

ISSN 2072-0297

# МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



**41** 2021  
ЧАСТЬ III

16+

# Молодой ученый

## Международный научный журнал

### № 41 (383) / 2021

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

*Главный редактор:* Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

*Редакционная коллегия:*

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)  
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)  
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук  
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук  
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук  
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук  
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)  
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)  
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук  
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук  
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук  
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук  
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук  
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук  
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук  
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения  
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)  
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)  
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)  
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук  
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук  
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук  
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук  
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук  
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук  
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук  
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук  
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук  
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук  
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)  
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)  
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук  
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук  
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук  
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук  
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)  
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук  
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры  
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)  
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук  
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

*Международный редакционный совет:*

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)  
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)  
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)  
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)  
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)  
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)  
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)  
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)  
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)  
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)  
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)  
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)  
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)  
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)  
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)  
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)  
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)  
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)  
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)  
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)  
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)  
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)  
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)  
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)  
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)  
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)  
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)  
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)  
Рахмонов Азиз Боситович, доктор философии (PhD) по педагогическим наукам (Узбекистан)  
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)  
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)  
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)  
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)  
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)  
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)  
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)  
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)  
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)



---

---

На обложке изображен Михаил Иванович Будыко (1920–2001), советский ученый, геофизик, климатолог.

Михаил Иванович родился в Белоруссии, в Гомеле. Его родители прежде жили в Петрограде, и когда сыну было 9 лет, вернулись в свой родной город. Там Будыко поступил в Ленинградский политехнический институт, по окончании которого получил распределение в Ленинградскую главную геофизическую обсерваторию имени Воейкова.

В начале войны вся семья Будыко, как и многие преподаватели и студенты ЛПИ, была эвакуирована в Свердловск. Там Михаил Иванович сблизился со своим компаньоном по ленинградским шахматным турнирам Михаилом Исааковичем Юдиным, которому было поручено сформировать отдел военной метеорологии, и Будыко согласился в него войти, совмещая работу с учебой. Здесь же он познакомился с физиком-теоретиком Марком Берляндом. Ни Будыко, ни Берлянд не изучали ранее метеорологию и поначалу рассматривали свою работу в Главной геофизической обсерватории как временную, обусловленную запросами военного периода.

В 28 лет Михаил Иванович выпустил свою первую монографию «Испарение в естественных условиях», ставшую его докторской диссертацией. Совместно со своим учителем, географом и климатологом Андреем Алексеевичем Григорьевым, он занимался исследованиями по климатической зональности и классификации климатов. Эти работы заложили основы новой отрасли знания, способной не только предсказать изменения климата, но и заставить климат изменяться в заданном направлении — в сторону как потепления, так и похолодания. Григорьев и Будыко пришли к пониманию того, что управляющим механизмом климата является тепловой баланс поверхности Земли. В результате они открыли периодический закон географической зональности и предложили оригинальную классификацию климатов Земли. Логическим продолжением работ по классификации климата и природных зон было широкое исследование энергетического баланса земной поверхности и публикация атласа теплового баланса Земли.

В начале 1960-х годов Будыко продолжил изучение связей между тепловым балансом поверхности и климатом. Особый интерес у него вызывала обратная связь между тепловым балансом, температурой поверхности и морскими льдами («Полярные льды и климат»). Так, в статье «О некоторых способах изменений кли-

мата», основываясь на результатах изучения обратной связи между тепловым балансом и льдами, ученый пришел к выводу о возможности быстрого, рукотворного потепления в Арктике. Для этого достаточно распылить над Арктикой сажу из отходов резиновой промышленности, собранную за несколько лет. Быстрое потемнение поверхности льда и снега должно увеличить количество поглощенной солнечной радиации и привести к ускоренному таянию морских льдов. Суть открытия Будыко заключалась в том, что после освобождения Арктики от плавающих льдов образование нового ледяного покрова потребует больших изменений в тепловом балансе поверхности, чем их таяние. Понимание важности обратной связи между льдами и климатом натолкнуло Будыко на идею создания математической модели глобального климата, в которой изменения температуры связаны не только с изменениями солнечной радиации, но и с интенсивностью обратной связи между льдами и тепловым балансом (известна как модель Будыко — Селлеса).

В книге «Климат и жизнь» (1971 г.) Будыко показал, как климат мог изменяться в прошлом под воздействием вулканической активности, которая, с одной стороны, насыщала атмосферу CO<sub>2</sub>, а с другой — приводила к повышению концентрации аэрозольных частиц в атмосфере. Он определил два наиболее важных для понимания истории климата планеты фактора — атмосферную концентрацию CO<sub>2</sub> и атмосферную аэрозоль.

С 1975 года Будыко работал в Государственном гидрологическом институте, где создал отдел исследований изменений климата. Ученый и его сотрудники предложили новый подход к прогнозированию состояния климатической системы — посредством составления так называемых аналогов климата будущего.

Выдающиеся качества Михаила Ивановича Будыко не остались незамеченными. Он был почетным членом Русского географического общества и Американского метеорологического общества. Был награжден орденами Октябрьской Революции, Трудового Красного Знамени, «За заслуги перед Отечеством» II степени; стал лауреатом Ленинской и других премий, удостоен золотой медали имени Ф. П. Литке, золотой медали Всемирной метеорологической организации, медали имени Роберта Хортона, а также получил почетную премию «Голубая Планета» Фонда Асахи.

*Екатерина Осянина, ответственный редактор*

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

### ГЕОГРАФИЯ

- Веревкина Е. Н.**  
Первые люди в Арктике ..... 129

### ГЕОЛОГИЯ

- Пухарева Ю. В.**  
Экспресс-метод определения  
водонасыщенности нефтепродуктов по краевому  
углу смачивания ..... 131

### ЭКОЛОГИЯ

- Mirtilekova A. M.**  
Unequal distribution of water in Issyk-Kul region,  
Kyrgyzstan ..... 134

### СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

- Гурдов А. Б.**  
Сбор и введение полевых данных при  
использовании модели AquaCrop для  
планирования орошения сельскохозяйственных  
земель ..... 139

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Бурыкин А. В., Гордиенко А. М.**  
Экономические аспекты мирового футбола.... 145
- Васильева В. А.**  
Анализ кредитоспособности заёмщика —  
физического лица на примере ПАО «ПСБ» ..... 147
- Васильева В. А.**  
Методика оценки финансового состояния  
заёмщика как фактор обеспечения  
экономической безопасности банка ..... 149
- Васильева В. А.**  
Формы и методы управления  
качеством кредитного портфеля  
коммерческого банка ..... 152

- Вшивцев К. С.**  
Моделирование макроэкономических  
процессов с использованием моделей панельных  
данных ..... 154
- Данилина М. Н.**  
Социальное предпринимательство в индустрии  
гостеприимства..... 159
- Данилина М. Н.**  
Формирование бренда предприятия в сфере  
HoReCa ..... 163
- Ивахненко В. В., Каибханова С. И.,  
Маркова Л. А.**  
Источники формирования капитала как основа  
финансовой устойчивости банка..... 170
- Коваленко Н. В.**  
Сегментация рынка инвестиционных услуг .... 173
- Медвинский А. О.**  
Методы и критерии оценки  
конкурентоспособности специализированного  
предприятия строительной отрасли ..... 176
- Нуралиева Б. К.**  
Малый бизнес и частное предпринимательство —  
основа экономического развития страны ..... 179
- Нысанов У. Б.**  
Особенности управления финансовыми рисками  
в девелопменте..... 181
- Самолевский Г. Н.**  
Государственное регулирование в трудовых  
отношениях: вчера и сегодня..... 184
- Синельникова Ю. А.**  
Проблемы государственного регулирования  
строительной отрасли..... 186
- Турдыбеков Р. У.**  
Модернизация многоквартирного жилого фонда  
в городе Нур-Султане с принципами зеленой  
экономики ..... 190
- Хасанова А. И.**  
Влияние учетной политики на качество учетной  
информации об основных средствах..... 193
- Шарапов М. М., Кандзюба И. А., Шевченко О. И.**  
Влияние политики на экономику ..... 195

**Шохина С. В.**

Анализ управления частной инвестиционной  
деятельностью физических лиц в России:  
сравнение условий крупнейших брокерских  
клиентов ..... 197

## МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

**Шохина С. В.**

Анализ методов продвижения  
российских инвестиционных продуктов для  
физических лиц ..... 200

## ГЕОГРАФИЯ

### Первые люди в Арктике

Веревкина Евгения Николаевна, учитель географии

МБОУ СОШ имени В. М. Комарова с УИАЯ ЗАТО г.о. Звёздный городок Московской обл.

*Если в наши дни советские люди совершают героические подвиги в космосе, то в те годы передний край борьбы человека за завоевание тайн природы проходил в Арктике.*

*И. Д. Папанин, доктор географических наук,  
дважды Герой Советского Союза.*

**В** XIX веке многие мореплаватели считали, что в районе Северного полюса существует море, которое не покрыто льдами. Считалось, что по этому морю беспрепятственно можно было доплыть до Китая и Индии. В северные широты стали отправляться одна за другой экспедиции, которые надеялись найти это море.

В 1827 году Уильям Эдуард Парри по плавучим льдам отправился к Северному полюсу. Путешествовал он со своими спутниками на санях-лодках. Но циклоны, которые проникают сюда во все сезоны и приносят облачность, осадки и ветер до 15–20 м/с, довольно быстро вынудили команду вернуться обратно.

Невиданное упорство проявил американец Роберт Пири. Пять раз он побывал на севере Гренландии, готовясь к походу на Северный полюс. Поэтому Гренландию часто называют Землей Пири. В апреле 1909 года на с первой попытки Роберту Пири удалось достичь Северного полюса. Пробыл он там 70 часов и в очень короткие сроки вернулся обратно. Именно такое скорое возвращение путешественника вызвало у многих сомнение: а был ли Пири на полюсе. Ведь именно в это время появился еще один претендент на первооткрывателя — Ф. Кук. Кто первым побывал на полюсе: Кук или Пири, решил суд. Первооткрывателем был признан Роберт Пири.

Позже были попытки достичь Северного полюса на самолете. Руаль Амундсен, норвежский путешественник, в 1926 году совершил первый неудачный полет. Амундсен рос очень болезненным мальчиком, был слабее ровесников. Но он был очень решительным и упрямым. Руаль поставил перед собой цель стать капитаном корабля. Для достижения цели он изнурял себя физическими упражнениями, обливался ледяной водой. И в 18 лет он отправился матросом на корабле в свое путешествие. Такой целеустремленный, так все-таки почему его полет на Северный полюс стал неудачным? Из-за погодных условий команде пришлось совершить вынужденную посадку на льдине. Двадцать четыре дня они провели на ледяной глыбе. Амундсена и его ко-

манду считали погибшими. Но, благодаря невероятному труду и терпению, им удалось поднять самолет в воздух и вернуться на Шпицберген. Но позже Амундсен все-таки совершил полет над Северным полюсом на дирижабле «Норвегия».

В 1937 году, спустя 11 лет после полета Амундсена, на покорение Северного полюса пришли не рекордсмены, а ученые, во главе с Иваном Папаниным. «Их давно и крепко привязал к себе суровый, необжитый северный край, с его неоглядными просторами, моржами, нерпами и ледовыми бродягами — белыми медведями. Там ездовые собаки заменяют такси, а с гранитных скал сползают тысячетонные языки глетчеров, и по небу тревожно бежит и щемит душу северное сияние». Бороздин В. П. «На льдине — в неизвестность» М., «Молодая гвардия», 1971. 176с.

Девять месяцев зимовщики-ученые провели в сложнейших условиях Арктики. «Девять месяцев непрерывной научной работы, две с половиной тысячи километров труднейшего ледового пути позади. А у четверых ледовых жителей почему-то вдруг тоскливо защемило сердце». Бороздин В. П. «На льдине — в неизвестность» М., «Молодая гвардия», 1971. 176с. Вклад наших соотечественников в изучение Арктики огромен. Изучались океанические воды, рельеф, климатические условия, флора и фауна сурового края. Но и после возвращения из экспедиции работа Папанина по изучению Арктики не прекратилась. Иван Дмитриевич возглавил Главное управление Северного морского пути. Руководил экспедицией, которая выводила из льдов Арктики дрейфовавший в течение двадцати семи месяцев ледокольный пароход «Георгий Седов».

Подвиг папанинцев повторил в 1950 году коллектив дрейфующей станции «Северный полюс — 2» под руководством Михаила Сомова. Позже экспедиции «Северный полюс» стали уже ежегодными.

Хотелось бы упомянуть и о первых «одиночках» на Северном полюсе. Японский исследователь и альпинист Наоми

Уемура стал первым человеком, достигшим Северного полюса в одиночку в 1978 году. Он прошел 725 километров со средней скоростью 13 километров в день на санях с упряжкой из семнадцати лаек. А доктор Жан-Луи-Этьен из Франции достиг полюса в 1986 году в одиночку и без лаек.

Изучение Арктики продолжается и по сей день. Облегчили путь в Арктику современные атомные ледоколы. В далеком 1941 году в журнале «Техника — молодежи» описывался корабль севера: «Этот необычный корабль представляет собой как бы полуподводное судно. Его громадный корпус находится под водой. Над поверхностью воды возвышается лишь сравнительно небольшая рубка с двумя трубами, капитанским мостиком и радиомачтой. Там же находится катапульта, на которой установлен самолет». Конечно, современные ледоколы мало похожи на описанные в 1941 году, но были и совпа-

дения, например, в способах передвижения: «Вот судно, набрав скорость, как бы с разбегу врывается своей надводной частью в толщу льда. Так как рубка встречает при этом большее сопротивление, чем корпус, то весь корабль совершает продольное колебание и носом снизу раскалывает лед. В ледяном поле образуется узкая, но достаточная для прохода рубки колея, и судно движется вперед».

Современная Арктика все также манит исследователей и ученых. Но все большее и большее вмешательство человека приводит к разного рода проблемам. Добыча нефти в шельфовой зоне приводит к экологическим проблемам. Браконьеры уничтожают редкие виды животных. Наличие атомных объектов приводит к радиоактивному заражению всего живого в Арктике. Человеку необходимо уметь исследовать и изучать, не уничтожая!

#### Литература:

1. Бороздин В. П. «На льдине — в неизвестность» М.: «Молодая гвардия», 1971. — 176 с.
2. Смирнова Т. А. «Хрестоматия по географии материков и океанов». М.: Просвещение, 1987—415 с.
3. Амундсен Руаль «Моя жизнь. Южный полюс». Бомбора, 2019—512 с.
4. Алиев Рамиз «Изнанка белого». Paulsen, 2020—408 с.
5. Корякин В. с. «Пири против Кука». Paulsen, 2018—248 с.
6. Симакова Людмила «Русский у Амундсена». Paulsen, 2015—320 с.
7. Журнал «Техника — молодежи», 1941 г. № 3 с. 43



# ГЕОЛОГИЯ

## Экспресс-метод определения водонасыщенности нефтепродуктов по краевому углу смачивания

Пухарева Юлия Валерьевна, студент  
Тюменский государственный университет

**Ключевые слова:** краевой угол смачивания, водонасыщенность нефтепродуктов, Самотлорское месторождение, процесс смачивания, содержание воды, нефть.

Анализ смачивающих свойств жидкостей и флюидов широко применяется в различных областях науки, включая нефтегазодобычу и нефтегазопромысловую геологию. В частности, нефть с водонасыщенностью более 0,5% затруднительно протекает по трубопроводу, потому что жидкость выпадает на стенки. Следовательно, требуется предварительно определить процентное содержание воды в нефти и нефтепродуктах. Это довольно трудоемкий процесс. Существует несколько способов определения данной величины, но все они требуют большого количества времени и дорогостоящего оборудования.

Цель статьи заключается в разработке экспресс-метода определения водонасыщенности нефтепродуктов по краевому углу смачивания. Метод основан на том, что водонасыщенность сказывается на смачивающих свойствах флюида.

В рамках настоящей статьи проанализированы факторы, влияющие на процесс смачивания и проведено сравнение разработанного метода с существующими в настоящий момент. Также предлагается анализирующее консольное приложение, которое по введенным данным измерений может определить приблизительные показатели водонасыщенности.

### Явление смачивания

Смачивание характеризуется краевым углом  $\Theta$ .

Факторы, влияющие на  $\Theta$ , и меры, предпринятые чтобы нивелировать данные факторы:

1. **Полярность фаз. Процессы адсорбции. Шероховатость поверхности.** Для всех проб брались одинаковые стекла
2. **Концентрация ПАВ.** Для измерений брались одинаковые пробы чистой нефти юрского периода (Самотлорское месторождение, пласт Ю2)
3. **Температура.** Характеристики растворенного газа. Все измерение проводились в лаборатории при постоянной температуре 20С.

4. **Давление.** С ростом давления смачиваемость пород водными растворами ухудшается. Все измерения проводились при одинаковом атмосферном давлении 30.50 inHg.

5. **Состав вытесняемой воды.** Воды пласта Ю2 минерализованные.

6. **Минералогический состав.** Так как рассматриваются характеристики нефти для протекания по трубопроводу — этот пункт нивелируется.

### Разработка метода анализа нефтепродуктов на процентное содержание жидкости

В ходе исследования была выявлена зависимость краевого угла смачивания от водонасыщенности нефти. Бралась нефть трех различных проб Самотлорского месторождения (пласт Ю2). Несмотря на погрешность, которая в некоторых измерениях достигала 18% наблюдалась хорошая сходимость кривых во всех пробах. Анализируя среднее по данным графикам, видно, что вода увеличивает угол смачиваемости нефтью, что объясняется разницей плотностей воды и нефти (средняя плотность нефти Самотлорского месторождения — 848 кг/м<sup>3</sup>).

#### Ход работы:

- Нефть отмерялась автоматической пипеткой объемом 1000 мкл
- В капли нефти объемом X мкл добавляли по (100-X) мкл воды, так чтобы объем общей капли составлял ровно 100 мкл
- Фиксируя изменения угла смачивания, были получены зависимости (см. графики на рис. 1 и 2 для %-содержания нефти в капле)
- Для уменьшения погрешности проводились опыты с 7–10 каплями для каждой пробы.
- Каждое измерение проводилось на новом стерильном предметном стекле.

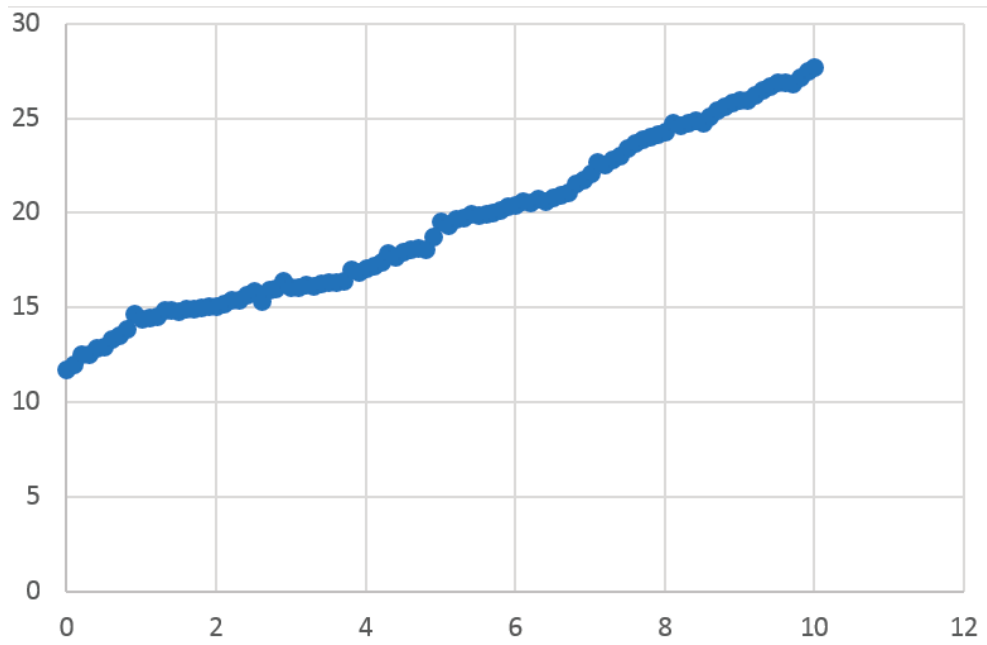


Рис. 1. Зависимость угла смачивания нефти стеклом (в градусах) от % содержания воды в ней

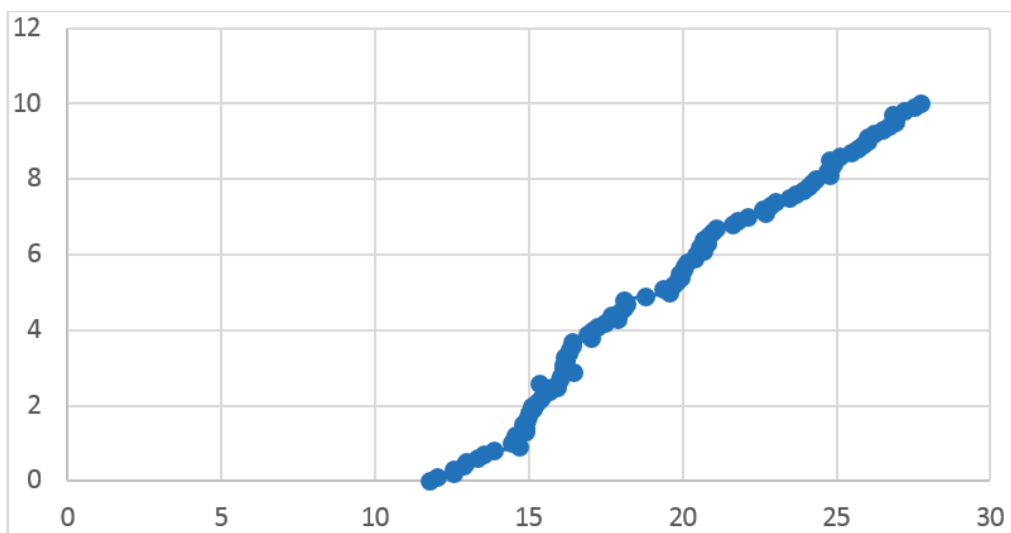


Рис. 2. Зависимость %-содержания воды в нефтепродукте от угла смачивания (следует из графика 1)

### Заключение

В результате серии опытов был разработан экспресс-метод определения водонасыщенности нефтепродуктов по краевому углу смачивания.

В ходе исследования был изучен процесс смачивания, выявлены факторы, оказывающие влияние на данный процесс, проанализированы преимущества и недостатки существующих методах анализа нефтепродуктов на водонасыщенность.

Данный экспресс-метод анализа нефти на водонасыщенность будет актуален в случае отсутствия времени или оборудования для более тщательного анализа, так как в некоторых измерениях погрешность достигала 18%, но тем не менее в некоторых случаях даже такой точности бывает достаточно чтобы определить пригодность нефти для дальнейшего применения в определенной сфере.

### Литература:

1. Сумм, Б. Д. Физико-химические основы смачивания и растекания. / Б. Д. Сумм, Ю. В. Горюнов, 1976. — с. — Текст: непосредственный.
2. А.Шварц, Дж Перри. Поверхностно активные вещества. — М.: Иностранной литературы, 1953. — С. 250. — 550 с.

3. Газилов Р. Э., Солодова Н. Л., Ваганов Б. Р. Трубопроводный транспорт тяжелой нефти и битумов. — Вестник технологического университета. 2017. — Т. 20, № 10
4. M. S. Rana. V.M. Samano. J. A. Ancheyta J. A. Diaz. 2007. A review of recent advances on process technologies for upgrading of heavy oils and residua. Fuel 86, 1216 — 1231.
5. И. И. Ерошкина. Влияние малых полимерных добавок на частоту пристенных турбулентных выбросов при течении жидкостей в трубопроводе/ И. И. Ерошкина. В. И. Марон. А. Д. Прохоров. С. Н. Челнинцев // Транспорт и хранение нефтепродуктов. 2000. — № 4. — С. 29–30.
6. Патент РФ 2105923, МКИ F17 D1/16, Способ трубопроводного транспорта высоковязких нефтей.

# ЭКОЛОГИЯ

## Unequal distribution of water in Issyk-Kul region, Kyrgyzstan

Mirtilekova Aizhamal Mirtilekovna, student master's degree  
Kazakh-German University (Almaty, Kazakhstan)

*The article deals with the problems of rational use of irrigation and return water. Also discusses the environmental situation in the region and public administration of water resources legal aspects, its main directions, water resources, water resources efficiency. The formation of governance discusses the issue of effective governance. Reflected questions of Water User Associations (WUA) in Kyrgyz Republic. Achievements WUA are shown under its development and problem-solving moments which suffer WUA and way of their decision.*

### INTRODUCTION

Issyk-Kul oblast is located in the north part of Kyrgyzstan. Its capital city is Karakol. Issyk-Kul is surrounded by Almaty Region, Kazakhstan from the north, Chuy Region from the west, Naryn Region from the southwest and Xinjiang, China from the southeast. Issyk-Kul takes its name from Lake Issyk-Kul which means «warm lake». This lake is world's second-largest high altitude lake. The lake surrounded by the ridges of the Tian Shan mountain system: the Kyungey Ala-Too mountains to the north and the Terskey Alatau to the south (the 'sunny' and 'shady' Alatau, respectively). To the south is mountains and 'jailoos' (mountain meadows used for summer grazing).

Kyrgyzstan is country in Central Asia where water resources are almost completely formed on it is own territory. It is hydrological future and big advantage. In spite of this here a lot of problems connected with water resource management. For Kyrgyzstan, which does not have significant natural resources, the question water policy is important because the established management practice water resources in the Central Asian region does not meet its interests. In Issyk-Kul region problem with water distribution have started after the collapse of Soviet Union. Now in this region there are around 20 villages. Where some of them has enough water for irrigation but other one has only limited access to water for irrigation. At the head of the village is Ayil Okmotu. Ayil Okmotu (village council) — an executive and administrative body under a strong (rural) or settlement kenesh, which manages the affairs of life support and the life activities of the local community within the limits of its powers.

### 1.1 Geographical location

The Toru-Aygyr River basin is located in the Issyk-Kul basin. In the north-east of Kyrgyzstan, among the powerful mountain ranges that form the Northern and Central Tien Shan, there is a huge basin of Lake Issyk-Kul, sometimes called the Kyrgyz Sea for its size. The length of the river is 19 km. It is lost 2 km south of the village of Toru-Aygyr. The closeness of the region, its elevation, the presence of a deep-water vast reservoir creates a great peculiarity of climatic conditions. Summer is warm. The average temperature in July on the coastal plain ranges from 16.5°-17.5°. Winter is mild. Average January temperatures -2.2°-10.7°. In the west of the Issyk-Kul region, there is almost no snow, while in the east there is a lot of snow and it stays stable all winter. Therefore, to the east, the vegetation becomes richer. Changes in climatic conditions should also be noted in accordance with the general law of vertical zoning — elevation. The climate of the region can be described as temperate continental. Maximum precipitation falls in the foothills in the spring, in April-May. As the spring maximum rises, it shifts to later months. For example, at the Balykchy weather station, the maximum precipitation is observed in July.

Precipitation play one of the main role of the formation of the river. According to the Hydrometcenter of Russia created the table 1 the monthly and annual precipitation (mm), with corrections for wetting according to MS Balykchy. According to Table 1, a graph of the monthly precipitation on the MS Balykchy is plotted.

This data is from 2015. It shows annual monthly and year precipitation. In this table we can see that the most precipitation comes to spring to early autumn 10 to 29 mm. Biggest amount of precipitation

Table 1. Monthly and annual precipitation (mm), adjusted for wetting at MS Balykchy

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	YEAR
0,7	0,6	2	10	20	28	29	21	10	4	1	0,4	127



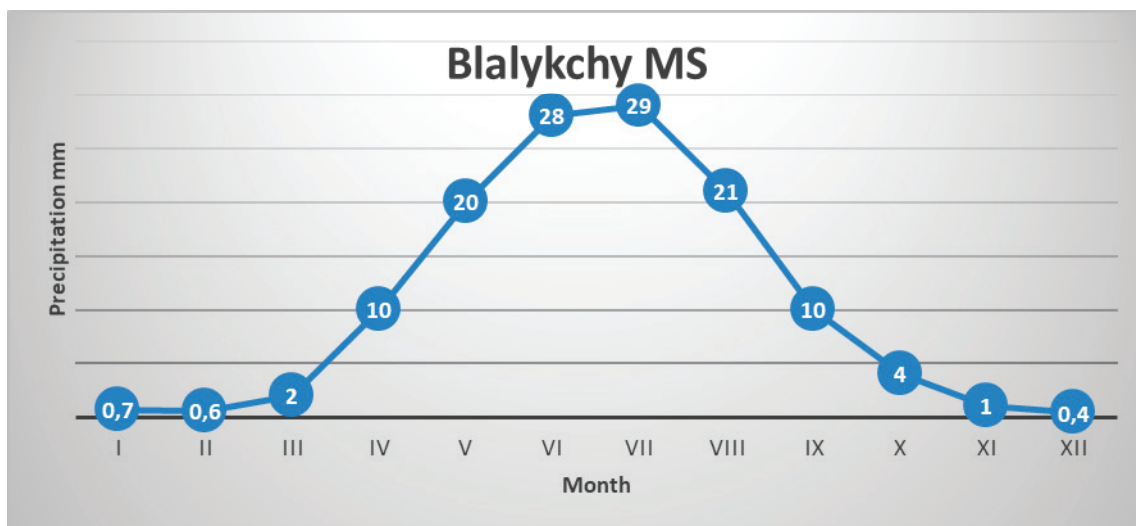


Fig. 1. Monthly and annual precipitation (precipitation, mm) in MS Balykchy

comes to July 29 mm. less precipitation comes to December 0,4 mm. Also created graph related to this data. As discussed earlier in the north-east part of Issyk-Kul there are few precipitation.

