «все в одном». Как следствие, клиенты начинают отдавать предпочтение персонализированным страховым покрытиям, а не универсальным продуктам.

6.3. Влияние технологий на изменение предложений страховых продуктов

Новые технологии оказывают значительное влияние на изменение предложений страховых продуктов, которое проявляется через возможность:

1) применения дифференцированного подхода к потребителям страховых услуг;

2) разработки и продажи комплексного страхового продукта или продукта, который может быть встроен в продукт партнера, с которым заключен у страховой компании договор сотрудничества;

3) создания условий для совершения покупки страхового полиса;

4) организации обратной связи, поддержания взаимоотношений с клиентом и повышения сервисного обслуживания в случае реализации страховых рисков.

Страховые компании при разработке и предложении страховых услуг должны ориентироваться на ожидания потребителей, при этом не менее значимым является и оценка потребительской ценности, которую предоставляет страховой продукт (рисунок 6.3).

Как мы видим, страховые компании, используя новые технологии, могут:

1) предложить персонализированное предложение, разработка которого стало возможным благодаря применению анализа больших данных (Big Data), позволяющего более точно определить потребности и поведение клиентов. Например, страховщики могут предложить клиентам индивидуальные тарифы и условия, основанные на их индивидуальных характеристиках и потребностях;

2) разработать страховые продукты, которые более гибкие и адаптивные к запросам клиентов;

3) сделать для клиентов процесс покупки страхового полиса и управления его условиями более комфортным и прозрачным;

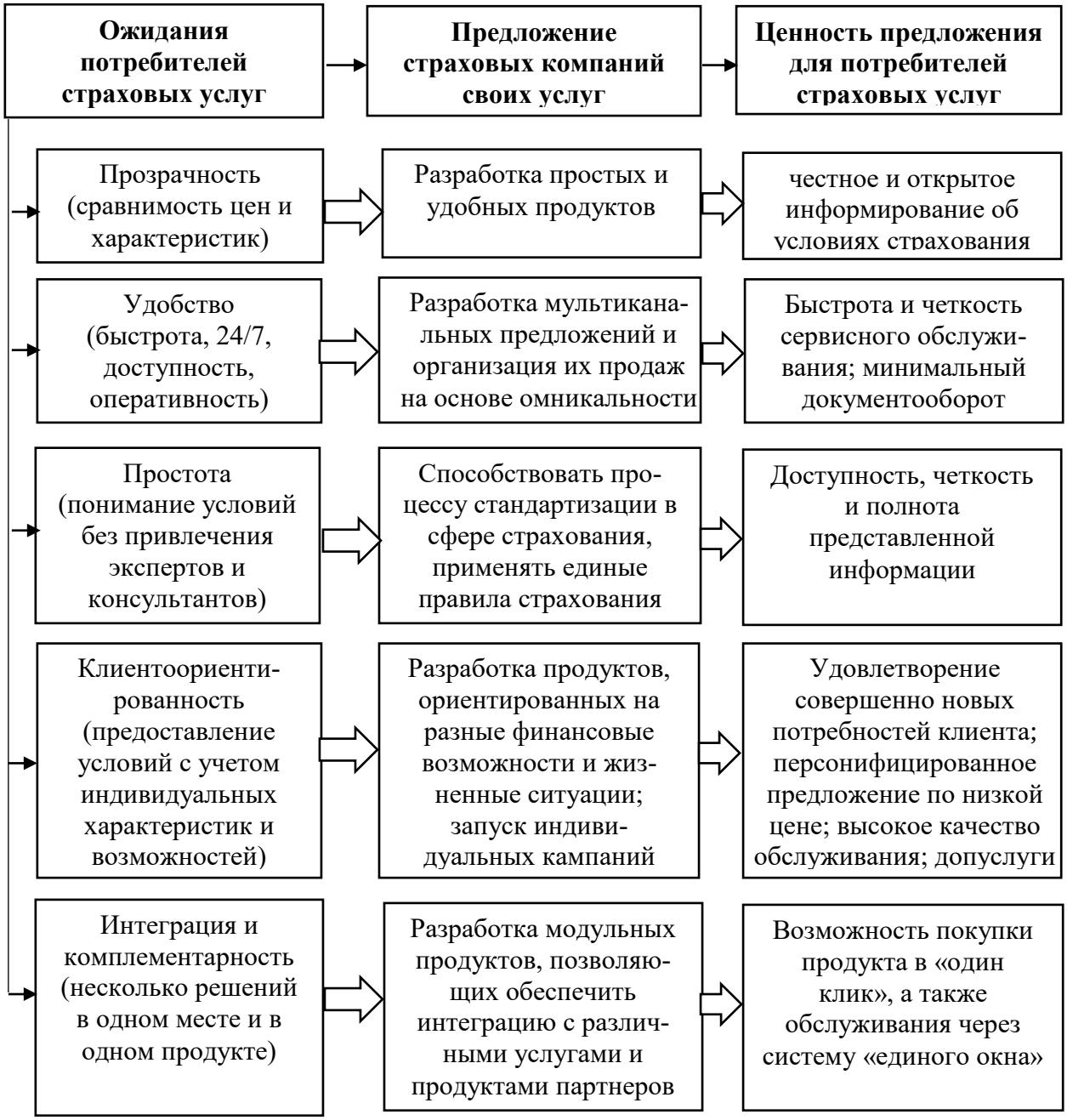

Рисунок 6.3 – Ожидания потребителей в отношении предложений страховых услуг и последствия для страховых компаний

4) предложить клиентам новые возможности защиты и управления рисками. Как следствие, появление новых видов страхования, таких как страхование с использованием датчиков (например, умных домов или автомобилей), киберстрахование и страхование по принципу «pay-as-you-go». Таким образом, у страховых компаний появляются возможности для

более эффективного и частого взаимодействия с клиентами (например, с помощью носимых устройств).

В целом, новые технологии, во-первых, способствуют инновациям и созданию новых продуктов и услуг страховых компаний, тем самым улучшая привлекательность, доступность и эффективность их предложений для потребителей; во-вторых, помогают страховым компаниям улучшить качество услуг и, соответственно, удовлетворить потребности современных потребителей.

6.4. Влияние технологий на качество предоставляемых страховых услуг

Качество предоставляемых страховых услуг, также, как и предложения страхования продуктов, сегодня находится под преобразующим воздействием новых технологий. Во-первых, речь идет о таком направлении как оптимизация процессов страхования, осуществляемого за счет:

1) автоматизации процессов, таких как подача заявок, расчет премий, сбор документов и обработка убытков, что не только ускоряет процессы и снижает вероятность ошибок, но и приводит к повышению качества и эффективности предоставляемых услуг;

2) предоставления и повышения доступа к информации о своих полисах, условиях страхования, премиях и возможностях урегулирования убытков в случае наступления страховых событий без посещения офиса, что повышает уровень прозрачности и коммуникации между страховщиком и клиентом;

3) использования аналитики данных, которые позволяют страховым компаниям лучше понимать потребности, ожидания и предпочтения клиентов, а также более точно проводить оценку и моделирование рисков, что способствует переходу не только от товароориентированного к персонализированному подходу к клиентам, но и от постреактивного к проактивному предоставлению страховых услуг;

4) повышения качества и эффективности управления рисками и убытками страховой компании, что позволяет улучшить качество и скорость обслуживания клиентов в случае возникновения страховых событий.

Во-вторых, в направлении улучшения аналитики и предсказательного моделирования. Например, благодаря использованию современных технологий, страховые компании могут проводить более глубокий анализ клиентов, их поведения и истории страховых случаев, а также точнее оценить риски. Как следствие, они могут принимать более обоснованные решения по страхованию, выявлять скрытые тенденции и паттерны, и, соответственно, строить прогностические модели, которые помогают им более точно прогнозировать будущие убытки и определять цены на страховые продукты.

В-третьих, в направлении повышения уровня обслуживания клиентов, в рамках которого страховые компании могут:

1) предложить более персонализированные и эффективные услуги, что приводит к улучшению качества обслуживания клиентов;

2) обеспечить удобство и доступность онлайн сервисов (веб-платформы, мобильные приложения), где клиенты могут легко получить доступ к необходимой информации;

3) автоматизировать процессы обработки данных и управления клиентскими запросами. Например, системы управления отношениями с клиентами (CRM) и чат-боты позволяют страховым компаниям эффективно взаимодействовать с клиентами в режиме реального времени и лучше удовлетворять их потребности;

4) анализировать данные о клиентах и их поведении, что помогает страховщикам лучше понять потребности клиентов и предложить им наиболее подходящие страховые продукты и услуги.

В заключение отметим, что внедрение новых технологий оказывает значительное влияние как на страховые компании, заставляя преобразовывать свои бизнес-процессы, так и на их клиентов, которые с целью удовлетворения своих потребностей ищут персонализированные и

адаптивные продукты и услуги, предоставляемые в быстром, прозрачном и удобном формате. В связи с этим, можно констатировать то, что страховая отрасль в ближайшем будущем претерпит значительные изменения, которые отразятся на ее количественных и качественных характеристиках, но в любом случае она станет ближе к потребителям и повысит свою конкурентоспособность по отношению к другим отраслям экономики.

Список использованных источников

1. Социологический энциклопедический словарь. URL: https://gufo.me
2. Большой словарь иностранных слов. URL: https://gufo.me
3. Малый академический словарь. URL: https://gufo.me
4. Muller W. Theoretical Concepts of Insurance Production / W. Muller. Geneva: Springer, The Geneva Papers on Risk and Insurance, 1981. С. 63-83.
5. Гомелля В.Б. Что продает страховщик и покупает страхователь? / В.Б. Гомелля, Ю.Н. Миронкина, Д.С. Туленты // Страховое дело. 2013. № 1. С. 30–36.
6. Гомелля В.Б. Страховой маркетинг: актуальные вопросы методологии, теории и практики / В.Б. Гомелля, Д.С. Туленты. Москва: Анкил, 2000. С. 20-21.
7. Саввина Н.Е. Новый подход к понятию «Страховой продукт» / Н.Е. Саввина // Финансы и кредит. 2015. № 18 (642). С. 52-60.
8. Страховой бизнес: Словарь-справочник / сост. Р.Т. Юлдашев. М.: Анкил, 2005. 832 с. URL: https://www.insur-info.ru/dictionary/9235/
9. Kotler P. Marketing. / P. Kotler, G. Armstrong, L. Brown, S. Adam. 7th Ed. Pearson Education. Australia: Prentice Hall, 2006. 598 p.
10. Логвинова И.Л. Взаимное страхование как метод создания страховых продуктов в российской экономике: автореф. дис. … д-ра экон. наук : 08.00.10 / И. Л. Логвинова. Москва, 2010. 50 с.
11. Зубец А.Н. Качество страхового продукта / А.Н. Зубец // Страховое ревю. 2000. № 7. С. 12.

12. Галагуза Р.В. Интеграция отечественного правового регулирования страхования и страховой деятельности в мировой страховой рынок / Р.В. Галагуза // Страховое дело. 2012. № 10-11. С. 38-41.

13. Козлов А.В. Качество страхового продукта / А.В. Козлов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 9. С. 110-115.

14. Шинкаренко И.Э. Англо-русский словарь страховых терминов / И.Э. Шинкаренко. М.: Анкил, 2005. 304 с.

15. Шинкаренко И.Э. Разработка страховых продуктов / И.Э. Шинкаренко // Организация продаж страховых продуктов. 2009. № 4. URL: http://www.reglament.net/ins/prod/2009_4_article.htm.

16. Васильчикова А.В. Создание страхового продукта / А.В. Васильчикова, Ю.Е. Клишина // Наука через призму времени. 2018. № 1. С. 52-53.

17. Аксютина С.В. Трансформация страхования: инновационные продукты и технологии / С.В. Аксютина // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Том 10. № 2. С. 395-410.

18. Садыкова Л.М. Критерии классификации страховых продуктов / Л.М. Садыкова, Е.В. Коробейникова // Вестник ОГУ. 2014. № 8. 169-174.

19. Актуарная деятельность по тарификации страхования жизни: Федеральный стандарт актуарной деятельности [утв. Советом по актуарной деятельности 18 декабря 2018 года, протокол N САДП-19] (не вступил в силу). Доступ из справ.-правовой системы Гарант.

20. Хайкин Р.М. Проблемы использования технологических принципов в страховых компаниях / Р.М. Хайкин, В.В. Перемолотов. URL: http://www.insur-info.ru/press/57472/.

21. Гвозденко А.А. Страхование: теория и практика / А.А. Гвозденко. М.: Финансы и статистика, 1998. 304 с.

22. Худяков А.И. Теория страхования / А.И. Худяков. М.: Статут, 2010. 170 с.

23. Архипов А.П. Управление страховым бизнесом: учебное пособие / А.П. Архипов. М.: Магистр, 2009. 317 с.

24. InsurTech: Infrastructure for New Insurance // KPMG, 2019. URL: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2019/07/insurance-technology.pdf

25. Как фундаментальные технологии настраивают страховщиков на успех. URL: https://www.insur-info.ru/press/150144/

Глава 7. ТРАНСПОРТНАЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ

Актуальной характеристикой социально-экономического развития регионов выступает уровень транспортного обслуживания. Он выражается показателями транспортной обеспеченности, характеризующей степень насыщенности территории путями сообщения (инфраструктурой) различными видами транспорта.

В современное время транспортная обеспеченность выступает одним из основных факторов связанности регионального пространства России и условием его дальнейшего социально-экономического развития. Транспортная обеспеченность характеризует возможности населения воспользоваться транспортными путями для передвижения из одного места в другое [10]. Повышение ее уровня оказывает непосредственное воздействие на создание единого социально-экономического пространства посредством обеспечения устойчивой взаимосвязанности российских регионов как между собой, так и с отдаленными городами и селами нашей страны. Такие оптимальные маршруты и логистические системы приводят к увеличению объемов перевозимых грузов. Одновременно способствуют более глубокому развитию социально-экономических связей внутри и между регионами [9]. В случае, недостаточного развития транспортной инфраструктуры снижается экономический выигрыш транспортировки вследствие возрастания транспортных и логистических затрат. Тем самым уменьшается выгоды транспортировки из-за роста транспортных и логистических затрат, что приводит к снижению эффективности регионального хозяйственного комплекса.

Транспортная система страны способствует связанности разрозненного экономического пространства страны в единый комплекс-систему. Тем самым достигается пространственное разделение труда и

обеспечивается непрерывность кругооборота экономико-технологических процессов. На этой основе посредством интегрированной взаимосвязанности и взаимозависимости отраслей и сфер в экономике возникает мультипликативный эффект. [15] Иначе говоря, устойчивое развитие транспортной системы выступает ключевым фактором «сцепленности» регионального экономического пространства. Являясь межотраслевой инфраструктурной системой, она определяет условия воспроизводства как на уровне отдельной страны, так и региона. Стабильное и устойчивое развитие транспортной системы выступает своего рода гарантом единства регионального пространства страны и динамического развития российской экономики [19]. Это позволяет некоторым российским ученым достаточно категорично заявлять об универсальном характере показателя уровня развития транспортной инфраструктуры в качестве индикатора, характеризующего текущее состояние российского народнохозяйственного комплекса в целом [13].

Актуализация темы нашего исследования обостряется в результате санкционной политики ведущими странами мировой экономики, которые вынуждают пересматривать сложившиеся логистические маршруты движения транспортных грузопотоков. Более того, быстрорастущий объем пассажиропотока наших граждан внутри страны требует радикального улучшения всей системы транспортной инфраструктуры. И здесь видится возможным следование двумя путями. Первое – экстенсивный путь развития российской транспортной сети, подразумевающий логическое завершение (в 2024 г.) существующих национальных проектов «Безопасные дороги» и «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры» [22]. Движение по этому пути неизбежно приводит к росту капиталоемкости, о чем свидетельствует планируемый рост объемов бюджетных расходов с 2024 г. на последующие три года по нацпроекту «Безопасные качественные дороги»: с 606,5 млрд руб. в 2024г. до 769,8 млрд руб. на 2026 г. [22; 27]. За этот же период сохраняется финансирование всех федеральных проектов по данному национальному проекту, с тем лишь изменением, которое

касается перераспределения средств. А именно приоритетными остается строительство федеральных дорог, тогда как расходы на создание дорог регионального и местного значения будут временно приостановлены.

Второй путь – реализуется в процессе разработки Правительством РФ нового видения проекта «Транспорт» (на период до 2030 г., с возможностью продления до 2035 г.) акцент, в котором будет сделан на транспортно-экономическом балансе и оптимизации транспортной инфраструктуры. Это предполагает конкретизацию параметров развития единой опорной транспортной сети и оценку вклада транспорта в экономику страны для выявления проблемных областей и перспектив ее дальнейшего развития. Однако, использование данного понятия в транспортной стратегии России не подкреплено на законодательном уровне, а точнее, идентифицировано исключительно только в рамках автомобильной составляющей единой транспортной сети.

Мировые эксперты прогнозируют дальнейший рост мирового транспортного сектора. Так, по прогнозам Международного агентства по энергетике (МАЭ) объем транспортного сектора к 2040 г. в мире увеличится на 60% [20]. Перспективное развитие транспортной обеспеченности российских регионов будет осуществляться под воздействием современных технологий, инноваций и обостряющейся экологической составляющей, направленной на сокращение выбросов. Среди таковых, можно выделить следующие. Во-первых, снижение вредного воздействия транспорта на окружающую среду и улучшения эффективности объективно требует увеличение количества автономных и электрических транспортных средств. А также здесь можно предположить активизацию внедрения в рамках концепции «умный город» цифровых транспортных сетей для улучшения мобильности и снижения вредного воздействия на окружающую среду. Согласно глобальному прогнозу развития рынка электромобилей на 2024 г. почти каждый третий автомобиль на дорогах Китая к 2030 г. будет электрическим, а в США и Европейском Союзе почти каждый пятый автомобиль [21]. По данным Маккинзи развитие автономных транспортных средств приведет к

экономии около 1,5 трлн долл. к 2030 г. за счет повышения эффективности и снижения затрат на перевозки. Согласно исследованиям Международного союза электротранспорта (ИЕА) рост доли электромобилей в мировом автопарке к 2030 г. может составить от 3% до 20% в зависимости от различных стратегических решений и инвестиций. Тем не менее, приходится констатировать, что по темпу развития электромобилей российская экономика отстает от мировых лидеров – стран европейского союза, США и Китая. Так, предполагаемый рост числа электрокаров в России к 2035 г. составит ориентировочно около 20%, тогда как аналогичный показатель в ЕС, США и Китае прогнозируется на 34% (на долю электрокаров будет приходится 78% автотранспортных средств) [3].

В рамках национального проекта «Безопасные качественные дороги» в 2024 г. планируется внедрение интеллектуальных транспортных систем в 56 российских регионах. Для этой цели правительство РФ выделило 3,15 млрд руб. [22]. Основной проблемой реализации интеллектуальных транспортных систем в российской экономике специалисты называют дефицит городских и региональных бюджетов [3].

Во-вторых, для улучшения скорости и комфорта перевозок можно предположить достаточно быстрое развитие высокоскоростного железнодорожного транспорта. Высокоскоростные магистрали способны оказать большой мультипликативный эффект на российскую экономику. За счет высвобождения действующих линий, по которым осуществляется смешанное пассажирское и грузовое движение ВСМ позволяют значительно увеличить объемы перевозок пассажиров и грузов. Однако, в настоящее время 70% от инвестиций в транспортную железнодорожную инфраструктуру приходится на ремонт и модернизация существующей инфраструктуры, а лишь 30% – на новые проекты, что усложняет строительство ВСМ [18]. Одновременно, проблемными моментами в этом направлении выступает недостаточно развитое российское законодательство в части беспилотного вождения, отсутствие действенных нормативных механизмов, обеспечивающих загрузку

создаваемых объектов железнодорожной инфраструктуры; цифровизации транспортной системы и др.

В-третьих, активизация в использовании беспилотных летательных аппаратов и дронов в процессе доставки грузов и пассажиров.

В-четвертых, внедрение смарт-технологий и систем управления транспортом для оптимизации движения и снижения пробок. Согласно прогнозам европейской комиссии, мобильность в городах к 2050 г. вырастет на 40%, что, естественно потребует значительных инвестиций в транспортную инфраструктуру и управление транспортным потоком.

Исследованию транспортной обеспеченности территорий и регионов посвящено значительное количество публикаций российских и зарубежных ученых [29; 6; 7; 16]. Основным дискуссионным вопросом в них выступает методика оценки транспортной обеспеченности территорий и неоднозначность воздействия региональной транспортной системы на экономический рост регионов.

Одним из наиболее распространенных способов при оценке региональной транспортной обеспеченности служат авторские расчеты, произведенные на основе доступной статистической и аналитической информации. Основными из них являются следующие – показатель густоты (плотность) транспортной сети на 1000 кв. км; плотность путей сообщения на 10000 чел. населения; транспортная подвижность населения и т.д. Анализ общих показателей осуществляется главным образом, посредством расчета коэффициентов обеспеченности транспортной инфраструктурой отдельных территорий, как правило, регионов и городов. Таковыми выступают коэффициенты Энгеля, Успенского, Гольца, Василевского [10; 14; 11; 23]. Посредством дифференцированных показателей качества работы транспортной системы эксперты выдвигают предположение о возможности использования интегрального показателя транспортной обеспеченности для конкретной территории [14].

Однако в научной литературе встречается критика такого анализа по причине его узкой информативности относительно оценки влияния транспортной освоенности на результат в решении перспективных задач

социально-экономического развития страны и регионов [24]. К тому же, выше названные коэффициенты не позволяют включать в анализ географическую специфику территории, учитывать технологические особенности транспортной инфраструктуры, железнодорожную и авиационную территориальную связанность и др. С целью минимизации отмеченных недостатков российские эксперты предлагают применять обобщенный показатель, учитывающий грузооборот – коэффициент Успенского (Энгель-Юдзуру Като) [24].

И здесь можно согласиться, поскольку в северных российских регионах имеют значительное распространение сезонные коммуникации, другими словами, автозимники, которые в научных исследованиях по вопросам транспортной обеспеченности регионов и территорий, как правило, не принимаются во внимание [26]. Поэтому в северных регионах применение показателя сезонных коммуникаций выступает практически безальтернативным вариантом. В связи с чем интегральный индексный метод видится как основной предоставляющий возможность дифференциации показателей средневзвешенных временных и денежных затрат на транспортирование грузов.

На интегральной методике оценки транспортной обеспеченности по нескольким ключевым показателям построен региональный рейтинг развития транспортной системы [24].

В своих исследованиях Деружинская М.П. предлагает использовать обобщающие (модифицированный коэффициент Беннета) и интегральные разновидности показателей инфраструктурной обеспеченности территорий [12].

Ряд ученых при определении уровня транспортной обеспеченности регионов предлагают использовать количественные параметры транспортной асимметрии [9; 28]. При этом ими отмечается, что сама по себе транспортная асимметричность в регионах не критична, если они имеют показатели транспортной обеспеченности не ниже базового уровня [28]. Отсюда, по мнению Тинькова С.А., теряет свою значимость место, которое определяется различными рейтингами с использованием системы

интегральных показателей. Единственно важным становится степень отставания транспортной системы региона от «лидера» [28]. К тому же существующее отставание достаточно быстро преодолевается инвестиционными вливаниями в транспортную инфраструктуру.

Значительное количество исследователей анализирует взаимосвязь между транспортной безопасностью и экономическим ростом городов, провинций, регионов и стран [26; 5; 8]. Результаты исследований в целом демонстрируют устойчивый эффект этой связи, однако он несколько ослабевает или напротив, усиливается в результате влияния разных групп факторов. Среди таковых – социально-экономические, географические, климатические и т.д. Тем не менее достижение регионального экономического роста, особенно в долгосрочной перспективе лежит в русле решения проблемы по снижению неравенства в обеспеченности транспортной инфраструктурой [2; 1].

В настоящем исследовании представлены результаты анализа взаимосвязи показателей, характеризующих транспортную обеспеченность, и эффективности транспортной системы на уровне регионов. Отечественные исследователи к числу причин низкой транспортной обеспеченности [25; 4] относят, прежде всего, недостаточный уровень финансирования отрасли в целом, высокий уровень износа дорожного покрытия, ограничения его эксплуатации, вызываемые сложными природно-климатическими условиями и др.

Объектом исследования являются субъекты Российской Федерации, предмет исследования – показатели, характеризующие состояние транспортной отрасли в 2020 г. На первом этапе был проведен разведочный анализ данных и получены описательные статистики в разрезе 85 субъектов и 11 показателей. Анализ на нормальность распределения и проведенное исключение экстремальных значений (были использованы квартильный метод и кластерный анализ) привел к сокращению выборки до 76 регионов и исключению избыточных переменных, не оказывающих влияние на результирующий показатель. Результирующим показателем эффективности региональной транспортной

системы является объем транспортных услуг на душу населения (руб.). В период до пандемии Covid этот показатель демонстрировал тенденцию роста, при чем весьма устойчиво (рисунок 1) И это характеризует развитие российской транспортной системы и ее роли в социально-экономическом развитии страны как безусловно положительное. В пакете IBM SPSS Statistics был проведен корреляционный и регрессионный анализ, дана оценка качества модели, сделаны выводы.

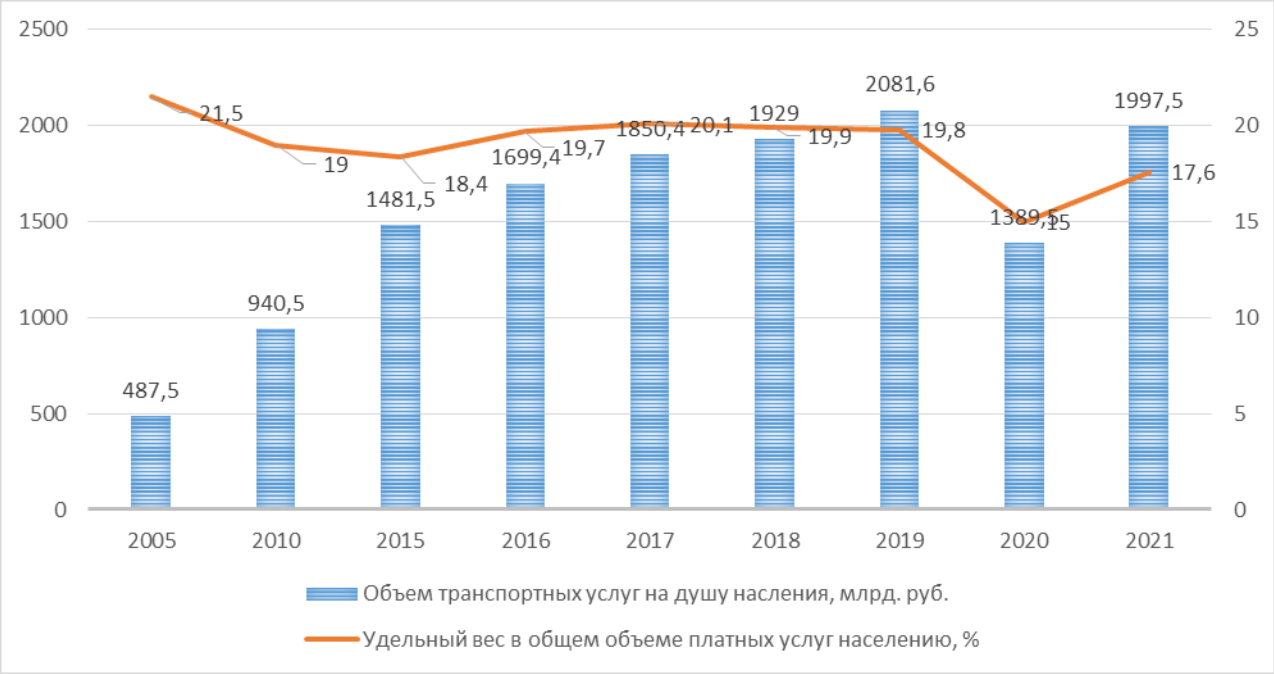

Рисунок 7.1 – Объем транспортных услуг населению и удельный вес в общем объеме платных услуг населению [26]

В качестве независимых переменных использованы 11 показателей, характеризующих состояние транспортной системы в 85 субъектах РФ по данным за 2020 г. (таблица 7.1) [25].

Таблица 7.1 – Название переменных в исходных данных модели

Переменная	Название
y	Объем транспортных услуг на душу населения (руб.)
x1	Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием (на конец года; км путей на 1000 км^2 территории)
x2	Удельный вес автомобильных дорог с твердым покрытием в общей протяженности
x3	Плотность железнодорожных путей на конец года, км путей на 10 000 км^2 территории
x4	Количество грузовых автомобилей – всего
x5	Грузооборот, млн т-км
x6	Число автобусов общего пользования на 100 000 человек населения (на конец года; штук)
x7	Наличие эксплуатационных автобусов, выполняющих перевозки по маршрутам регулярных перевозок
x8	Пассажирооборот, млн пасс-км
x9	Перевозки пассажиров, млн человек
x10	Инвестиции в основной капитал (без субъектов малого предпринимательства) – по виду экономической деятельности «Транспортировка и хранение» (млн руб.)
x11	Оборот организаций – по виду экономической деятельности «Транспортировка и хранение» (млрд руб.)

Исходные данные для модели были сформированы в MS Excel. На первом этапе анализа была получена описательная статистика (таблица 7.2).

Таблица 7.2 – Описательная статистика

	Среднее	Медиана	S.D.	Min	Max
y	7130	5186	6259	1092	34844
x1	230,9	203,0	210,6	1,000	891,0
x2	72,45	72,80	14,11	40,10	100,0
x3	151,5	139,0	107,1	0,000	490,0
x4	7350	6046	6627	215,0	31289
x5	142,9	8,000	258,0	1,000	989,0
x6	115,8	108,0	46,19	30,00	374,0
x7	1873	1296	1764	35,00	10560
x8	324,8	293,0	308,8	1,000	981,0
x9	90,53	52,20	116,4	0,5000	851,6
x10	16932	4489	26458	1,000	1,337e+005
x11	137,3	18,70	545,2	0,000	4822

Из данных таблицы 7.2 наблюдается большая вариативность значений показателей развития транспорта и транспортной инфраструктуры по регионам.

Первичный анализ переменных показал, наличие выбросов во всех переменных. Для проверки на нормальность распределения был использован критерий Колмогорова – Смирнова, который показал, что все рассмотренные переменные имеют отличное от нормального распределение. Для избавления от экстремальных значений был использован квартильный метод и кластерный анализ.

Проведенный нами кластерный анализ предоставил нам возможность разбить все российские регионы на три кластера. В первый кластер вошли 6 российских регионов, во второй – 76 и в третий – 2 региона. Не конкретизируя их представим начальные и конечные центры кластеров (таблица 7.3).

Таблица 7.3 – Начальные и конечные центры кластеров

Кластеры	Начальные центры кластеров	Конечные центры кластеров
1	2404271,2	1871485,383
2	142199,7	457679,0948
3	5206287,1	5139385,35

При расчете начальных и конечных центров кластеров мы заметили большой разрыв в значениях между 1 и 3 кластерами по сравнению со вторым. Анализ выбросов на основе квартилей, показал наличие выбросов в совокупности, которые также совпали с показателями 1 и 3 кластера. В результате были исключены данные регионов, входящих в состав данных кластеров, и дальнейший анализ проводился уже на основе показателей только 76 регионов.

Анализ модели множественной регрессии показал, что автокорреляция и гетероскедастичность отсутствуют, остатки распределены по нормальному закону.