Grigoryevka is a village which located on the northern shore of Lake Issyk-Kul, at the foot of Kyungei-Ala-Too, one of the ridges of the Northern Tien Shan. The distance from Grigoryevka to the district center of the city of Cholpon-Ata is 34 km, to the regional center — Karakol — 109 km, to the capital of the republic — Bishkek — 295 km. According to the 2009 census, the village had a population of 5,133. The climate is characterized as temperate continental arid, with hot, dry summers and cold, snow-free winters. The

average annual precipitation is 363 mm. The average temperature in January is  $-13.4^{\circ}\text{C}$ , in July  $+21.4^{\circ}\text{C}$ .

### 1.2 Recourse of water in Issyk-kul region

In the Issyk-Kul region, 244 thousand m<sup>3</sup> of river flow per 1 km<sup>2</sup>, and if we take separately the Issyk-Kul basin, where almost the entire population of the region lives, the river flow resources are only 10 thousand m<sup>3</sup>. (Choduraev, 2002). The surface water resources of the Tory-Aygyr district are constituted by the basins of the Tory-Aygyr river which flows from the Kungey mountains. The river



Fig. 2. Map of the Kyrgyz Republic

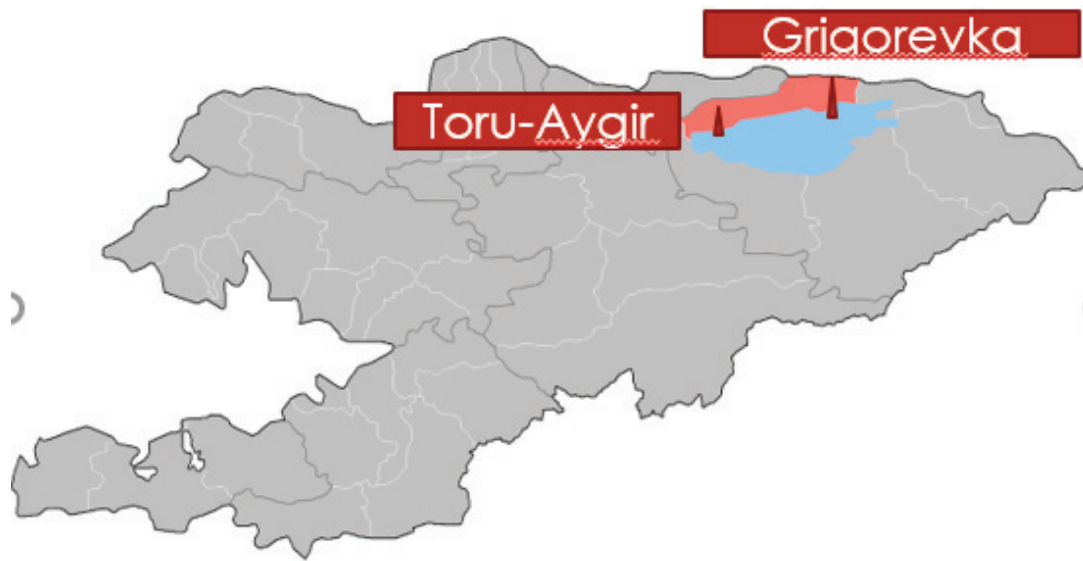


Fig. 3. Map of the location of Tory-Aygyr and Grigorevka villages

has a well-defined channel and is fed by precipitation from its catchment area. The Chon-Ak-Suu River carries along the bottom of the gorge from the glaciers of the mighty Terskey Ala-Too ridge and it flows into Lake Issyk-Kul of the Kyrgyz Republic.

### 1.3 Problems connected with water for irrigations

For this research was chosen 2 different villages. The first village suffers from a lack of water for irrigation. Another village is rich in water resources. In Tory-Aygyr village there are lack of drinking water and water for irrigation. Farmers have to wait their turn to access to water. Unfortunately, in most cases the crop dries up. To get drinking water same issue. People have access only one hour to filled out their bottles. And these are big problems for this region. Solving these kind of problems are not easy work. Another problem is geographical issue. Village is located far from the mountains and there is less precipitation than in Grigorevka. It is possible that the rules for the distribution of water are not followed.

### Water institutions in Kyrgyzstan

In Kyrgyzstan there are different formal and informal institutions. Formal institutions play main role on decision making such as: The Ministry for Agriculture, Food Security and Land Reclamation of the Kyrgyz Republic, State Agency for Water Resources at the Government of the Kyrgyz Republic, Hydrometeorological Agency at the Ministry of Emergencies of the Kyrgyz Republic (Kyrgyzgidromet). Under the State Agency for Water Resources at the Government of the Kyrgyz Republic there are regional institutions in each oblast which manage locally. For Issyk-Kul region is Issyk-Kul Basin Water Management Administration. The Issyk-Kul Basin Water Management Administration (BWMA) is one of the structural units of the Department of Water Management and Land Reclamation. BWMA ensures the performance of the function of the state management and regulation body for water reserves (excluding therapeutic min-

eral and thermal waters), forms and implements a unified technical policy in the field of design, construction and operation of water management systems and facilities with a complex of regulatory and other devices and facilities designed for water use. Another concept is Water User Associations. It is a democratic organization. Water Users themselves at decentralized level, independent from state structures. It finances itself with members' payments for the service of water delivery. Its main tasks are the maintenance of the tertiary irrigation system; the operation of this system, i.e. the distribution of the water obtained by the district water agency to the member farms in an equitable manner; and the collection of ISF from its members. Due to the accountability of the democratically elected board towards the members — the farmers — equitable water distribution should be guaranteed. [3] in Kyrgyzstan WUAs were introduced in 1994. It means that Kyrgyzstan was the first country where introduced this concept. According to the regulations, WUAs are responsible for the implementation of measures against land degradation, in addition to their tasks related to irrigation infrastructure. WUA work is based on a member-based decision-making body, which elects a board to serve as executive body. Members can be individuals, commercial organisations, or farms registered with various legal statuses. However, in many cases users do not actually hold decisionmaking power (Abdullaev et al., 2010). In Kyrgyzstan, for example, where several international organisations are responsible for the establishment and implementation of WUAs, the law does not clearly define the different institutions' functions. This results in lack of uniform standards, as various donors bring different approaches to implementation (Roudik, 2013).

According to the article «Water user associations in Uzbekistan and Kyrgyzstan: study on conditions for sustainable development» the collected data of ten village-based WUAs are compared and analysed. The villages are in four different oblasts, in Osh & Jalalabad in the southern part and in Chui and Issy-Kul in the northern part of the Republic. Last but not least the Johnson report is based on data collected in four villages: in Uzyn-Kyr and Milyan-fan in Chui

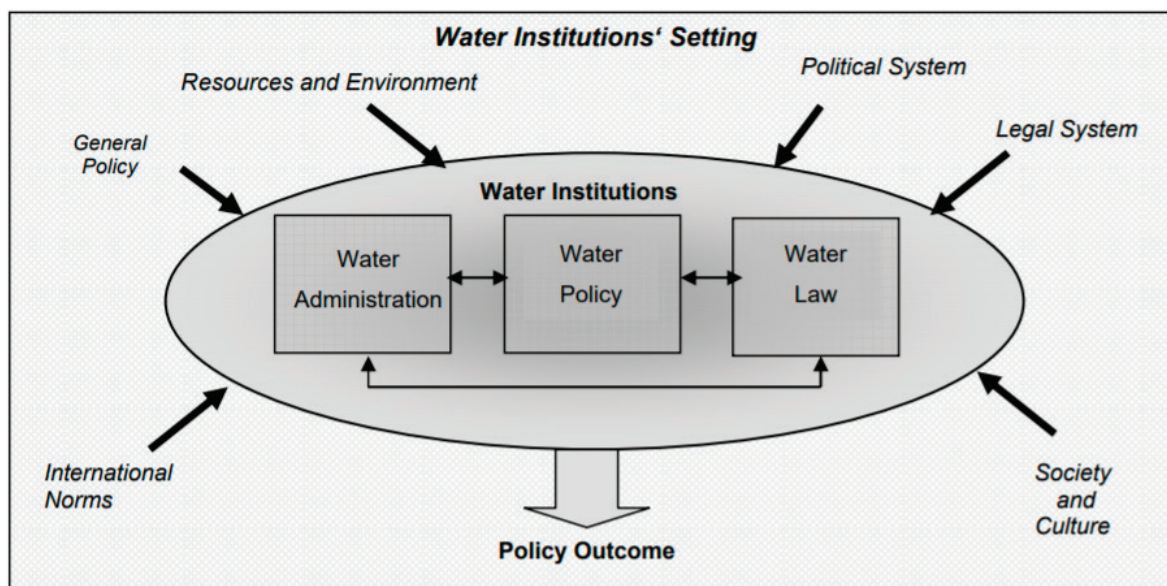


Fig. 4. Water Institutions Setting: Source from Jenniver Sehring (2006)

oblast, Toru-Aigyir in Issy-Kul oblast and Toolos-Nuakat in Osh oblast. (Johnson, p.5). By 2000 in Issy-Kul established 7 WUAs in 11.400 ha.

**UNEQUAL WATER DISTRIBUTION**

There are two general approaches to water distribution. One of them is based on the «rights» criterion. Most claims to water rights are based either on the principle of hydrography, where the main criterion is the territory of the formation of a river or aquifer, and also considers how much of this territory is located within the borders of a single state, or on the principle of chronology of water use, when it considers who has used water the longest historically. (Wolf) The second approach is based on the economic principle of efficient use. In this case, a distinction is made between efficiency and fairness (equity). The economic principle of efficiency assumes that the value of water for users in a particular basin is different, so the management of water resources should be such as to increase the overall efficiency of water use in accordance with these different criteria of water value. Just by itself, this principle, as a rule, is not perceived by the participants by the parties as fair.

As we know in Central Asia Kyrgyzstan and Tajikistan have power on water recourses because of high mountains. Kyrgyzstan is only country in Central Asia whose water resources are almost completely formed on it is own territory. It is hydrological future and big advantage. Despite this the problem of water resource distribution always exists. Around 1300 villages in Kyrgyzstan have limitation access to irrigation water. Same problem exists in Tory-Aygyr village due to different reasons. During the interview with few farmers and water community representative received answers that limitation access because of list of issues: 1) geographical location-far from mountains 2) climate change-less precipitation 3) using old traditional water distribution methods 4) corruption etc. Water policy should be stable. In our country very often changes governmental stuff. Local government should reduce corruption. Sometimes people can pay

doubled fee to get accesses to water first. Another problem is geographical issue. Village is located far from the mountains and there is less precipitation than in Grigorevka.

Among these problems corruption is big issue for equal water distribution which existing through the years. According to the article «Corruption in Public Service Delivery: Experience from South Asia's Water and Sanitation Sector» The range of corrupt behaviors in water supply and sanitation service delivery outlined in this paper is likely not surprising to professionals familiar with public institutions in South Asia; however, the sophistication and pervasiveness of the exchange systems could well discourage those interested in initiating reforms to boost transparency and reduce rent seeking in W&S services. Indeed, one understands why leadership in the institutions we studied uniformly chose to avoid direct discussion, much less confrontation, of these issues. At the same time, it is encouraging that even in this challenging operational environment we documented several strategies that do appear to have reduced corruption in service delivery. Among these, every one shared two drivers: one which altered accountability networks in service provision, and one which changed the attitudes of service providers in a way that increased the moral cost to them of misconduct.

The main cause of water problems is anthropogenic factors, both objective, caused by the development of irrigation, and subjective, caused by the irrational use of water resources. In Kyrgyzstan, there is a full range of problems related to water, as well as its distribution. Such problems can lead to tense and conflicting circumstances, even within a single village. To improve this situation in Kyrgyzstan and in the regions, it is necessary: reuse of wastewater in industry, in recycling systems; economical use of water in industries agriculture; combating water losses during transportation to irrigation fields by creating modern channels with anti-filtration coatings; stopping the discharge of polluted wastewater into reservoirs; improving water resources management and distribution; improvement of the water resources monitoring system; strengthening the material, technical and financial base; ensuring an effective legislative framework.

## References:

1. Чодураев, Т. М. (2002) *Ohrana I racionalnoye ispolzovaniye vodnyh resursov Kirgizstana* [Protection and rational use of water resources in Kyrgyzstan]. *Reforma*, 1(13), 17–23.
2. *Meteorologiya I gidrologiya v Kirgizstane* [Meteorology and Hydrology in Kyrgyzstan] (ed. 2)-О. А. Подрезов, Бишкек 2002–64с.
3. Sehring, J. (2006, November). The politics of water institutional reform. A comparative analysis of Kyrgyzstan and Tajikistan. In *Conference on Human Dimensions of Global Environmental Change*.
4. Water Code of Kyrgyz Republic
5. Росгидрометцентр — <https://meteoinfo.ru/>
6. Wolf, Aaron. Criteria for equitable allocations: The heart of international water conflict, *Natural Resources Forum*, Vol. 23 #1, February 1999. pp. 3–30. Retrieved from:
7. Abdullaev, I., Kazbekov, J., Manthrithilake, H., & Jumaboev, K. (2010). Water user groups in Central Asia: emerging form of collective action in irrigation water management. *Water resources management*, 24(5), 1029–1043.
8. Roudik, P. (2013). The Nakaz of Catherine the Great: Collected texts. *International Journal of Legal Information*, 41(3), 394.
9. Мусабаева, А. (2007). Водная политика Кыргызстана: вызовы и возможные шаги их преодоления.
10. Davis, J. (2004). Corruption in public service delivery: experience from South Asia's water and sanitation sector. *World development*, 32(1), 53–71.
11. Hassing, J. (2009). *Integrated water resources management in action: dialogue paper*. Unesco.
12. Мирзаев, Н. Н. (2010). *Интегрированное управление водными ресурсами (институциональные аспекты)*. НИЦ МКВК, Проект «ИУВ-Фергана», Ташкент.
13. Иванова, Н. И., Аскаралиев, Б. О., Фролова, Г. П., & Биленко, В. А. (2005). Проблемы управления водными ресурсами на оросительных системах Кыргызстана в условиях рыночной экономики. In *Фундаментальные проблемы изучения и использования воды и водных ресурсов: материалы научной конференции*.-Иркутск: Изд-во Института Географии СО РАН.
14. Hodgson, G. M. What are Institutions? *J. Econ. Issues* 2006, XL, 1–25.
15. Brusseau, E.; Garrouste, P.; Raynaud, E. Institutional changes: Alternative theories and consequences for institutional design. *J. Econ. Behav. Organ.* 2011, 79, 3–19.
16. Zwartveen, M., Kemerink-Seyoum, J. S., Kooy, M., Evers, J., Guerrero, T. A., Batubara, B.,... & Cuadrado-Quesada, G. (2017). Engaging with the politics of water governance. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Water*, 4(6), e1245.
17. Nixon, R., & Owusu, F. (2017). Choice, inclusion, and access to information: Understanding female farmers' participation in Kyrgyzstan's water-user associations. *Sustainability*, 9(12), 2346.
18. Kazbekov, J., Abdullaev, I., Manthrithilake, H., Qureshi, A., & Jumaboev, K. (2009). Evaluating planning and delivery performance of water user associations (WUAs) in Osh Province, Kyrgyzstan. *Agricultural water management*, 96(8), 1259–1267.
19. Rost, K. T., Ratfelder, G., & Topbaev, O. (2015). Problems of rural drinking water supply management in Central Kyrgyzstan: a case study from Kara-Suu village, Naryn Oblast. *Environmental earth sciences*, 73(2), 863–872.
20. Sehring, J. (2007). Irrigation reform in Kyrgyzstan and Tajikistan. *Irrigation and Drainage Systems*, 21(3–4), 277–290.
21. Zwartveen, M., Kemerink-Seyoum, J. S., Kooy, M., Evers, J., Guerrero, T. A., Batubara, B.,... & Cuadrado-Quesada, G. (2017). Engaging with the politics of water governance. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Water*, 4(6), e1245.
22. Nixon, R., & Owusu, F. (2017). Choice, inclusion, and access to information: Understanding female farmers' participation in Kyrgyzstan's water-user associations. *Sustainability*, 9(12), 2346.
23. Kazbekov, J., Abdullaev, I., Manthrithilake, H., Qureshi, A., & Jumaboev, K. (2009). Evaluating planning and delivery performance of water user associations (WUAs) in Osh Province, Kyrgyzstan. *Agricultural water management*, 96(8), 1259–1267.
24. Rost, K. T., Ratfelder, G., & Topbaev, O. (2015). Problems of rural drinking water supply management in Central Kyrgyzstan: a case study from Kara-Suu village, Naryn Oblast. *Environmental earth sciences*, 73(2), 863–872.



## СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

### Сбор и введение полевых данных при использовании модели AquaCrop для планирования орошения сельскохозяйственных земель

Гурдов Арслан Бердыназарович, студент магистратуры  
Казахстанско-Немецкий университет (г. Алматы, Казахстан)

Туркменистан обладает огромными земельными ресурсами, однако его водные ресурсы ограничены. При ограниченных водных ресурсах ежегодный прирост населения в стране приводит к снижению объемов водопотребления на душу населения. В связи с изменением климата потребность в дополнительных источниках воды увеличивается по мере роста потребности в орошении сельскохозяйственных культур и испарения воды с поверхности почвы [1]. Основная часть населения страны проживает в сельской местности. Социально-экономическое положение сельских жителей во многом связано с доходами от орошаемого земледелия, а рентабельность данной отрасли обусловлена эффективностью водопользования.

Эффективное водопользование максимально сокращает потери воды и вредное воздействие орошения на окружающую среду, поддерживает гармоничные производственные отношения между водопользователями и обеспечивает высокую урожайность при низких затратах на единицу воды, используемой в сельском хозяйстве. Согласно данному определению, вопрос эффективного водопользования неразрывно связан с экономическими, экологическими и социальными проблемами хозяйства. Вопрос повышения эффективности и продуктивности оросительной воды для орошаемого земледелия Туркменистана никогда не был более актуальным, чем сейчас, из-за возникающих климатических изменений, воздушной и почвенной засухи на фоне высоких температур.

В Туркменистане большие суммы средств государственного бюджета направляются на доставку поливной воды из водных источников на орошаемые поля [2]. Таким образом, вода, являющаяся продуктом природы, становится товаром экономики, поскольку она обуславливает привлечение человеческих ресурсов. В этом контексте эффективное использование воды требует использования научно обоснованных подходов.

Эффективность орошения зависит от множества факторов: природно-климатических показателей, техники полива, процесса роста и развития растений, режима орошения сельскохозяйственных культур, сроков внесения удобрений, сроков посева и уборки урожая и количества, а также качества запланированного урожая и т.д. [3]. В условиях климатических из-

менений водопотребление сельскохозяйственных культур должно определяться в зависимости от природных и климатических факторов. Основные климатические факторы, влияющие на водопотребление культур, — это продолжительность светового дня, температура и влажность воздуха, скорость ветра. Применяемые технологии должны как можно точнее учитывать эти факторы.

Одной из таких технологий является технология орошения, основанная на имитационной компьютерной модели. Суть моделирования заключается в том, что ожидаемый урожай сельскохозяйственных культур определяется в зависимости от природно-климатических условий с учетом планируемого уровня водообеспечения в течение всего периода от сева культуры до полного созревания урожая.

Природно-климатические условия на орошаемых землях разнообразны, а встречаемые в хозяйствах комбинации действующих факторов на орошение многочисленны. Учет перечисленного множества факторов невозможен без применения современных цифровых технологий [4]. Оценка методов планирования орошения может быть выполнена путем проведения полевых испытаний. Однако этот подход является дорогостоящим, трудоемким, подверженным неконтролируемому воздействию окружающей среды и трудным для фермеров с точки зрения анализа долгосрочных последствий и сценариев большого воздействия. Более простой вариант — использование модели моделирования урожая. Модели не могут полностью заменить полевые исследования; они помогают исследователям описать динамику роста культуры в зависимости от окружающей среды, понять взаимодействие различных компонентов и распространить результаты за пределы экспериментальных площадок. Модель AquaCrop способна точно моделировать урожайность хлопчатника [5] и продуктивность оросительной воды. Простота и доступность входных данных для AquaCrop сделала эту модель удобной для пользователей. Данная модель может быть полезна для оценки влияния протоколов планирования орошения на рабочем месте. Возможные последствия разработанного графика орошения для урожая и окружающей среды можно проанализировать, не выезжая на поле. AquaCrop может быть рекомендована для применения в различных агро-

климатических условиях Туркменистана. В связи с вышеизложенными критериями планирование орошения с помощью программы AquaCrop является как никогда актуальным.

### Методы исследования

Научный подход к изучению характеристики хлопчатника для использования модели AquaCrop в условиях изменяющегося климата является современным требованием. Для соответствия данному требованию хозяйство должно иметь паспорт поля, то есть базу данных, в каждом хозяйстве землепользования. Это позволяет пользователю эффективно использовать земельные и водные ресурсы и соответственно организовать технические, экономические и организационные меры.

В базе данных указываются размер поля, механический состав почвы, уровень засоления, запас питательных веществ и их изменение по годам, наличие органического остатка, порядок используемого севооборота, количество и качество собранного урожая, учет проведенных агротехнических мероприятий и мелиоративное состояние земли. Эти показатели важны для принятия решений при введении характеристик хлопчатника в модель.

В пояснительных записках о деятельности хозяйства должны быть описаны виды культур, которые входят в севооборот в хозяйстве, а также количество урожая и удобрений, использованных в предыдущие годы. Эффективность использования воды в орошаемом земледелии зависит от видов и показателей технологии обработки почвы. Это связано с тем, что такие параметры, как водопроницаемость почвы, скорость испарения воды из почвы и нормальное распределение корней в активном слое почвы, обусловлены влиянием используемой техники. Следовательно, пояснительные записки должны показывать силу и эффективность используемых методов.

Записи также должны содержать информацию о водоснабжении хозяйства и организации ночного полива. Глубина уровня грунтовых вод и их соленость являются одним из основных факторов, влияющих на потребность воды для сельскохозяйственных культур. Информация об уровне засоления орошаемых земель и типе засоления также должна быть включена в записи как необходимая информация для правильной организации поливов. Для введения в модель необходима следующая информация:

1. Климатические данные
  - количество осадков (среднемесячные показатели)
  - ETo — эвапотранспирация эталонная (среднемесячные показатели)
  - минимальная и максимальная температура воздуха
  - CO<sub>2</sub> — содержание углекислого газа в атмосфере
  - относительная влажность воздуха
  - скорость ветра
2. Характеристики возделываемой культуры (на примере хлопчатника)
  - дата сева хлопчатника
  - дата появления массовых всходов
  - дата массового цветения
  - дата максимального покрытия
  - дата созревания
  - дата старения растения
3. Показатели мелиоративного состояния орошаемых земель
  - уровень залегания грунтовых вод (ежемесячно)
  - минерализация грунтовых вод (ежемесячно)
  - информация о наличии слабоводопроницаемого горизонта в почве
    - засоленность почвы по горизонтам в единицах электропроводности
    - содержание водорастворимых солей в сухой почве
4. Показатели плодородия почвы
  - содержание питательных элементов в почве в начале вегетации
  - содержание гумуса в почве
  - кислотность почвы
  - гипотетическое содержание солей в почве по водной вытяжке
    - описание почвенных горизонтов
    - механический состав почвы
5. Водопроницаемость почвы в начале и конце вегетации
  - полная влагоемкость почвы
  - полевая влагоемкость почвы
  - точка увядания (влажность разрыва капилляров)
  - общая доступная почвенная влага
  - коэффициент фильтрации
  - дренажная характеристика
  - легкоиспаряемая вода из верхнего слоя (мм)
  - капиллярные свойства почвы.

Таблица 1

№	Наименование показателей	
1	Дата сева хлопчатника	30 марта
2	Дата появления массовых всходов	12 апреля
3	Дата массового цветения	9 июня
3	Дата максимального покрытия	25 июня
4	Дата созревания	3 августа
5	Дата старения хлопчатника	5 сентября

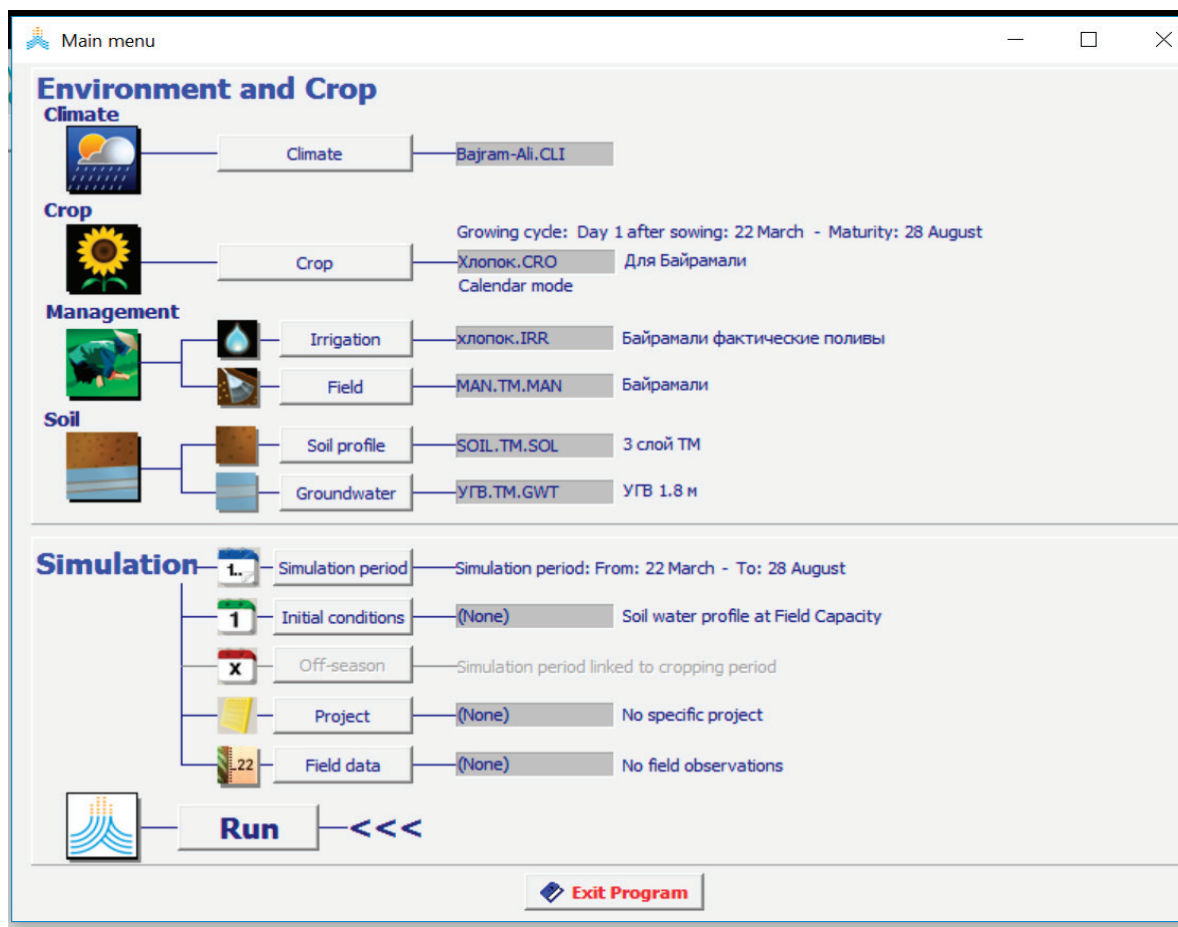


Рис. 1. Страница главного меню модуля AquaCrop

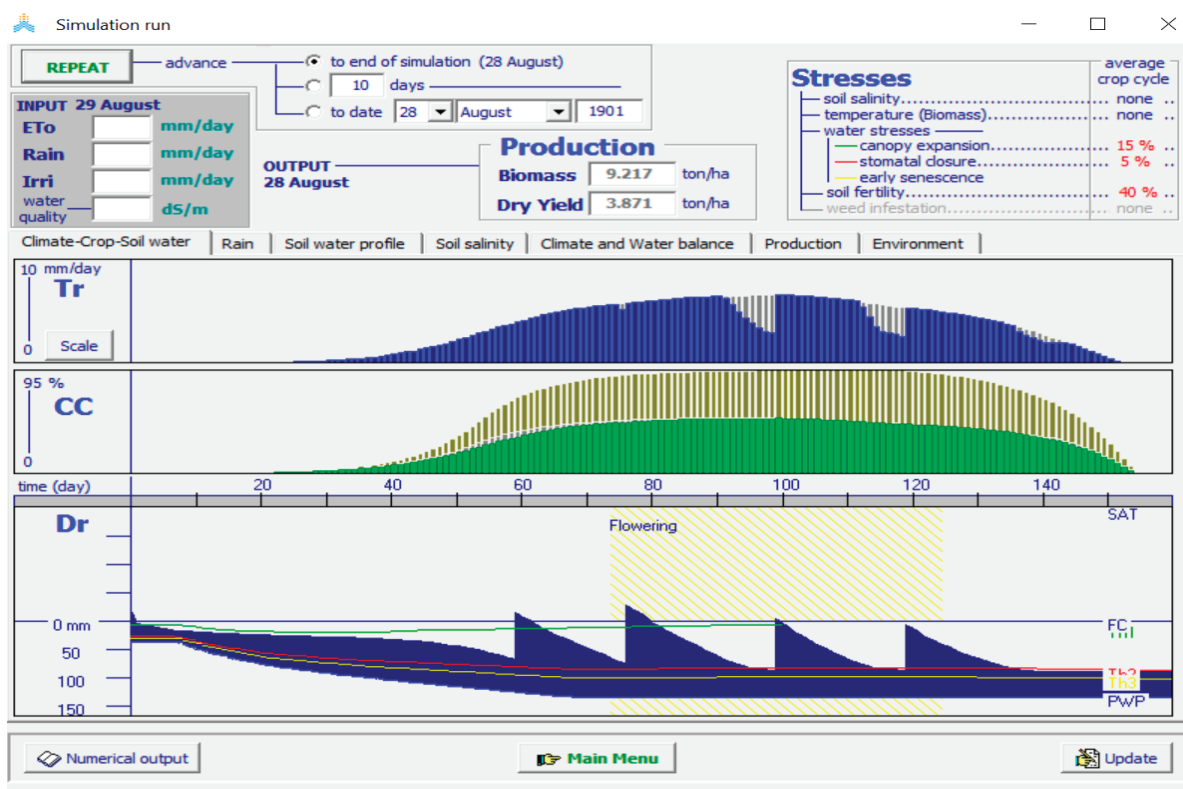


Рис. 2

**Полученные результаты**

Типичной культурой в районе исследования является хлопчатник. Общая посевная площадь хлопчатника в Туркменистане ежегодно составляет около 550 тысяч гектаров. Возделываются средне- и тонковолокнистые сорта. Объектами изучения в нашей работе во время полевых исследований в дайханском объединении «Захмет» стал средневолокнистый сорт хлопчатника Ёлотен 7. Результаты исследования показали, что вегетационный период возделываемого сорта средневолокнистого хлопчатника равен 120–125 дням, высота растений достигает 100–142 см.