Таблица 7.4 – Регрессионный анализ

Indicator-factor	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	R^2	P	F
const	4871,67	609,249	7,996	1,55878E-11	0,552	1,4703E-12	29,534
x5	0,42	0,209	2,012	0,047947774			
x8	-1,23	0,494	-2,493	0,014971904			
x10	0,05	0,007	7,942	1,97093E-11			

Зависимость объема транспортных услуг на душу населения может быть описана линейным уравнением:

$$Y = 4871{,}67 + 0{,}42 \cdot x_5 - 1{,}23 \cdot x_8 + 0{,}05 \cdot x_{10} \quad (7.1)$$

Как видно из уравнения, наибольшее положительное влияние на эффективность транспортной системы на душу населения оказывает объем грузооборота в млн т-км в регионе. Одновременно с этим, значимым положительным фактором оказывается объем инвестиций в основной капитал упомянутых организаций. Очевидно, что увеличение объема грузооборота транспортных компаний обусловлено ростом капиталовложений в основные производственные фонды, что в конечном итоге, будет отражаться на объеме транспортных услуг в расчете на душу населения. При этом, нужно отметить, что возрастание пассажирооборота имеет отрицательное влияние на результирующий показатель. Наше предположение строится на основании того, что такая связь обусловлена возможным усилением внутриотраслевой конкуренции. Действительно, на общем фоне высокой загруженности дорог, в том числе и общественного транспорта, наблюдается рост непроизводительных затрат рабочего времени для бизнеса, растут топливные и логистические издержки, замедляется дальнейший рост грузо- и товарооборота.

Коэффициент детерминации (0,552) говорит о существенном влиянии иных факторов, не включенных в полученную модель. Полученная нами модель свидетельствует о влиянии на эффективность транспортной системы таких факторов, как объем грузооборота, инвестиции в основной капитал, объем пассажирооборота.

Полученные нами результаты исследования позволяют сделать вывод о высокой роли транспортной системы, как определяющего элемента рыночной инфраструктуры и условия развития межхозяйственных связей и экономического развития страны в целом. Транспортная обеспеченность регионов страны сильно дифференцирована. В 8 регионах из 85 наблюдаются экстремальные выбросы. Проведенный эконометрический анализ показал, что эффективность функционирования транспортной системы зависит, прежде всего, от степени интенсивности ее использования бизнесом, что проявляется в объеме грузооборота, объемов инвестиций в основной капитал в отрасли (строительство дорог, транспортно-развязочных узлов, мостов и т.д.), интенсивности и характера внутри- и межотраслевой конкуренции за использование дорог. Остальные факторы, которые предварительно были нами отобраны, оказались не значимыми и были впоследствии исключены из анализа. Однако они могут быть учтены при оценке факторов и выявлении условий развития различных видов транспорта (железнодорожный, автомобильный, речной и др.) в других исследовательских проектах.

Таким образом, в результате исследования были получены результаты наибольшего положительного влияние на эффективность региональной транспортной системы на душу населения – объема грузооборота в млн. т-км. Вместе с тем рост пассажирооборота (млн. пасс/км) приводит к снижению результирующего показателя. На наш взгляд, это может быть связано с внутриотраслевой конкуренцией. Она проявляется в высоком уровне загруженности дорог, в том числе общественным транспортом, что приводит к росту непроизводительных затрат рабочего времени для бизнеса, простоям и, как следствие, снижению объема товарооборота.

Дальнейшее направление исследований видится в определении условий развития транспорта в федеральных округах, где близость к соседям и наличие экономических внутри- и межотраслевых связей обуславливает формирование цепочек добавленной стоимости. Как

следствие, развитие регионов-лидеров втягивает в экономический кругооборот и стимулирует рост в регионах-аутсайдерах. Полученные результаты будут полезны при разработке вектора транспортной системы и экономического развития регионов.

Список использованных источников

1. Chen, A., Li, Y., Ye, K. & Liu, R. (2021) Does Transport Infrastructure Inequality Matter for Economic Growth? Evidence from China. *Land* 10(8):874 DOI: 10.3390/land10080874

2. He, S., Yu, S. & Lei, W. (2021) The nexus of transport infrastructure and economic output in city-level China: a heterogeneous panel causality analysis. *The Annals of Regional Science* 66(3) DOI: 10.1007/s00168-020-01012-3

3. https://mag.auto3n.ru/k-2050-godu-obem-mirovogo-rynka-czifrovoj-mobilnosti-mozhet-sostavit-2-mlrd-dollarov/

4. Lu, Z. & Cheng, L. (2023) The role of transport infrastructure in economic growth: Empirical evidence in the UK. *Transport Policy* 133(4) DOI: 10.1016/j.tranpol.2023.01.017

5. Mehmet, H. H., Mehmet, A.B. & Beyzatlar A. (2020) The Granger-causality between wealth and transportation: A panel data approach. *Transport Policy*. 97 DOI: 10.1016/j.tranpol.2020.07.004

6. Polyzos, S. & Tsiotas, D. (2020) The contribution of transport infrastructures to the economic and regional development: a review of the conceptual framework. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*. Vol. 15, No.1 pp. 5-23

7. Vulevic, A., Macura, D., Djordjevic, D. & Castanho, R. A. (2018) Assessing Accessibility and Transport Infrastructure Inequities in Administrative Units in Serbia's Danube Corridor Based on Multi-Criteria Analysis and GIS Mapping Tools. Transylvanian Review of Administrative Sciences. 14 (53): 123-143

8. Zhu, F., Wu, X. & Peng, Wei (2021) Road transportation and economic growth in China: Granger causality analysis based on provincial

panel data. *Transportation Letters: The International Journal of Transportation Research* 14(3):1-11 DOI: 10.1080/19427867.2021.1930853

9. Большаков, Н.М., Жиделева, В.В. & Уремеева Л.Э. (2015) Ассиметрия транспортной доступности сельского населения Республики Коми. *Инновационная наука*. 3. Pp. 7-11

10. Волков, Н.В. & Свистельник, Н.В. (2018) Дорожная сеть Алтайского края: оценка состояния, влияние на социально-экономическое развитие. *Мир экономики и управления*. 2. Pp. 101-120

11. Дабиев, Д. Ф. & Добиева, У.М. (2015) Оценка транспортной инфраструктуры макрорегионов России. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. № 11-2. С. 283-286

12. Деружинская, М.П. (2008) Новые модели и технологии формирования экономико-институциональной инфраструктуры современного города. *Экономический вестник Ростовского государственного университета.* Том 6. 2-3. pp. 358-362

13. Дячук, А. М. & Тарасова, В. Н. (2018) К вопросу о взаимосвязи и взаимовлиянии транспортной отрасли и экономики России. *Региональная экономика и управление: электронный научный журнал*. 1 (53). URL: https://eee-region.ru/article/5301/

14. Зандер, Е.В. & Корякова Е.А. (2011) Развитие транспортной инфраструктуры как необходимое условие социально-экономического развития региона. *Сибирский журнал науки и технологий.* 1 (34). Pp. 173-178

15. Иванов, М.В. (2016) Развитие транспортной инфраструктуры региона: факторы, направления, инструментарий оценки. *Диссертация* Нижний Новгород. 170 p.

16. Лавриненко, П.А., Ромашина, А.А., Степанов, П.С. & Чистяков П.А. (2019) Транспортная доступность как индикатор развития региона. *Проблемы прогнозирования*. № 6. С. 136-146

17. Лебедева, Н.А. (2021) Оценка транспортной обеспеченности северо-западного федерального округа. *Научный журнал НИУ ИТМО. Сер. Экономика и экологический менеджмент*. № 2.

18. Милькина А. Дороги на высоких скоростях // Ведомости. 2023. 30 ноября. URL: https://www.vedomosti.ru/industry/infrastructure_development/articles/2023/11/29/1008492-dorogi-na-visokih-skorostyah

19. Моттаева, А.Б. (2013) Методология пространственного распределения предпринимательских структур региона на основе развития транспортной инфраструктуры [Текст]: монография: А.Б.Моттаева. СПб.: Издательство «Астерион». 301 с.

20. Официальный сайт Международного агентства по энергетике (МАЭ). URL: https://www.iea.org/news/new-iea-online-tool-compares-lifecycle-emissions-from-traditional-and-electric-cars

21. Официальный сайт Международного агентства по энергетике (МАЭ). URL: https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2024

22. Официальный сайт Министерства транспорта РФ. URL: https://mintrans.gov.ru/activities/298

23. Оценка транспортной обеспеченности городских территорий на основе прогнозных транспортных моделей: методические рекомендации / сост. М.Р. Якимов Москва: Институт транспортного планирования общероссийской общественной организации Российская академия транспорта, 2016. 25 с.

24. Тиньков, С.А. (2022) Асимметрия развития и «узкие места» транспортной системы Российской Федерации. *Экономика, предпринимательство и право*. Том 12. 3. pp. 1003–1016.

25. Транспорт в России – 2020 г. URL: https://gks.ru/bgd/regl/B20_55/Main.htm

26. Транспорт в России – 2022 г. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13229

27. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов» от 27.11.2023 N 540-ФЗ. Официальный сайт Консультант-Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_462891/

28. Чернышев, А.А. (2017) Анализ взаимосвязи экономического развития регионов и показателей их обеспеченности железнодорожной структурой. *Транспортное дело России*. 2. pp. 141-143.

29. Шкурина Л.В., Ли Е.К. Развитие транспортной инфраструктуры для обеспечения роста экономики региона // Морские вести России. 2024. № 1. URL: https://morvesti.ru/analitika/1691/106925/

Глава 8. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА

Развитие деятельности субъектов предпринимательства в современном мире ограничивается высоким уровнем конкуренции как на внутистрановом, так и на международном уровне. В данных условиях обеспечение активного роста предпринимательской деятельности и увеличение доходности возможно только за счет применения интенсивных технологий, обеспечивающих приращение при снижении издержек [4]. Необходимость применения интенсивных, а не экстенсивных технологий при обеспечении роста компании связано с постоянным снижением доступа к ресурсам: они становятся все более ограниченными и соответственно все более дорогостоящими для бизнеса. Кроме того, складывающаяся в последние годы ситуация введения различных ограничений на деятельность бизнеса и его взаимодействие с бизнесом других стран также приводит к необходимости оптимизации деятельности предпринимательских структур на основе интенсивных технологий [3].

Следует отметить, что интенсификация производственно-технологических процессов имеет свои ограничения и требует существенных финансовых вложений, что в конечном итоге ведет к увеличению стоимости конечного продукта и в краткосрочном периоде снижению конкурентоспособности компании. Поэтому передовые компании большое внимание уделяют интенсификационным технологиям в области менеджмента, маркетинга, логистики, управления персоналом и других направлениях деятельности, не требующих столь существенных инвестиционных расходов. Наиболее продвинутые компании нацелены на формирование механизмов, концентрирующих в себе все современные достижения в области менеджмента, маркетинга и логистики. Особенно

активны исследования в поиске эффективного механизма, основанного на объединении лучших практик в области логистики и маркетинга. Данная тенденция обусловлена возможность взаимопроникновения функций логистики маркетинга друг в друга. Особенно активно эта задача стала решаться в условиях изменения форм торговли – расширение интернет-торговли и снижение активности офлайн-торговли. В этих условиях логистика и маркетинг становятся неразрывными [2].

Для решения задачи интеграции логистических и маркетинговых инструментов предлагается следующий алгоритм (рисунок 8.1).

Основой системы управления в рамках предлагаемого алгоритма является выработка стратеги развития предприятия. В рамках стратеги должны быть отражены ключевые цели, достижение которых обеспечивает долгосрочное устойчивое развитие предприятия. В рамках указанных целей должен быть проведен детальный продуктовый анализ с целью определений стадий жизненного цикла каждого из них. Особенность предлагаемой системы маркетинговой логистики состоит в том, что набор интегрированных инструментов маркетинга и логистики должен быть определен и применен к каждому товару или группе товаров и он будет отличаться в зависимости от того на какой стадии жизненного цикла данный товар (группа товаров) находится. В рамках данного этапа также формируется набор как маркетинговых, так и логистических инструментов которые могут быть использованы при реализации соответствующей группы товаров.

Рисунок 8.1 – Предлагаемый алгоритм функционирования системы маркетинговой логистики на предприятии

После того как установлен перечень инструментов производится их интеграция. При этом интеграцию предлагается производить по 4 основным факторам: товар, место, цена, продвижение. В этой связи предлагается следующий механизм интеграции маркетинговых и логистических инструментов (рисунок 8.2).

Таким образом, за поступление информации в систему отвечает подсистема маркетинга, а на выходе из системы управления логистическая подсистема. При этом представлены обобщенные инструменты маркетинга и логистики, взаимодействующие по четырем основным факторам. Так в рамках фактора «Товар» с точки зрения маркетинга осуществляется определение ассортиментного ряда, качественных и функциональных характеристик, которые максимально способны удовлетворить запросы потребителей. В свою очередь со стороны логистики определяется организации поставки оптимальных партий товара, определение страховых запасов хранения товара на складе, с целью обеспечения своевременности его поставки потребителю.

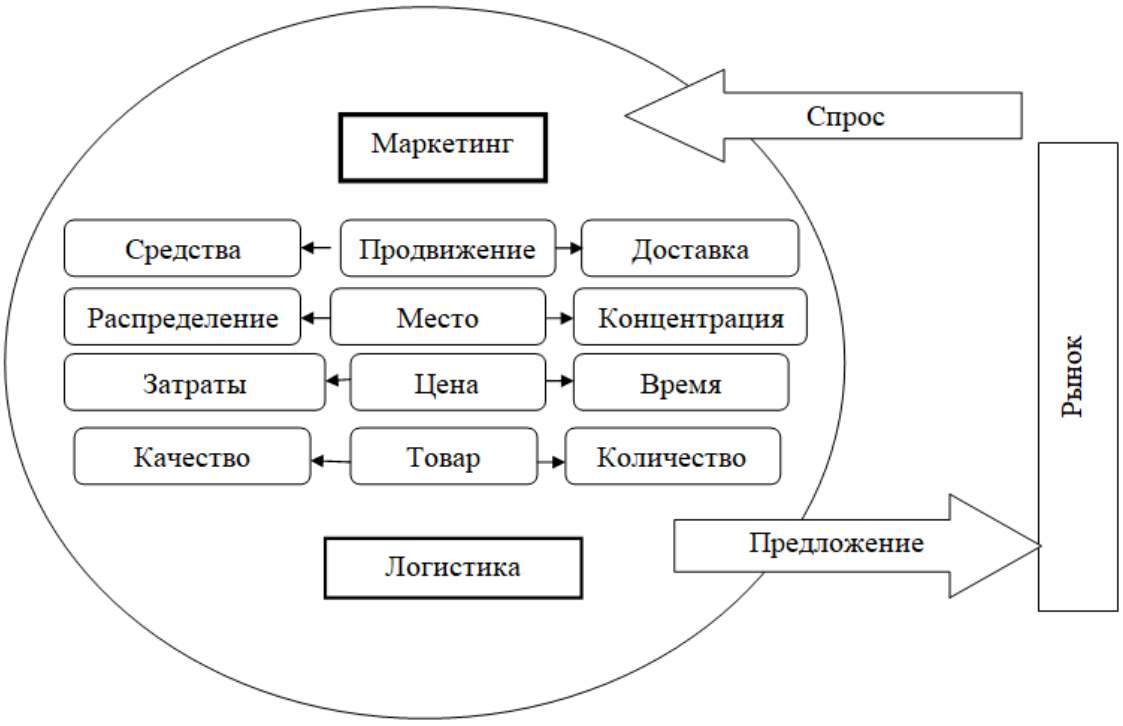

Рисунок 8.2 – Предлагаемый механизм интеграции маркетинговых и логистических инструментов

В отношении категории «Цена» с точки зрения маркетинга определяется система ценообразования, которая опирается на затраты, связанные с производством и продвижением продукции. В свою очередь со стороны логистики определяются виды используемого транспорта, а

также периоды поставки, способствующие снижению издержек предприятия и тем самым обеспечивающие гибкость ценовой политики, определяемой со стороны маркетинга.

В отношении фактора «Место» с точки зрения маркетинга определяются каналы распределения продукции, а с точки зрения логистики организация доставки груза различным потребителям, отраженных в каналах распределения и установления при необходимости перераспределительных центров, обеспечивающих с одной стороны своевременности доставки грузов в нужном для потребителя количестве, а с другой стороны способствующие снижению транспортных расходов.

В отношении фактора «продвижение» с точки зрения логистики формируется гибкая система реагирования за запросы потребителя с точки зрения периодичности и количества грузовых единиц, а сточки зрения маркетинга определения способов и средств продвижения через которые отражаются в качестве преимуществ как функциональные характеристики товара, так и гибкость реагирования на запросы потребителя.

Таким образом, выстраивается интеграционный механизм реализации маркетинговых и логистических инструментов по каждому фактору. Благодаря интеграции обеспечивается синергетический эффект, так как благодаря реализации логистических инструментов обеспечивается гибкость реализации маркетинговых инструментов.