За основу климатических файлов взяты данные из базы данных ФАО CLIMWAT. По мере накопления информации от дайханского объединения «Захмет» данные обновляются (Рис. 1).

На следующих рисунках в качестве примера показаны результаты одного сценария. Специалист, используя данную программу, определяет значения продуктивности оросительной воды, урожайности и других показателей на персональном компьютере с учетом природно-хозяйственных условий. Поиск оптимальных параметров производится последовательным приближением к максимальной продуктивности оросительной воды. Эта процедура имеет форму диалога человека с компьютером. При использовании модели пользователь задает значения параметров, влияющих на полив (поливная норма, ге-

ометрия борозд, гидравлическая шероховатость, параметры инфильтрации, продолжительность водоподачи), а модель предсказывает необходимый расход водоподачи, продольное распределение увлажнения, объем поверхностного и глубинного сбросов и характеристики эффективности и равномерности полива (Рис. 2).

На рис. 3 представлен водный баланс в корнеобитаемом слое почвы. Показана засоленность почвы на различных горизонтах. Как видно, растения получают нехватку удобрений (параметр Stresses на графике).

На рис. 4 показаны значения эвапотранспирации, уровень осадков и показатели оросительной нормы. Также представлен солевой баланс активного слоя почвы.

На рис. 5 показан основной показатель модели — продуктивность оросительной воды. Она равна 0,65 кг/м<sup>3</sup> воды при урожайности 38,71 ц/га. Путем корректировки входных параметров возможно повышение продуктивности оросительной воды. В этом как раз и заключается смысл использования модели.

И наконец, на последнем рисунке представлены стрессовые показатели (Stresses) и состояние окружающей среды (Environment and Crop).

Таким образом, использование предложенной модели AquaCrop позволит максимально эффективно использовать ценный экономический ресурс — воду — при орошении сельскохозяйственных земель.

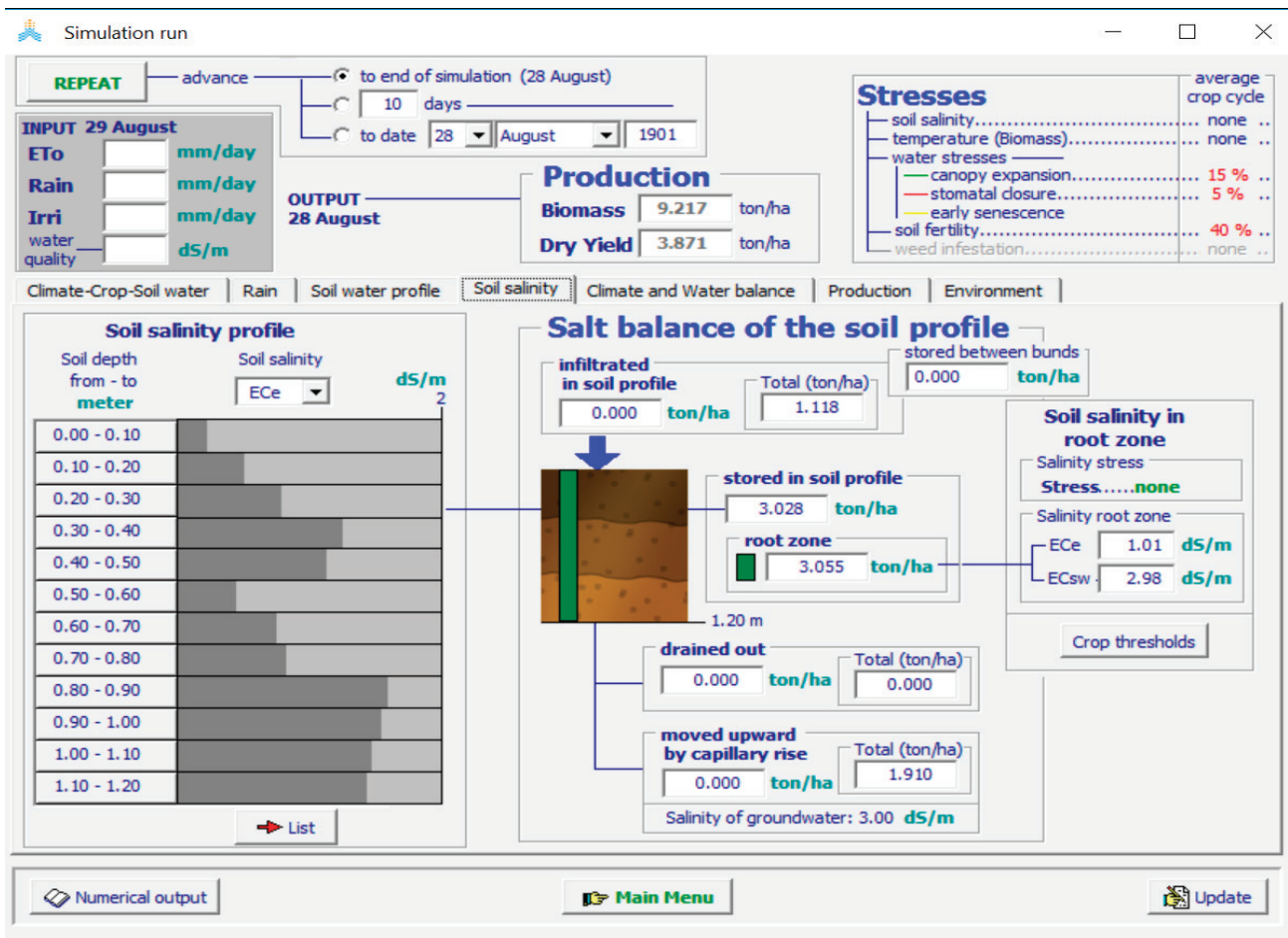


Рис. 3



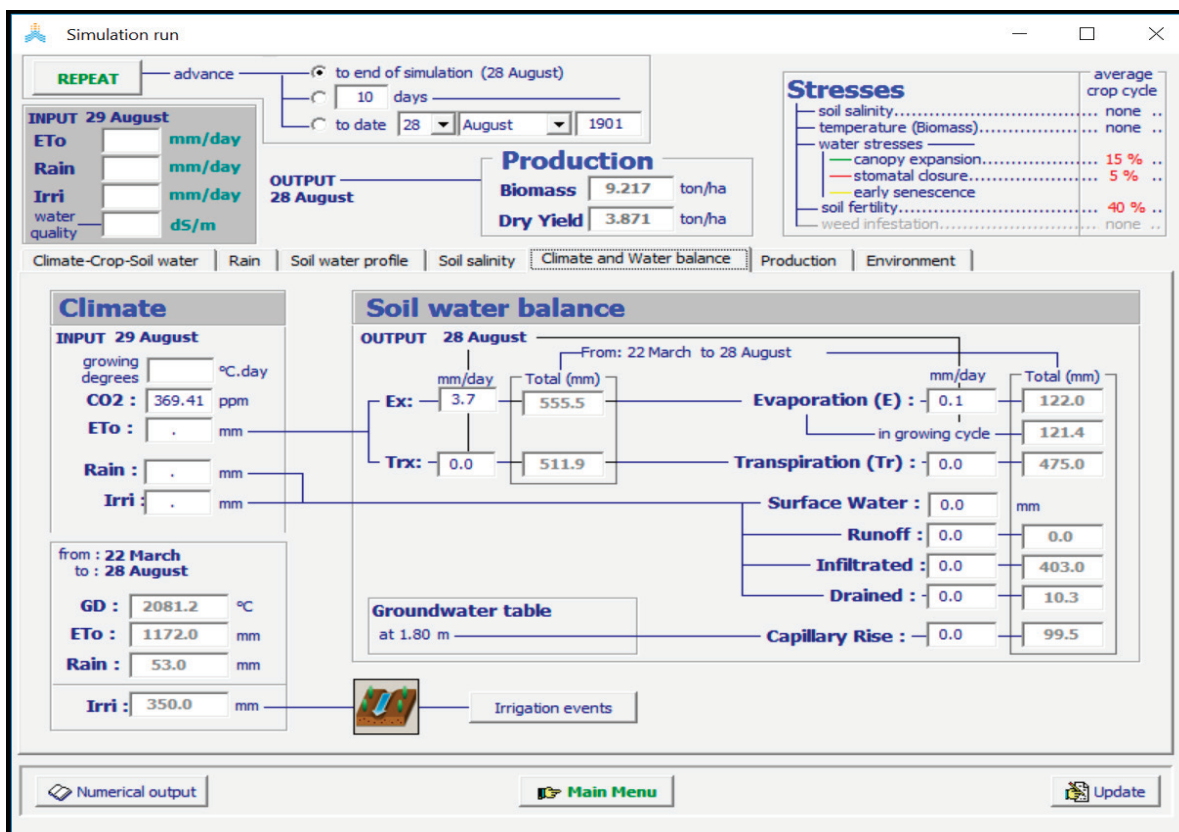


Рис. 4

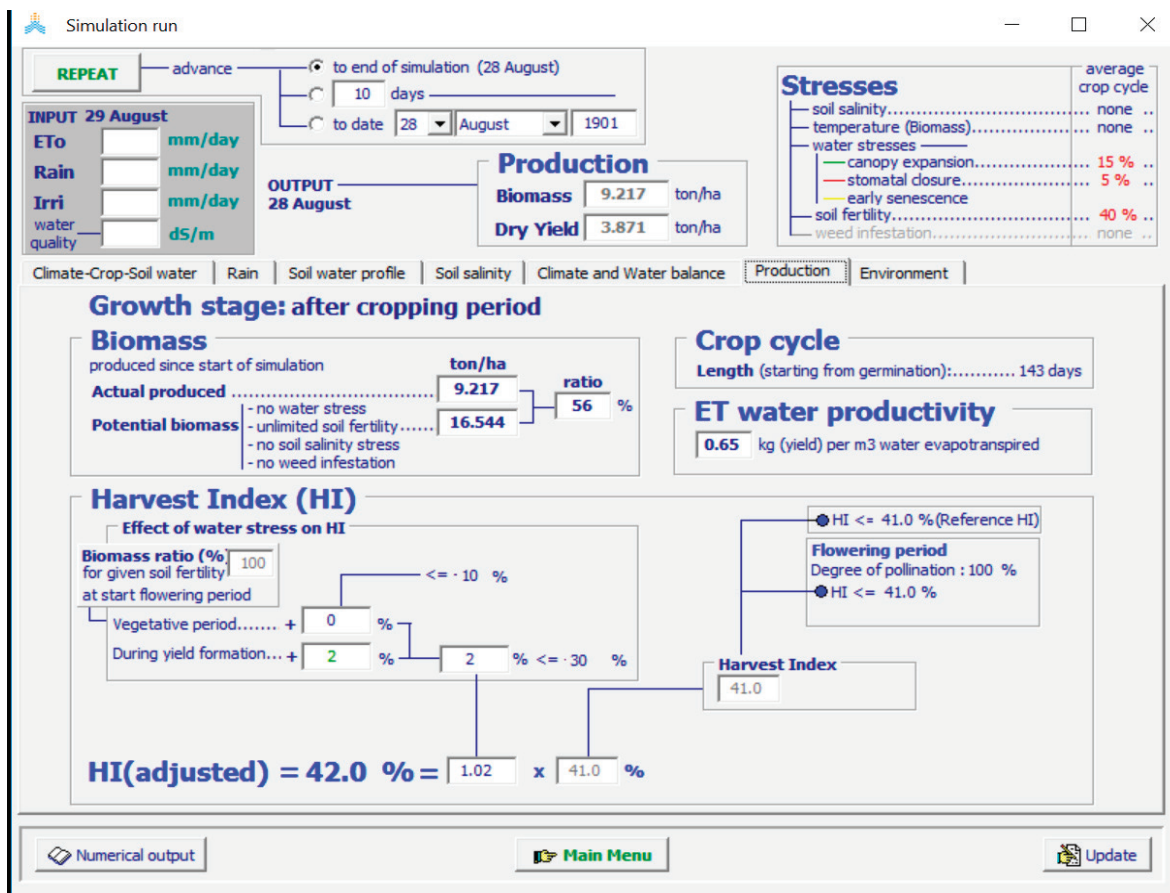


Рис. 5

The screenshot displays the AquaCrop simulation interface. At the top, there are controls for repeating the simulation, including an 'advance' button and options to run 'to end of simulation (28 August)', '10 days', or 'to date' (28 August, 1901). The 'INPUT 29 August' section includes fields for ETo, Rain, Irri, and water quality. The 'OUTPUT 28 August' section shows 'Production' results: Biomass at 9.217 ton/ha and Dry Yield at 3.871 ton/ha. A 'Stresses' table is visible on the right, listing various stressors and their average crop cycle impacts.

Stressor	average crop cycle
soil salinity	none ..
temperature (Biomass)	none ..
water stresses	
- canopy expansion	15 % ..
- stomatal closure	5 % ..
- early senescence	40 % ..
soil fertility	none ..
weed infestation	none ..

The main interface is divided into several sections: 'Environment and Crop', 'Simulation', and 'Project'. The 'Environment and Crop' section includes 'Climate' (Bajram-Ali, CLI), 'Crop' (Growing cycle: 22 March - 28 August, хлопко.CRO), 'Management' (Irrigation: хлопок.IRR, Field: Paqta.MAN), and 'Soil' (Profile: SOIL.TM.SOL, Groundwater: УГВ.TM.GWT). The 'Simulation' section shows the simulation period (22 March - 28 August) and initial/off-season conditions. The 'Project' section is currently set to '(None)'. At the bottom, there are buttons for 'Numerical output', 'Main Menu', and 'Update'.

Рис. 6

## Литература:

1. Водные ресурсы и водопользование в Туркменистане: История, современное состояние и перспективы развития. И. М. Станчин, Синергия, 2016, № 5
2. Водные ресурсы Туркменистана: Потенциал, использование, технология и экология. Вольмурадов, министр водного хозяйства Туркменистана.
3. Образцов А. С. Системный подход: применение в земледелии. Москва. Агропромиздат. 1990. — 303 с.
4. Курбангелдиев С., Чарыев М. К., Гарагулов М. Ч. Вопросы интенсивной технологии возделывания хлопчатника. Ашхабад. ТуркменНИИТИ, 1989. — 70 с.
5. Evaluation of AquaCrop model application in irrigation management of Cotton. Moloud Heidariniya, Abd Ali Naseri, Saeed Boroumandnasab, Borhan Sohrabi Moshkabadi, Ali Heidar Nasrolahi. World Rural Observations 2012;4(2) <http://www.sciencepub.net/rural>
6. Calibrating and validating AquaCrop model for maize crop in Northern zone of Nigeria. Ezekiel Oiganji1, H. E. Igbadun, O. J. Mu-diare and M. A. Oyebode. September, 2016 AgricEngInt: CIGR Journal Open access at <http://www.cigrjournal.org> Vol. 18, No. 3

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

## Экономические аспекты мирового футбола

Бурыкин Алексей Витальевич, сотрудник;

Гордиенко Александр Михайлович, сотрудник

Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации (г. Орел)

Часто говорят, что футбол — это больше, чем спорт, это игра всего мира. По оценкам экспертов, четыре миллиарда человек — половина населения Земли — считают себя фанатами футбола, десятки миллионов человек на разном уровне реально занимаются этим видом спортом во всех странах. 21 мая 1904 года во Франции была официально учреждена Международная футбольная ассоциация (ФИФА). Сейчас она состоит из шести конфедераций и 211 национальных ассоциаций. С ростом популярности неизбежно росла и коммерциализация футбола. Коммерциализация футбола означала процесс совмещения самого футбола с экономической и финансовой деятельностью, что с успехом было достигнуто к концу XX в. Сегодня говорят уже о футбольной индустрии в национальной экономике очень многих стран и о глобальной футбольной экономике.

Футбольная индустрия — это множество коммерческих видов деятельности, которые окружают сам футбол. С точки зрения отраслевой цепочки, футбольная индустрия делится на восемь основных единиц: футбольные лиги, клубы (игроки, тренеры, инвесторы), турнирные союзы, вещательные компании, спонсоры, аудитория, производные финансовые инструменты и букмекерские конторы.

Среди них футбольный клуб является наиболее ценной частью, футбольные клубы открывают и тренируют молодых игроков, владеют и продают футбольных звезд, клубы формируют лиги, футбольные клубы создают бренды, продают права на трансляции, привлекают спонсоров и проводят операции с брендами. Идет активная коммерческая эксплуатация футбольных матчей.

Футбольные матчи являются основной частью цепочек футбольной индустрии, они в основном представлены двумя частями: первая — это кубковые матчи, особенно чемпионаты мира и европейская Лига чемпионов, вторая — матчи высших лиг в разных странах, в частности, пятерка лучших европейских лиг.

Если следовать операционной логике футбольную индустрию можно разделить на три стадии: производство, эксплуатация и реализация. Производственный процесс в основном включает обучение талантов, посредничество с игроками, организацию клубов, организацию матчей и т.д.

Обучение талантов в основном относится к развитию юношеского футбола, то есть к обучению молодых игроков. Посредничество с игроками — это установление связи между игроками и клубами, соединение клубов и игроков, в основном в интересах игроков. Организация матчей — это организация различных футбольных матчей, включая кубковые матчи и матчи профессиональных лиг.

Ценность футбольной индустрии постоянно растет. Возьмем, к примеру, трансферные сборы футболистов: первый зафиксированный рекордный трансфер Уилли Гривуса из Вест Бромвич-Альбион в Астон Виллу в 1893 году был всего за 105 фунтов стерлингов (эквивалентно 11000 фунтов стерлингов сегодня). В июле 1982 года, когда Марадона перешел из «Бока Хуниорс» в «Барселону», сумма трансфера составила 8 миллионов евро. Совсем недавно трансферный рекорд был установлен переходом Неймара из «Барселоны» в «ПСЖ» за 222 миллиона евро. А когда состоялся самый громкий трансфер этого года, владельцы «ПСЖ» были очень счастливы, что Месси достался им гораздо дешевле 500 млн евро. Еще ряд примеров увеличивающейся стоимости можно увидеть на рисунке 1.

Выручка европейской «Пятерки лучших» (Премьер-лига (Англия), Лига 1 (Франция), Ла Лига (Испания), Бундеслига (Германия), Серия А (Италия)) также растет из года в год. Это можно увидеть на рисунке 2.

Поскольку Европа — один из лучших регионов для развития футбола в мире, помимо лиг «первой пятерки», остальные лиги Европы также имеют хорошее коммерческое развитие. Так, Российская Премьер-лига перед чемпионатом мира по футболу 2018 г. была шестой по величине.

Чемпионат мира по футболу FIFA является крупнейшим, самым зрелищным и влиятельным футбольным событием в мире. Чемпионат мира по футболу в нашей стране в 2018 году привлек около 3,572 миллиарда зрителей по всему миру. Россия потратила на турнир около 14 миллиардов долларов, что сделало его самым дорогостоящим в истории. Однако даже в этих обстоятельствах считается, что чемпионат мира способен превратить его «мягкую силу» в экономические выгоды для экономики страны.

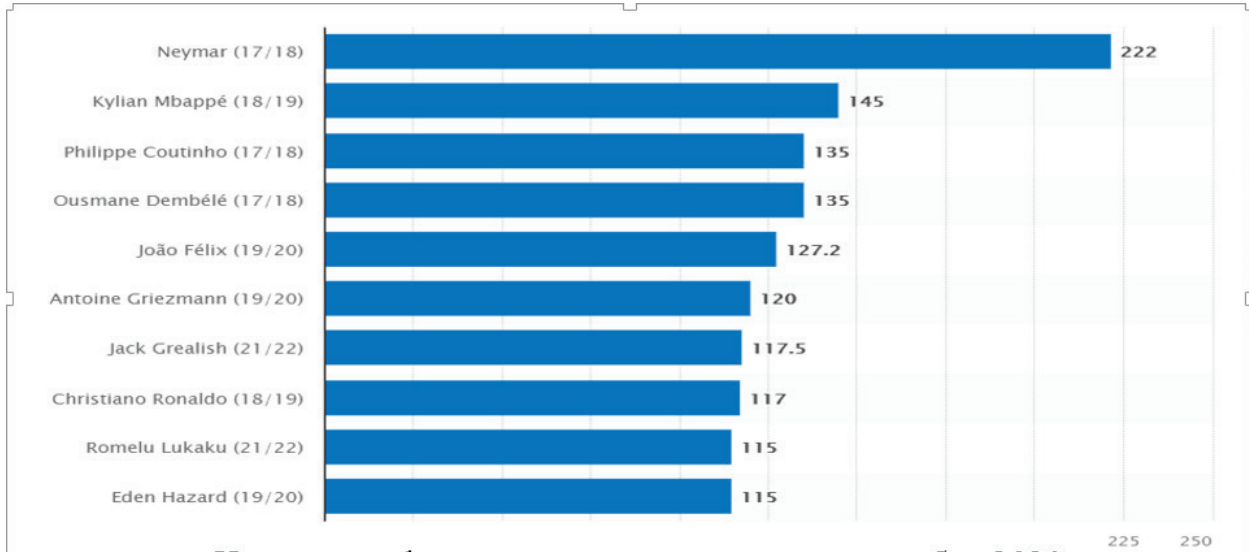


Рис. 1. Цена трансфера популярных игроков на сентябрь 2021 г.

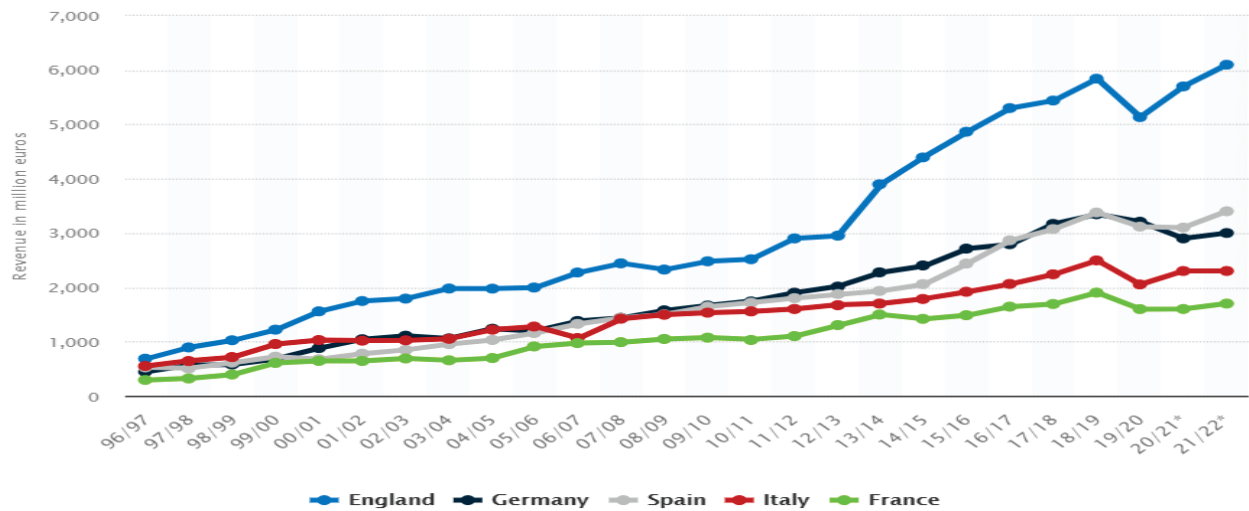


Рис. 2. Выручка европейских лиг с 1996 по 2021 гг.

Подводя итоги, отметим, что в результате почти столетнего развития, в мире сегодня проводятся пять крупнейших футбольных событий мирового уровня: чемпионат мира, Лига чемпионов УЕФА, Кубок конфедераций, Кубок европейских чемпионов и Олимпийские игры. При сегодняшнем развитии общества и экономики ценность футбольной индустрии продолжает расти. Мировая футбольная индустрия имеет обширную аудиторию, что обеспечивает ей устойчивый рыночный спрос.

С глобализацией футбольных матчей глобализовалось и развитие футбольного бизнеса. Годовой валовой внутренний

продукт футбольной индустрии составляет 500 миллиардов долларов США. В 2018 году футбол стал 17-й по величине мировой экономикой, и он заслуженно занимает первое место в мировой спортивной активности. На футбол приходится 43% от общего объема производства в спортивной индустрии, что намного превышает объемы других спортивных проектов.

Таким образом, футбол — это самый крупный и влиятельный вид спорта, с самой большой и широкой аудиторией, а футбольная экономика — одна из наиболее динамично развивающихся экономик мира.

Литература:

1. Губайдуллина Ф. С. Глобальные тенденции в мировом футболе: взгляд экономиста // Экономические отношения. — 2018. — Том 8. — № 3. — С. 499–516.
2. Детали трансфера Месси в «ПСЖ» — URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/odukhevremeni/2952030.html>
3. Нюансы экономики футбола // «ТРОИЦКИЙ ВАРИАНТ» № 5, 2017 — URL: [https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya\\_biblioteka/433519/Nyuansy\\_ekonomiki\\_futbola](https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/433519/Nyuansy_ekonomiki_futbola)



4. Record soccer transfers: player transfers by value 2021 — URL: <https://www.statista.com/statistics/263304/transfer-fees-the-10-most-expensive-transfers-in-soccer-ever/>
5. Revenue of the ‘Big Five’ European soccer leagues 1996–2022 — URL: <https://www.statista.com/statistics/261218/big-five-european-soccer-leagues-revenue/>

## Анализ кредитоспособности заёмщика — физического лица на примере ПАО «ПСБ»

Васильева Валерия Александровна, студент  
Забайкальский государственный университет (г. Чита)

Уже давно в нашу жизнь вошло понятие «кредитование». «Кредит является исторической экономической категорией, так как его возникновение связано со становлением товарно-денежных отношений» [1]. В настоящее время кредиты позволяют достичь желанной цели незамедлительно. Благодаря кредитованию люди избавляются от томительного ожидания покупки необходимых вещей.

Итак, рассмотрим понятие кредитования физических лиц, представленное Егоровым А.Е. «Кредитование физических лиц рассматривается как важная составная часть целостной системы кредитных отношений. Основная цель кредитования физических лиц — способствовать более полному удовлетворению потребительских нужд населения» [2].

В свою очередь профессор Жуков Е.Ф. предлагает свое определение данному понятию. По его мнению, «кредитование физических лиц — это кредиты, предоставляемые банком населению с целью приобретения дорогостоящих предметов потребления, улучшения жилищных условий и так далее» [3].

В настоящее время многие пользуются банковскими кредитами. Люди ознакомились с тем, что необходимо вернуть большую сумму, чем была взята, так как нужно выплатить проценты по кредиту. Можно, конечно, самостоятельно накопить необходимые средства на ремонт, покупку жилья, автомобиля и другие цели, но для этого потребуются время и не каждый сможет это сделать, поэтому банки предоставляют физическим лицам кредиты на данные цели.

Существует два факта, зависящих друг от друга, которые определяют кредитование физических лиц. Первый подразумевает опережение потребностями физического лица его возможностей. Это означает, что текущий доход человека не позволяет ему удовлетворить потребности по мере их появления. Вторым фактом является то, что кредитная организация, предоставляя временно свободные денежные средства на условиях платности, срочности и возвратности, имеет возможность получить дополнительный доход от заёмщика.

Благодаря системе кредитования человек получает возможность избавиться от многочисленных проблем, основой которых является нехватка денежных средств. К таким проблемам могут относиться:

- большие затраты на отдых, путешествия, лечение;
- желание купить собственное жилье, сделать ремонт или построить дом;

- необходимость приобретения различных вещей;
- оплата своего обучения, обучения детей и другие.

Следовательно, кредитование физических лиц, помогает снизить опережение потребностей над возможностями, путем предоставления кредитными организациями заёмщику денежных средств на определенных условиях.

Кредитование обеспечивает расширение внутреннего платежеспособного спроса, что влечет опережающий рост производства и реализации товаров и услуг и, как следствие, рост всей экономики. А также кредитование физических лиц обеспечивает повышение качества жизни населения страны, формирование и развитие ее человеческого капитала. Кредитование физических лиц является самой доходной операцией в банках, ее нужно развивать и совершенствовать.