Гибкость маркетинговой логистики состоит в том, что она быстро приспосабливается к изменению запросов потребителей. Причем запросы потребителей меняются в зависимости от стадий жизненного цикла продукции. Поэтому в предлагаемом алгоритме особое внимание уделяется стадиям жизненного цикла товара и разработке интегрированного маркетингово-логистического инструментария (рисунок 8.3).

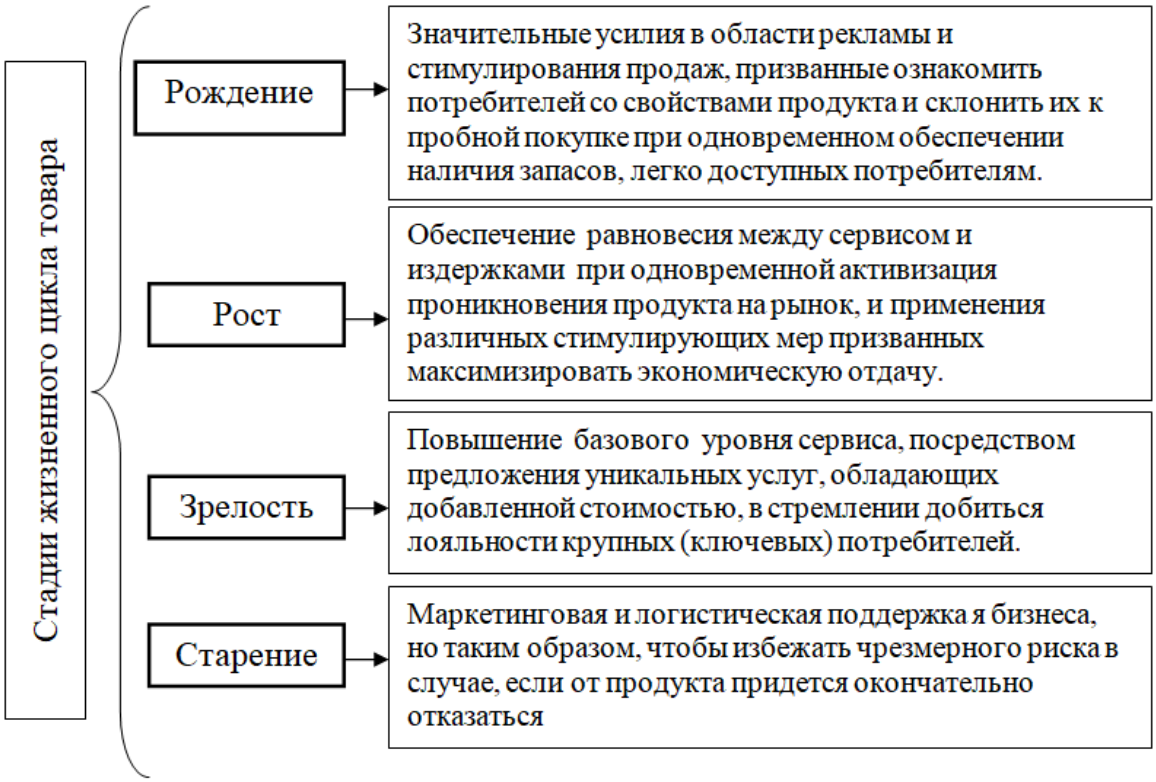

Рисунок 8.3 – Предлагаемый инструментарий маркетинговой логистики для различных стадий жизненного цикла товара

По результатам распределения товаров на группы, исходя из жизненного цикла, разрабатывается программа реализации интегрированных инструментов маркетинговой логистики с детальной проработкой каждого из них с указанием сроков реализации и необходимых для этого ресурсов. Для обеспечения высокой результативности процесса разработки программы на предприятии предлагается сформировать специальную рабочую группу на первоначальном этапе, состоящую из специалистов в области маркетинга и логистики. В последующем предлагается сформировать отдельное структурное подразделение, путем объединения подразделений, занимающихся вопросами маркетинга и логистики (рисунок 8.4).

На первом этапе, в рамках предлагаемого механизма, предполагается, что каждый из членов рабочей группы может инициировать идею по реализации интегрированных инструментов маркетинговой логистики для товаров, находящихся на различных этапах жизненного цикла.

Рисунок 8.4 – Предлагаемый механизм функционирования рабочей группы по разработке программ реализации интегрированных инструментов маркетинговой логистики

Затем данная идея обсуждается с точки зрения возможности ее реализации всеми членами группы. В качестве основных критериев оценки выступают экономическая целесообразность (наличие финансового потенциала) и техническая реализуемость. С точки зрения экономической целесообразности проект должен рассматриваться под призмой затрат на его реализацию и возможного экономического эффекта. С точки зрения технической реализуемости проект рассматривается под призмой сроков реализации инструментов, наличием ресурсов для реализации предлагаемых инструментов, необходимости привлечения сторонних организаций для реализации предлагаемой совокупности инструментов. При этом предполагается, что члены рабочей группы будут иметь равные возможности высказаться и их иерархия в рамках

существующей административной структуры не отражается на статусе сотрудника в рабочей группе. За исключением руководителя все его сотрудники имеют равные полномочия. В процессе обсуждения с применением элементов мозгового штурма выбираются наиболее реализуемые проекты.

Затем по каждому из выбранных проектов программ разрабатывается детальный план. Для разработки плана привлекаются инициаторы проекта, а также специалисты планово-экономического отдела. На очередном заседании рабочей группы происходит защита детализированного плана программы. В результате обсуждения вбираются те проекты программ, которые будут поддержаны большинством членов рабочей группы.

Руководитель рабочей группы утверждает проекты программ и направляет их на согласование генеральному директору компании. После утверждения программа направляется на реализацию.

В соответствии с утвержденными планами генеральный директор компании распределяет работы по исполнителям и срокам, закрепляя тем самым ответственных по каждому фронту работ. При этом куратором программы назначается его инициатор. Затем на заседаниях рабочей группы исполнители и куратор программы отчитываются о результатах их реализации.

На заключительном этапе предлагаемого алгоритма проводится оценка эффективности реализации программ, по результатам которой определяется степень достижения поставленных стратегических целей.

Внедрение системы маркетинговой логистики на предприятии обусловлено необходимостью гибкого реагирования на изменение внешней среды. Для обеспечения данной задачи система маркетинговой логистики на предприятии должна быть обеспечена методической базой. В настоящее время в практике управления сформирован достаточно широкий перечень методов, способствующих принятию эффективных решений в условиях высокой неопределенности среды. Обеспечение высокой эффективности функционирования системы маркетинговой

логистики возможно только на основе применения современных методов стратегического анализа и прогнозирования. Однако данные методы должны быть использованы только в тех случаях, когда они обеспечивают получение максимального эффекта при минимальных затратах интеллектуальных, человеческих, материальных и финансовых ресурсов. В этой связи на каждом этапе реализации алгоритма функционирования маркетинговой логистики должна применяться совокупность методов позволяющих получить объективную информацию для принятия управленческих решений. Для решения этой задачи предлагается модель методического обеспечения процесса принятия управленческих решений на различных этапах управления маркетинговой логистикой предприятия (рисунок 8.5).

В рамках предложенной модели составлен перечень наиболее эффективных методов стратегического анализа и прогнозирования, который должен быть использован на каждом этапе функционирования маркетинговой логистики. Так на этапе разработке стратегических целей развития предприятия предлагается использовать метод экспертного оценивания, так как он позволяет учесть мнение всех групп влияния на определение вектора развития предприятия.

Гибкость системы маркетинговой логистики возможна только при условии анализа тенденций факторов внешней и внутренней среды Для анализа внешней и внутренней среды организации предлагается наряду с методом экспертного оценивания использование методов PEST- и SWOT-анализа. Данные методы известны, легки в применении и не требуют привлечение существенных ресурсов. В совокупности с методом экспертного оценивания они обеспечивают получение синергетического эффекта в виде относительно объективной информации о тенденциях внешней и внутренней среды организации.

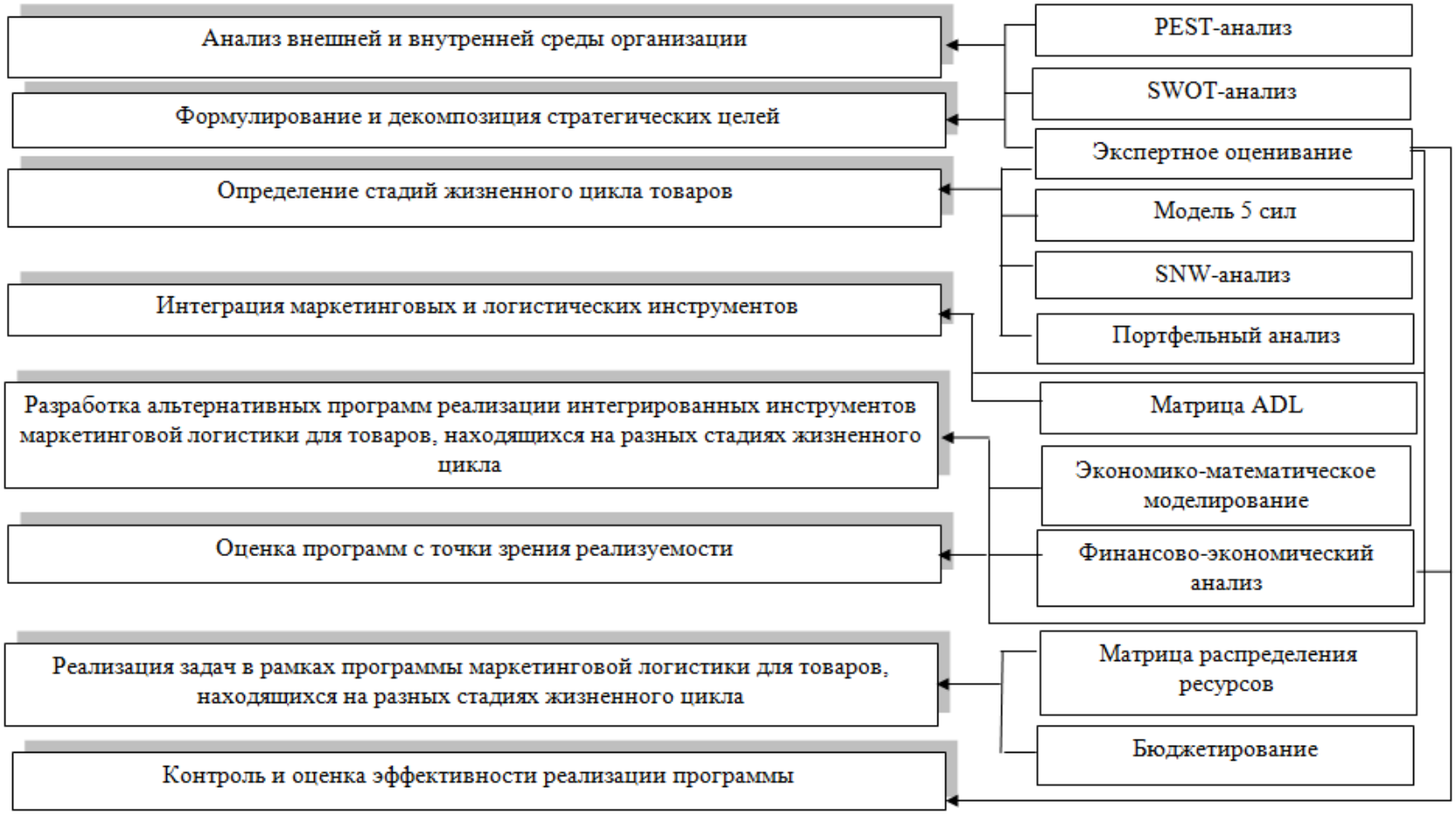

Рисунок 8.5 – Предлагаемая модель методического обеспечения процесса принятия управленческих решений на различных этапах управления маркетинговой логистикой предприятия

На этапе определения стадий жизненного цикла товаров за базу берутся результаты, полученные на предыдущем этапе, а предлагается использовать методы «Модель 5 сил» М. Портера и SNW-анализ. Данные методы позволяют выявить конкурентные позиции предприятия, а также определить силу влияния отдельных элементов внешней среды на дальнейшее его развитие. Также на этом этапе предлагается использовать портфельный анализ. При этом, если позволяют временные и человеческие ресурсы, можно использовать сразу несколько моделей, что обеспечит более точный прогноз развития отдельных элементов бизнес-портфеля предприятия. Для определения совокупности инструментов маркетинговой логистики, которые могут быть реализованы для товаров, находящихся на различных стадиях жизненного цикла, предлагается использовать матрицу ADL. Для эффективного использования матрицы ADL одновременно предлагается использовать метод экспертного оценивания. Также с использованием помощью него, определяются приоритетные направления стратегического развития организации.

Далее в рамках предложенной нами модели предполагается разработка альтернативных программ реализации интегрированных инструментов маркетинговой логистики для товаров, находящихся на разных стадиях жизненного цикла. На этом этапе, по нашему мнению, должны быть использованы методы финансово-экономического анализа, экономико-математического моделирования, а также экспортных оценок. Базоя для принятия решений также должны быть результаты SWOT-анализа, так как применение тех или иных инструментов маркетинговой логистики обусловлен характером развития внутренней среды организации, и прежде всего коммуникационных процессов, а также изменениями во внешней правовой, социальной и технологической средах.

На этапе определения оптимальных программ реализации маркетинговых инструментов наряду с методом экспертного оценивания должен быть использован метод экономико-математического моделирования, а также финансово-экономического анализа, которые

позволяя на основе установления ограничений и расчета показателей эффективности установить то сочетание и ту структуру инструментов, которые обеспечат реализацию программ в строго установленные сроки с минимальными затратами ресурсов и получением максимального финансово-экономического эффекта. Данные методы позволяю также обеспечить реализацию этапа оценки реализуемости альтернативных программ.

На этапе реализации задач в рамках программы маркетинговой логистики для товаров, находящихся на разных стадиях жизненного цикла, предлагается использовать матричную модель соотношения задач и требуемых ресурсов для их реализации в тот или иной период времени. Результаты данного метода должны быть использованы при составлении плана распределения ресурсов с использованием метода бюджетирования.

На этапе контроля и оценки эффективности реализации программы маркетинговой логистики для товаров, находящихся на разных стадиях жизненного цикла, должны использоваться те же методы, что и на предыдущем этапе, а также метод экспертного оценивания, что позволит сформировать информационную основу для нового цикла принятия решений по реализации инструментов маркетинговой логистики. Таким образом, применяя определенную совокупность методов в установленной последовательности, имеется возможность создать систему качественного методического обеспечения эффективного функционирования маркетинговой логистики на предприятии.

Следует отметить, что в условиях развития искусственного интеллекта многие из указанных методов могут быть интегрированы в программные продукты, что позволит накапливать информацию, ускорить процесс ее анализа и обработки, а также своевременного принятия эффективных управленческих решений и обеспечить высокое качества контроля и оценки эффективности реализации программных мероприятий применения интегрированных инструментов маркетинговой логистики для товаров, находящихся на разных стадиях жизненного цикла.

Необходимость развития и совершенствования любой системы управления, в том числе и маркетинговой логистики, требует проведения постоянного мониторинга оценки эффективности ее функционирования. Для реализации данной цели предлагается использовать систему оценки, которая включать три группы показателей:

– показатели, характеризующие удовлетворенность потребителей;

– показатели, отражающие расход различного рода ресурсов, задействованных в реализации инструментов маркетинговой логистики;

– показатели, отражающие отдачу затрат на реализацию тех или иных логистических процессов.

Таким образом, система показателей оценки эффективности функционирования маркетинговой логистики должна выглядеть следующим образом (рисунок 8.6).

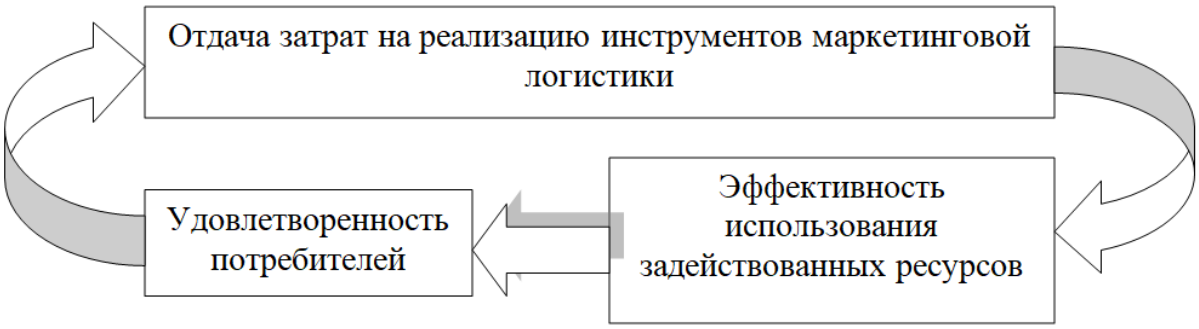

Рисунок 8.6 – Система показателей оценки эффективности функционирования маркетинговой логистики на предприятии

Как показывают приведенные данные, показатели оценки должны быть взаимосвязаны. Соответственно для общей оценки эффективности они должны быть приведены к единому интегральному показателю. Для этого предлагается по каждой группе показателей проводить оценку эффективности в динамике и при этом использовать трехбалльную шкалу оценки:

– если показатели в текущем периоде выше предыдущего периода, то ему присваивается значение «1»;

– если показатели в текущем периоде ниже предыдущего периода, то ему присваивается значение «-1»;

– если показатели в текущем периоде не изменились по сравнению с предыдущим периодом, то ему присваивается значение «0» [5].

Используя данную шкалу оценок можно привести к единой оценке всех разнородные показатели в предлагаемой системе оценок (таблица 8.1).

Таблица 8.1 – Система показателей оценки эффективности маркетинговой логистики на предприятии

Показатель	Методика расчета
1	2
Удовлетворенность потребителей системой организации доставки грузов	
Своевременность доставки груза	отношение фактически затраченного времени на доставку груза к времени доставки, указанному в договорной документации
Комплектность доставки	отношение фактически доставленных комплектов к комплектам, отраженным в договорной документации
Скорость обработки заказа	отношение длительности обработки заказа в текущий период времени к длительности обработки заказа в предыдущий период времени
Внеплановость поставок	степень удовлетворения внеплановых заказов в текущем периоде к степени удовлетворения внеплановых заказов в предыдущем периоде
Претензионная работа	количество поступивших рекламаций в текущем периоде к количеству поступивших рекламаций в предыдущем периоде
Эффективность задействованных ресурсов в маркетинговой логистике	
Производительность труда в системе маркетинговой логистике	Отношение объема экономии затрат на маркетингово-логистические операции к количеству сотрудников задействованных в реализации функций маркетинговой логистики
Оборачиваемость оборотных активов	отношение выручки к величине оборотных активов
Оборачиваемость товарных запасов	отношение выручки к величине товарных запасов
Оборачиваемость материально-технических ресурсов	отношение выручки к величине материально-технических ресурсов

Продолжение таблицы 8.1

1	2
Доля холостых пробегов	величина пробега с холостым ходом к общей величине пробега, используемого при выполнении логистических операций транспортных средств
Степень загрузки транспортного средства на 1 рейс	отношение объема перевозимых грузов транспортными средствами к номинальной грузовой нагрузки транспортных средств и к количеству совершенных рейсов
Эффективность задействованных ресурсов в маркетинговой логистике	
Получено выручки на 1 рубль затрат на маркетинговую логистику	отношение выручки к затратам на маркетинговую логистику
Получено прибыли на 1 рубль затрат на маркетинговую логистику	отношение прибыли к затратам на маркетинговую логистику
Динамика товарооборота	отношение товарооборота текущего периода к товарообороту в предыдущем периоде

Предлагаемая система оценки эффективности маркетинговой логистики на предприятии включает 14 показателей. На основании данных показателей предлагается рассчитывать интегральный показатель как сумму бальной оценки фактических показателей. При этом предлагается следующая интерпретация значений интегрального показателя (таблица 8.2).

Таблица 8.2 – Направления развития маркетинговой логистики в зависимости от значения интегрального показателя эффективности

Значение интегрального показателя	Уровень эффективности	Направления развития
1	2	3
11-14	высокий	поддерживать состояние маркетинговой логистике на прежнем уровне, постепенно внедряя новые апробированные инструменты маркетинга
6-10	средний	провести более детальную оценку тех инструментов, по которым было выявлено снижение показателей и разработать меры по их улучшению

Продолжение таблицы 8.2

1	2	3
0-5	низкий	полностью пересмотреть систему маркетинговой логистики, проанализировать действующую систему коммуникаций между структурными единицами, задействованными в реализации инструментов маркетинговой логистики

Таким образом, внедрение алгоритма функционирования системы маркетинговой логистики на предприятии позволит максимально задействовать как логистические, так и маркетинговые инструменты, используемые на предприятии и тем самым обеспечит рост экономической эффективности его деятельности и устойчивости в условиях нестабильно внешней среды, а предлагаемая система оценки позволит вести постоянный мониторинг эффективности управления элементами маркетинговой логистики и своевременно принимать решения по устранению недостатков.

Список использованных источников

1. Анисимов А.Ю. Роль формирования концепции маркетинговой логистики в бизнес-процессах/ А.Ю. Анисимов, А.В. Захаренко // Постулат. 2023. № 11(37). С. 12-16.

2. Бокарева Ю.Н. Аспекты формирования маркетинговой логистики в условиях современной экономики / Ю.Н. Бокарева, А.В. Терентьев // NovaInfo.Ru. 2023. Т. 1. № 46. С. 216-219.

3. Горячева С.М. Использование маркетинговой логистики при выходе продукции на зарубежные рынки сбыта: теоретический и практический аспект / С.М. Горячева // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2020. № 1(61). С. 36-49.

4. Лубочнов В. Маркетинговая логистика / В. Лубочнов // РИСК. № 4-5. 2022. С. 50-55.

5. Павлик Д.А. Маркетинговая логистика в системе функционирования предприятия: концептуальный аспект / Д.А. Павлик //

Наука, образование и инновации. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2022. С. 153-156.

6. Синялова А.Е. Маркетинговая логистика как фактор эффективного предпринимательства / А.Е. Синялова // Наука, образование и инновации. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2021. С. 90-92.

7. Юсупова Б.М. Маркетинговая логистика как результат интеграции логистики и маркетинга предприятия / Б.М. Юсупова, А.Н. Порсукова // Вопросы структуризации экономики. 2022. № 3-2. С. 19-20.

Глава 9. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящий момент сложилось устойчивое понимание того, как должна действовать организация, чтобы достигать плановых целей и развиваться в условиях нарастающей конкуренции. Для этого, необходимо придерживаться определенной стратегии, которая может представлять интегрированную модель действий в бизнесе, а также распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей.

Более того, стратегия включает в себя результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий для ее развития.

В современных условиях, когда внешняя и внутренняя среда предприятия динамично меняется, устойчивость и успешность бизнеса зависит от компетентности и квалификации персонала. В этой связи значение развития персонала, как одного из ключевых элементов системы управления персоналом предприятия актуализируется. Уровень и многогранность развития персонала выступает ключевым фактором успеха в направлении обеспечения экономической и социальной эффективности предприятия.

С позиции менеджмента организации, развитие персонала является одной из стратегических функций управления, реализация которой обусловливает успешное достижение организацией своих социальных, экономических, производственных, научных и иных поставленных целей.

Для понимания сущности стратегического менеджмента организации в целом, представим несколько подходов различных авторов, которые занимались исследованием указанной проблематики (таблица 1).

Так, мнения различных исследователей относительно характеристики стратегического менеджмента сводятся к общему пониманию потенциальной реализации принципов предприятия, которые направлены достижение тех задач, которые обеспечат максимальную эффективность их выполнения.

Таблица 9.1 – Определения стратегического менеджмента по мнению различных авторов

Автор	Определение
Е.А. Ткаченко [1]	Стратегический менеджмент – это сфера управленческой деятельности, состоящая в реализации перспективных целей компании через осуществление изменений в организации;
М.А. Долгушина [2]	Это направление менеджмента, которое ориентировано на реализацию инициатив, предлагаемых первыми лицами (например, генеральными директорами) от имени владельцев бизнеса и ключевых акционеров, с оптимизацией использования вовлекаемых ресурсов во внешней и внутренней среде фирмы;
В.А. Баринов [3]	Стратегический менеджмент представляет собой план управления предприятием, который в свою очередь направлен на укрепление ее позиций, а также удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей и задач;
О.Е. Кондрачук [4]	Стратегический менеджмент – это дисциплинарный подход, использующий принципы и процесс управления, отличный от такового в классическом бизнесе.

На основании этого можно сделать собственный вывод о том, что стратегический менеджмент, как элемент общего процесса управления, представляет собой возможность реализации деятельности исходя из внутренних возможностей и ресурсов организации, которые должны быть сконцентрированы для достижения конкретных целей.

Так, стратегический менеджмент является важным фактором жизни организации.

Стратегический менеджмент осуществляется посредством совокупности пяти взаимосвязанных управленческих процессов (рисунок 9.1):

– анализ среды;
– определение миссии и целей;
– выбор стратегии;
– выполнение стратегии;
– оценка и контроль выполнения.

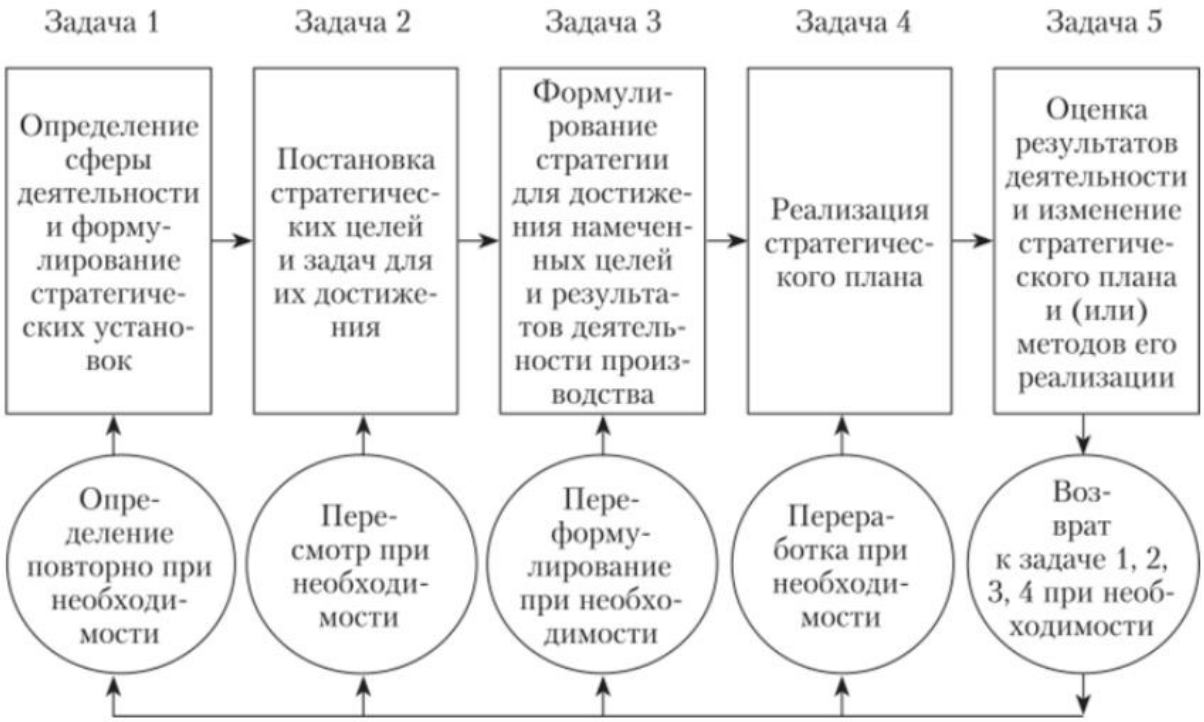

Рисунок 9.1 – Пять задач стратегического менеджмента

Известный теоретик и практик менеджмента, Анри Файоль, выделил пять функций стратегического менеджмента, среди которых:

— планирование;
— организация;
— распорядительство;
— координация;
— контроль.

Отечественные экономисты дополнили данный перечень такими немаловажными функциями, как: мотивация, исследование, оценка, принятие решений, подбор персонала, представительство и ведение переговоров или заключение сделок и т.д.

Рассмотрим главные функции стратегического менеджмента.

Стратегическое планирование – это процесс определения основных планов организации для достижения целей и миссии. Данная функция стратегического менеджмента рассчитана на долгосрочную перспективу и обеспечивает применение тех действий, которые позволят удержать и развить конкурентные преимущества предприятия. Путем планирования также могут определяться слабые места компании, на которых особенно стоит заострить внимание.

Так, этапы стратегического планирования представлены на рисунке 9.2.

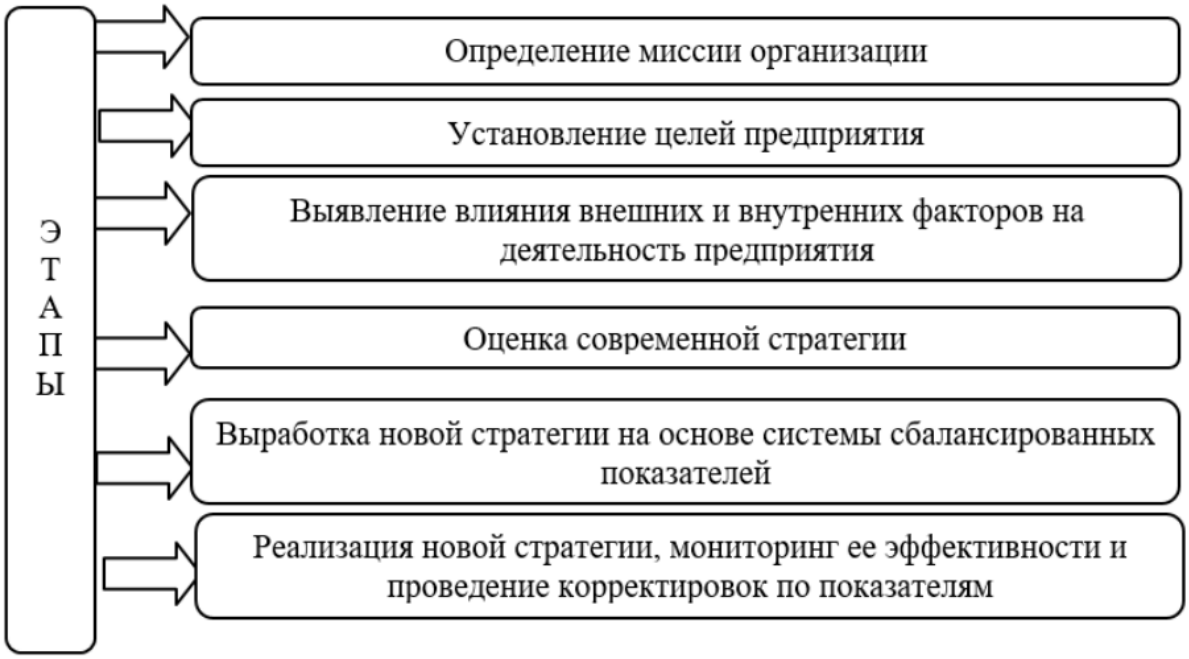

Рисунок 9.2 – Этапы стратегического планирования

Организация в стратегическом менеджменте позволяет создать определенную структуру, которая позволит упорядочить методы принимаемых действий.

Распорядительство, непосредственно, относится к функциям руководителя, который ставит перед собой стратегические задачи по совершенствованию работы с персоналом посредством карательно-

поощрительных мер ввиду исполнения либо невыполнения указанных распоряжений.

С помощью координации достигается согласованность работы всех подразделений, а функция контроля объединяет виды управленческой деятельности, связанные со сбором информации о состоянии и функционировании объекта стратегического управления.

Таким образом, стратегический менеджмент должен применяться внутри тех экономических субъектов, которые рассчитывают свои цели и пути их достижения в долгосрочной перспективе.