Современное законодательство регламентирует, что любой человек, обладающий гражданством РФ, достигший совершеннолетнего возраста и получающий легальную заработную плату, в полной мере может рассчитывать на получение кредитных средств.

Человек, обладающий определенным уровнем дохода, имеет право на получение той или иной суммы кредита на основании правил правового кредитования для физических лиц.

Кредиты могут предоставляться в валюте Российской Федерации и в иностранной валюте. Максимальный размер кредита для каждого заёмщика определяется на основании оценки его платежеспособности и предоставленного обеспечения возврата кредита, а также с учетом его благонадежности.

В качестве обеспечения банки могут принять:

- поручительство граждан РФ, имеющих постоянный источник дохода;
- поручительство юридических лиц;
- залог недвижимого имущества;
- залог транспортных средств и др.

Процесс кредитования физических лиц выступает одним из основных источников дохода для банков, но он сопровождается высокой степенью риска, поэтому, прежде чем выдать кредит заёмщику, банк должен оценивать уровень его кредитоспособности. Оценка кредитоспособности является неотъемлемой частью процесса кредитования, а анализ данного сегмента позволяет банку уберечь себя от банкротства [4].

Рассмотри процедуру оценки кредитоспособности физических лиц в ПАО «ПСБ», смоделировав ситуацию кредитования вида «Потребительский без обеспечения».



Пример: рассмотрение заявки на кредит «Потребительский без обеспечения» в размере 50 000 руб. Петрову Петру Петровичу, возраст заемщика 35 лет, стаж работы на по-

следнем месте работы — 4 месяца, общий стаж работы — 12 месяцев.

В таблице 1 представлены условия кредитования.

Таблица 1. Условия выдачи кредита «Потребительский без обеспечения»

Валюта	Сумма	Подтверждение платежеспособности	Процентная ставка	
			от 3 мес. до 2 лет	от 2 до 5 лет
Рубли	от 15000 до 1500000	Справка по форме банка	От 18,00% до 21,00%	От 19,00% до 23,00%
		НДФЛ 2	От 18,00% до 21,00%	От 19,00% до 22,00%
Доллары, США	от 450 до 50000	Справка по форме банка	От 1,50% до 1,80%	От 1,60% до 1,90%
		НДФЛ 2	От 1,50% до 1,80%	От 1,60% до 1,90%
Евро	от 300 до 38000	Справка по форме банка	От 1,50% до 1,80%	От 1,60% до 1,90%
		НДФЛ 2	От 1,50% до 1,80%	От 1,60% до 1,90%

Рассмотрение заявки происходит в течение 2 дней, срок действия решения — 30 дней. Исходя из данных, представленных в таблице 1, срок пользования кредитом будет равен 8 месяцев, а процентная ставка 18%.

Необходимо провести оценку платежеспособности Петрова П. П.

Размер ежемесячных платежей по кредиту: сумма месячного платежа по процентам, при уплате путем внесения равномесных взносов в период погашения кредита, составляет:

$$П = С / 12 \times ПС \times (ПП + 1) / 2 / 100\% \quad (1)$$

Где П — сумма процентов за весь период пользования;

С — сумма кредита;

ПС — процентная ставка по кредитному договору;

ПП — количество месяцев пользования кредитом;

Сумма процентов за весь период пользования =  $50\,000 / 12 \times 18\% \times (8 \text{ мес.} + 1) / 2 = 3\,375$  рублей;

Платеж по процентам =  $3\,375 / 7 \text{ мес.} = 482$  рубля в месяц;

Платеж по основному долгу =  $50\,000 / 7 \text{ мес.} = 7\,143$  рубля.

где 8 мес. — количество месяцев пользования кредитом (со дня получения до последнего платежа по кредиту),

7 мес. — количество платежных месяцев (с учетом месячной отсрочки платежа по процентам и кредиту).

Итого ежемесячные платежи по кредиту составляет 7 625 рублей.

Далее необходимо определить среднемесячный совокупный доход (за 3 последних месяца) семьи кредитополучателя.

Например, среднемесячный доход семьи кредитополучателя — 30 000 рублей.

Удержания из заработной платы — 200 рублей.

Коммунальные платежи — 7 000 рублей.

Далее рассчитывается коэффициент (Кд), определяющий долю ежемесячных платежей по кредиту и процентам в сумме среднемесячных доходов за вычетом суммы среднемесячных расходов:  $Кд = П / (Д - Р)$

где П — платежи в погашение основного долга и процентов за пользование кредитом;

Д — среднемесячный доход кредитополучателя;

Р — среднемесячные расходы.

$$Кд = П / (Д - Р) = 7\,625 / (30\,000 - (200 + 7\,000)) = 7\,625 / 22\,800 = 0,33.$$

Следовательно, Петров П. П. имеет право на получение кредита в сумме 50 000 рублей, при этом Кд = 0,33.

Исходя из проведенных расчетов, можно увидеть финансовое состояние кредитополучателя, за счет каких средств он будет погашать кредит. Решение в отношении клиента будет принимать кредитный комитет, который будет учитывать все вышеперечисленные показатели.

Литература:

1. Н. И. Жиркина Вопросы экономики и права. 2011. № 4. С. 338–342.
2. Егоров, А. Е. Проблемы деятельности коммерческих банков на современном этапе развития экономики // Деньги и кредит. — 2008. — № 6. — с. 24–30.
3. Жуков, Е. Ф. Банки и банковские операции / Е. Ф. Жуков Санкт-Петербург. Питер, 2007. — 234с.
4. Емасова Н. Понятие банковской системы и ее свойства // Центр Креативных Технологий. — URL: <https://www.inventech.ru/lib/money/money0062/>

## Методика оценки финансового состояния заёмщика как фактор обеспечения экономической безопасности банка

Васильева Валерия Александровна, студент  
Забайкальский государственный университет (г. Чита)

В статье на основе анализа научной литературы приводится сравнительный анализ существующих методик оценки финансового состояния заемщика. В данной статье разъясняется содержание понятия «кредитоспособность» и определяется перечень задач, которые необходимо выполнить при анализе и оценке кредитоспособности заемщика, приводятся методики банков, используемые в российской практике. В качестве метода исследования используется сравнительный анализ.

**Ключевые слова:** финансовое состояние, кредит, заемщик.

В настоящее время кредитование является наиболее прибыльным, но в то же время самым рискованным видом деятельности для любого коммерческого банка, поскольку всегда существует определенная вероятность невозврата кредита. Одна из наиболее важных вещей, которые можно сделать, чтобы избежать потенциальных убытков и снизить кредитный риск, — это правильно оценить способность заемщика выполнять свои обязательства. Чем выше кредитоспособность заемщика, тем меньше риск банка потерять свои деньги. [2]

Количественная оценка связана с численным анализом, когда данные собираются, классифицируются, а затем вычисляются для того, чтобы показать определённые результаты. За основу берут концепцию рискованной стоимости (VaR), которая применяется для оценки рыночного риска отдельных финансовых инструментов и применяется при оценке всего кредитного портфеля.

Качественный анализ связан с анализом данных, которые построены на мнении экспертов и специалистов, где статистические параметры корректируются в зависимости от конкретных целей и задач, стоящих перед заёмщиком.

Базельский комитет по банковскому надзору (Basel II «Международная конвергенция расчётов собственного капитала и требований к собственному капиталу») предлагает коммерческим банкам развивать метод, основанный на использовании системы внутренних кредитных рейтингов (метод IRB), основанные на качественной оценке финансового положения и количественного анализа рисков. [3]

Российским специалистом профессором И. В. Вишняковым была предложена классификация методов анализа, согласно которой он выделяет две модели (см. рисунок 1):

— классификационные

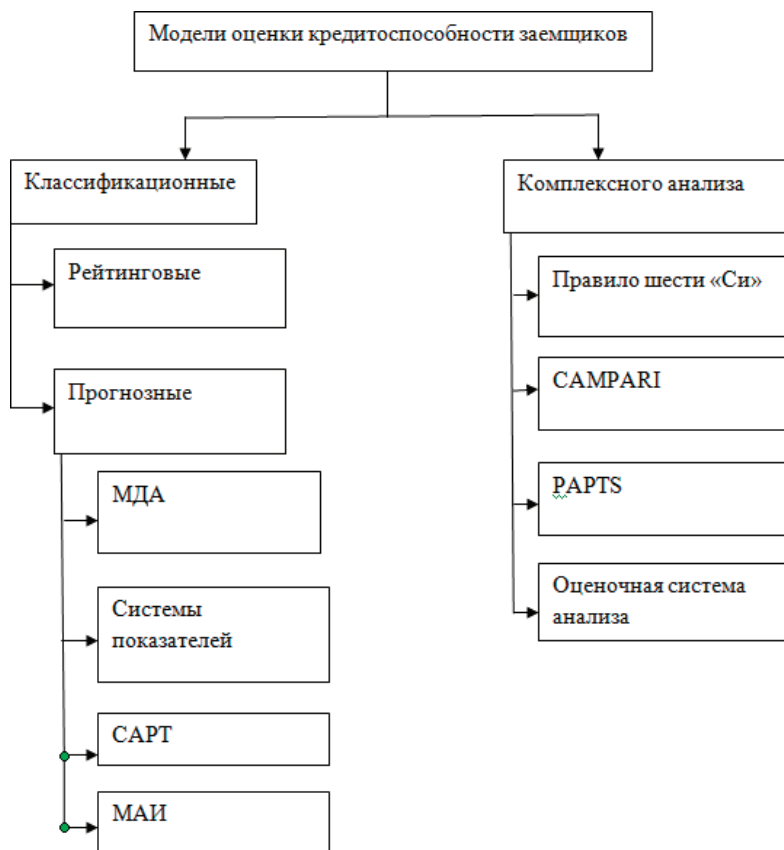


Рис. 1. Классификация моделей оценки кредитоспособности заёмщика

— комплексные (МКА)

Раскроем и проанализируем эти группы моделей с точки зрения возможности снижения банковского риска.

Первый блок классификационных моделей определяется возможным группировать заёмщиков по разным группам (классам), что, собственно, в дальнейшем будет облегчать и станет вспомогательным инструментом при определении возможности получения кредитной заявки. [7]

Итак, группа моделей прогнозирования базируются на статистических методах, наиболее распространёнными из которых является множественный дискриминантный анализ (МДА), позволяющий дифференцировать оценку качества банкротства потенциальных заёмщиков. Получаемый показатель рассматривается как оценка вероятности невыполнения условий по кредитному договору. Основное преимущество данного метода заключается в его высокой прогностической способности, но в России могут возникать сложности в применении, потому что не всегда можно найти достаточное количество статистических данных обанкротившихся компаний и рассчитать коэффициент регрессии, поэтому применение фундаментальных положений Альтмана к российским условиям рекомендуется использовать как дополнительный инструмент оценки кредитоспособности.

Перейдём к рейтинговым моделям, которые основаны на анализе формализованных, финансовых показателей кредитоспособности заёмщиков и рассчитываются с помощью группы финансовых коэффициентов, на основе которых, полученные значения отображаются в баллах. Общая сумма рассчитывается путём умножения значения показателя на его вес (коэффициент значимости) в интегральном показателе (рейтинге). Рейтинговая модель, является комплексным подходом к оценке кредитоспособности и простой в своём применении, что позволяет рассчитывать оптимальные значения по частным показателям, а так же ранжировать компании по результатам.

Коммерческие банки применяют модификационную рейтинговую оценку скоринговой системы, которая была предложена Д. Дюраном в 1941 г. с целью отбора заёмщиков по потребительскому кредиту, чтобы снизить объем просроченной задолженности по ссудам. Если полученный им рейтинг ниже заранее установленного банком значения и не соответствует нормативам, то кредитная заявка заёмщика будет отклонена. [5]

Кредитный скоринг (credit scoring) — приём для отбора заёмщиков по потребительскому кредиту. Отличие кредитного скоринга от рейтинговой оценки состоит в том, что для каждого показателя определяются несколько интервалов значений, и каждому интервалу приписывается определённое количество баллов или определяется класс.

Для оценки кредитоспособности также широко используется непараметрическая модель CART (Classification And Regression Tree — классификационные и регрессионные деревья). Достоинствами данной модели являются доступность и лёгкость вычислений, несмотря на сложные статистические методы, используемые при построении. Следует отметить, что точность классификации при использовании модели CART составляет около 90%.

Метод анализа иерархий (МАИ) является процедурой для иерархического представления элементов (системный подход),

к решению принятия любой проблемы. Метод состоит в декомпозиции проблемы на все более простые составляющие части и дальнейшей обработке последовательности суждений лица, принимающего решение, по парным сравнениям. В результате может быть выражена относительная интенсивность взаимодействия элементов в иерархии. Метод анализа иерархии включает процедуры синтеза множественных суждений, получения приоритетности факторов и нахождения альтернативных решений. Полученные таким образом значения являются оценками в шкале отношений и соответствуют так называемым жёстким оценкам. [1]

Следующий блок моделей комплексного анализа, который объединил количественные и качественные показатели, среди которых выделяют: правило «шести СИ», CAMPARI, PARTS и оценочную систему анализа. Благодаря объединению показателей можно всесторонне изучать оценку, но при этом так же значительно субъективное мнение экспертов.

Способ оценки CAMPARI заключается в том, что из кредитной заявки и прилагаемых к ней финансовых документов поочерёдно выделяются наиболее существенные факторы, отражающие деятельность заёмщика и далее производят оценку при личной встрече сопоставляя множества характеристик: Character — репутация заемщика; Ability — оценка бизнеса заемщика; Means — анализ необходимости обращения за ссудой или (Margin — маржа, доход); Purpose — цель кредита; Amount — обоснование цели кредита; Repayment — возможность погашения; Insurance — способ страхования кредитного риска.

Для анализа индивидуальных заёмщиков применяется оценочная система, основанная на опыте кредитного инспектора, которые выявляет сильные и слабые стороны заёмщика, сравнивая в дальнейшем с характеристиками отрасли. [4]

В России оценку кредитоспособности разделяют на 2 этапа:

1. Оценивают финансовое состояние заёмщика;
2. Определяют рейтинг или класс заёмщика.

Специалисты Сбербанк разработали и применяют собственную рейтинговую методику по определению оценки кредитоспособности потенциального заёмщика, основанную на количественных показателях финансового состояния и качественных показателях выявления рисков. В случае если информация не может быть выражена количественными показателями, то проводят качественный анализ. Для такого анализа используют информацию, представленную заёмщиком, службой безопасности банка и различными базами данных.

Заключительным этапом рейтинговой оценки кредитоспособности является определение класса заёмщика, проводимое на основе рассчитанной суммы баллов. Выделяют три класса заёмщиков:

- 1) Первокласные — кредитование не вызывает сомнений, кредитуются на льготных условиях;
- 2) Второкласные — требуется взвешенный подход для принятия решения о кредитовании, в случае положительного решения кредитуются на обычных условиях;
- 3) Третьекласные — кредитование связано с повышенным риском.

В зависимости от класса заёмщика в дальнейшем будет приниматься решение о выдаче или отказе кредита.

Анализ кредитоспособности заёмщика осуществляется в процессе оценки денежного потока на основе изучения движения денежных средств. Денежный поток позволяет измерить способность потенциального заёмщика оплачивать свои расходы и погашать задолженность собственными средствами. Исследование движения денежных средств даёт ответы на такие вопросы, как: [6]

— имеет ли заёмщик возможность обеспечивать себя денежными средствами для роста финансовых активов в перспективе;

— действительно ли рост активов заёмщика требует финансирования из внешних источников;

— предполагаются ли у заёмщика избыточные средства для покрытия основного долга и процентов по кредиту.

Результаты анализа движения денежных средств используются для оценки перспектив своевременного погашения кредита. В таблице 1 представлены исходные данные для оценки кредитоспособности физического лица, указанные в специальном разделе заявления на выдачу кредита.

Таблица 1. Расчёт располагаемого дохода для получения кредита

№ п/п	А — Месячный доход	Б — Месячный расход
1.	Заработная плата минус налог на доходы физических лиц и удержания по исполнительным листам	Текущие расходы
2.	Пособие на детей	Взносы по страхованию
3.	Пенсия	Обслуживание предыдущих кредитов
4.	Проценты по банковским вкладам, дивиденды по ценным бумагам	Квартплата
5.	Прочие доходы	Прочие расходы
6.	Итого доходов	Итого расходов
7.	С — Располагаемый доход (С=А-Б)	

Располагаемый доход определяется разностью между месячным доходом и месячным расходом. Его сопоставляют с суммой по обслуживанию долга, включающей основной платёж и проценты, определяя, таким образом, платёжеспособность клиента. Превышение суммы по обслуживанию долга над размером располагаемого дохода является основанием для отклонения заявления клиента.

Важным этапом является исследование репутации заёмщика на основе изучения кредитной истории клиента — прошлого опыта оплаты кредитов, информация, характеризующая личностные и деловые качества клиента, а также устанавливается наличие или отсутствие фактов неплатежей по иным обязательствам.

Одним из методов оценки репутации заёмщика является метод кредитного скоринга. Конкретная модель проведения

скоринга каждым банком разрабатывается самостоятельно на основе специфики деятельности банка и его клиентуры. Для этого каждый фактор, характеризующий заёмщика, получает свою количественную оценку. Максимально возможный порог значения показателя устанавливается для важных вопросов, для второстепенных вопросов порог ниже. Суммированием полученных баллов определяют кредитоспособность физического лица.

Такой метод даёт возможность осуществить экспресс-анализ заявки на кредит в течение нескольких минут в присутствии клиента, обратившегося с просьбой о предоставлении кредита и заполнившего анкету.

Современные специалисты разработали достаточно много разных методик кредитного скоринга, наиболее известной из

Таблица 2. Показатели модели Дюрана

№ п/п	Показатель	Значение показателя	Балл
1	пол	женский	0,4
		мужской	0
2	возраст	за каждый год свыше 20 лет	0,1, но не более 0,30
3	срок проживания в данной местности	за каждый год	0,042, но не более 0,42
4	профессия	профессия с низким риском	0,55
		профессия с высоким риском	0
		другие профессии	0,16
5	финансовые показатели	наличие банковского счета	0,45
		наличие недвижимости	0,35
		наличие полиса по страхованию	0,19
6	работа	предприятия в общественной отрасли	0,21
		другие	0
7	занятость	за каждый год работы на данном предприятии	0,059

которых является модель Дюрана. Он выделил группы факторов, которые позволяют максимально точно оценить степень кредитного риска, установил для них коэффициенты, определяющие кредитоспособность физического лица. Данные показатели представлены в таблице 2.

Установлен порог 1,25, определяющий кредитоспособность физического лица. Если результат больше или равен 1,25, принимается решение о выдаче кредита. [3]

Однако скоринговая система определения кредитоспособности физического лица имеет существенный недостаток: она не учитывает изменения текущей экономической ситуации в стране и в конкретном регионе.

Некоторые банки используют в своей практике установления кредитоспособности потенциального заемщика системы, основанные на экспертных оценках экономической це-

лесообразности предоставления кредита, а также балльные системы.

Экспертные системы оценки основываются на общеэкономическом подходе при анализе кредитоспособности потенциального заемщика. Банки изучают сведения в свете основных банковских требований и затем принимают решение о возможности предоставления кредита или отказе от его выдачи. Подобный подход анализа кредитоспособности клиента представляет собой взвешенную оценку не только финансового состояния заемщика, но и его личные качества.

Количественные системы оценки кредитоспособности предполагают определение в баллах значения различных групп показателей, характеризующих потенциального заемщика. Затем подсчитывается общее количество баллов и сравнивается с моделью предоставления кредита или отказа в его выдаче.

#### Литература:

1. Батракова, Л. Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка [Текст]: учеб. для вузов / Л. Г. Батракова. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — М.: Логос, 2013. — 365 с.
2. Бланк И. А. Управление формированием капитала. — М.: Омега-Л, 2014. — 512 с.
3. Боронина Э. С. Оценка основных средств в соответствии с концепциями поддержания капитала компании // Бухгалтерский учет. — 2013. — № 17. — С. 62
4. Галицкая С. В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятия. — М.: Эксмо, 2016. — 652 с.
5. Герасимова, Е. Б. Комплексный анализ кредитоспособности заемщика [Текст] / Е. Б. Герасимова // Финансы и кредит. — 2016 — № 4. — С. 21–29.
6. Горелова А. В. Методические подходы к вопросам повышения эффективности капитальных вложений // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. — 2015. — № 8. — С. 4–9.
7. Дементьева А. Г. Рыночная стоимость и информационная прозрачность бизнеса // Маркетинг. — 2016. — № 1. — С. 102–108.

## Формы и методы управления качеством кредитного портфеля коммерческого банка

Васильева Валерия Александровна, студент  
Забайкальский государственный университет (г. Чита)

*В данной статье изучаются формы и методы управления качеством кредитного портфеля банка. Тема статьи актуальна, так как кредитный портфель банка является основой его прибыли. Актуальность лишь увеличилась по причине существенного роста доли ипотечных займов в структуре портфеля коммерческих банков по причине льготной государственной программы. В итоге работы будут сделаны выводы о важности использования разных форм и методов при управлении качеством кредитного портфеля коммерческого банка.*

**Ключевые слова:** портфель банка, управление качеством, методы управления качеством, банки, формы управления качеством.

До изучения форм и методов управления качеством кредитного портфеля коммерческого банка необходимо обозначить ключевые термины по данной теме. Так, процессу управления качеством предшествует непосредственная оценка качества имеющегося кредитного портфеля. Под ней подразумевают совокупность элементов, имеющая в себе субъекты оценки, технологии оценивания и анализа полученной информации [2].

Под управлением качеством необходимо понимать процесс планирования пассивных и активных действий банка, направленных на минимизацию рисков, связанных с выданными им

ссудами. Отметим, что каждый выданный кредит влияет на качество портфеля. Нерациональное управление качеством портфеля приводит к частым просрочкам платежей по кредитам, банкротствам физических и юридических лиц и иным последствиям выдачи кредитов неплатежеспособным элементам, что в результате уменьшает эффективности работы всего банка [1].

Специалисты выделяют две формы управления качеством кредитного портфеля банка: управление на макроуровне и управление на микроуровне. Управляя качеством кредитного портфеля на макроуровне, портфель анализируется в тесной связи с экономикой государства. При этом учитываются



объемы выданных кредитов в стране в целом, структура выданных кредитов, меры по снижению инфляции, уровень инвестиций с целью увеличения ВВП и так далее. Таким образом, используя данную форму, изучается качество кредитного портфеля относительно всей экономики государства [3].

В процессе управления качеством кредитного портфеля на микроуровне, формируется стратегия и методы ее контролирования для каждого коммерческого банка в отдельности. При такой форме банки отбирают методы нахождения и анализа клиентов, изучают потребности потребителей, а также уровень их платежеспособности, создают контрольные методы пользования ссудой и так далее.

Отметим, что любая форма предполагает анализ и определенную организацию функционирования банка относительно: процесса контролирования, надзора, совершенствования, планирования и так далее [5].

Рассматривая методы управления кредитным портфелем коммерческого банка, отмечаем их многогранность. Более подробно изучим наиболее популярные из методов.

Первым самым популярным методом является диверсификация портфеля. Его распространенность в первую очередь связана с простотой и относительной дешевизной в сравнении с другими методами. Сущность диверсификации портфеля состоит в распространении кредитов среди множества лиц. В данном случае важно, чтобы кредитуемые лица получали разные суммы в долг, имели разнообразное обеспечение, использовали многочисленные кредитные формы и так далее.

Практика показывает, что единой формы использования данного метода нет, поэтому наиболее распространены следующие типы такого метода:

1. Портфельный тип. Данный тип предполагает диверсификацию ссуд между многочисленными разнообразными лицами;
2. Географический тип. Используя данный тип, банк пытается диверсифицировать суды на разные по экономическому развитию территории;
3. Отраслевой тип. Специфика данного типа наблюдается в диверсификации ссуд между предпринимателями, деятельность которых осуществляется в разных секторах экономики;
4. Типизация. Данный тип диверсифицирует ссуды таким образом, чтобы сроки погашения существенно различались [4].

Отметим, что банки могут использовать сразу несколько типов диверсификации, что часто происходит с крупными банками. Так, например, «Сбербанк» имеет отделения во множестве городов России, что отображает географический тип. При этом «Сбербанк» занимается выдачей потребительских, ипотечных и иных кредитов, что отображает портфельный тип диверсификации.

Следующий метод — концентрация. Под данным методом понимается аккумуляция кредитных операций внутри

одной сферы. Так, например, существует банк «Точка», работающий исключительно с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. Использование метода дает возможность банку сконцентрировать все действия на занятии именно одной конкурентной позиции, минимизируя риски конкуренции и принятия неоптимальных решений.

Далее следует метод использования результативного безопасного риск-менеджмента. В данный метод включено внедрение механизма по нейтрализации рисков внутри кредитного портфеля. Наиболее часто механизм заключается в использовании лимитов относительно кредитных операций. Под лимитами необходимо понимать ограничения в выдаче займа конкретному лицу. Лимит формируется исходя из активов кредитуемого, формы кредита, обеспечения по кредиту и так далее. Так, например, «Альфа-банк» предлагает всем клиентам заранее одобренную кредитную карту в приложении. При этом лимит такой карты у каждого лица индивидуален и зависит от трат по дебетовым картам, сбережениям, имеющимся у лица на вкладах и иных картах в «Альфа-банке» и так далее.

До формирования лимитов проводится работа по выявлению всех рисков и его факторов к кредитному портфелю. Это важно, так как риски даже в разных городах одного региона могут различаться.

Формирование и регулирование резервов под кредитный портфель банка также является методом управления качеством кредитного портфеля банка. Согласно данному методу, банк должен предположить сумму возможных потерь и соответственно сформировать резерв.

Последним методом, изучаемым в рамках данной работы, является реструктуризация. Под ней понимают корректировку условий, на которых активы банка используются лицами. Реструктуризация в большинстве случаев проводится через корректировку структуры портфеля кредитов банка. В процессе использования данного метода выявляются наиболее неблагоприятные выданные займы, по которым начинаются активные действия: внесудебные взыскания, реструктуризация кредита, взыскание суммы по суду и так далее. Также некоторые кредитуемые типы лиц получают иные требования, им могут увеличить стоимость залога, запретить или разрешить досрочное погашение и так далее.

Подводя итог, делаем вывод о наличии различных форм и методов управления качеством кредитного портфеля коммерческого банка. Многообразие методов дает возможность каждому банку сформировать свою стратегию управления качеством, исходя из специфики банка. В результате каждый даже самый нестандартный банк может грамотно управлять качеством своего кредитного портфеля. Таким образом, представленные формы и методы управления качеством кредитного портфеля позволяют сформировать эффективную работу каждого банка относительно выдаваемых займов.

#### Литература:

1. Бернадина, Е.Е. Управление качеством кредитного портфеля коммерческого банка / Е.Е. Бернадина // Вестник Науки и Творчества. — 2021. — № 5(65). — С. 14–20.

2. Виноградова, В. А. Методы управления кредитным портфелем коммерческого банка / В. А. Виноградова // Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии: Сборник научных статей по итогам работы второго международного круглого стола, Москва, 15–16 мая 2019 года. — Москва: Общество с ограниченной ответственностью «КОНВЕРТ», 2019. — С. 231–233.
3. Виноградова, В. А. Направления повышения качества кредитного портфеля российского коммерческого банка / В. А. Виноградова // Проблемы и перспективы инновационного развития современной экономики: Материалы всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 30 апреля 2019 года. — Воронеж: Общество с ограниченной ответственностью «Центр профессионального менеджмента» Академия Бизнеса», 2019. — С. 9–11.
4. Голева, Н. И. Управление кредитным портфелем коммерческого банка / Н. И. Голева, В. И. Голев, С. С. Свириной // Актуальные проблемы современной науки и производства: Материалы IV Всероссийской научно-технической конференции, Рязань, 27–29 ноября 2019 года. — Рязань: Рязанский государственный радиотехнический университет, 2019. — С. 339–348.
5. Руденко, А. Д. Совершенствование методов управления кредитным портфелем коммерческого банка / А. Д. Руденко, И. А. Самонова // Актуальные вопросы современной экономики. — 2020. — № 4. — С. 481–486. — DOI 10.34755/IROK.2020.32.16.072.

## Моделирование макроэкономических процессов с использованием моделей панельных данных

Вшивцев Константин Сергеевич, студент магистратуры  
Смоленский государственный университет

*В статье исследуются данные, характеризующие экономическое состояние некоторых префектур Японии, связь между входными данными и делаются выводы на основе исследования. Для этого используются модели панельных данных, а именно объединённая модель, с фиксированными эффектами и случайными эффектами. Производится эндогенная оценка построенных моделей, делаются предположения об адекватности построенной модели, и в итоге выбранная модель исследуется на наличие проблем гетероскедастичности и автокорреляции. В итоге даются рекомендации к возможностям использования построенной модели.*

**Ключевые слова:** модели панельных данных, регрессионный анализ, экономика, Япония.

## Modeling macroeconomic processes using panel data models

Vshivtsev Konstantin Sergeevich, student master's degree  
Smolensk State University

*The article examines the data characterizing the economic condition of some prefectures in Japan, the relationship between the input data and draws conclusions based on the study. For this, panel data models are used, namely the combined model, with fixed effects and random effects. An endogenous assessment of the constructed models is made, assumptions are made about the adequacy of the constructed model, and as a result, the selected model is investigated for the presence of problems of heteroscedasticity and autocorrelation. As a result, recommendations are given on the possibilities of using the constructed model.*

**Key words:** panel data models, regression analysis, economics, Japan.

Моделирование экономических систем в современном мире является неотъемлемой частью любой экономической деятельности, которая претендует быть хоть немного значительнее расчёта собственных карманных средств. Цели моделирования могут быть разным — кого-то интересует анализ, кого-то прогнозирование, а кто-то пытается строить гипотетические и идеальные модели.