Даже в век развития информационных технологий и свободной автоматизации многих процессов, важным источником формирования и обеспечения производства остаются человеческие ресурсы. Именно человеческие ресурсы выступают ключевым фактором успеха любого бизнеса.

Характеристики и многонаправленность человеческих ресурсов представлены на рисунке 9.3.

К факторам, влияющим на качество человеческих ресурсов, можно отнести честность, порядочность, совестливость, ответственность, дисциплинированность, обучаемость, законопослушность, властолюбие, стремление к лидерским позициям и т.д.

К другим важным компонентам относится уровень потребностей: чем они выше, тем больше проявляются целеустремленные качества, сопряженные с проявлением инициативы, трудовой мобильности, мотивационных источников и т.д.

Рисунок 9.3 – Основные характеристики человеческих ресурсов

При этом, стоит учитывать экономическую и социальную роли в обществе, которые будут влиять на набор компонентов человеческих ресурсов. К примеру, существуют различия между наемным сотрудником и самозанятым: несмотря на то, что оба лица осуществляют свою деятельность с целью получения прибыли, в зависимости от характера их деятельности в разной степени соотносятся профессиональные качества. В иных случаях, большие навыки потребуются самозанятому, а в других – наемному сотруднику.

Концептуально стратегическое управление базируется на убеждении, что выполнение стратегии зависит именно от людей. В данном контексте персонал организаций рассматривается не просто как источник функционирования, а как самый ценный капитал – человеческий капитал, который обеспечивает конкурентоспособность организации в коммерческой плоскости и не только, ввиду использования человеческого ресурса, обладающего наибольшим резервом для реализации своего потенциала.

Важнейшим фактором успеха в этом случае является учет элементов смежных общественных исследований:

— мотивационного механизма стратегического управления;

— личностных характеристик руководителей и персонала;

— взаимодействия персонала при выполнении ролевых функций;

— влияния организационной культуры на стратегические решения через общеорганизационные ценности, нормы и правила;

— возможности организационного (коллективного) развития и обучения.

Также стоит учесть отличие человеческого ресурсов от иных ресурсов предприятия, среди которых предусмотрены следующие особенности:

— действие людей во времени (привычки и поступки формирует поведение человека, которое может быть основной движущей силой в достижении цели);

— поиск смысла в совершенных действиях и осмысление различных вариантов продолжения исходного события;

— эмоциональная составляющая (прилив вдохновения и творческие способности раскрывают внутренний потенциал человека, а вера позволяет преодолевать кризисы, которые случаются достаточно часто во время функционирования организации).

Учет этих отличий при построении стратегии управления человеческими ресурсами позволяет воспитать у сотрудников те необходимые качества, которые определяют успех любой компании: причастность, гордость, самоотдача.

Управление человеческими ресурсами и организационными структурами должно быть связано с бизнес-стратегией. Форма, содержание и мера применения стратегического управления человеческими ресурсами в разных компаниях будут существенно отличаться.

Стратегия управления человеческими ресурсами – это план действий по достижению целей компании через эффективные методы управления персоналом. Стратегия – неотъемлемая часть политики компании, она помогает эффективно организовать работу сотрудников. Сегодня можно обобщить основные виды стратегий управления человеческими ресурсами [5], которые с определенной степенью модификации находят свое воплощение в российских организациях.

1. Стратегия динамического роста. Эта стратегия акцентирована на умение сотрудников быстро адаптироваться к переменам, способность идти на риск и сотрудничать в команде. Работникам необходимо проявлять верность идеологии компании, быть ответственными и мотивированными. Качественно выполненная работа отображается в вопросах оплаты труда и предполагает справедливое вознаграждение. Карьерный рост сотрудников возможен, если занимаемая должность имеет пути продвижения.

2. Предпринимательская стратегия. Здесь особое внимание уделяется тем сотрудникам, которые отличаются новаторским подходом к задачам, ответственностью и настойчивостью. Предпринимательская стратегия подразумевает конкурентную оплату труда. Мотивация завязана на успешной реализации всех поставленных целей. Должность соответствует интересам работника.

3. Стратегия прибыльности на предприятии. В основе стратегии – слаженная система управления. Сотрудники работают по правилам и в условиях жесткого дедлайна. Поскольку здесь в первую очередь важен результат, деятельность сотрудников контролируется, а их обязанности часто выходят за рамки занимаемой должности. Мотивация построена на четком выполнении условий и достижении конкретных целей. На карьерный рост влияет компетентность сотрудника.

4. Ликвидационная стратегия. Эта стратегия построена на попытках уберечь компанию от падения. В связи с этим руководство сокращает расходы на персонал. На этом этапе найм осуществляется только по самым необходимым позициям. Оплата труда зависит от

результативности. Мотивация и обучение сотрудников отходят на второй план. Карьерный рост возможен только в случае высокой эффективности и наличия возможностей для повышения.

5. Циклическая стратегия. В этот период руководство компании пытается всеми силами сохранить бизнес. Снижение расходов до минимума приводит к тому, что персонал приходится сокращать. Сотрудникам, которые остались работать в компании, необходимо адаптироваться к новым условиям, быть гибкими и ориентироваться на будущие успехи. Но, по факту, они демотивированы и угнетены текущей ситуацией. Кризис приводит к тому, что многим из них приходится выполнять дополнительные функции или переквалифицироваться. Найм новых сотрудников практически не осуществляется. Выплата заработной платы завязана исключительно на эффективности персонала.

Во многих компаниях кадровая служба в основном играет административную и вспомогательную роль, а вовсе не интересуется стратегическими вопросами. Поэтому стратегический подход к вопросам человеческих ресурсов может реализоваться исключительно в среде, где уже внедрен стратегический подход к корпоративным и деловым вопросам. В таких случаях, предусматривается работа HR-менеджеров, которая заключается не просто в найме персонала, а в проведении структурированного отбора подходящих под запросы компании сотрудников путем проведения их личностной и профессиональной оценки во время прохождения собеседования.

В некоторых компаниях, управление трудовыми отношениями полностью возлагается на HR-менеджеров, в других – они выполняют приходящую функцию именно по необходимой работе с персоналом.

Несмотря на организационные различия, менеджмент персонала сходится во мнении, что стратегический потенциал персонала может быть реализован только при условии его постоянного развития. Анализируя понятие «развитие», следует отметить, что данная категория представляется как переход из старого качественного состояния в новое. Всякое развитие имеет определенную направленность. По своему

доминирующему вектору развитие может быть идентичным поступательному движению, в направлении формирования более развитого и совершенного по своему состоянию объекта. С другой стороны, развитие может идти в противоположном направлении. Поэтому развитие рассматриваемого объекта может быть прогрессивным или регрессивным.

Рассмотрим несколько подходов к пониманию сущности понятия «развитие персонала» (рисунок 9.4). Сравнивая представленные определения, можно сказать, что каждое из них отражает отдельные аспекты развития персоналом в организации, но все сходятся на том, что развитие персонала – это не отдельное действие, а комплекс, совокупность, система взаимосвязанных мероприятий, мер, действий, направленных и обеспечивающих развитие персонала:

– разработку стратегии развития персонала;

– прогнозирование и планирование потребности в кадрах необходимой профессии и квалификации;

– формирование программ и планов карьерного роста работников предприятия;

– организацию эффективного процесса адаптации;

– организацию процессов внутрифирменного повышения квалификации и профессионального мастерства работников, а также на площадках высших и средних профессиональных учебных заведений;

– разработку мероприятий по активизации соревновательности и реализации творческого потенциала персонала предприятия.

Веснин В.Р.	Лукичева Л.И.	Скопылатов И.А., Ефремов О.Ю.	Литвинюк А.А.
Совокупность организационно-экономических мероприятий в области обучения, повышения квалификации и профессионального мастерства персонала, стимулирования творчества и т.д.	Комплекс мер, включающих профессиональное обучение выпускников школ, переподготовку и повышение квалификации кадров. А также планирование карьеры персонала организации	Совокупность мероприятий, направленных на развитие человеческого потенциала предприятия	Система взаимосвязанных действий, включающих выработку стратегии, прогнозирование и планирование потребности в персонале, управление карьерой и профессиональным ростом, организацию процесса адаптации, обучения, тренинга, формирование организационной культуры

Рисунок 9.4 – Теоретический подходы к пониманию сущности понятия «развитие персонала» [6; 7; 8; 9]

Важно отметить, что практика управления персоналом на предприятиях Росси и зарубежных стран показала эффективность непрерывности процесса развития персонала и его системный характер. Системность предполагает регулярное проведение мероприятий по направлениям, представленным на рисунке 9.5.

В итоге развитие персонала как система за счет взаимодействия и взаимообусловленности элементов обеспечивает не только устойчивость компании к воздействию внешней среды, но и, что крайне важно, к высоким темпам научно-технического прогресса, процессов цифровизации, когда ускоряется процесс устаревания профессиональных знаний и навыков. Поэтому целевым ориентиром системы развития персоналом на предприятии является минимизация риска несоответствия компетентностных и квалификационных характеристик персонала потребностям предприятия.

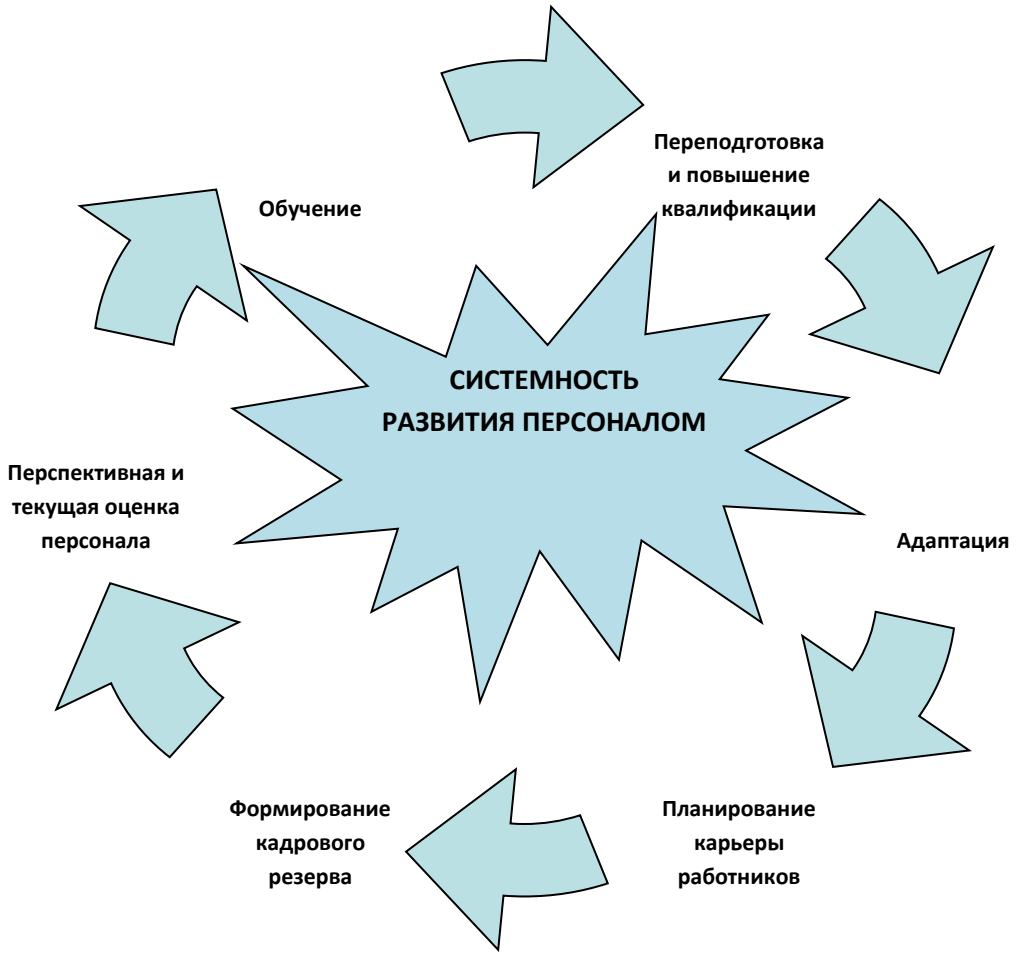

Рисунок 9.5 – Системность развития персонала на предприятии

Очевидно, что при формировании и реализации стратегии развития персонала необходимо обеспечить ее согласованность не только со стратегией управления персоналом, но и со стратегией развития предприятия в целом на длительную перспективу, и способствовать реализации его миссии, как во внешней, так и во внутренней, динамично меняющейся среде. В этом проявляется значение персонала для организации, значение его профессионального и квалификационного уровня, а также способностей к быстрому принятию новых знаний и формированию новых компетенций. Поэтому организация имеет прямую заинтересованность в развитии персонала

Конкретизируем, что процесс развития персонала направлен формирование у персонала способностей выполнять новые производственные, коммерческие или управленческие функции, в

зависимости их функционала и занимаемых рабочих мест. В соответствии с этим предприятие обогащает качественное содержание трудового потенциала персонала в целом, обеспечивает условия и реальное повышение эффективности трудовой деятельности работников, реализует меры по снижению текучести кадров, осуществляет подготовку управленческих работников, реализуя, тем самым, функцию стратегического управления персоналом.

Стратегическое управление человеческими ресурсами дает следующие положительные эффекты для организации и персонала.

1. Формирует и укрепляет связь персонала с целями организации – процесс стратегического управления человеческими ресурсами гарантирует, что практика, политика и стратегия управления персоналом объединяет работников с путями организации к достижению ее более широких организационных целей.

2. Формирование конкурентного преимущества организации. Точное понимание целей собственников и руководства организации, дает возможность менеджменту персонала сосредоточиться на развитии и реализации тех навыков и способностей, которые необходимы работникам для достижения целей трудовой деятельности и стратегических целей организации. Благодаря эффективному управлению талантами, обучению и развитию, менеджмент персонала может привести к созданию более компетентной и квалифицированной рабочей силы, которая обеспечит конкурентное преимущество на рынке.

3. Адаптация к изменениям – стратегический подход к управлению персоналом означает постоянный взгляд в будущее, что позволяет организациям предвидеть изменения в бизнес-среде и быстро адаптироваться к ним. Планы могут быть скорректированы с учетом технологических достижений, изменений на рынке или меняющейся демографической ситуации в организации. При этом управление персоналом должно на постоянной основе, т.е. непрерывно поддерживать, мотивировать и коммуницировать с работниками на протяжении всех прогрессивных качественных изменений.

4. Повышение эффективности работы персонала – стратегический менеджмент персонала определяет, как работники повышают свою ценность, и способствует созданию систем управления эффективностью, которые обеспечивают их мотивацию, хорошую подготовку и правильную оценку. Менеджмент персонала может внедрять методы устранения слабых сторон работников и укрепления их сильных сторон, что приводит к оптимальному выполнению работы и производительности. Более того, он может стремиться к повышению эффективности работы за счет улучшения благосостояния каждого работника.

5. Стимулирование роста бизнеса – уделяя особое внимание проактивному планированию, менеджмент персонала выявляет недостатки в текущих ресурсах и прогнозирует будущие потребности в рабочей силе. В результате организация получает необходимый человеческий капитал для запуска инициатив, выхода на новые рынки и стимулирования роста.

6. Повышение операционной эффективности – стратегический подход к управлению персоналом заключается в тщательной проработке ролей, обязанностей и рабочих процессов в соответствии с потребностями компании в человеческом капитале. Такая четкость упорядочивает работу, сокращая излишества и повышая общую эффективность, что напрямую способствует улучшению показателей бизнеса.

Далее отметим, что не существует какой-то конкретной модели стратегического управления человеческими ресурсами, которой нужно следовать, есть некоторые лучшие практики, которые следует изучать, оценивать возможность их применения для конкретной организации и, если есть перспективы, внедрять для достижения целей организации.

Таким образом, особенности стратегического менеджмента человеческих ресурсов в организации связаны как с индивидуальностью человеческого фактора, который, помимо профессиональных качеств содержит в себе личные субъективные свойства, а также качеством самого менеджмента человеческих ресурсов.

Список использованных источников

1. Ткаченко Е.А. Стратегический менеджмент / Е.А. Ткаченко // Мировая наука. 2018. № 4(13). С. 241-244.

2. Долгушина М.А. Стратегический менеджмент, как основа управления организацией / М.А. Долгушина // Экономика и социум. 2015. № 6-2(19). С. 751-756.

3. Баринов В.А. Стратегический менеджмент: учебное пособие / В.А. Баринов, Д.Ю. Бусалов. 2-е изд., доп. Москва : ИНФРА-М, 2024. 294 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/2127007

4. Федоренко Д.Д. Современные тенденции развития стратегического менеджмента / Д.Д. Федоренко // Наука, общество, образование в эпоху цифровизации и глобальных изменений: сборник статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 23 февраля 2022 года. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. С. 129-131.

5. Иванцевич Д.М. Человеческие ресурсы управления: Основы управления персоналом / Дж.М. Иванцевич, А.А. Лобанов; Ин-т высш. управлен. кадров Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. Москва : Дело, 1993. 300 с.

6. Веснин В.Р. Управление персоналом: теория и практика / В.Р. Веснин. М. : Проспект, 2009. 688 с.

7. Лукичева Л.И. Управление персоналом: учеб. пособие / Л.И. Лукичева. 4-е изд., испр. М. : Омега-Л, 2008. 262 с.

8. Скопылатов И.А. Управление персоналом: Учеб. пособие для вузов / И.А. Скопылатов, О.Ю. Ефремов. СПб.: Изд-во Смольн. ун-та, 2000. 399 с.

9. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / А.А. Литвинюк [и др.] ; под редакцией А.А. Литвинюка. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 498 с.

Глава 10. ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время коммерческая организация в условиях рыночной экономической системы не может успешно конкурировать на рынке товаров и услуг, если не уделяет достаточное внимание развитию своего персонала и не совершенствует систему мотивации. Данная система призвана стимулировать максимальную производительность труда и реализацию творческого потенциала всех работников организации. В связи с этим возникает потребность в новаторских подходах к развитию трудовых ресурсов посредством внедрения эффективной системы мотивации. Такая система должна способствовать активизации инициативы персонала и повышению его заинтересованности в достижении общих результатов.

Перед тем, как перейти к анализу сущности и элементов системы мотивации современной коммерческой организации, необходимо определить понятие рассматриваемой категории. Очевидно, что в зависимости от контекста применения мотивации могут быть предложены различные ее определения.

Значимым аспектом, на который обращают внимание психологи, является понимание мотивации как воздействия внешних и внутренних стимулов, способных инициировать или усиливать определенное поведение [1]. Мотивами могут выступать разнообразные факторы, такие как потребности, интересы, влечения, эмоции, установки и идеалы индивидуума. Другие психологические источники определяют мотивацию как совокупность внешних и внутренних факторов, которые стимулируют субъекта к действию, а также как объект или цель, на которые направлена эта активность, будь то осознанная или неосознанная [2].

В «Большом энциклопедическом словаре» мотивация трактуется с точки зрения биологии как активное состояние мозговых структур, которое побуждает высших животных и человека к совершению наследственно закрепленных или приобретенных опытом действий, направленных на удовлетворение индивидуальных или групповых потребностей [3].

Понятие и сущность мотивации труда исследуются учеными различных областей, включая социологию, философию, биологию и другие. Вместе с тем, необходимо отметить, что в практической плоскости данной проблемой занимаются, преимущественно, управленцы и экономисты, которые на практике решают вопросы повышения эффективности управления трудовыми ресурсами предприятия. Поэтому большинство определений понятия мотивации содержится именно в экономической и управленческой литературе.

Так, С.В. Шекшня как представитель менеджеров-управленцев считает, что «мотивация есть намерение, желание, которое побуждает людей заниматься некоторой деятельностью и руководит индивидуальными действиями с целью удовлетворить определенную потребность. При этом он считает, что мотивация представляет внутреннюю движущую силу, которая направляет индивидуальные действия на достижение определенной цели» [4].

По мнению М.Г. Лапусты, «в управленческой практике мотивация есть не что иное, как использование мотивов поведения человека в управлении его деятельностью, побуждающих человека к активности и производительности труда. Мотивация включает и формирование мотивов в процессе деятельности человека, и закрепление их в качестве постоянно действующей доминанты» [5].

Более подробно сущность мотивации трактует П.В. Журавлев. По мнению ученого, «мотивация представляет собой использование мотивов поведения человека в практике управления его деятельностью. А система мотивации преследует цель создания взаимно однозначных условий, которые регулируют трудовые отношения и обеспечивают соответствие

между конкретными интересами работника и работодателя, при котором у работника возникает потребность самоотверженно трудиться» [6].

В российской литературе по управлению персоналом распространено следующее определение мотивации как комплекса внутренних и внешних факторов, которые стимулируют работника к активности, определяют рамки и форму этой активности, а также придают ей определенное направление, целенаправленное на достижение определенных целей [7]. В свою очередь, В.В. Травин трактует мотивацию труда как стремление работника удовлетворить свои потребности через выполнение трудовых функций и достижение определенных благ [8].

Иного мнения придерживаются в определении понятия «мотивация» В.Н. Федосеев, В.И. Герчиков, М.В. Герш. Ученые полагают, что любая деятельность человека определена движущими силами (мотивами). Так, В.И. Герчиков в своих исследованиях приходит к выводу, что «мотивация выступает как основной компонент самосознания работника, определяющий его отношение и поведение в труде, его реакции на конкретные условия работы» [9]. М.В. Герш полагает, что «мотивация – это динамический процесс физиологического и психологического управления поведением, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость. Иными словами, мотивация представляет собой совокупность мотивов, побуждающих к достижению цели» [10].

Однако, в контексте управления трудовыми ресурсами предприятия, осознание и влияние мотивации требует более глубокого понимания, чем базовые определения. На наш взгляд, отечественный ученый и специалист в области управления персоналом, А.Я. Кибанов, предложил одно из наиболее всеобъемлющих определений рассматриваемого понятия. Он рассматривает мотивацию как динамичный процесс, направленный на стимулирование как себя, так и других, для выполнения определенной деятельности с целью достижения как личных, так и организационных целей. Кроме того, в расширенном определении А.Я. Кибанова под мотивацией понимается осознанный выбор человеком определенного

поведения, обусловленного как внешними стимулами, так и внутренними мотивами [11].

В контексте экономического направления трудовую мотивацию исследуют многие ученые, включая М. Вудлока, П.В. Журавлева, С.А. Карташова, Н.К. Маусова, Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, Е.Б. Стародубцеву и других. В их работах мотивация труда определяется как внутреннее стимулирование к определенному трудовому поведению, учитывающее индивидуальные умственные и физические возможности людей, а также направленное на достижение целей организации, индивидуальных целей работника или их взаимное соответствие. Труд рассматривается как физические и умственные усилия человека, применяемые в производственном процессе, а также как осознанная, целенаправленная и востребованная деятельность.

В свою очередь, О.С. Виханский отмечает, что мотивация труда формируется тем сильнее, чем более необходимо получить желаемое благо, и тем больше усилий требуется для его достижения [12]. Также автор подчеркивает, что мотивация труда возникает, когда трудовая деятельность является основным способом получения необходимых благ.

Следует отметить, что мотивы часто не осознаются людьми в полной мере, их представленность в сознании может различаться. Они часто могут быть замещены желаниями или потребностями, однако остаются реально действующими и влияющими на поведение людей. А.Н. Леонтьев определяет мотив как внутренний источник целенаправленной деятельности человека, который организует и направляет его к достижению определенных целей. Мотивы и потребности человека формируют иерархию, при этом более высокие социальные потребности ставятся на первое место [13]. И.Р. Алтунина указывает на важность социальных мотивов, которые затрагивают интересы не только самого человека, но и его окружения. Данные мотивы часто связаны с социальными потребностями, определяющими благополучие как индивида, так и общества [14].

Система мотивации предусматривает использование различных благ, способных удовлетворить важные потребности человека, при условии их получения через трудовую деятельность. Однако не все блага автоматически становятся стимулами для труда, – это происходит только в случае формирования мотива труда. Уровень трудовой активности зависит от количества и разнообразия потребностей, которые человек удовлетворяет через труд, а также от доступности и стоимости этих благ.

Таким образом, когда речь идет о работнике, чей труд направлен на получение блага, у него имеется мотив. Однако, если рассматривается орган управления мотивацией, который располагает набором благ, необходимых для работника, и готов предоставить их при условии эффективного выполнения работы, – это уже стимулирование труда со стороны управляющей структуры.

Рассматривая сущность мотивации, следует рассмотреть существующие в науке теории мотивации. Наиболее распространенными теориями управления мотивацией персонала, предлагающими различные подходы к пониманию данной категории, являются следующие:

1. Теория потребностей А. Маслоу. Иерархически классифицирует потребности, утверждая, что более высокие потребности становятся активными только после удовлетворения более низких уровней, таких как физиологические, потребность в безопасности и социальные потребности.

2. Теория ожиданий В. Врума. Основана на том, что человек оценивает вероятность достижения целей на основе своих ожиданий. Данная теория выделяет три важные взаимосвязи: ожидания в отношении усилий-результатов, результатов-вознаграждений и вознаграждений-валентности.

3. Теория справедливости С. Адамса. Предполагает, что люди сравнивают свои вознаграждения и затраты усилий с вознаграждениями и усилиями других людей, что может вызывать психологическое напряжение, если они считают, что отношение несправедливо.

Следует отметить, что в современном отечественном менеджменте руководители стремятся адаптировать классические теории мотивации к современным системам потребностей своих работников, учитывая изменяющиеся социально-экономические условия и ценности в обществе.

Обобщая вышеизложенное, для целей настоящей работы под мотивацией труда предлагается понимать процесс осознанного выбора работниками определенного поведения, определяемого воздействием внешних стимулов и внутренних мотивов.

Предложенное выше определение позволяет сформулировать понятие «системы мотивации» как комплекса материальных и нематериальных стимулов, направленных на обеспечение качественного труда сотрудников, привлечение и удержание талантливых специалистов в компании.

В любой организации действует собственная система мотивации персонала, цель которой – совмещение интересов сотрудников и целей организации, приносящих выгоду клиентам и обществу. Важно, чтобы система мотивации побуждала сотрудников к производительной работе и одновременно минимизировала негативные последствия.

Исходя из анализа научной литературы и всестороннего исследования вопросов мотивации, можно выделить основные компоненты модели формирования и развития системы мотивации как для отдельных работников, так и для трудового коллектива организации в целом. Кроме того, важно определить роль системы мотивации в развитии трудовой деятельности и внутриорганизационного поведения сотрудников.

Для достижения поставленных целей предприятия необходимо разработать модель формирования и развития системы мотивации сотрудников. На рисунке 10.1 представлены основные элементы системы мотивации, включая формы, методы и принципы, применяемые как к отдельным работникам, так и к трудовому коллективу в целом.

Рисунок 10.1 – Базовые элементы системы мотивации труда работников предприятия

Принципами системы мотивации являются следующие:

1. Соответствие корпоративной стратегии организации. Система мотивации персонала должна быть выстроена таким образом, чтобы поддерживать и соответствовать основным стратегическим направлениям организации. Например, если ее основным приоритетом является инновационное развитие, то методы мотивации должны стимулировать

творческий подход и инициативу работников.

2. Гибкость системы мотивации. Система мотивации должна быть гибкой и адаптивной, способной эффективно использовать различные методы мотивации в зависимости от ситуации и особенностей персонала, что позволяет руководству эффективно реагировать на изменения внутренней и внешней среды организации.

3. Адаптивность к динамичной внешней среде. Система мотивации должна быть готова к адаптации к изменениям во внешней среде (изменения в законодательстве, действия конкурентов, экономический кризис, санкции и т.д.). Реализация принципа адаптивности помогает организации оставаться конкурентоспособной и успешно функционировать в турбулентных рыночных условиях.

4. Комплексность системы мотивации. Система мотивации должна учитывать множество факторов, влияющих на мотивацию сотрудников, такие как финансовые стимулы, карьерные возможности, признание труда, развитие профессиональных навыков и т.д. Реализация данного принципа позволяет создать более эффективную и всестороннюю систему мотивации организации.

5. Системность. Принцип системности предполагает взаимосвязь и согласованность различных элементов и методов системы мотивации. Все элементы системы должны взаимодействовать между собой и дополнять друг друга, чтобы обеспечить максимальную эффективность мотивации труда работников.

6. Ясность системы мотивации. Критерии оценки труда и система вознаграждения должны быть понятными и прозрачными для всех сотрудников, что позволяет избежать недовольства и конфликтов среди работников и создает условия для максимальной мотивации и производительности труда.

При построении эффективной системы мотивации труда работников организации основной задачей является разработка и закрепление требуемого поведения для достижения корпоративных целей. Существует несколько способов решения поставленной задачи:

1. Удовлетворение существующих потребностей персонала. Руководство организации должно анализировать и определять структуру потребностей своих работников, и на основе этого создавать гибкую и адаптивную систему мотивации, способную удовлетворить потребности каждого члена трудового коллектива, что позволит подстроить систему мотивации под особенности каждого работника.

2. Выявление потребностей персонала, соответствующих существующей системе мотивации. В данном случае руководство учитывает философию и культуру организации, а также другие внутренние факторы, влияющие на поведение персонала, что позволяет создать долгосрочную систему мотивации, соответствующую стратегическим целям организации.

Таким образом, можно заключить, что система мотивации труда работников на сегодняшний день выступает неотъемлемым элементом системы управления персоналом любой организации. Грамотно выстроенная система мотивации способствует повышению инициативы и качества труда работников, что является ключевым фактором успешного развития и функционирования организации в целом.

На сегодняшний день наукой и практикой управления персоналом коммерческих организаций выработаны эффективные формы и методы трудовой мотивации, которые активно используются для стимулирования и мотивации персонала. Современная рыночная модель мотивации труда работников включает несколько основных форм:

1. Прямое материальное вознаграждение – одна из наиболее распространенных форм мотивации, которая включает выплату заработной платы, премий, бонусов и иных денежных поощрений непосредственно за выполненную работу или достижение определенных результатов.

2. Косвенное материальное вознаграждение (система бенефитов). Кроме прямых финансовых выплат, современные организации также предлагают различные дополнительные льготы и бонусы, такие как медицинское страхование, корпоративные скидки, пенсионные

программы и т.д. Такие бенефиты способствуют повышению уровня удовлетворенности работников и укреплению связей с организацией.

3. Неденежное стимулирование. Включает в себя различные формы поощрения, которые не связаны с финансовыми выплатами, такие как поощрительные слова, благодарности, награды, грамоты, символические подарки и т. д. Они особенно важны для поддержания морального духа и укрепления команды.

4. Программы вознаграждений (комбинация материальных и нематериальных стимулов). Многие организации предлагают комплексные программы вознаграждений, включающие в себя как материальные, так и нематериальные стимулы. Например, комбинация премий, бонусов, возможностей карьерного роста, профессионального обучения, корпоративных мероприятий и т.д.

5. Система материального и нематериального наказания. Кроме поощрений, система мотивации также включает в себя меры наказания за несоблюдение правил, низкую производительность или другие нарушения. Например, штрафы, дисциплинарные взыскания, временное лишение привилегий и т.д. Данные меры направлены на поддержание дисциплины и выполнение стандартов работы.

Комбинирование различных форм и методов мотивации помогает организациям создавать более эффективные и комплексные системы стимулирования персонала, способствующие достижению стратегических целей компании и удовлетворению потребностей работников, что представлено на рисунке 10.2.

Рассмотрим их подробнее.

Основой материального стимулирования труда являются трудовые доходы, которые могут быть представлены различными видами:

– доход от трудовой деятельности по основной работе – включает в себя заработную плату, доплаты, надбавки, премии и компенсации за выполненную работу;

– доходы от выполнения работ по совместительству. В случае, если работник выполняет дополнительную работу, он получает

дополнительный доход;

– доходы по договорам гражданско-правового характера – доходы, полученные по договорам купли-продажи, займа, аренды, перевозки и другим видам соглашений;

– стимулирование за предоставление услуг и благ – работники могут получать дополнительные доходы, например, за транспортные услуги, механизированные работы и т.д.;

– доходы от собственности – дивиденды по акциям, проценты по финансовым вложениям и другие доходы от имущества.