Интерес данной статьи направлен на исследование регионального показателя валового продукта некоторых (а именно —

ведущих по этому показателю за последние годы) префектур Японии. На основе имеющихся статистических данных предпринимается попытка построения и описания экономико-математической модели, производится её оценка и анализируются возможности применения.

В качестве первичных данных были взяты: Gross prefectural product (валовый продукт префектуры, в млн йен), Prefectural income (доход префектуры, в млн йен) и Nominal private final consumption expenditure (номинальный частный расход на конечное

потребление, в млн йен) для префектур Osaka-fu (Осака), Saitama-ken (Сайтама), Kanagawa-ken (Канагава), Aichi-ken (Айти), Tokyo-to (Токио). Данные взяты для периода с 2007 по 2016 год, с официального портала статистики Японии (Statistics of Japan, 2021). Так же были использованы данные коэффициентов дефляции с сайта Всемирного банка (The World Bank, 2021).

«Под панельными данными понимается множество данных, состоящих из наблюдений за однотипными экономическими объектами в течение нескольких временных периодов. Отличительной особенностью панельных данных является то, что они включают как пространственные данные, так и данные временных рядов и поэтому не только содержат информацию о развитии объектов во времени, но и служат базой для выявления различий (гетерогенности) между исследуемыми объектами» (Бабешко, 2020). В данном случае рассмотрены объединённая модель (без индивидуальных эффектов):

$$y_{it} = \mu_i + x_{it}' * \beta + \varepsilon_{it}; \mu_i = const_i = \mu .$$

Модель с фиксированными эффектами:

$$y_{it} = \mu_i + x_{it}' * \beta + \varepsilon_{it}; \mu_i \neq const_i .$$

А также модель со случайными эффектами:

$$y_{it} = \mu + x_{it}' * \beta + m_i + \varepsilon_{it}; \mu_i .$$

Данные модели позволят с разных сторон подойти к изучению рассматриваемого объекта.

Перед началом построения моделей значения валового продукта префектур были преобразованы с помощью данных индекса дефляции, для того что бы их можно было корректно сопоставлять с данными номинального частного расхода на конечное потребление.

Предполагается, что значения валового продукта префектуры (эндогенная переменная Y в модели) напрямую зависят от значений номинального частного расхода на конечное потребление (экзогенная переменная X1 в модели) и доходов префектуры (экзогенная переменная X2 в модели). Данные выражены в миллионах японских йен, модель предполагается линейной.

Таблица 1. Используемые данные

Префектура	Год	Валовый продукт префектуры (Y)	Номинальный частный расход на конечное потребление (X1)	Доход префектуры (X2)
Saitama-ken	2007	17,6053	20,7409	20,74086
	2008	17,3544	19,9456	19,94556
	2009	17,1651	19,1042	19,10418
	2010	17,0531	19,5294	19,52944
	2011	16,9635	20,1879	20,18788
	2012	17,0825	20,0445	20,04452
	2013	17,5868	20,6129	20,61294
	2014	17,5115	20,7037	20,70371
	2015	17,6666	21,423	21,42305
	2016	17,6845	21,5591	21,55905
Tokyo-to	2007	40,4723	75,7284	75,72837
	2008	39,9664	70,456	70,45597
	2009	39,3313	64,8723	64,87227
	2010	39,8717	67,4331	67,4331
	2011	40,3057	69,3243	69,32434
	2012	40,6328	69,162	69,16198
	2013	42,0424	71,9551	71,95511
	2014	42,7453	72,4469	72,44692
	2015	43,7704	74,1001	74,10012
	2016	44,0877	72,8563	72,85627
Kanagawa-ken	2007	23,2882	29,303	29,30296
	2008	23,0667	28,0779	28,07789
	2009	22,5701	25,7276	25,72763
	2010	22,5998	27,2717	27,27174
	2011	22,648	27,362	27,36202
	2012	22,8924	27,2117	27,21174
	2013	23,5161	27,8731	27,8731
	2014	23,5811	27,7824	27,78238
	2015	23,7628	28,5905	28,59053
	2016	23,4493	29,0762	29,0762

Таблица 1 (продолжение)

Префектура	Год	Валовый продукт префектуры (Y)	Номинальный частный расход на конечное потребление (X1)	Доход префектуры (X2)
Aichi-ken	2007	17,7025	28,449	28,449
	2008	17,3954	24,585	24,585
	2009	17,1154	22,6934	22,6934
	2010	17,1315	23,1222	23,12216
	2011	17,3516	24,0692	24,06919
	2012	17,3872	25,7274	25,72737
	2013	18,1571	26,6837	26,68366
	2014	18,3223	26,8719	26,87189
	2015	18,6265	27,6904	27,69041
	2016	18,7431	27,2706	27,27063
Osaka-fu	2007	21,8255	28,6359	28,6359
	2008	21,3911	26,8016	26,80158
	2009	20,9748	25,1515	25,15154
	2010	21,1528	25,6086	25,60858
	2011	21,2939	26,1655	26,16548
	2012	21,5463	25,842	25,84203
	2013	22,023	26,3301	26,33009
	2014	22,003	26,4703	26,47032
	2015	22,246	27,2746	27,27459
	2016	22,2329	26,9933	26,99331

При помощи среды для статистического анализа RStudio и пакета plm, была построена объединённая модель (рис. 1).

Можно заметить, что панели сбалансированы:  $n = 5$  — число панелей,  $T = 10$  — число наблюдений в панели,  $N = 50$  — число выборки панельных данных. Значения F-статистики,  $R^2$  и p-value позволяют судить о том, что построение модели

вышло успешным — она, к тому же, достаточно, точна. Коэффициенты при переменных значимы, и, что интересно, можно наблюдать, что коэффициент при X1 имеет отрицательное значение: то есть можно говорить о том, что повышение частного расхода не обеспечивает повышение валового продукта. На самом деле, в определённой мере это можно воспринимать

#### Pooling Model

#### Call:

```
plm(formula = fm, data = PANEL, effect = "individual",
     model = "pooling", index = c("Prefecture"))
```

Balanced Panel: n = 5, T = 10, N = 50

#### Residuals:

```
      Min.  1st Qu.  Median  3rd Qu.  Max.
-6.04101 -2.62019  0.11781  2.51349  5.24602
```

#### Coefficients:

```
              Estimate Std. Error t-value Pr(>|t|)
(Intercept) -0.30903    2.50527  -0.1234  0.90235
X1           -0.63235    0.28268  -2.2370  0.03007 *
X2            1.80602    0.13493  13.3848 < 2e-16 ***
```

```
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

Total Sum of Squares: 39722

Residual Sum of Squares: 493.75

R-Squared: 0.98757

Adj. R-Squared: 0.98704

F-statistic: 1867.05 on 2 and 47 DF, p-value: < 2.22e-16

Рис. 1. Объединённая модель

```
Oneway (individual) effect Within Model

Call:
plm(formula = fm, data = PANEL, effect = "individual",
     model = "within", index = c("Prefecture"))

Balanced Panel: n = 5, T = 10, N = 50

Residuals:
      Min.      1st Qu.        Median      3rd Qu.       Max.
-1.737206 -0.379924 -0.019717  0.391908  2.036867

Coefficients:
      Estimate Std. Error t-value Pr(>|t|)
X1  0.54327    0.16811   3.2316 0.002364 **
X2  0.95046    0.07896  12.0373 2.326e-15 ***
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Total Sum of Squares:    222.78
Residual Sum of Squares: 23.103
R-Squared:                0.8963
Adj. R-Squared:          0.88183
F-statistic: 185.82 on 2 and 43 DF, p-value: < 2.22e-16
      Estimate Std. Error t-value Pr(>|t|)
1 -7.21243     2.21698 -3.2533 0.002224 **
2 11.43848     5.28101  2.1660 0.035904 *
3 -5.72455     2.93900 -1.9478 0.057988 .
4  2.93994     2.24535  1.3093 0.197370
5  0.97141     2.74902  0.3534 0.725540
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

Рис. 2. Модель с фиксированными эффектами

```
Oneway (individual) effect Random Effect Model
(Swamy-Arora's transformation)

Call:
plm(formula = fm, data = PANEL, effect = "individual",
     model = "random", index = c("Prefecture"))

Balanced Panel: n = 5, T = 10, N = 50

Effects:
      var std.dev share
idiosyncratic 0.5373 0.7330 0.026
individual    19.7643 4.4457 0.974
theta: 0.9479

Residuals:
      Min.      1st Qu.        Median      3rd Qu.       Max.
-1.41541 -0.43382 -0.20240  0.34795  2.60842

Coefficients:
      Estimate Std. Error z-value Pr(>|z|)
(Intercept) -2.717827   3.519220 -0.7723 0.4399479
X1           0.606958   0.172046  3.5279 0.0004189 ***
X2           0.998788   0.081115 12.3132 < 2.2e-16 ***
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Total Sum of Squares:    329.87
Residual Sum of Squares: 28.096
R-Squared:                0.91483
Adj. R-Squared:          0.9112
Chisq: 504.809 on 2 DF, p-value: < 2.22e-16
```

Рис. 3. Модель со случайными эффектами



как характерный признак японской экономики и культуры последних лет — жители предпочитают накапливать и не тратить собственные средства.

Далее была построена модель с фиксированными эффектами (рис. 2).

В данной модели можно заметить, что помимо значимых параметров влияния, значимы и специфические фиксированные эффекты (первый и второй), а показатели  $R^2$  ниже, чем в объединённой модели. Также присутствует иное формирование коэффициентов — так, например, коэффициенты при эндогенных переменных теперь положительны.

А затем была рассмотрена модель со случайными эффектами (рис. 3).

Коэффициенты при переменных положительны и значимы, и только свободный член — нет. Значения F-статистики,  $R^2$  (в частности, показатели выше, чем у модели с индивидуальными эффектами) и p-value позволяют судить о том, что построение модели вышло успешным.

Для того, чтобы выяснить, какая модель является наиболее адекватной панельным данным, необходимо провести тести-

рование моделей против друг друга, после чего выявить самую оптимальную. Ниже представлены результаты теста объединённой модели против модели с фиксированными эффектами (рис. 4), объединённой модели против модели со случайными эффектами (рис. 5) и модели со случайными эффектами против модели с фиксированными эффектами (рис. 6).

Таким образом, исходя из результатов теста, можно судить о том, что модель со случайными эффектами является более эффективной. Так как оценка эндогенной переменной формируется для преобразованной модели, были произведены перерасчёты и получены оценки для исходной модели (рис. 7).

Далее для модели со случайными эффектами было произведено тестирование на наличие автокорреляции и гетероскедастичности (рис. 8).

По результатам тестов можно судить о слабой позитивной автокорреляции (показатель значим) и наличии гетероскедастичности, что может негативно сказаться на моделировании при наращивании количества входных данных, однако же в рамках рассматриваемой задачи модель оказывается достаточно точной.

F test for individual effects

```
data: fm
F = 218.99, df1 = 4, df2 = 43, p-value < 2.2e-16
alternative hypothesis: significant effects
```

Рис. 4. pFtest

Lagrange Multiplier Test - (Breusch-Pagan) for balanced panels

```
data: fm
chisq = 146.15, df = 1, p-value < 2.2e-16
alternative hypothesis: significant effects
```

Рис. 5. plmtest

Hausman Test

```
data: fm
chisq = 7.7384, df = 2, p-value = 0.02087
alternative hypothesis: one model is inconsistent
```

Рис. 6. phtest

1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22.44001	21.49342	20.53815	20.89492	21.49819	21.42724	22.30103	22.34598	23.15863	23.30529	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
105.16040	99.58728	93.62491	96.51062	98.66296	98.69939	102.34468	103.26253	105.53592	104.48615	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35.16182	33.80381	31.15494	32.71520	32.83466	32.83292	33.87202	33.82086	34.73830	35.03314	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39.55117	35.50544	33.44623	33.88423	34.96370	36.64150	38.06392	38.35216	39.35435	39.00586	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40.10316	38.00739	36.10668	36.67122	37.31308	37.14321	37.92002	38.04791	38.99874	38.70982	

Рис. 7. Оценка эндогенной переменной для исходной модели со случайными эффектами

```

Durbin-Watson test for serial correlation in panel models

data: fm
DW = 1.4825, p-value = 0.02242
alternative hypothesis: serial correlation in idiosyncratic errors

Lagrange Multiplier Test - (Honda) for balanced panels

data: fm
normal = 12.089, p-value < 2.2e-16
alternative hypothesis: significant effects

```

Рис. 8. Тесты Дарбина-Уотсона и Брешуа-Пагана

Подытоживая рассмотренную информацию, можно сказать, что предположение о том, что значения валового продукта префектуры напрямую зависят от значений номинального частного расхода на конечное потребление и доходов префектуры является верным. Рассмотренную модель со случайными эффек-

тами можно использовать как для анализа экономического положения в префектурах на основе текущих данных (или данных прошлых лет), так и для прогнозирования значения валового продукта префектуры на основе значений номинального частного расхода на конечное потребление и доходов префектуры.

Литература:

1. Statistics of Japan: [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.e-stat.go.jp/>.
2. The World Bank — Inflation, GDP deflator (annual%) — Japan: [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.DEFL.KD.ZG?locations=JP>.
3. Бабешко Л. О. Эконометрика и эконометрическое моделирование в Excel и R. Учебник. М: ИНФРА-М, 2021. 300 с.
4. Аналитическая платформа Loginom: [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://wiki.loginom.ru/articles/principal-component-analysis.html>.

## Социальное предпринимательство в индустрии гостеприимства

Данилина Мария Николаевна, студент магистратуры  
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

*В научной статье рассматривается сущность социального предпринимательства в индустрии гостеприимства. Определяются основные виды социального предпринимательства. В работе рассматривается зарубежный и отечественный опыт в сфере HoReCa. Выявляется потребность развития социального предпринимательства в индустрии гостеприимства. Предлагаются пути решения проблем социального предпринимательства. Научная новизна статьи заключается в исследовании социального предпринимательства в индустрии гостеприимства на территории Российской Федерации.*

**Ключевые слова:** социальное предпринимательство, виды социального предпринимательства, индустрия гостеприимства.

Понятие социального предпринимательства закреплено в ФЗ от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» и звучит так: «Социальное предпринимательство — предпринимательская деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей, решение социальных проблем граждан и общества».

Эволюционирование обычного предприятия общественного питания в объект социального бизнеса — процесс закономерный, так как он находится на пересечении бизнеса и благотворительности, решает важные социальные и культурные задачи общества, а также позволяет адаптироваться социально незащищенным категориям граждан. При этом такой вид бизнеса тоже может приносить прибыль своим владельцам.

Социальное предпринимательство основано на применении принципов, инструментов и технологий традиционной предпринимательской деятельности, а также на использовании инновационных методов ведения бизнеса, направленных на решение актуальных проблем общества, таких как: бедность, безработица, положение людей с ограниченными возможностями, социальное неравенство, уровень жизни и прочие, нерешенность которых, в дальнейшем может послужить причиной экономической нестабильности и ослабления общего благосостояния страны.

Так в Лондоне существуют: кафе Brigade, принимающее людей, которые рискуют потерять жилье или работу (или уже их потеряли); кофейня Brewbird, где пекари и кондитеры только

что вышли из тюрьмы; CabinCafé, расположенное на территории тюрьмы HydebankWood, где работают только заключенные; кафе Paper&Cup для реабилитации алкоголиков и наркоманов.

В Российской Федерации социальное предпринимательство в сфере гостеприимства еще очень молодо. Актуальность темы данного исследования подчеркивает и тот факт, что отсутствуют работы, сделанные на материалах российских компаний в индустрии HoReCa. Понимание основных бизнес-моделей социального предпринимательства и институциональных особенностей их формирования имеет важное значение, как с практической точки зрения, так и с теоретической, так как может повысить эффективность функционирования организаций, потому что оно:

- нацелено на достижение самоокупаемости или даже на прибыль, т.е. социальные предприятия не зависят или зависят в существенно меньшей степени, чем традиционные благотворительные организации, от постоянного потока пожертвований;
- ориентировано не на помощь конкретным людям, а на создание условий, при которых будет решена сама социальная проблема, поставившая людей в тяжелое положение;
- основано на идеологии рынка и свободной конкуренции, а не на идее более справедливого и гуманного перераспределения.

Социальное предпринимательство делится на 4 категории:

1. Обеспечение занятости граждан, отнесенных к категориям социально уязвимых.
2. Обеспечение реализации товаров (работ, услуг), произведенных гражданами, отнесенными к категориям социально уязвимых.
3. Производство товаров (работ, услуг), предназначенных для граждан, отнесенных к категориям социально уязвимых.
4. Деятельность, направленная на достижение общественно полезных целей и решение социальных проблем общества.

По данным Единого Реестра субъектов малого и среднего предпринимательства социальный бизнес ведут 60% индивидуальных предпринимателей, 40% — юрлица. 90% социальных предприятий относятся к категории микропредприятий.

Из общего числа социального предпринимательства:

- 16% — направлено на дополнительное образование,
- 13% — услуги по дневному уходу за детьми,
- 10% — деятельность в области физкультуры, спорта и оздоровления,
- 7% — область здравоохранения,
- 5% — творчество и искусство,
- 4% — отдых и развлечение,
- 3% — дошкольного образования.

В 29 регионах России не было зарегистрировано ни одного социального предприятия. По данным за 2021 год, популярность данного типа предпринимательства в России все еще остается низкой. По статистике социальным бизнесом владеют не более 1% предпринимателей. Основной портрет предпринимателей в этой сфере: женщины от 30–60 лет. Это информация тоже не стала новостью, так как исследования доказали, что женщины более эмпатичны и сострадательны, чем мужчины.

Исходя из анализа данных Единого Реестра, можно сделать вывод, что социальных предприятий в индустрии гостеприим-

ства либо совсем нет, либо они представлены в малом количестве.

При дальнейшем изучении, было выявлено всего 3 предприятия общественного питания с социальными мотивами в России.

Одно предприятие расположено в Санкт-Петербурге, носит название «**Огурцы**». В 2018 году Мария Грекова при поддержке анимационной студии «Да» и Фонда президентских грантов основала пространство «Простые вещи», на базе которого изначально была кухня и ребята осваивали поварское ремесло. Все лето ребята из кулинарной мастерской ездили на городские фестивали с мобильным кафе: пекли вафли, варили кофе, знакомились с гостями. В августе команда объявила о сборе средств на запуск кафе. Посредством краудфандинговой платформы удалось собрать 860 тысяч рублей.

**Общая вместимость:** 70 человек.

**Ценовой диапазон:** средний.

**Кухня:** вегетарианская.

Вегетарианская кухня обусловлена тем, что когда на кухне только овощи, её гораздо проще организовать по нормам СанПиНа, чем кухню, на которой есть и рыба, и мясо, и яйца.

**При кафе организовали магазин с изделиями ручной работы:** можно купить фартуки, футболки, шоперы, открытки, кружки, тарелки, деревянные доски, сделанные мастерами с особенностями развития.

**Численность персонала:** в кафе работают 15 человек, 6 из них «особые мастера» — люди с особенностями развития психики и интеллекта. Ребята работают на баре, кухне, кассе, а также работают помощниками администратора.

В «Огурцах» проводят кино вечера, концерты, а также встречи с кураторами социальных проектов и кулинарные мастер-классы.

Другое предприятие расположено в Махачкале. Идейным вдохновителем проекта стала руководительница Дагестанской региональной общественной организации помощи инвалидам «Жизнь без слез» Айшат Гамзаева. Президентский грант в размере 2 млн рублей помог в реализации проекта кафе «**Время перемен**». Реальная стоимость проекта составила около 8 млн рублей, основную часть финансирования составили средства спонсоров и благотворительных фондов.

**Общая площадь** 200 кв. метров, на втором этаже оборудован зал для занятий с детьми с особенностями развития. Открыт учебный класс, где подростки с ограниченными возможностями здоровья смогут выучиться на помощников поваров.

**Ценовой диапазон:** средний.

**Кухня:** европейская, японская.

**Численность персонала:** Реализация проекта позволила получить работу 15 людям с особенностями физического развития. Для кафе закупили оборудование, позволяющее максимально автоматизировать процесс. С персоналом работают специальные тренеры и два повара-наставника.

Кафе рассчитано на то, чтобы люди с ограниченными возможностями могли в нем работать и посещать его без каких-либо сложностей. На входе оборудованные пандусы, внутри все проемы сделаны для беспрепятственного проезда колясочников, а санузел оборудован поручнями. Между сто-

лами большие расстояния, чтобы спокойно можно было проехать на коляске. Из-за этого сократилось количество посадочных мест. Вдоль окна заниженная барная стойка.

Последний проект в рамках социального предпринимательства в индустрии гостеприимства расположен также в Санкт-Петербурге, но направлен на другую группу «уязвимо-го» населения. Идейным вдохновителем проекта выступила директор «Центра социальной адаптации святителя Василия Великого» Юлианна Никитина. Воспитанников в Центр социальной адаптации святителя Василия Великого направляют суды, уголовно-исполнительная инспекция, комиссии по делам несовершеннолетних, иногда ребята приходят сами. Основные статьи: употребление и распространение наркотиков, воровство, грабежи, разбой. Если воспитанник успешно проходит курс, ему могут досрочно снять условный срок.

Помещение длительное время находилось в собственности центра, поэтому и приняли решение о создании кофейни «Просто». За счет гранта закупили оборудование. ООО «Глория», официальный дистрибьютор итальянской ком-

пании Gorrion Cafe предоставила в безвозмездное пользование кофемашину и обучение воспитанников, работающих в проекте.

**Ценовой диапазон:** средний.

**Кухня:** кофе, десерты.

В кофейне «Просто» подростки знакомятся с профессией бариста. Их всегда готов проконсультировать профессиональный бариста (он же социальный педагог Центра), 7 лет проработавший в кофейнях Петербурга.

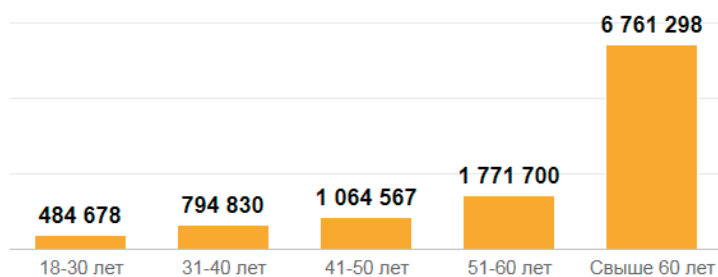
В творческом пространстве кофейни проходят лекции, мастер-классы и еженедельный кино клуб для воспитанников Центра, волонтеров и детей из семей в трудной жизненной ситуации. Также здесь воспитанники и их семьи работают с психологом. Кафе проводит различные образовательные лекции для студентов, психологов, социальных работников.

Чтобы понять, перекрывают ли существующие социальные бизнес-модели потребности каждой из указанных «уязвимых» групп, обратимся к статистике.

Обратимся к численности инвалидов в разрезе субъектов РФ, по возрастным группам, уровню безработицы.



Только в центральном федеральном округе 2748042 инвалидов.



Численность инвалидов трудоспособного возраста составляет: 4116775 человек.



По законодательству РФ принимать на работу можно сотрудников 2 и 3 группы инвалидности. Общая численность которых составляет: 9522795 человек.

На 2021 год уровень безработицы физической инвалидности 2 группы составляет 16,4, а инвалидности 1 группы — 15,4.

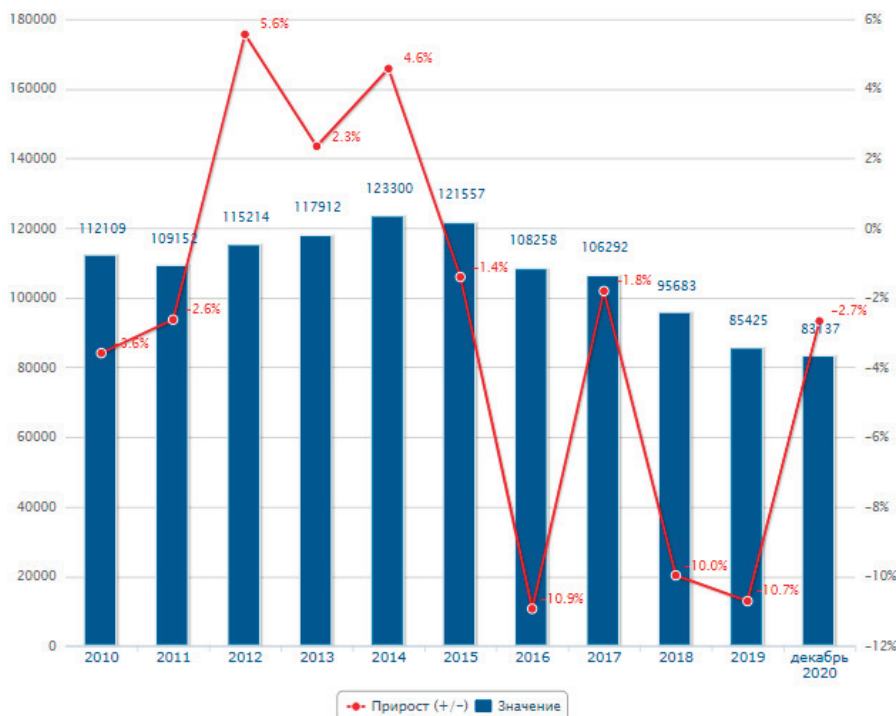
	Уровень участия в составе рабочей силы	Уровень занятости	Уровень безработицы
Инвалиды 2 группы	6,5	5,4	16,4
Инвалиды 3 группы	17,7	15,0	15,4

Отдельная статистика по занятости людей с ментальными нарушениями не ведется.

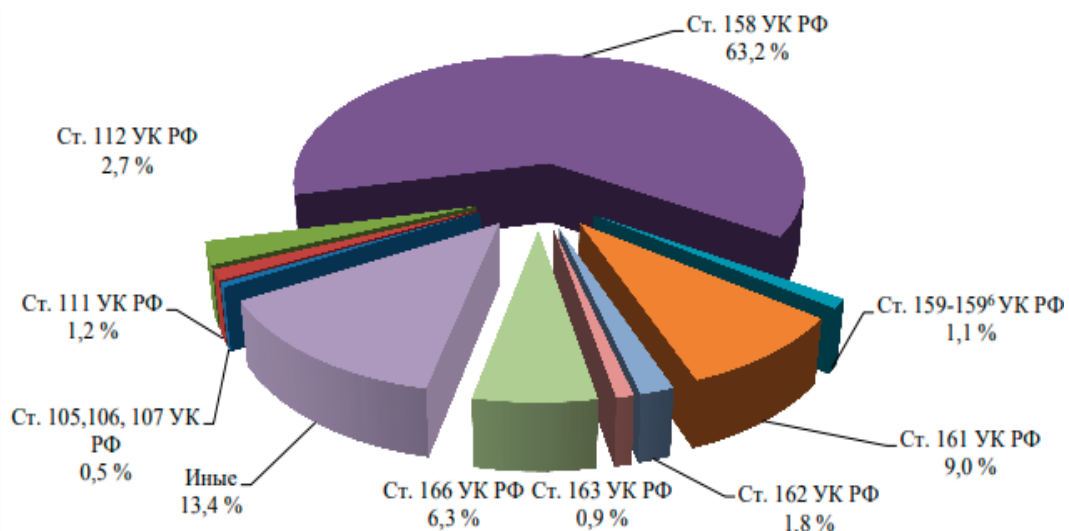
По закону российские компании обязаны принимать работников с ограниченными возможностями: квота — от двух до четырех процентов в зависимости от общего числа сотрудников. Однако, многим компаниям проще заплатить штраф, чем нанять инвалидов: это связано как с неподготовленно-

стью мест, так и коллектива. При этом у работодателей есть законное право отказать в трудоустройстве, если у них нет должности с простым функционалом, а особенному кандидату не хватает квалификации.

Далее рассмотрим численность преступлений, совершенными несовершеннолетними и долю по видам совершения преступлений.



Как видно из графика, прирост преступлений, совершенных несовершеннолетними, значительно вырос по сравнению с 2018 и 2019 годами.





Большая доля по видам преступлений приходится на кражу (158 УК РФ), грабеж (161 УК РФ) и неправомерное завладение транспортным средством (166 УК РФ).

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что существующие предприятия не могут перекрыть потребности каждой из категории, так как их попросту недостаточно. Таким образом социальное предпринимательство в сфере гостеприимства представляет собой голубой океан, т.е. свободные от конкуренции ниши, где спрос не завоевывается, а создается.

Проанализировав зарубежный и отечественный опыт социального предпринимательства в сфере HoReCa, можно сделать следующие выводы:

**Основная миссия проектов:** создание рабочих мест, социальная адаптация и интеграция особой группы людей, разрушение стереотипов о них у общественности.

**Формирование:** путем ознакомления с зарубежным и отечественным опытом.

**Освоение рынка социального предпринимательства в сфере HoReCa:** «голубой океан».

**Основные средства:** гранты, благотворительные фонды и краудфандинговые платформы.

**Ценовой диапазон:** демократический/ средний.

**Маркетинговые компании:** различаются клиенты (те, кто платит) и благополучатели (те, кому нужен продукт). Социальному предпринимательству важно проводить разные маркетинговые кампании для этих целевых аудиторий.

Социальные проекты смогут развиваться должным образом, если государство будет оказывать поддержку, необходимую для развития:

- Поддержка в организации и участии в выставках, ярмарках;
- Содействие в получении производственных площадей и помещений для осуществления основной деятельности;
- Содействие в получении налоговых льгот и вычетов;
- Содействие в получении сервисного и технологического обеспечения;
- Поручительство по займам и другая господдержка.

Литература:

1. Войнова, О.А., Козлова, О.А. Эволюция концепции социального предпринимательства / О.А. Войнова, О.А. Козлова // Вестник ЗабГУ.— 2016.— № 1.— С. 105
2. Науменко, Е.Е., Прилуцкая Клавдия Павловна Социальное предпринимательство в России / Е. Е. Науменко // Economics.— 2016.— № 11 (20).— С. 47.
3. Полтавский, И.В. Социальное предпринимательство и его роль в современном обществе / И.В. Полтавский // Молодой ученый.— 2016.— № 8.1 (112.1).— С. 49.
4. Сулимин, В.В. Сущность социального предпринимательства в России / В.В. Сулимин // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral».— 2019.— № 3.— С. 278.
5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N209-ФЗ (последняя редакция). Консультант Плюс. Электронный ресурс: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/)
6. Численность инвалидов. Федеральная государственная информационная система. Электронный ресурс: <https://sfri.ru/analitika/chislennost>
7. Положение инвалидов. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/folder/13964>
8. Численность преступлений, совершенными несовершеннолетними. Портал правовой статистики. Электронный ресурс: <http://crimestat.ru>

## Формирование бренда предприятия в сфере HoReCa

Данилина Мария Николаевна, студент магистратуры  
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

*В научной статье рассматриваются сложившиеся авторские подходы к восприятию понятия «бренд» и «брендинг». Разграничиваются существующие подходы на составляющие. Научная новизна статьи заключается в разработке инструментария на основе опыта брендинга в индустрии гостеприимства на территории Российской Федерации.*

**Ключевые слова:** брендинг, бренд-менеджмент, индустрия гостеприимства.

Современный мировой рынок отличается высокой динамикой развития и жесточайшей конкуренцией. Такая конкуренция приводит к появлению большого количества схожих товаров и услуг. Но лишь немногие имеют уникальные характеристики, которые выделяют их на фоне множества. Поэтому так важно чтобы целевая аудитория могла безошибочно идентифицировать товар или услугу в ряду конкурирующих фирм. 21 век называют веком технологий, поэтому фокус конкуренции сместился от то-

вара к информации. Особенность покупателя нашего времени состоит в том, что в его выборе преобладают эмоциональные побуждения над рациональными. В сфере HoReCa факторы успеха основываются на субъективно воспринимаемых гостем преимуществах, если другие объективные критерии у компаний идентичны. В такой ситуации функциональная ценность вытеснена на второй план. Следовательно, образ компании складывается из многих параметров, воспринимаемых как единое целое, эти компоненты могут носить как осязаемый, так и чисто символический или же вовсе невидимый на первый взгляд характер. Переплетение всех элементов превращает базовый продукт в Бренд. Бренд может, как обеспечить рыночный успех, так и стать причиной грандиозного провала. Поэтому так важно правильно соединить все части в одно неделимое целое, чтобы быть успешным в выбранном сегменте, удерживать и расширять целевую аудиторию.

Тематика бренда поднимается в трудах многих зарубежных авторов. Для того чтобы понять, какие принципы могут быть полезны в практической работе в области брендинга в дальнейшем, передо мной возникла необходимость обращения к научной базе и опыту специалистов в области брендинга и маркетинга, для изучения предложенных ими моделей. Был проведен анализ различных подходов к методам теории построения и продвижения брендов. В результате этого анализа были выделены три основных принципа, исходя из разных параметров.

Первый параметр — объектный, связанный с возможными составляющими бренда. Этот тип является фундаментом для создания последующих разработок. Он позволяет создать максимально объемный образ бренда, так как позволяет рассматривать направления для идей с разных сторон.

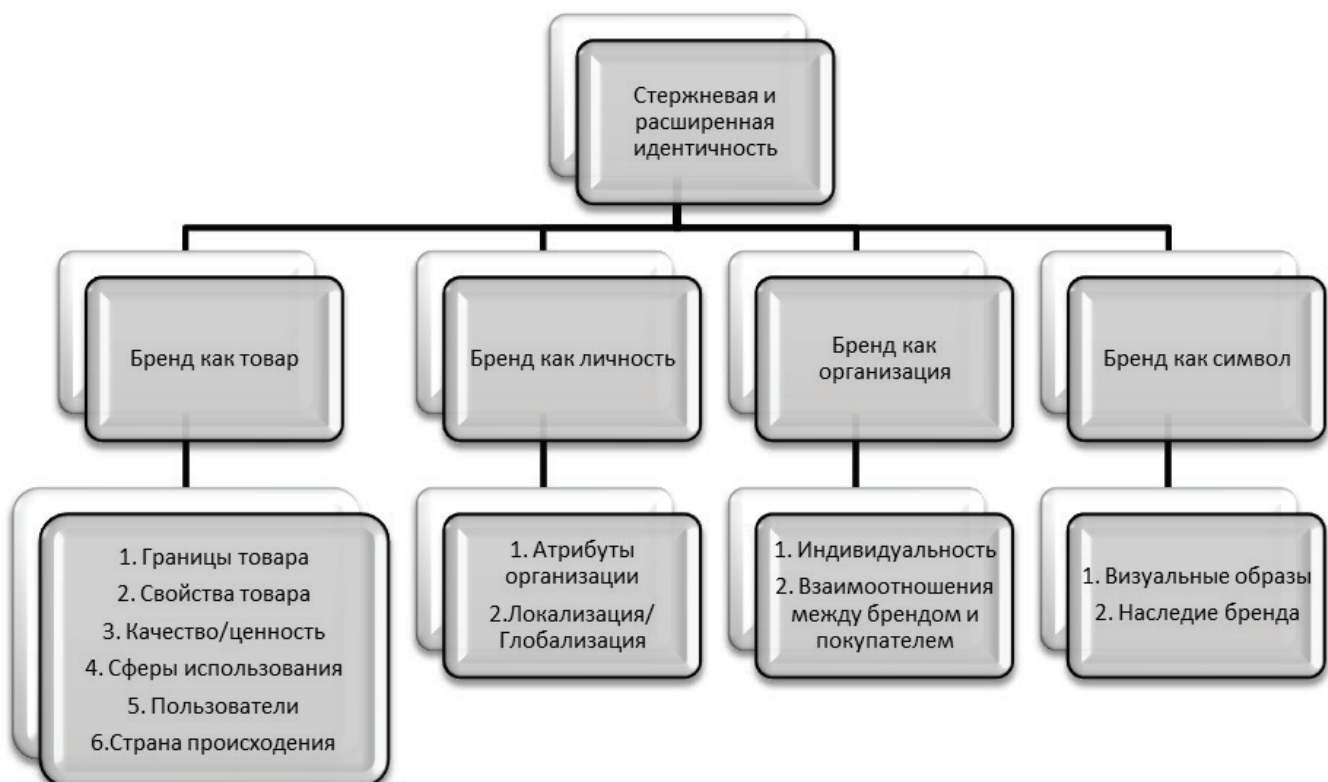
Д. Аакер ввел термин «идентичность бренда». Он утверждает, что идентичность определяет направление развития организации, характеризует ее цели и предназначение бренда. Аакер разработал модель, в которой особенности бренда разделены на два уровня и сгруппированы по четырем направлениям: бренд как товар, бренд как личность, бренд как организация и бренд как символ.

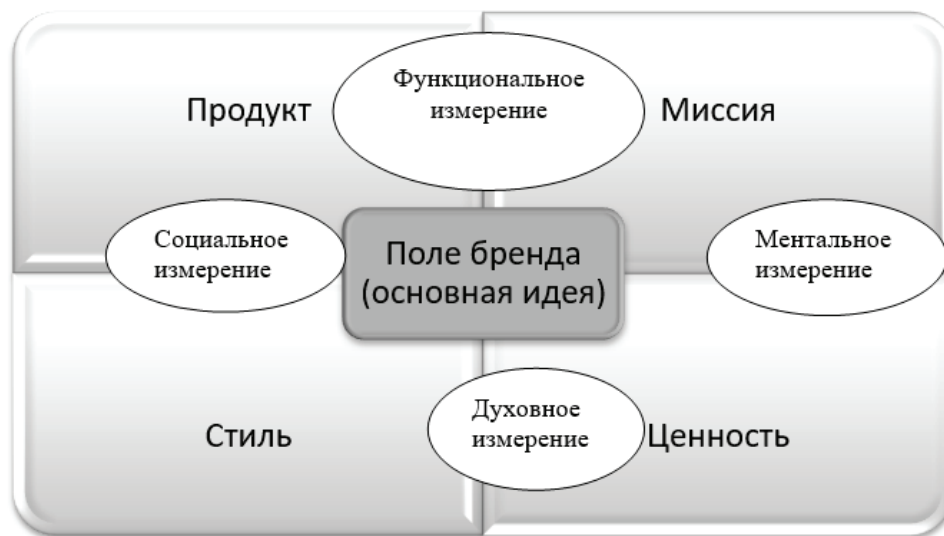
Структура идентичности:

1. Стержневая идентичность (неизменная — ключевые идеи, отражающие дух бренда).
2. Расширенная идентичность (изменяемая со временем — любые элементы бренда, которые связаны и значимы и придают идентичности завершенность).

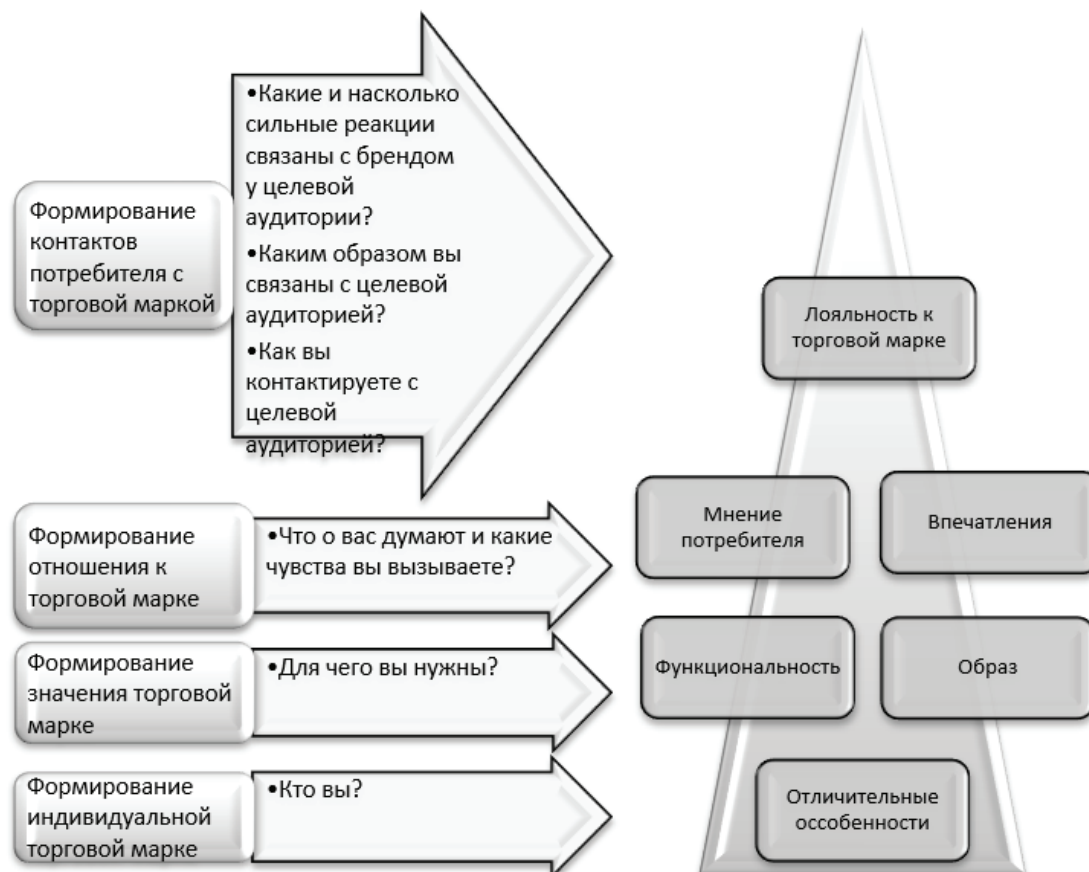
Модель идентичности бренда Д. Аакера послужила отправной точкой для создания модели четырехмерного брендинга Т. Гэда. По его мнению, сильный бренд представляет собой мыслительное поле, существующее в четырех измерениях. Развитие всех четырех измерений бренда обеспечивает его уникальное место в сознании потребителей и силу покупательской приверженности.

Моделей первого типа (объектного) существует довольно много. Намного меньше моделей второго типа, которые используют иерархический подход. Они позволяют генерировать ассоциации, как и модели первого типа, а также, что более важно, выстраивать их в логическом порядке относительно их внедрения в сознание потребителя.





Как и Д. Аакер К. Л. Келлер считает позиционирование бренда частью его идентичности. Согласно «Пирамиде потребительского капитала торговой марки» создание бренда происходит с помощью поэтапного воздействия на существующих и потенциальных потребителей. Результат каждого этапа определяет результат следующего.



Третий тип заключается в определении пути формирования составляющих бренда и ее причинно-следственных ассоциаций у целевой аудитории. Модели третьего типа разработаны в основном специалистами рекламных агентств для понимания потребительского портрета и эффективного использования каналов коммуникации, так как позволяют формировать необходимые ассоциации для конкретного бренда в конкретной рыночной ситуации и поддерживать ее в сознании потребителя в определенный момент времени.

У рекламного агентства Leo Burnett свое видение создания бренда. Для того чтобы захватить «место под солнцем», необходимо его создавать с учетом главных покупательских желаний и потребностей, а также возможностей их стимулирования. Так возникла

Brand Belief System — «система веры в бренд». Данная модель позволяет найти связующее звено между брендом и его аудиторией и в дальнейшем использовать его как рычаг в рекламе. BBS основывается на четырех элементах, представленных на рисунке.



Руководители бренд-консалтинговой фирмы «Паприка брэндинг» М. Васильева и А. Надеин разработали пятиуровневую модель отличительных особенностей бренда. Первый круг — вера и убеждения. Второй круг — миссия и слоган. Третий круг — внешние черты бренда. Четвертый круг — характер бренда, выраженный в языке и поведении. Пятый круг — стиль рекламы. Упор в данной модели делается на стиль рекламы, который выбирается исходя из портрета целевой аудитории и возможных ассоциаций у выбранной группы людей. Последний круг позволяет скомпенсировать отсутствие всех вышеперечисленных проявлений индивидуальности.



Проанализировав три типа, можно заключить, что каждый из них актуален для решения различных задач брендинга. Для того чтобы разработать новый бренд, необходимо провести мозговой штурм используя модели объектного типа, проходя по всем возможным составляющим торговой марки и продумывая соответствующие характеристики для будущего бренда. Модели иерархического типа позволят разработанным составляющим, после мозгового штурма, систематизироваться по этапам их внедрения в сознание потребителя. Чтобы понять что может «заякориться» у целевой аудитории, как лучше преподнести информацию (сравнивая с конкурентом или же акцентируя внимание на человеческие потребности и нужды), следует обратиться к третьему типу.

Разобравшись в авторских методологиях и выделив для себя предпочтительные, следует изучить, какие существуют предпосылки к разработке бренда.

Можно выделить 4 ситуации:

1. Запуск и разработка нового бренда для новой компании
2. Разделение холдингов на отдельные компании
3. Изменение условий рынка, появление новых конкурентов
4. Бренд устарел и не соответствует задачам компании

В целом, создание бренда можно разделить на этапы:

**Этап первый — Стратегия и позиционирование:**

- Маркетинговые исследования (анализ конкурентной среды и рынка в целом, определение ниши и целевой аудитории).
- Разработка концепции позиционирования бренда (определение основополагающей концепции, разработка целей и миссии).

**Этап второй — Вербальная идентификация:**

1. Анализ названий конкурентов, положительный и негативный опыт нейминга, анализ восприятия существующих конкурентных наименований у целевой аудитории (по уровням фонетики, семантике, ассоциативному ряду, эмоциональному восприятию и запоминаемости).

2. Формирование критериев, которые желаете учесть в названии.
3. Мозговой штурм для составления перечня возможных будущих названий.

*Названия могут иметь:*

- *Ассоциативный характер* — за основу выбрана наилучшая ассоциация с объектом.

Пятизвездочный отель Савой (Россия, Москва). Савой, является древней аристократической фамилией британского рода, который в 13 веке построил в Лондоне Савойский замок, на месте которого в 19 веке был построен роскошный фешенебельный отель, что для того времени являлось неслыханным. Так фамилия приобрела нарицательный характер и прекрасно отражает дух элитного исторического отеля.

- *Эталонный характер* — путем подстраивания под название, пользующейся популярностью ведущей компании на рынке.

Apple Tree Hotel (Стамбул, Турция) за эталон взяла компанию Apple, даже в собственном логотипе повторяет известный аналог, изменив лишь количество яблок (с 1 на 2) и цвет (серебро на красный).

- *Аббревиатурный характер* — на основе сокращений, цифровое использование.

Хостел HQ (Россия, Москва); Хостел 365 (Россия, Москва).

- *Неологический характер* — путем создания нового слова (сочетание корней или нескольких слов).

Vinotel Boutique Hotel (Грузия, Тбилиси).

– *Личностный характер* — на основе фамилии или имени создателя компании, также с учетом возможного неологизма в сочетании с именем или фамилией.

Кулибин парк-отель и СПА (Россия, Нижний Новгород)

- *Географический характер* — на основе расположения.

Мини-отель На Бауманской (Россия, Москва).

- *Эмоциональный характер* — на основе эмоций целевой аудитории.

Гостиница Сладкий Сон (Россия, Вологда).

- *Рифмовочный характер* — путем применения слов или звуков, рифмующихся между собой.

Хостел ZaZaZoo (Россия, Москва).

4. Отсеивание названий, созвучных с существующими брендами.

5. Привлечение независимых экспертов для помощи при необходимости (лингвистов, филологов, нейропсихологов).

6. Тестирование оставшихся названий на фокус-группе, которая соответствует целевой аудитории, и ранжирование названий по степени предпочтительности.

7. Проверка выбранного названия в базе товарных знаков по соответствующим классам Международной Классификации Товаров и Услуг (МКТУ).

8. Утверждение названия.

9. Определение интонаций слогана и будущей эмоциональной окраски.

10. Определение структуры слогана.

*Структура слоганов бывает:*

- *Монолитной* — содержит название товара и фирмы при использовании между ними созвучия.

Предприятиям гостиничного типа труднее составить слоган по этой структуре. Но довольно часто она используется предприятиями общественного питания.

- «Пиццерия Пеликан»: «В Пеликане супер ПИЦЦА — не пора ли подкреПИЦЦА!»

- *Стыковой* — содержит название бренда в начале, а затем сам слоган, или же наоборот.

Примерами данной структуры являются слоганы:

- международной сети клубных отелей для семейного отдыха: «Club Med. Все радости мира».

- международной гостиничной сети: «Азимут. Ваш комфортный компаньон».

- дачных отелей: «Истра Holiday. Растворись в очаровании уюта».

- *Развязной* — слоган отделяется от бренда и не содержит название. Является имиджевой фишкой.

Примерами данной структуры являются слоганы:

- гостиничного комплекса Мономах во Владимире: «Княжеское гостеприимство».

- загородного отеля Le Meridien Moscow Country Club: «Такими должны быть отели».

- гостиничного комплекса Бригантина: «Искусство отдыха».

11. Придание «изюминки».

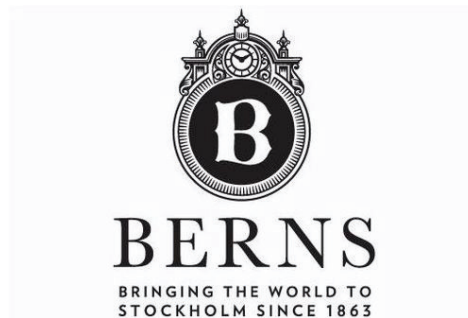
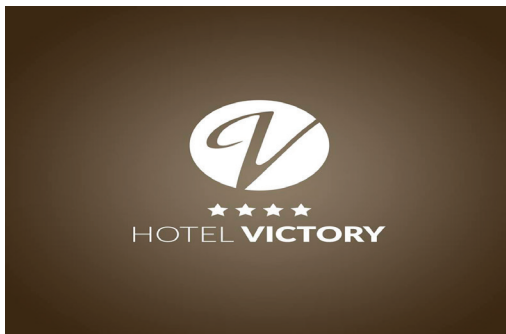
*Проявляться она может по-разному:*



- *В простоте* — неофициальной слоган-поговорки отеля Marriott: «Marriott умеет укладывать спать».
- *В игре слов* — двойной смысл в слогане московской гостиницы Renaissance Moscow Hotel: «Иногда место проведения конференции столь же красноречиво, что и оратор...»
- *Во вкусе и насыщенности* — слоган загородного парка-отеля Царские палаты: «Хороши для русской души! По-царски изысканно. По-сибирски просторно. По-русски душевно».
- *В юморе, сарказме или иронии* — слоган старинного мотеля The Full In Love Shack up Кларксдейл, Миссисипи: «Bring your wife or your girlfriend. Heck, bring both of em. No tell motel». (Приводи свою жену или подругу, чёрт, приводи обеих. Неболтливый мотель).
- *В обращении или призыве* — международный рекламный слоган сети гостиниц Jumeirah, Арабские Эмираты «Inspiration is a personal experience. Stay different». (Вдохновение у каждого своё. Оставайся непохожим).
- *В контрасте и противоречиях* — слоган гостиницы Интурист в Краснодаре: «Международные стандарты, южное гостеприимство!»
- *В вопросе* — в гостиничной сфере используется редко, чаще ею пользуется общепит: Dunkin' Donuts имел слоган: «Got milk?» (Молоко есть?), Wendy's спрашивала «Where's the Beef?» (Где мясо?), а Taco Bell недоумевал «Why Pay More!?» (Зачем платить больше?)
- *В убеждении или цифрах* — слоган гостиницы Красный луч: «Правильное место для хорошего отдыха».

**Этап третий — Визуальная идентификация:**

1. Выбор шрифта логотипа.
  - Только заглавные буквы подчеркивают статус отеля, его стабильность, размах, утонченность: отель VICTORY и исторический бутик-отель BERNS.



- *Использование строчных букв подчеркивает доступность услуг, демонстрирует дружелюбие и демократичность:* сеть отелей Holiday Inn и Азимут.



- *Рукописные начертания выражают индивидуальный подход, с акцентом на традиции:* курортный отель Сосоа и отель Куликовский.



2. Выбор символа логотипа — *Символьный образ, наделенный определенным характером, ценностями и поведением*: на логотипе отеля Lamphouse расположен светильник старого образца. У Ritz-Carlton голова льва и корона.



– *Абстрактный образ*: примером служит Augusto Hotel-Villa и Anjum Hotels.



– *Буквенный*: На логотипе Hilton заглавная буква (H), также и на логотипе Sheraton — заглавная (S).



3. Выбор цвета логотипа

– Предприятия в сфере HoReCa имеют огромное цветовое разнообразие. Но, не смотря на это, выделяются 8 основных цветов:

- Синий — цвет стабильности, доверия и надежности.
- Черный — цвет роскоши, строгости и власти.
- Белый и серый — цвета баланса, безопасности.
- Зеленый — цвет экологичности, здоровья, гармонии.
- Красному — цвет активности, эмоций, динамики.
- Желтый — цвет радости, оптимизма, легкости.
- Оранжевый — цвет открытости и дружелюбия.
- Фиолетовый — цвет индивидуальности, изысканности и креативности.

4. Регистрация торговой марки.

5. Разработка фирменной деловой документации (визитки, конверты, папки, бланки, бейджи, ежедневники).

6. Разработка упаковки для товарного брендинга.

7. Разработка фирменной одежды и оформления корпоративного транспорта.

8. Разработка сувенирной продукции (ручки, зонты, зажигалки, блокноты, футболки).

9. Внедрение фирменного стиля в интерьер.

10. Разработка диджитал-носителей (сайта, электронной презентации, мобильного приложения).

11. При необходимости разработка фирменной мелодии и фирменного запаха.

12. Разработка рекламной и промо полиграфии, графического дизайна (баннеры, рекламные полосы, буклеты, каталоги, листовки, флаеры, POS материалы, иконки, иллюстрации, фирменный персонаж).

13. Утверждение всех визуальных носителей.

14. Паспортизация и руководство для всех материалов, путем оформления бренд-бука.

**Этап четвертый — Внедрение, сопровождение и аудит:**

1. Изготовление упаковки.
2. Изготовление сувенирной продукции.
3. Изготовление фирменной одежды.
4. Печать деловой документации.
5. Печать рекламной и промо полиграфии.
6. Печать бренд-бука.
7. Изготовление вывески.
8. Разработка сайта.
9. Проведение рекламной компании.

Из проведенного анализа видно, что бренд предприятия представляет собой специфический набор элементов, выступающий одновременно объектом и инструментом управления, посредством которого формируется экономическое поле взаимоотношений предприятия с внешней рыночной средой. Следовательно, брендинг — это вид деятельности, направленный на управление брендом компании для оптимизации функционирования экономического поля и максимизации ценности компании в глазах потребителя. Каждая компания на стадии разработки выбирает свою методологическую модель, на которую, впоследствии, опирается. Креативные концепции мероприятий различных компаний отличаются, но фундаментом формирования имиджа бренда у всех являются маркетинговые исследования, определение ниши, составление покупательского портрета, выявление неудовлетворенных потребностей, а также комплексный анализ рыночной среды. Все вышеперечисленные действия в совокупности позволят вовремя и наилучшим образом адаптировать бренд к рыночным реалиям. Ведь чем лучше бренд удовлетворяет запросы потребителей, тем выше к нему лояльность, что приводит к высокой конкурентоспособности предприятия и стабильности.

Как можно заметить, создание собственного бренда является трудоемким, но интересным и всеобъемлющим процессом, который принесет компании известность и большие доходы при профессиональной реализации всех этапов.

Литература:

1. Аакер Д. Создание сильных брендов. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2е издание — 2008. — 440с.
2. Гэд Т. 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. — 232 с.
3. Келлер К. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2е издание — 2005. — 704 с.
4. Альманах Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. Электронный ресурс: <http://www.advlab.ru/articles/article449.htm>
5. Авторская методика. Электронный ресурс: Lib.Sale <https://lib.sale/brend-imidj-reklama/pyat-krugov-individualnosti-brenda-67412.html>

## Источники формирования капитала как основа финансовой устойчивости банка

Ивахненко Владлена Владиславовна, студент магистратуры;

Каибханова Светлана Игоревна, студент магистратуры;

Маркова Любовь Алексеевна, доцент

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) Северо-Кавказского Федерального университета в г. Пятигорске (Ставропольский край)

*Нестабильная экономическая ситуация связана с последними событиями в мире — распространением COVID-19. Финансовый компонент банковской системы, разработка стратегии формирования капитала и эффективной деятельности банков — все это имеет определенную значимость. В данной статье проведен анализ формирования основных источников капитала банка, выявлены направления образования ресурсной базы, обозначены ключевые факторы, оказывающие влияние на финансовую устойчивость банка.*

**Ключевые слова:** банковский сектор, капитал, трансакции, облигации, доходность, пассив, зарплатный проект.

## Sources of formation capital as the basis of financial stability of the bank

*The unstable economic situation associated with recent events in the world (the spread of COVID-19). The financial component of the banking system, the development of a capital formation strategy and the effective operation of banks — all have a certain value. In this article the analysis of*

*the formation of the main sources of the bank's capital is carried out, the directions of the formation of the resource base are identified, the key factors, influencing the financial stability of the bank are identified.*

**Keywords:** banking sector, capital, transactions, bonds, yield, liability, salary project.

Влияние пандемии COVID-19 сказалось на глобальной неустойчивости мировой экономики. Нет ни одной экономической системы или сектора, которых бы не затронула данная проблема. Перед всеми странами и, в частности, Россией встал вопрос о необходимости находить баланс между мерами по защите здоровья населения, преодоления экономического спада и поддержания финансовой устойчивости. Что касается банковской системы, она оказалась не столь уязвимой в данной ситуации. Однако именно на эту систему возлагались все надежды Правительства Российской Федерации и органов государственной власти в осуществлении комплексных мер по социальной защите граждан, поддержке отраслей и сфер экономики, оказавшихся в наиболее сложном положении. Для того, чтобы осуществить данные меры, банки должны были располагать необходимым капиталом и быть финансово устойчивыми. Согласно данной теме, исследуются источники формирования капитала банков. Но прежде целесообразно уделить внимание деятельности банковской организации, выяснить, от чего зависит его эффективная деятельность. На наш взгляд, прежде всего это зависит от тех особенностей и тех источников, которыми формируется ресурсная база банка и его капитал, а также от умения его управляющей структуры организовать и обеспечить бесперебойную операционную и финансовую деятельность банка.

Обязательным условием образования и функционирования банка, а также источником благополучия и финансовой его устойчивости является капитал (собственные средства). То есть на начальном этапе своего существования и дальнейшего развития это денежные средства учредителей, которые осуществляют первоочередные расходы, а в дальнейшем это накопленная прибыль. Объем собственного капитала позволяет банку развивать деятельность и увеличивать его активные операции. Кроме того, капитал необходим для разного рода форс-мажорных ситуаций, например, неожиданных финансовых потерь или даже ожидаемых убытков, как, например, произошедшее влияние пандемии.