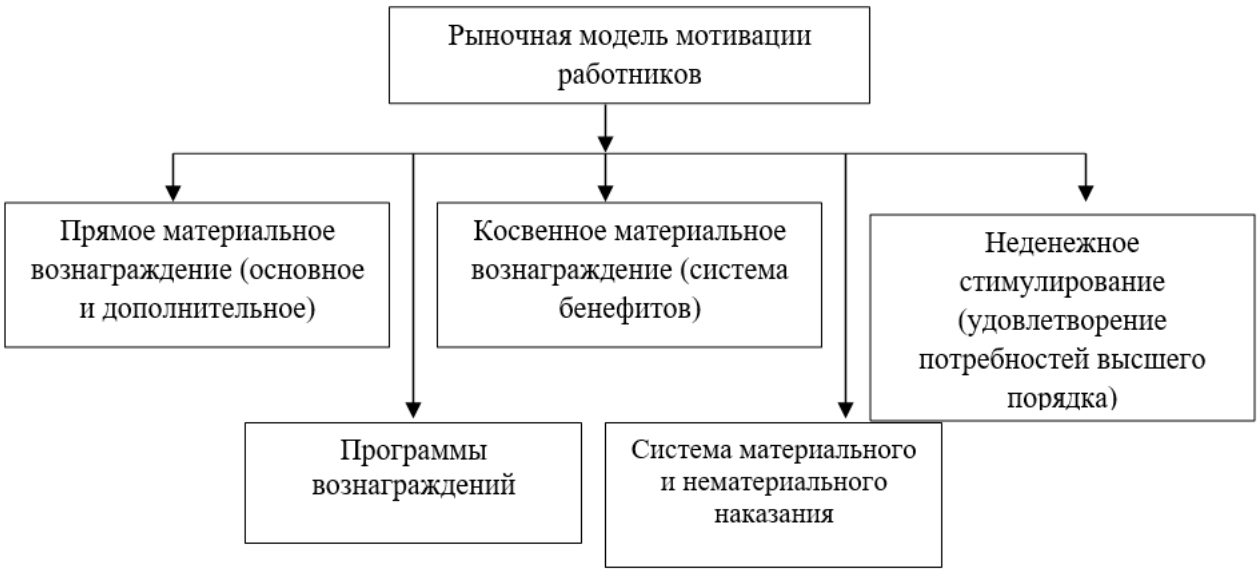

Рисунок 10.2 – Основные составляющие рыночной модели мотивации работников организации

Система материального стимулирования представляет собой совокупность экономических мер, с помощью которых предприятие воздействует на интересы своих работников. Важно, чтобы эта система была сбалансированной и учитывала как основные, так и дополнительные вознаграждения, чтобы обеспечить максимальное удовлетворение потребностей работников и повысить их мотивацию к труду.

Система бенефитов функционирует по принципу «меню кафетерия», что обеспечивает гибкость и адаптацию к индивидуальным потребностям каждого сотрудника. По завершении испытательного срока работник получает определенное количество бенефитов и имеет возможность выбрать те, которые наиболее интересны и полезны для него.

В российской практике система косвенного материального стимулирования включает как обязательные, так и добровольные бенефиты:

1. Обязательные бенефиты, регламентируемые трудовым законодательством, включают оплату больничных листов, ежегодных отпусков, медицинское страхование и отчисления на пенсионное обеспечение.

2. Добровольные бенефиты предоставляются работодателями по собственной инициативе и могут включать в себя, например:

- добровольное медицинское страхование;
- медицинское обслуживание для пенсионеров;
- пенсионные накопительные механизмы;
- оплату времени болезни;
- страхование жизни работников и их семей;
- дополнительные выходные и дни отпуска;
- оплату обучения и повышения квалификации;
- возможность приобретения акций компании;
- компенсацию услуг сотовой связи;
- транспортные услуги и компенсацию проезда;
- оздоровительные программы и путевки в санатории и лагеря;
- обеды и услуги детских садов для детей сотрудников;
- кредиты на покупку жилья и автомобиля.

Система бенефитов не ограничивается представленным перечнем списком и может быть адаптирована под конкретные потребности организации и ее работников. Обновление пакета бенефитов, как правило, происходит ежегодно, что позволяет работникам сохранять или изменять

выбранные возможности в соответствии с их потребностями и желаниями. Такая комплексная система мотивации дополняется неэкономическими программами, такими как дополнительные выходные или отгулы за высокие результаты работы.

Принцип материальной заинтересованности проявляется в системе материального стимулирования, которая состоит из двух основных частей:

1. Гарантированная часть заработка, выплачиваемая согласно контракту в течение года в качестве минимальной гарантированной ставки, также известной как аванс.

2. Оплата по результатам производства, зависящая от количества и качества продукции, а также уровня издержек на ее производство.

Данная система должна стимулировать высокую производительность и качество работы, а также снижать издержки производства. Одновременно она должна предусматривать материальную ответственность за недостатки и упущения. Правильно организованная система материальной мотивации должна совмещать интересы работников, коллектива и организации в целом, что помогает смягчить антагонистические противоречия между ними и способствует более эффективной деятельности организации.

Важное значение в системе материальной мотивации имеет заработная плата. Ее стимулирующая функция зависит от используемых форм и систем оплаты труда. Например, премиальная часть заработной платы, которая выплачивается за достижение годовых результатов, оказывает наибольшее стимулирующее воздействие на работников.

Для эффективной системы материального стимулирования важно учитывать следующие аспекты:

– необходимо избегать уравнительного получения заработка работниками разных профессий и уровней квалификации, чтобы поощрять самоотдачу и профессионализм;

– важно устанавливать оптимальный диапазон разрядов и коэффициентов оплаты для различных профессий;

– размер материального поощрения должен тесно коррелировать с конкретными результатами производственной и финансовой деятельности предприятия.

Таким образом, эффективная система материальной мотивации играет важную роль в стимулировании работников и обеспечении успешной деятельности коммерческой организации.

Нематериальная мотивация представляет собой разнообразные внешние стимулы, не связанные с финансовой компенсацией, которыми организация может оперировать для поощрения эффективного труда своих сотрудников. Данная форма мотивации труда предполагает создание социально-психологической атмосферы, разработку стиля управления, предоставление возможностей для карьерного и профессионального роста, а также символы служебного положения и подарки.

Рассмотрим некоторые методы нематериальных стимулов, направления их применения и возможный эффект.

1. Официальное признание заслуг – награждение почетными грамотами, значками, медалями, помещение на доску почета и другие формы признания заслуг. Однако, для успешной реализации этого вида стимуляции необходимо наличие объективных критериев оценки, чтобы избежать возможной социальной нестабильности в коллективе.

2. Предоставление возможностей для творчества – освобождение от рутинных обязанностей, выделение ресурсов для творческих задач и назначение на руководящие позиции в проектах нововведений. Для успешного применения этого метода необходим высокий уровень диагностики потребностей и знаний сотрудников.

3. Привлечение работников к управлению – участие сотрудников в принятии решений и работу в комитетах и комиссиях. Данный метод мотивации подходит для обеих организационных структур, за исключением, возможно, механистического подхода к делегированию полномочий.

4. Изменение статуса работника – продвижение по службе, присвоение категорий и другие изменения в статусе сотрудника.

5. Улучшение условий труда и режима работы – улучшение психофизиологических и эргономических условий труда, внедрение новых технологий и предоставление свободного графика работы.

6. Стиль управления – перекликается со стимулами «Привлечение работников к управлению» и «Улучшение условий труда и режим работы», но в отличие от них, стиль управления подразумевает неформальное использование стимулирующих воздействий, и содержит эмоциональный элемент.

7. Организационная культура – изменение организационной культуры может иметь медленный, но существенный стимулирующий эффект.

8. Повышение престижа и привлекательности труда – различные способы улучшения условий труда и повышения привлекательности работы для сотрудников.

Эффективное применение этих методов нематериальной мотивации может способствовать улучшению мотивации сотрудников и повышению эффективности деятельности организации. Каждый из них или систему в совокупности можно применять только после тщательной диагностики потребностей персонала, выявления зависимости того или иного вида от специфики структуры организационного управления.

Система мотивации также включает различные формы наказания, как материальные, так и нематериальные, методы которых сгруппированы далее в таблице 10.2.

Таблица 10.2 – Формы и методы материального и нематериального наказания работников предприятия

Форма наказания	Метод наказания
Материальное наказание	− лишение полностью или частично премиальных и иных дополнительных выплат к зарплате; − взыскание с работника ущерба, причиненного работодателю; − отказ в предоставлении всех или части материальных льгот; − снижение или лишение выходного пособия при увольнении работника по инициативе администрации за грубое нарушение трудового распорядка
Нематериальное наказание	- перевод на низшую должность; - временное лишение одного или нескольких преимуществ и льгот, предоставляемых предприятием работнику по перечню нематериальных стимулов к труду; - психологическая изоляция; - снижение социального статуса в коллективе (лишение почетных званий, отстранение от выполнения руководящих функций); - дисциплинарное взыскание – объявление устного замечания, выговора или строгого выговора в приказе, увольнение работника по инициативе работодателя

Основная цель наказания в контексте управления трудовыми отношениями заключается в предотвращении действий, которые могут нанести ущерб предприятию или нарушить его нормы и порядок. В сущности, наказание играет роль барьера, который мешает работнику повторять совершенные нарушения и устанавливает границы приемлемого поведения. Кроме того, действия работодателя в сфере наказания служат примером и ориентиром для всего трудового коллектива, подчеркивая важность соблюдения установленных правил и норм.

Эффективность наказания проявляется тогда, когда оно оказывает необходимое психологическое воздействие на нарушителя и на всю команду. При этом, применяя наказание за нежелательные действия, руководство подчеркивает свою поддержку тем работникам, которые следуют правилам и усилиями поддерживают высокие стандарты работы. Такой подход не только способствует установлению дисциплины и порядка на предприятии, но и формирует позитивную рабочую культуру,

основанную на уважении к правилам и взаимопонимании между работниками и руководством.

При применении наказания к сотруднику обязательным является предоставление объяснения его причин и последствий. Наказание должно быть пропорциональным нарушению. Материальное воздействие допустимо лишь в случае непосредственного материального ущерба, подлежащего измерению и оценке.

Современная система мотивации работников включает следующие основные формы: «прямое материальное вознаграждение, косвенное материальное вознаграждение (система бенефитов), нематериальное стимулирование, программы вознаграждений (комбинация материальных и нематериальных стимулов), а также материальное и нематериальное наказание. При этом, материальное стимулирование является основой мотивации труда персонала в России» [15].

В современных условиях эффективными методами мотивации труда работников являются: денежные премии за достижение целей, индивидуальные поощрения, улучшение системы организации труда и управления, социальная поддержка работников, а также нематериальные стимулы, наказание.

Важно подчеркнуть, что не существует универсальной модели мотивации труда работников. Каждая организация должна разработать индивидуальную программу мотивации персонала, учитывая особенности собственной деятельности и корпоративные цели.

Вместе с тем, исследование практики работы современных систем мотивации российских предприятий позволяет выделить следующие проблемы в данной области:

1. Недостаточное понимание значения мотивации персонала. Руководители многих отечественных организаций не всегда осознают важность мотивации для повышения производительности и эффективности труда своих работников и уделяют данным вопросам поверхностное внимание. Недостаточное понимание механизмов мотивации может привести к неправильному выбору инструментов и

методов стимулирования, что, в свою очередь может негативно сказаться на работе персонала и достижении корпоративных целей организации.

2. Преобладание наказаний в системе мотивации. Использование исключительно негативных мотиваторов, таких, как штрафы или угрозы, может привести к демотивации работников. Когда люди чувствуют, что могут быть наказаны за неудачи или ошибки трудовой деятельности, они могут стать слишком осторожными и избегать рискованных действий, что может привести к снижению инициативности и творческого подхода в работе. Вместо этого, система мотивации должна быть сбалансированной, включая как позитивные, так и негативные мотиваторы, чтобы стимулировать желаемое поведение, сохраняя, при этом, мотивацию и энтузиазм работников при выполнении трудовых обязанностей.

3. При построении системы мотивации не учитываются ожидания и интересы работников. Понимание и учет ожиданий и интересов работников является ключевым аспектом успешной системы мотивации. Если работники ощущают несоответствие между своими потребностями и целями организации, то могут потерять мотивацию и чувство принадлежности к коллективу. Поэтому важно включить механизмы обратной связи и диалога с персоналом при разработке и реализации системы мотивации.

4. Большой временной интервал между результатами и поощрениями. Задержка в поощрении трудовых заслуг может снижать эффективность труда. Если работники не получают поощрения за свои достижения вовремя, то могут потерять мотивацию и интерес к работе. Поэтому важно организовать систему мотивации таким образом, чтобы поощрения следовали за желаемым поведением как можно быстрее, чтобы усиливать его и поддерживать высокий уровень мотивации персонала.

5. Отсутствие мониторинга и поддержки системы мотивации. Необходимо постоянно отслеживать эффективность и корректировать систему мотивации в случае необходимости. Без системы мониторинга и поддержки система мотивации может устареть и перестать быть эффективной в условиях турбулентной внешней среды. Постоянный

анализ результатов и обратная связь от работников позволяют своевременно корректировать систему мотивации и поддерживать ее высокий уровень.

6. Отсутствие информирования сотрудников о методах мотивации. Важно, чтобы работники понимали, какие методы мотивации используются в их организации. Понимание применяемых методов и их связи с достижением целей помогает персоналу осознать собственную роль в организации и направить свои усилия в нужном направлении. Кроме того, информирование работников о методах мотивации способствует укреплению доверия между руководством и персоналом.

Таким образом, мотивация труда представляет собой процесс осознанного выбора работниками определенного поведения, определяемого воздействием внешних стимулов и внутренних мотивов. Грамотно выстроенная система мотивации способствует повышению инициативы и качества труда работников, что является ключевым фактором успешного развития и функционирования организации в целом.

Список использованных источников

1. Большой психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. М., 2021. С. 433.

2. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского. Изд. 2-е, расш., испр. и доп. Ростов н/Д.: Феникс, 2020. С. 133.

3. Большой энциклопедический словарь / Под. ред. А. М. Прохоров. Изд. 6-е, перераб. и доп. Москва : Большая Российская энциклопедия, 2022. С. 976.

4. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации: учеб.-практ. пособие / С.В. Шекшня. Изд. 4-е, доп. Москва : ЦЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 2020. С. 121.

5. Лапуста М.Г. Предпринимательство / под ред. М.Г. Лапусты. Москва: ИНФРА-М, 2020. С. 211.

6. Журавлев П.В. Технология управления персоналом / П.В. Журавлев, С.А. Карташов, Н.К. Маусов. – Москва : «Экзамен», 2014. С. 176.

7. Менеджмент организации: учеб. пособие / Под ред. З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. Москва: ИНФРА-М, 2021. С. 232.

8. Травин В.В. Основы кадрового менеджмента / В.В. Травин, В.А. Дятлов. Изд. 4-е., испр. и доп. Москва: Дело, 2020. С. 155.

9. Герчиков В.И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: учеб. пособие / В.И. Герчиков. Москва: ИНФРА-М, 2020. С. 132.

10. Герш М.В. Еще раз о мотивации / М.В. Герш // Отдел кадров коммерческой организации. 2013. № 9. С. 13.

11. Управление персоналом: учеб. пособие / под общ. ред. А.Я. Кибанова. Москва: КноРус, 2023. С. 98.

12. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. Изд. 7-е. Москва: Магистр, 2023. С. 132.

13. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. Москва : Политическая литература, 1975. С. 89.

14. Алтунина И.Р. Проблемы мотивации в зарубежных теориях личности // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2020. № 4. С. 18.

15. Покшиванова О.П. Мотивация персонала: основные виды и методы / О.П. Покшиванова // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 8(66). С. 129.

Научное издание

КАЧЕСТВЕННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Монография

Публикуется в авторской редакции

ISBN 978-5-00207-571-3

Подписано в печать 17.06.2024.
Формат 60×84 1/16. Гарнитура Times New Roman. Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 11,34. Тираж 500 экз. Заказ _____.

Отпечатано в соответствии с предоставленным материалом
в ООО «Амирит», 410004, г. Саратов, ул. Чернышевского, 88.
Тел.: 8-800-700-86-33 | (845-2) 24-86-33
E-mail: zakaz@amirit.ru
Сайт: amirit.ru

ISBN 978-5-00207-571-3