Имеющийся капитал, который согласно российскому стандарту бухгалтерского учета (РСБУ) рассчитывается в соответствии с Положением Центрального банка 215-П, позволяет банку обеспечить исполнение всех обязательств перед кредиторами и акционерами. [1].

А как мы знаем, в бизнесе самый часто задаваемый вопрос интересующей стороны: «Какой у Вас возвратный капитал?» Так вот, что касается возвратного капитала банков, то их доходность практически всегда оставалась на высоте, за исключением банков-банкротов.

Основная деятельность банка сосредоточена на накоплении временно свободных денежных средств физических и юридических лиц и дальнейшего их размещении в различные активы банка, преследуется при этом единственная цель — получение прибыли. Именно от накопления привлеченного ресурса, от ве-

личины и качества этой ресурсной базы зависит эффективная деятельность банка.

Уровень прибыльного капитала определяется размером маржи (разницей между процентной ставкой, по которой ресурсы размещены, и ставкой, по которой они привлечены в банк). Поэтому банк, формируя свой капитал, более всего заинтересован в привлечении дешевых ресурсов. К некоторым из них стоит привлечь внимание и разобраться, на чем в действительности зарабатывают банки свой капитал, и что является для банка наиболее дешевым ресурсом.

Банки основательно вошли в нашу жизнь, мы ежедневно пользуемся картами банков, оплачивая покупки в магазинах, делая денежные переводы и т.д. и практически не задумываясь о том, что пользуемся услугами банка, который за счет оказания данных услуг сохраняет финансовую устойчивость посредством увеличения своего капитала.

В основе своей деятельности банк является посредником между физическими лицами и компаниями, а также владеет доступом к финансовому рынку стоимости денег.

Один из видов доходности капитала банка заключается в следующем и очевидном. Самая простейшая консервативная стратегия доходности для любого банка — инвестировать свой капитал, причем без абсолютного риска, например, в государственные облигации. А учитывая доходность облигаций федерального займа (ОФЗ), обычно она на уровне или чуть-чуть выше, чем у банковских вкладов. В 2020 году эффективная доходность к погашению составила примерно 7,3% годовых [8]. А при условии того, что в РФ доходный капитал банков не имеет права быть ниже 7% в год, то можно представить доходный капитал российских банков, инвестирующих в ОФЗ. И это при том, что для многих европейских, даже американских банков такая доходность капитала не реальна. Их уровень ставки составляет около 0% в Европе или даже отрицательную ставку в банках других государств.

Доходность банка — в значительной степени это отражение уровня номинальных ставок, которые являются следствием инфляции. Если для населения инфляцию можно считать как проблему его покупательской способности, то для банка это естественная прибыль. В связи с чем можно сделать вывод: для того, чтобы заработать минимальную доходность на капитал, банку можно даже не иметь ни одного сотрудника. Для справки, в Сбербанке по данным годового отчета за 2020 год 286 тыс. сотрудников, расходы на содержание персонала составили 465,9 млрд руб. [2].

Второй вид доходности не столь очевиден, но представляет собой очень прибыльный продукт банка. Имея высокий уровень номинальных ставок, банк не упускает возможности «заморозить» в процентном выражении деньги своих клиентов. То есть все те средства клиентов, которые находятся на дебитных картах, в зарплатных проектах, на расчетных счетах и т.д. Как только банк получает эти деньги, то тут же их «замораживает»,



а это значит, что эти деньги, которые должны приносить как минимум 6–7% прибыли, на практике клиенту приносят 0%.

Однако в казну банка в общей сумме за все «замороженные» деньги клиентов поступают те же 6–7%. Вот поэтому именно эти пассивы, необходимые для всевозможных банковских расчетов, являются очень прибыльным продуктом. И чем больше таких пассивов у банка, тем он более прибыльный.

В связи с этим привлекая клиентов, сотрудники банка очень часто предлагают всевозможные выгодные, казалось бы, для них условия. Особенно интересны для банка зарплатные проекты крупных, средних и даже малых компаний. Тут уж «льготным» предложениям от банка нет придела. Переводя заработную плату сотрудников любой компании на дебетные карты, приносящие 0%, а для банка это 6–7% от зарплатного проекта, как сказал профессор РЭШ В. Красик, CFO компании Vi Holding «это огромный кусок пирога, за который он готов отдавать всякие микроплюшки в виде льгот, страховок и т. д». [3].

Бизнес-модель банка в общем виде представляет собой посреднические услуги для доступа на финансовый рынок. Кроме того, она является и посреднической услугой между физическими, юридическими лицами и рыночной стоимостью денег. В крайнем случае, как было рассмотрено выше, это посредничество забирает все ценой денег на уровне 6–7%, а клиентам дает 0%.

Рассмотрим на примере Сбербанка РФ его модели бизнес-процесса. У Сбера, как и у любого другого банка, есть публичная отчетность и прочая другая информация о финансовых показателях. По данным различных сайтов и, в частности bankodrom.ru, собственный капитал Сбера на сентябрь 2021 года составляет порядка 5 триллионов руб. (4 929 239 556 тыс. руб.) [7].

При условии того, что этот банк исторически является финансовым институтом, у которого огромный кредит доверия от населения, большинство из которого является держателями счетов. Плюс к тому, сегодня Сбербанк не просто осуществляет банковские услуги, но и предоставляет своим клиентам массу различных сервисов посредством приложения Сбербанк-онлайн. Удобство такой системы позволяет удерживать наибольшее количество клиентов, сохраняя среду Сбербанк-онлайн как фактического монополиста по переводам. Чтобы проводить переводы, банк очень заинтересован в том, чтобы население держало как можно большее количество, тех самых «замороженных» денег в системе Сбера, а это транзакционные, дебетовые счета, зарплатные карты. По данным последних отчетных форм, приблизительная сумма этих счетов составляет от 6 до 8 триллионов. Применяя простой (грубый) расчет, например:

5 трлн (собственного капитала Сбера) + 7 трлн. («замороженных», т.е. бесплатных денег) \* на ставку 7% (ОФЗ) = 12 трлн.  
\* на 7% из (облигаций федерального займа),

получается, что из одного трлн руб. (деньги населения) банк получает доход порядка 850 млрд руб.

Полученная прибыль на этих двух фактах (%-ОФЗ и % — «замороженные» деньги клиента) приносит такой доход и такую финансовую устойчивость банку, что у последнего нет необходимости в рекламе деятельности «роботов» или того же искусственного интеллекта. Вся финансовая устойчивость банка строится на естественном процессе.

Следует обратить внимание и на то обстоятельство, что на первый взгляд для простого обывателя (клиента банка) нет видимых проблем того, что на счетах банка остаются незначительные денежные средства. Однако, как уже было сказано выше, это именно тот объем клиентского пассива, составляющий огромный источник капитала, что позволяет Сберу быть вне конкуренции с остальными банками. Естественно, банк не афиширует этот процесс пополнения своего капитала. Но именно это причина — залог успеха большого возвратного капитала, чего нет в западных странах из-за того, что там уровень инфляции гораздо ниже нашего. Ведь высокий уровень инфляции не только девальвирует покупательскую способность, но и, главное, он помогает финансовым институтам зарабатывать дополнительную прибыль внутри страны, что, как следствие, прямым образом оказывает непосредственное дополнительное бремя на покупательскую способность населения страны. Потому деньги, которые получает население, естественным образом обесцениваются (т.к. лежат под ставку 0%), когда, например, уровень инфляции 5–6% и уровень номинальных ставок 6–7%.

Кроме того, данную ситуацию можно рассматривать, по сути, как скрытие налога. К сожалению, такой факт прослеживается на всех финансовых развивающихся рынках с высоким уровнем инфляции.

Банки, конечно же, являются связующим звеном денежных отношений, за счет множества других финансовых операций, благодаря которым концентрируется огромная прибыль, что позволяет банку быть финансово устойчивым, например:

- соотношение кредитов и депозитов, где банк зарабатывает на разнице в процентных ставках (депозит размещен по ставке 7% годовых, кредит на эту сумму оформлен под 12%), что, как следствие, дает возможность 5% банковского дохода;

- получение банком% за пользование средствами, т.е. от суммы, вложенной клиентом (открытие вклада), 5% переводится на специальный счет, а оставшийся резерв банк использует по своему усмотрению, например, предоставляя кредит другому клиенту. С учетом большого количества вкладчиков и заемщиков банк имеет огромный объем капитала.

Кроме того, банк может формировать свой капитал посредством фондового рынка: выпуск ценных бумаг; обмен валют; продажа драгоценных камней (золота серебра, платины, палладия) и монет; начисления комиссий, пеней и штрафов; предоставления факторинговых лизинговых услуг и прочие [4].

В продолжение данной темы следует констатировать, что на деятельность банковского сектора огромное влияние оказывают любые кризисные явления, выражающиеся во внешних и внутренних факторах. Кризисы создают угрозу банковскому сектору в потере капитала банка и его ликвидности, что происходит за счет резкого уменьшения притока клиентских средств и, как следствие усиления их оттока.

В текущем мировом кризисе к внешним факторам можно отнести в целом экономическую нестабильность в стране и мире, неустойчивость валюты, возросший уровень инфляции, санкционную политику и пр.

В нашей стране пандемический шок охватил весь банковский сектор. Деятельность банков усложнилась, прежде всего, за счет



жесткого контроля со стороны государства, связанного с исполнением кредитными и финансовыми организациями принятых Правительством ряда мер по преодолению последствий COVID-19 как для населения страны, так и бизнеса. Эти меры заключались в следующем: принятие Федерального закона № 106-ФЗ «О кредитных каникулах», которым предусматривалась отсрочка обязательных платежей по кредиту; введение регламента беспроцентных кредитов на выдачу заработной платы; создание «антикризисных» программ кредитования малого и среднего предпринимательства, системообразующих предприятий по пониженной ставке, а также льготное ипотечное кредитование [9].

Исполнение этих мер негативным образом сказывалось на росте просроченной ссудной задолженности, что повлекло за собой снижение объема кредитного портфеля банков, умень-

шение процентного дохода от займов. Данные факты отражаются на показателях достаточности капитала [5].

Однако по данным аналитиков банковский сектор практически ранее других отраслей экономики начал вновь нормально работать, и уже в 1 квартале 2021 года основные показатели банковской деятельности отражали свой рост. По данным Банка России, за этот период активы банков выросли на 3,1% с учетом влияния валютной переоценки и составили 107,7 трлн рублей [6].

Таким образом, характеризуя материальное состояние банка (достаточное количество капитала и имущества в активе) и, самое главное, выполнение основной деятельности не только на краткосрочный период, но и на перспективу, можно сделать вывод, что это ключевые показатели эффективной деятельности и финансовая устойчивость банка.

#### Литература:

1. Положение Банка России от 10 февраля 2003 г. N215-П «О методике определения собственных средств (капитала) кредитных организаций»: (с изменениями и дополнениями от 30 июня 2006 г., 20 февраля, 10 июля, 28 ноября 2007 г., 26 ноября, 16 декабря 2008 г., 1 июня, 11 ноября 2009 г., 28 апреля, 3 декабря 2012 г., 4 марта, 25 октября 2013 г.).— URL: <https://base.garant.ru/12130229/> (дата обращения: 30.09.2021).
2. Годовой отчет ПАО «Сбербанк России» за 2020 год.— URL: [https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/new\\_site/com/gosa2021/](https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/new_site/com/gosa2021/) (дата обращения: 30.09.21).
3. Как устроен бизнес банков.— URL: <https://www.guru.nes.ru/kak-ustroen-biznes-bankov.html> (дата обращения: 28.09.2021).
4. Как и на чем банки зарабатывают деньги — 11 основных способов.— URL: <https://vse-dengy.ru/upravlenie-finansami/banki/kak-banki-zarabatyivayut-dengi.html> (дата обращения: 05.10.2021).
5. Ларин, А.М. Проблемы и перспективы развития банковского сектора в условиях глобальной турбулентности / А.М. Ларин.— Текст: электронный // Молодой ученый.— 2021.— № 7 (349).— С. 159–162.— URL: <https://moluch.ru/archive/349/78632/> (дата обращения: 06.10.2021).
6. Лейбов В. Российские банки: финансовые итоги первого квартала 2021 года / В. Лейбов.— URL: <https://www.finversia.ru/publication/rossiiskie-banki-finansovye-itogi-1-kvartala-2021-goda-94834> (дата обращения: 06.10.2021).
7. Сбербанк — финансовые показатели (собственный капитал).— URL: <https://www.bankodrom.ru/bank/sberbank/finansovye-pokazateli/sobstvennyj> (дата обращения: 27.09.21).
8. Шепелев Е. Стоит ли вкладываться в облигации федерального займа? / Е. Шепелев.— URL: <https://journal.tinkoff.ru/ask/state-bonds/> (дата обращения: 06.10.2021).
9. Экономика и банки в условиях глобальной нестабильности: материалы II Съезда Ассоциации банков России. Раздел 2. Банковский сектор России в системе мер по преодолению экономических последствий новой коронавирусной инфекции.— URL: <https://asros.ru/upload/iblock/c37/2-razdel.pdf>. (дата обращения: 06.10.2021).

## Сегментация рынка инвестиционных услуг

Коваленко Наталья Владимировна, студент магистратуры

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнёва (г. Красноярск)

*Статья посвящена выделению сегментов рынка для предложения инвестиционных продуктов коммерческих банков. В статье рассмотрены особенности классической сегментации, проведена экспертная оценка и выделены наиболее важные критерии для сегментации клиентов коммерческих банков в рамках предложения им инвестиционных услуг.*

**Ключевые слова:** инвестиции, коммерческий банк, рынок ценных бумаг, сегментация, эксперт

Сегментация — это разделение потенциальных клиентов на группы (сегменты) по ряду признаков или критериев.

Сегментация похожа, в каком-то смысле на фильтр, но только фильтруется не товар, а группы людей. Критерии для

фильтрации могут быть разными: от потребности и запросов физического лица до финансовых возможностей и географического фактора.

Сегментация позволяет:

1. Предлагать продукцию не всем подряд, а тем, кому определенная услуга или товар действительно необходим, востребован.

2. Выработать наиболее эффективные стратегии продвижения товаров и услуг на рынок.

Другими словами, сегментирование населения по группам позволяет определить один или несколько сегментов потенциальных покупателей для организации и предлагать им подходящие для них товары и услуги.

Также сегментация помогает выбрать каналы коммуникаций, разработать востребованное предложение и сконцентрировать свои маркетинговые усилия. Помогает узнать потребности целевой аудитории, следовательно, завоевать расположение клиента, его лояльность, построить длительные и прочные взаимосвязи (коммуникации).

Выделяют несколько стратегий сегментирования рынка [1]:

1) концентрированная — данная стратегия предполагает вывод одного продукта одному сегменту или целому субрынку. Другими словами, организация выводит на рынок продукт или линейку практически идентичных товаров для одного сегмента потребителей.

2) ассортиментная стратегия предполагает под собой вывод на рынок нескольких различных продуктов для одного сегмента. Потребителям внутри сегмента предлагают разные продукты на выбор.

3) дифференцированная стратегия подбирает несколько продуктов под несколько сегментов. Компания ориентируется на несколько сегментов рынка сразу. Такая стратегия позволяет увеличить объемы продаж и уменьшить риски.

4) атомизация предполагает деление целевой аудитории на мельчайшие единицы. Предел такого деления — индивидуальный потребитель. Такая стратегия востребована при продаже дорогостоящей продукции.

В массовой сфере имеется огромное количество потребителей. Изготовители не пытаются создать продукцию, способную удовлетворять запросы конкретного человека. Для оптимизации производства и маркетингового процесса изготовитель выделяет рыночный сегмент с похожими взглядами, интересами и желаниями. В одном сегменте может присутствовать множество людей. На эксклюзивном рынке фирмы вынуждены делать из каждого потребителя отдельный сегмент. Например, сфера авиационной техники работает с каждым клиентом строго индивидуально. Этот случай маркетологи называют предельной сегментацией или атомизацией.

Рассмотрим наиболее распространенную классификацию сегментирования рынка:

1) по географическому признаку: выделяют сегменты по региону, области, району или городу, по численности населения. К примеру, не имеет смысла рассчитывать на большой спрос в том случае, если теплые куртки продаются в областях с очень теплым климатом;

2) по демографическим признакам: возраст клиента, его пол, род деятельности, уровень дохода, национальность или социальный статус;

3) по отношению к товару (интенсивность потребления): готовность купить (количество покупок) и степень лояльности к нему (рекомендовать другим).

4) по психографическому признаку: личностные особенности и образ жизни. Возможно осуществление сегментации на основании типов личности. К примеру, потребители делятся на интровертов и экстравертов. В зависимости от типа личности подбирается оптимальный способ воздействия на потребителя [2].

Следовательно, чтобы продать какой-либо продукт, важно знать, как зацепить внимание потребителя, чем его заинтересовать и на каких характеристиках товара акцентировать внимание. Для этого необходимо изучить потребности, боли, предпочтения и даже слабости своей целевой аудитории. Именно поэтому в рекламе товаров популярных брендов чаще всего продают не технические характеристики продуктов, а выгоды, которые приносит покупка.

В данной статье рассматривается инвестиционная линейка, которую предлагают коммерческие банки своим клиентам, следовательно, нам необходимо выделить свою собственную уникальную сегментацию потенциальных клиентов. С помощью данной сегментации мы сможем проанализировать потребности клиентов и предложить им наиболее подходящий для них продукт.

Таким образом, мною был проведен опрос — опрошено 38 финансовых экспертов и консультантов для того, чтобы выявить основные важные критерии для сегментации рынка инвестиционных продуктов, на которые они делают акцент в своих рекомендациях. Основываясь на мнении экспертов и финансовых консультантов различных банков, (специалисты Сбербанк премьер, ВТБ премьер, инвестиции АльфаБанк, финансовые консультанты «БКС Инвестиции», ТинькоффИнвестиции) были выделены следующие классификационные признаки, имеющие для нас важное значение:

1) сегментация физических лиц по доходу.

2) сегментация по срокам вложения денежных средств (готовности физического лица вложить денежные средства на определенный срок).

3) сегментация по риску.

4) сегментация по возрасту.

В таблице 1 представлена краткая выдержка из характеристик каждого сегмента на основании опроса финансовых экспертов. Данные опроса были обобщены и выведены в отдельную таблицу.

Следовательно, чтобы продать какой-либо продукт, важно знать, как зацепить внимание потребителя, чем его заинтересовать и на каких характеристиках товара акцентировать внимание. Для этого необходимо изучить потребности, боли, предпочтения и даже слабости своей целевой аудитории.

Для инвестиционных продуктов стратегия сегментирования работает точно также — необходимо подбирать инвестиционный продукт непосредственно под каждого клиента или небольшую группу (сегмент) клиентов схожих по характеристикам.

Выработанная мной сегментация клиентов коммерческих банков позволит определить потребность каждого сегмента, знать цели и стимулы каждой группы и предлагать инвестиционный продукт, непосредственно удовлетворяющий потребностям этой группы.

Таблица 1. Выдержка результатов экспертного опроса

Сегментационный признак	Экспертная оценка
пол	Пол клиента не имеет никакого значения для инвестирования в ценные бумаги. Единственный фактор — импульсивность и сдержанность в принятии решений, но это скорее особенности каждой личности не связанные с полом клиента.
доход	Доход — это важная составляющая для подбора инвестиционных продуктов, так как отталкиваясь от доходов клиента финансовый консультант понимает какую часть своего дохода или сбережений клиент может и готов отправлять на инвестиции. Так разделяют клиентов на несколько подкатегорий (сегментов): доход ниже среднего, средний, доход выше среднего и клиенты с очень высокими доходами.
срок	Срок на данный момент имеет большое значение для инвесторов, потому что экономика Российской Федерации (да и мира в целом) сейчас находится не в стабильном состоянии, возникают резкие кризисы, вызванные всеобщей пандемией и ухудшением ситуации в мире (закрытие и открытие границ, организации, ограничение поставок, рост цен и др.). Конечно, долгосрочные инвестиции всегда принесут прибыль инвестору, но инвестор должен идти на риск и понимать, что это долгосрочная инвестиция, которая лишь через 10 лет может принести ему доход. По сроку выделяют несколько сегментов потребителей: 1) краткосрочные инвесторы — сроки обращения ценных бумаг менее года и постоянное отслеживание рыночных тенденций. 2) среднесрочные инвесторы — инвесторы, которые готовы вкладывать свои денежные средства на срок от одного года до пяти лет. 3) долгосрочные инвесторы — могут и готовы инвестировать на срок от 5 до 10 лет. Такие инвесторы понимают, что могут расстаться с деньгами на такой срок и готовы это сделать.
уровень образования	Уровень образования инвестора не имеет значения для брокера, так как инвестиции — это специфичный продукт. В инвестировании необходимо изучать тренды рынка, тенденции, следить за экономической ситуацией в мире и знать закономерности, а также всегда можно положиться на финансового консультанта.
риск	Для инвестора одним из важных факторов является риск, именно поэтому клиентов необходимо разбивать на несколько отдельных сегментов в зависимости от готовности рисковать и получать большую доходность.
возраст	Необходимо выделять данный сегмент по возрастным категориям, так как разные слои населения по-разному предпочитают инвестировать. Например, молодёжь интересуется быстрыми деньгами (здесь и сейчас), тогда как люди более высокого возраста «старой закалки» предпочитают сохранять деньги на вкладах и им можно предложить более выгодный продукт на долгий срок. Так эксперты выделяют несколько возрастных подгрупп.
география	Место жительства не имеет никакого значения для инвестора, так как инвестирование и покупка ценных бумаг может совершаться из любой точки земного шара, главное наличие интернета и связи.

Литература:

1. Челован А. Сегментация рынка в маркетинге: как бизнесу найти своих клиентов, принципы и критерии [Текст] / А. Челован // Тинькофф. Бизнес секреты. Интернет-журнал — 2021.
2. Хмелев В. Сегментация рынка и виды рыночных сегментов [Текст] / В. Хмелев // Коммерчески директор. Профессиональный журнал коммерсанта. Интернет-журнал — 2021.

## Методы и критерии оценки конкурентоспособности специализированного предприятия строительной отрасли

Медвинский Артур Олегович, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

*Научная статья посвящена проведению исследовательского анализа основных способов, методов и критериев оценки конкурентоспособности организации, используемых для строительных предприятий. Актуальность исследования обусловлена тем, что из-за кризиса пандемии коронавируса происходит ухудшение условий макроэкономической конъюнктуры рынков, из-за чего наблюдается более жесточайшая конкурентная борьба за ограниченные покупательные возможности клиентов специализированных строительных предприятий. В рамках статьи рассмотрены теоретические аспекты управления конкурентоспособностью организации. Описаны механизмы формирования конкурентных преимуществ на примере специализированных предприятий строительной отрасли. Рассмотрены основные методы и критерии оценки конкурентоспособности строительных организаций российской экономики.*

**Ключевые слова:** строительная отрасль, строительные предприятия, строительные организации, управление конкурентоспособностью, оценка конкурентоспособности, конкурентоспособность.

## Methods and criteria for assessing the competitiveness of a specialized enterprise of the construction industry

Medvinskiy Artur Olegovich, student master's degree  
Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering (St. Petersburg)

*The scientific article is devoted to conducting a research analysis of the main methods, methods and criteria for assessing the competitiveness of an organization used for construction enterprises. The relevance of the study is due to the fact that due to the coronavirus pandemic crisis, the conditions of the macroeconomic market conditions are deteriorating, which is why there is a more intense competition for the limited purchasing opportunities of customers of specialized construction companies. The article discusses the theoretical aspects of managing the competitiveness of an organization. The mechanisms for the formation of competitive advantages are described using the example of specialized enterprises in the construction industry. The main methods and criteria for assessing the competitiveness of construction organizations of the Russian economy are considered.*

**Keywords:** construction industry, construction companies, construction organizations, competitiveness management, assessment of competitiveness, competitiveness.

На сегодняшний день строительная сфера экономики Российской Федерации переживает трудный период своего функционирования, связанного с распространением пандемии коронавируса COVID-19. Строительным предприятиям необходимо оптимизировать свою деятельность, совершенствовать инструменты привлечения клиентов и снизить размеры своих затрат, с целью возможности обеспечения обязательств перед контрагентами и поставщиками.

Среди негативных направлений влияния пандемии — падение покупательной способности населения, что главный фактор в снижении спроса на строительную продукцию и объёмы жилой и коммерческой недвижимости. Тем самым, рыночная капитализация и объём строительной отрасли национальной экономики снижается, что сужает коммерческие возможности и конкурентный потенциал многих предприятий.

В особенности, по нашему мнению, наиболее негативное воздействие кризис пандемии имеет на субъекты малого и среднего бизнеса, конкурентные позиции которых более слабые и неустойчивые. Зачастую в период турбулентности рынков выживают крупные компании, которые обладают необходимыми информационными, трудовыми и финансовыми ресур-

сами, используемых при обеспечении конкурентоспособности строительной организации.

Актуальность научного исследования на тематику «методы и критерии оценки конкурентоспособности специализированного предприятия строительной отрасли» обусловлена тем, что из-за кризиса пандемии коронавируса происходит ухудшение условий макроэкономической конъюнктуры рынков, из-за чего наблюдается более жесточайшая конкурентная борьба за ограниченные покупательные возможности клиентов специализированных строительных предприятий.

Соответственно, целью научной статьи выступает исследовательский анализ основных способов, методов и критериев оценки конкурентоспособности организации, используемых для строительных предприятий.

Современные условия функционирования строительных предприятий экономики России характеризуются негативным воздействием следующих актуальных проблем, среди которых [1]:

1. Высокий уровень процентных ставок на коммерческое кредитование и ипотеку.
2. Тенденция увеличения стоимости строительных материалов, сырья и оборудования.



3. Высокий уровень налоговой нагрузки на коммерческую деятельность строительных предприятий.

4. Дефицит высококвалифицированных специалистов и сотрудников технических профессий.

Однако главной проблемой для современных строительных предприятий выступает высокий уровень насыщенности строительной отрасли конкурентами, поскольку число строительных организаций за последнее десятилетие увеличилось с 196 тысяч до 278 тысяч предприятий [2].

Управление конкурентоспособностью строительной организации подразумевает под собою систему, которая и управляет конкурентными преимуществами и недостатками предприятия, с целью повышения ее конкурентоспособности в сравнении с рыночными конкурентами [3].

В условиях негативного влияния пандемии коронавируса и нестабильности экономики происходит воздействие на следующие показатели конкурентоспособности специализированных строительных предприятий, а именно:

- показатели затрат, отражающие размер издержек бизнеса и себестоимости производства;
- показатели прибыльности, отражающие эффективность и финансовый результат бизнеса;
- показатели производительности, отражающие эффективность использования трудовых, финансовых и производственных ресурсов,
- показатели финансовой независимости, отражающие финансовую устойчивость компании, платежеспособность, рентабельность и степень автономии;
- показатели положения компании на рынке, отражающие долю организации в отрасли;
- репутационные показатели, отражающие степень потребительской лояльности к бренду и торговым маркам предприятия.

Успешное функционирование и развитие предприятия строительной отрасли российской экономики требует соответствующего подхода к формированию их конкурентной стратегии, выявлению конкурентных преимуществ, а это в свою очередь предполагает необходимость определения роли и значения конкурентного потенциала в деятельности организации [5].

Одним из ключевых инструментов управления конкурентоспособности организации выступает формирование конкурентных преимуществ, которые свидетельствуют о превосходстве над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности.

К основным положительным факторам формирования конкурентоспособности организации строительной отрасли российской экономики стоит относить [4]:

- конкурентоспособность продукции;
- конкурентоспособность рабочего персонала;
- конкурентоспособность технологий, оборудования, производственных мощностей и других объектов основных средств предприятия,
- конкурентоспособность стратегии развития;
- экономическая безопасность предприятия;
- финансовая устойчивость организации.

С учетом наличия проблемы управления конкурентоспособностью во многих организациях строительной отрасли российской экономики, актуальным является разработка мероприятий по ее повышению. К данным рекомендациям стоит относить:

1. Поиск новых форм выпуска продукции.
2. Использование инноваций и цифровых технологий в рамках автоматизации системы управления бизнес-процессами.
3. Использование качественного сырья и материалов.
4. Использование инструментов повышения профессиональной квалификации рабочего персонала.
5. Совершенствование мотивационной схемы, путем привязки материальной оплаты труда сотрудников к системе сбалансированных показателей (KPI).
6. Проведение постоянного стратегического анализа ближайших конкурентов по рынку.
7. Оптимизация структуры капитала, с целью увеличения доли собственного капитала.

Для того, чтобы повышение конкурентоспособности специализированного предприятия строительной отрасли российской экономики выступало более эффективной процедурой управленческой деятельности, необходимо проведение тщательной оценки самой конкурентоспособности бизнеса.

Оценка конкурентоспособности строительного предприятия возможна при помощи различных методов, задачей которых выступает анализ финансовой устойчивости организации, ее платежеспособности, эффективности использования активов, основных средств, при помощи оценки конкурентоспособности продукции и всего продуктового портфеля.

При помощи оценки конкурентоспособности, руководство предприятия строительной отрасли обретает инструменты, позволяющие определить свои слабые стороны, устранение которых, способно повысить уровень конкурентоспособности бизнеса.

К критериям оценки конкурентоспособности специализированного предприятия строительной отрасли стоит относить [10, 11]:

- качество строительных работ, услуг и товаров;
- доля рынка строительных услуг;
- интегральный показатель финансово-экономического состояния предприятия;
- показатели финансовой отчетности;
- рыночная стоимость/капитализация бизнеса компании;
- инновационный потенциал;
- производственный потенциал;
- непрерывность использования ресурсов;
- равномерность использования ресурсов;
- уровень использования основных фондов;
- коэффициент текучести кадров;
- ценообразование;
- рентабельность продаж.

Рассмотрим наиболее часто применяемые методы оценки конкурентоспособности строительных предприятий, предлагаемые в специальной литературе, и проведем их сравнительный анализ.



В первую очередь, отметим, что в современной практике существует сразу несколько подходов к организации оценки конкурентоспособности организации. К ним относятся [6]:

- метод «профилей» и качества, в рамках которого идет оценка конкурентоспособности продукции;
- функциональный подход, в рамках которого идет оценка соотношения цены и качества, нормы прибыли и загруженности производственных мощностей;
- метод «банчмаркинга», в рамках которого идет практическое сравнение предприятия с наиболее близкими рыночными конкурентами;
- метод теории эффективной конкуренции, в рамках которого идет экономическая оценка эффективности функционирования всех подразделений предприятия.

Также в рамках оценки конкурентоспособности предприятий строительной отрасли могут использоваться такие методы, как:

1. SWOT-анализ — классический инструмент оценки конкурентоспособности предприятия, базирующийся на анализе четырех сфер, среди которых сила, слабость возможности и угрозы компании [7].
2. PEST-анализ, особенно популярный среди больших строительных компаний, используется для оценки внешней среды организации и выявления факторов, которые могут оказать влияние на ее функционирование [7].
3. Метод «Пяти сил Портера» был разработан в 1979 году Майклом Портером в Гарвардской школе бизнеса как простой

фрейм для оценки конкурентоспособной мощи и позиции организации на рынке. Теория базируется на концепции, что имеется пять сил, которые определяют конкурентоспособную мощь и привлекательность рынка [8].

4. Модель Маккинси — метод оценки конкурентоспособности организации, который проводит оценку внутренней среды предприятия по 7 категориям, 3 из которых «жесткие», а 4 «мягкие».

5. Модель Адизеса заключается в том, что все компании схожи с живыми организмами и проходят одинаковые стадии жизненного цикла. Понимание текущего этапа предприятия помогает сформировать стратегию его управления и развития [9].

Таким образом, в заключении научной работы, можно подытожить следующее:

1. При помощи оценки конкурентоспособности, руководство предприятия строительной отрасли обретает инструменты, позволяющие определить свои слабые стороны, устранение которых, способно повысить уровень конкурентоспособности бизнеса.

2. К подходам оценки конкурентоспособности специализированного предприятия строительной отрасли относятся метод «профилей» и качества, функциональный подход, метод «банчмаркинга» и метод теории эффективной конкуренции.

3. В рамках оценки конкурентоспособности предприятий строительной отрасли могут использоваться такие методы, как SWOT анализ, PEST-анализ, Метод «Пяти сил Портера», Модель Маккинси и Модель Адизеса.

#### Литература:

1. Карякина И. Е., Потапкина Е. К. Анализ современного состояния строительной отрасли РФ, проблемы и перспективы ее развития // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 5–2.
2. Строительство в России // Официальный сайт «Росстат». URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2018/stroit-2018.pdf](https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/stroit-2018.pdf) (дата обращения: 12.05.2021).
3. Емадаков Р. Ю. Анализ факторов формирования конкурентоспособности предприятия // Вестник Марийского государственного университета. Серия «Сельскохозяйственные науки. Экономические науки». 2018. № 1 (13).
4. Мельникова Т. Ф. Конкурентоспособность предприятия: основные методы обоснования экономической сущности // Молодой ученый. 2017. № 15 (149). С. 431–435.
5. Войнов Д. А., Германович А. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. № 2.
6. Пименова Е. Н. Методы оценки конкурентоспособности // Ученые записки Тамбовского отделения РoCМУ. 2016. № 6.
7. Фудина Е. В. Инструменты и методы оценки конкурентоспособности организации // Московский экономический журнал. 2019. № 12.
8. Гайфуллина М. М., Щербаков А. М. Методы оценки конкурентоспособности компании // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 5–4.
9. Дикая В. А. Методы оценки конкурентоспособности фирмы // ЕГИ. 2019. № 24 (2).
10. Тищенко А. Н., Хаустова В. Е., Беляев А. С. Оценка конкурентоспособности строительных предприятий с учетом их специфики // Проблемы экономики. 2013. № 1.
11. Гусев Е. В., Угрюмов Е. А., Обронов И. М. Оценка конкурентоспособности строительных предприятий на основе организационно-технических показателей // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2013. № 3.

## Малый бизнес и частное предпринимательство — основа экономического развития страны

Нуралиева Барнохон Кудратовна, ассистент  
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

*В статье теоретически обоснована сущность и развитие малого бизнеса и частного предпринимательства. Также был изучен зарубежный опыт развития малого бизнеса и частного предпринимательства, даны рекомендации по их внедрению в стране.*

**Ключевые слова:** малый бизнес, частное предпринимательство, трудовые ресурсы, валовой внутренний продукт.

## Financial business and private entrepreneurship — basis of economic development of the country

Nuralieva Barnohon Kudratovna, assistant  
Tashkent Financial Institute (Uzbekistan)

*The article theoretically substantiates the essence and development of small business and private entrepreneurship. Also, the foreign experience of developing small business and private entrepreneurship was studied, recommendations were given for their implementation in the country.*

**Keywords:** small business, private entrepreneurship, labor resources, gross domestic product.

На современном этапе реформ в стране актуальной задачей является достижение устойчивого экономического роста за счет либерализации экономики, модернизации страны, обеспечения макроэкономической стабильности. Это, в свою очередь, основано на успехе экономики — рыночной экономике, улучшенных формах собственности, кардинальных структурных изменениях в экономике, увеличении доли малого бизнеса и частного предпринимательства в ВВП.

С первых лет независимости большое внимание уделялось развитию малого бизнеса в нашей стране. Малый бизнес играет ключевую роль в устойчивом росте национальной экономики и обеспечении занятости все большего числа трудоспособных людей. «... мы должны сделать так, чтобы малые и частные предприятия не только играли ключевую роль в ВВП, но и стали важным фактором повышения благосостояния и доходов населения, а также в решении проблемы безработицы» [1].

В перспективе дальнейшее развитие малого бизнеса в экономике страны определено как приоритет экономической политики, так как в этой сфере занято более трех четвертей рабочей силы. «Сегодня доля малого бизнеса в ВВП страны достигла 65,7%, отрасль производит треть всей промышленной продукции, 98,0% сельскохозяйственной продукции, более 85,0% от общей численности занятого населения в этом секторе работает.» Сейчас актуально достижение полной реализации принципов достойного труда, прежде всего в малом бизнесе, улучшение социально-трудовых отношений в этой сфере.

Таким образом, Указ Президента Республики Узбекистан № ПФ-4725 от 15 мая 2015 года «О мерах по обеспечению надежной защиты частной собственности, малого бизнеса и частного предпринимательства, устранению препятствий на пути их бурного развития» и в Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 232 от 27 мая 1998 года «О совершенствовании механизма стимулирования развития малого

бизнеса» и другие нормативные правовые акты, относящиеся к этой деятельности, находятся в стадии реализации.

На самом деле качество малого бизнеса важнее его количества — основа рыночной экономики, наиболее стабильный субъект, создающий конкурентную среду, способность формировать дифференцированную цену на одни и те же продукты и услуги на рынке, и так далее.

Кроме того, гибкие формы занятости в малом бизнесе и частном предпринимательстве — неполная занятость, разделение труда, гибкий график работы, гибкие и виртуальные рабочие места — эффективный способ обеспечить достойную занятость экономически активному населению. Помогает работодателям изменить направление производства, количество и состав сотрудников в краткосрочной перспективе в зависимости от экономической ситуации, конъюнктуры рынка.

Сегодня в приоритетном, высоком и устойчивом развитии малого бизнеса и частного предпринимательства в стране сегодня занято более 13,0 млн человек. 8,3 млн человек заняты в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства.

За последние 30 лет в секторе малого бизнеса было создано много новых рабочих мест, увеличившись почти в 50 раз. В 2021 году более 2 млн человек будут трудоустроены в результате реализации государственных и региональных программ по созданию рабочих мест и обеспечению достойной занятости. Более 500 000 рабочих мест было создано за счет развития малого бизнеса, микропредприятий и индивидуального предпринимательства, и более 400 000 рабочих мест было создано за счет расширения кустарного промысла.

Сегодня малому бизнесу в стране необходимо модернизировать производство, тем самым решив проблему льготного финансирования для создания дополнительных высокопроизводительных рабочих мест. Анализ показал, что некоторые зарегистрированные малые предприятия и частные предприниматели не работают из-за отсутствия оборотных средств. Это

связано с отсутствием собственных средств и отсутствием надежного обеспечения для привлечения банковских кредитов [3].

Для модернизации экономики и увеличения экспортного потенциала страны важно способствовать созданию предприятий, специализирующихся на глубокой переработке продукции, услуг, высоких знаний, внедрении инновационных технологий и развитии их деятельности. Понятие «предпринимательство» в энциклопедическом словаре «предпринимательство» — (нагляд. Предприятие) — это самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение личного дохода, получения прибыли. Эта деятельность осуществляется от своего имени, их имущественной и юридической ответственности.

Предприниматель может заниматься любой экономической деятельностью, не запрещенной законом, включая брокерскую деятельность, продажу, консультирование и управление ценными бумагами» [4].

Согласно статье 3 Закона Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» предпринимательство — это предпринимательская деятельность, осуществляемая посредством предпринимательской деятельности в соответствии с законодательством, направленная на получение дохода (прибыли) с риском и на основы имущественной ответственности понятны.

Объясняя суть слова «предприниматель», академик С. Гулямов сказал, что «предприниматель — это деловой человек, который выходит на рынок с новой идеей, продуктом, работой и услугами, рискуя определенной суммой денег» [5].

Анализируя развитие малого бизнеса в развитых странах мира, мы пришли к выводу, что за последние 30 лет темпы роста малого бизнеса ускорились, возросла роль малого бизнеса в национальной экономике. Этот рост связан с акцентом государства на малый бизнес. Важными направлениями поддержки бизнеса в развитых странах являются:

- снижение налоговой нагрузки;
- сокращение и упрощение разрешительных процедур;

#### Литература:

1. Каримов И. А. Наша конечная цель — свободная и процветающая Родина, свободная и благополучная жизнь. — Т.: Узбекистан, 2000. — 339 с.
2. Болтабоев М. Р., Касимова М. С., Гойибназаров Б. К., Ергашходжаева Ш. Ж., Самедов А. Н., Отажонов Ш. И. Малый бизнес и предпринимательство. Учебное пособие. — Т.: Ношир, 2011. — 280 с.
3. Пардаев М. К., Мамасоатов Т. Х., Муротқобилов А. А., Рагимов Х. А. Малый бизнес и частное предпринимательство: проблемы развития и пути решения. Монография. — Т.: Издательство «Наврӯз», 2013. — 172 с.
4. Энциклопедический словарь предпринимателя. Составитель: Синелкинов С. М. и др. — Спб.: «Водорослевой фонд», «АЯКС», 1992. — 137–138 с.
5. Под общей редакцией С. Гулямова. Малый бизнес и частное предпринимательство: организация, развитие, управление. — Т.: Издательство «Наука и Технологии», 2005. — 7 с.

– предотвращение незаконного вмешательства в хозяйственную деятельность;

– Общими критериями включения малого бизнеса в рыночную экономику являются количество сотрудников, размер уставного капитала, размер активов, размер оборотных средств, прибыль, доход;

– создание условий для вхождения малого бизнеса в зоны естественных монополий;

– создание условий для покупки высоколиквидной и монопольной продукции;

– создание широких возможностей использования пустующих зданий и сооружений;

– финансовая поддержка малого бизнеса и частного предпринимательства;

– создание необходимой инфраструктуры для малого бизнеса и частного предпринимательства;

– снижение стоимости монопольных товаров и услуг;

– Есть ассоциации, советы и другие организации, поддерживающие малый бизнес, крупные организации и ассоциации, акционерные общества не жалеют помощи малому бизнесу.

В развитых странах общественные организации также являются основными защитниками малого бизнеса и частного предпринимательства. На современном этапе развития малого бизнеса и частного предпринимательства в развитых странах имеет большое экономическое значение. Понятно, что для повышения уровня занятости молодежи в малом бизнесе и частном предпринимательстве целесообразно создать для них региональный целевой фонд достойных рабочих мест. Это станет основой для целевого выделения финансовых ресурсов на разработку нормативных требований по созданию новых рабочих мест в соответствии с международными стандартами и повышению их эффективности.

Следует отметить, что в настоящее время в Узбекистане действует более полутора тысяч российских хозяйственных субъектов, а также более тысячи узбекско-российских совместных предприятий в различных секторах нашей экономики, которые вносят свой вклад в экономическое развитие обеих стран.

## Особенности управления финансовыми рисками в девелопменте

Нысанов Уалихан Бекмуқанович, студент магистратуры

Научный руководитель: Куренкеева Гульнара Турдалиевна, кандидат экономических наук, доцент

Алматы Менеджмент Университет (Казахстан)

*В статье рассматривается вопрос влияния финансовых рисков для проектов в сфере девелопмента. Данная тема актуальна в период коронакризиса для строительных компаний. Приведены результаты опроса среди компаний из разных регионов Казахстана по влиянию различных категорий рисков на финансовый результат проекта. На основе исследования и личного опыта предложены рекомендации и инструменты по недопущению рисков.*

**Ключевые слова:** финансовый риск, управление финансовыми рисками, девелопмент, экономика, финансовый анализ, оценка финансовых результатов, коэффициент ликвидности, рентабельность, девелоперский проект.

Строительная сфера на сегодняшний день является одной из самых крупных как по объему инвестиций, так и в доле ВВП многих стран. Что говорит о высокой значимости для государства. Казахстан не исключение. За последнее десятилетие ежегодно идет прирост в объемах строительно-монтажных работ и количестве построенных квадратных метров как социальных так и коммерческих объектов. Одним из направлений является промышленно-гражданское строительство, в частности жилищное строительство, большую часть которого реализует частный сектор. Частные застройщики используют собственные средства, заемные, инвестиции и долевыe. Как и в любом другом бизнесе требуется качественная проработка финансовых рисков. Особенно сложно вести работу при ведении нескольких девелоперских проектов. При недостаточно качественном ведении высока вероятность появления проблемных объектов, долгостроя. На это могут повлиять ряд факторов, которые будут описаны в данной статье. Для того, чтобы углубленно понимать влияние рисков на финансовый результат каждого из проектов необходимо провести обзор основных категорий рисков, после чего составить список инструментов для предотвращения их появления. Каждая из категорий включает ряд причин возникновения риска. В следующем разделе будет представлен обзор основных рисков для девелоперских проектов.

### Обзор основных категории финансовых рисков девелоперских проектов

Можно выделить несколько основных категорий рисков влияющие на финансовый результат проекта по завершению.

Каждый риск измеряется тремя параметрами влияния: на срок, на себестоимость, на качество (Рис. 1). Принцип этого треугольника наглядно может показать, что увеличение любой одной из сторон — неизбежно растет значение как минимум еще 1 параметра, чаще всего оба.

В Таблице 1 указаны основные категории рисков с кратким описанием и оценкой влияния от 1 до 10 на финансовый результат (сортировка от большего к меньшему). Оценка проводилась методом опроса коммерческих строительных компаний в разных регионах Казахстана. Сводная таблица представлена ниже.

Более подробное описание основных рисков представлено ниже.

### Технологические риски

Самый большой риск и влияние имеет именно технологический риск. В основном это все, что касается производства непосредственно. Так как все строительство любого объекта начинается с проектирования и в последующем опирается на проект. Ошибки в проекте отражаются на все 3 стороны треугольника, упомянутого выше (Рис. 1). В связи с чем строительной компании (Застройщику) необходимо уделить данному риску наибольшее внимание и тщательно вести контроль. В качестве инструментов контроля можно использовать: ERP, дорожную карту проекта, чек-листы на точках контроля, журнал возникших проблем с описанием как решался тот или иной вопрос, а так же немаловажно квалифицированность и ответственность управленческого персонала.

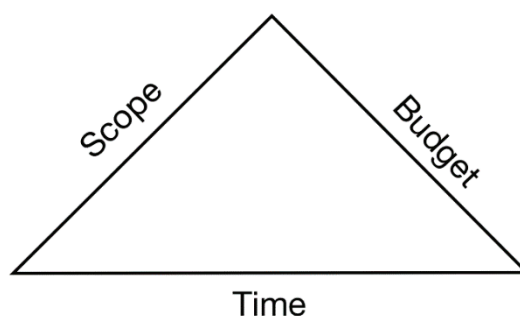


Рис. 1

Таблица 1. Последствия влияния рисков на параметры ТЭПа проекта от 1 до 10

№	Описание	Причины возникновения риска	Изменение сроков	Изменение в затратах	Изменение в качестве	Итого
1	Технологические риски	ошибки в проектировании; недостатки технологии и неправильный выбор оборудования; ошибочное определение мощности; недостатки в управлении; нехватка квалифицированной рабочей силы; срыв поставок сырья, стройматериалов, комплектующих; срыв сроков строительных работ подрядчиками (субподрядчиками); неосведомленность о состоянии земельного участка; не информированность о возможных альтернативах; несвоевременное ведение ПГЗ; Бесконтрольность качества, сроков выполнения работ; Бесконтрольность типовых рисков на различных стадиях выполнение работ.	10	10	10	30
2	Операционно-финансовые риски	повышение цен на сырье, энергию и комплектующие; увеличение стоимости оборудования; рост расходов на зарплату. не своевременное получение информации об изменениях в проектных решениях, стоимости и сроках сдачи промежуточных работ; не своевременный ввод в эксплуатацию; несвоевременная оплата кредитов и налогов; Нецелевое использование денежных средств	10	10	8	28
3	Маркетинговый риск	ошибочная стратегия выхода на рынок, неверные расчеты затрат на производство; ошибочное определение объема ожидаемого спроса; ошибочный выбор целевого сегмента рынка; ошибочный выбор стратегии продаж продукта; неправильная организация и получение неадекватных результатов маркетинговых исследований; неудачная организации сети сбыта и системы продвижения товара к потребителю; ошибочное ценообразование.	7	8	5	20
4	Юридические риски	неисполнение обязательств по договорам; недостоверно указаны данные в тех паспортах; некорректно составлены договора (низкий уровень защиты);	10	7	7	24



№	Описание	Причины возникновения риска	Изменение сроков	Изменение в затратах	Изменение в качестве	Итого
5	Административные риски	несвоевременное получение разрешительной документации; безопасность предоставленного земельного участка; невыполнение управленческих функций согласно схеме управления проектом; использование материалов не соответствующих проектным решениям; несоблюдение технологического регламента при выполнении работ.	8	7	3	18
6	Бюджетный риск	недостовверный анализ инвестиций на этапе планирования проекта; неверное составление технико-экономических показателей (ТЭП); бесконтрольность расхода денежных средств на этапе строительства; некачественное составление технического задания на этапе проектирования объекта;	8	10	4	22
7	Кредитный риск	несвоевременная оплата кредита; увеличение годового процента из-за инфляции;	5	9	0	14
8	Валютный риск	инфляция; рост курса валют.	3	8	3	14
9	Налоговый риск	несвоевременная оплата налогов	0	7	0	7

### Операционно-финансовые риски

Недостаточно своевременное и точное управление финансовыми потоками, аналитикой, прогнозированием и бюджетированием приводит к неверно принятым управленческим решениям. Возникновение дефицита финансовых средств на важных этапах производства увеличивает срок реализации проекта, а вместе с этим и себестоимости. Инструментами не допущения рисков данной категории могут быть: программы управленческого и финансового учета, бюджеты доходов и расходов, сводные таблицы движения денежных средств с уточненными данными статей расходов и доходов, отчетность отделов, 1С, ERP и другие.

### Маркетинговые риски

Важность анализа рынка при входе в тот или иной проект крайне важна. Основная работа проводится на стадии инициации

и планирования проекта, а также корректируются на этапе реализации при изменении ситуации на рынке. Проведение маркетингового анализа можно осуществить как своими силами, так и привлеченными специалистами. Чем точнее и детальнее анализ, тем более проработанным будет планирование исполнения проекта.

Используя инструменты и методы по снижению, недопущению вышеуказанных рисков девелоперские проекты смогут показать наибольшую эффективность в финансовом выражении по результатам их закрытия. Особое внимание необходимо уделить таким рискам как технологические, финансово-операционные и маркетинговые, которые в среднем при их наступлении снижают прибыль от 20%. Наиболее эффективные инструменты для защиты от рисков — автоматизированные системы управления. При работе с электронными таблицами есть человеческий фактор, а также в потоке цифр можно упустить важное. Срезы, предоставляемые такими системами, позволят углубиться в детали и увидеть изменение в корректировке отдельных прогнозируемых показателях.

Литература:

1. <https://www.pwc.ru/> [Электронный ресурс]
2. Та самая книга для девелопера. Иван Черемных и Игорь Манн
3. Стратегия компаний в сфере недвижимости. Чарльз Хьюлет, Гади Кауфман
4. Научная библиотека КиберЛенинка. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>

## Государственное регулирование в трудовых отношениях: вчера и сегодня

Самолевский Григорий Николаевич, студент магистратуры  
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

*В данной статье рассматривается зарождение государственного регулирования в трудовых отношениях в России. Дается историческое описание первых законов Российской империи в данной области. Показывается преемственность современного трудового законодательства трудовому законодательству Российской империи. Изучая современное трудовое законодательство, автор приходит к выводу о необходимости внесения в него поправок.*

### State regulation in labor relations: yesterday and today

*The article considers emergence of state regulation in labor relation in Russia. The historical description of the first laws of the Russian Empire in this area is given. The continuity of modern labor legislation to the labor legislation of Russian Empire is shown. Studying modern labor legislation, the author comes to the conclusion that it is necessary to amend it.*

По сути трудовое право является одной из молодых в историческом масштабе правовых отраслей. Предпосылки развития трудового права как такового появились только в XVIII в., если говорить о Европе. Что касается России, то до XIX в. существовало крепостное право, и разумеется ни о каком трудовом праве говорить не приходилось, и только благодаря крестьянской реформе, начатой Александром II, 19 февраля 1861 года (по старому стилю) было упразднено крепостное право в России, что дало возможность развитию трудовых отношений, а с этим и зарождению в дальнейшем трудового права. В этот период в России начали появляться крупные машинные производства, фабрики, мануфактуры. Начался постепенный переход России на индустриальный путь развития. Это по сути послужило толчком в использовании наемной силы и формирования свободного рынка труда.

Условия труда для наемных работников того периода были весьма тяжелыми. Для получения максимальной прибыли фабриканты и хозяева активно использовали труд женщин и детей, а трудовой день доходил до 10–12 часов, это соответственно пагубно влияло на здоровье, как правило, в первую очередь детей. Таким образом постепенно назревает необходимость умерить аппетиты фабрикантов и навести порядок в этой отрасли. Государство начинает делать первые весьма скромные шаги по регулированию отношений между хозяевами фабрик и наемными работниками. Первые попытки подобного регулирования привели к развитию в России фабрично-трудового законодательства. Первый закон в рамках данного законодательства был принят 01 июня 1882 года и назывался: «О малолетних, работающих на заводах, фабриках и мануфактурах». Данный закон запрещал применение труда детей в возрасте до 12 лет. Он также устанавливал специальные условия труда для несовершеннолетних от 14 до 17 лет. Закон также ограничивал продолжительность рабочего дня, регламентировал работу в ночную смену, запрещал работать в воскресенье и праздничные дни. «Кроме того, хозяевам вменено в обязанность наблюдать за умственным образованием малолетних, находящихся в их заведениях. Для этого при об-

ширных заведениях, занимающих обширное число рабочих, должны быть учреждаемые на средства хозяев школы грамотности» [1]. Закон также учреждал специальную фабричную инспекцию, в обязанности которой входило наблюдать за исполнением правил и запретов, которые были установлены в этом законе, а при нарушении их при участии полиции составлять протоколы о нарушениях и при необходимости передавать их в суд. Далее были приняты еще несколько законов, в основном направленные на изменения и дополнения закона от 1882 года. Например, закон 3 июня 1885 года о запрещении ночной работы на прядильных и ткацких фабриках. Еще один закон был принят 3 июня 1886 года и назывался «о найме рабочих на фабрики, заводы и мануфактуры и о взаимных отношениях фабрикантов и рабочих». Необходимость в этом законе возникла ввиду того, что фабриканты, пользуясь своим положением, задерживали выдачу зарплаты своим рабочим, могли наложить штраф за любые нарушения со стороны рабочих, а также создавали условия, когда рабочим ничего не оставалось делать как втридорога закупать необходимые товары в торговых лавках, организованных при фабриках. Все это приводило к тому, что работники в поисках справедливости постоянно организовывали стачки и беспорядки. В конце 1884 начала 1885 годов беспорядками были охвачены большое количество фабрик Московской и Владимирской губерний. «Проведенное расследование доказало, что причины, вызвавшие эти беспорядки, не имели случайного характера, а обуславливались неправильными отношениями между фабрикантами и рабочими» [2]. По результатам расследования специальной комиссией был подготовлен целый список постановлений, направленный на устранение произвола со стороны хозяев фабрик. Внедрялись большие штрафы за нарушения прав рабочих со стороны фабрикантов. Запрещались наложения на рабочих штрафов в случаях, непредусмотренных законом, запрещалась расплата с рабочими вместо денег товарами из торговых лавок, купонами и т.д. Запрещалось производить удержания с зарплаты рабочих за пользования фабричными столовыми, банями. Запрещалось взывать с рабочих плату за врачебную помощь и т.д. Данный

закон определял ответственность фабрикантов и заводчиков за нарушения закона, но вместе с тем устанавливал строгую ответственность рабочих за участие в стачках и беспорядках, а также за самовольное расторжение рабочими договоров о найме.

Далее были еще несколько законов, которые можно отметить: закон от 24 апреля 1890 года «о работе малолетних, подростков и женщин», это по сути поправки в закон от 1882 года. Закон от 2 июня 1897 года «о продолжительности и распределении рабочего времени в заведениях фабрично-заводской и горной промышленности». Данный закон устанавливал максимальную продолжительность рабочего дня для взрослых рабочих, так как все предыдущие законы регламентировали работу женщин и детей.

2 июня 1903 года был принят закон «о вознаграждении увечных рабочих». Закон вводил материальную ответственность за вред, причиненный здоровью работников в результате производственной травмы. В законе также предусматривалось право на получение материального возмещения членами семьи работника, если работник погиб в результате несчастного случая на производстве.

10 июня 1903 года принимается закон «о фабричных старостах». Данный закон предусматривал образование на фабриках и мануфактурах рабочих представительств «старост», которые представляли бы интересы работников с фабричной администрацией и властью.

Надо отметить, что на первом этапе не все владельцы фабрик строго соблюдали вышеупомянутые законы, что естественно вызывало недовольство работников. Эти недовольства нередко переходили в забастовки и стачки, а государству приходилось заниматься подавлением народных беспорядков.

Таким образом видно, что государство, тогда еще Российская империя, дабы не допускать народных волнений в стране, не могло оставаться в стороне и было вынуждено вклиниваться в активно зарождавшиеся на тот период взаимоотношения между фабрикантами и работниками, тем самым делая первые, скромные шаги по регулированию трудовых отношений.

Незначительно изменяясь, фабрично-трудовое законодательство просуществовало вплоть до 1917 года. После революции многие пункты из фабрично-трудового законодательства вошли в КЗоТ 1918 года, и здесь смело можно говорить о преемственности КЗоТ фабричному законодательству. КЗоТ — это первый советский кодекс законов о труде, впрямь все существовавшие и вновь принимающиеся постановления, договоры и соглашения по вопросам труда учитывались только в том случае, если они не противоречили данному кодексу. В советский период КЗоТ несколько раз дорабатывался и расширялся. Так, например, принятый на скорую руку КЗоТ 1918 года уже в 1922 году был пересмотрен и расширен с 137 до 192 статей. В нем появились главы: «О коллективных договорах» и «О трудовом договоре», что давало право работникам заключать как коллективные трудовые договоры так и индивидуальные. В этом кодексе также запрещалось переводить работника на другую работу без согласия самого работника, более подробно регламентировалась процедура приема и увольнения работников. КЗоТ 1922 года действовал вплоть до 1971 года и был заменен на принятый 9 декабря 1971 года КЗоТ РСФСР.

После распада Советского Союза на смену КЗоТ пришел Трудовой кодекс РФ, который является на сегодняшний день основным законом в сфере труда.

Таким образом, начиная с XIX века, государство постоянно присутствует в отношениях между работодателями и работниками, пытаясь сбалансировать их, и на сегодняшний день является «гарантом» соблюдения прав работников. Как и в XIX веке государство и сегодня стремится защитить работника от произвола работодателей, закрепляя права работников в принимаемых законах.

Понятно, что работники являются более уязвимой категорией по сравнению с работодателями, и государственный институт в данном случае встает на сторону работников, защищая их права, и для этого создает различные нормативно-правовые акты, в которых это закрепляет. Однако надо не забывать и про права работодателей. Закон также должен давать возможность развиваться современному бизнесу и ни в коем случае не тормозить его. Если сравнивать советский КЗоТ 1971 года с нынешним Трудовым кодексом РФ, то можно отметить, что в КЗоТ было указано на то, что данный документ призван регулировать не только трудовые отношения всех работников, но и содействовать росту производительности труда, а в современном Трудовом кодексе РФ упоминание о повышении производительности труда нет, и речь идет в большей степени только о защите прав и интересов работников. Приведу еще несколько примеров, когда государство на законодательном уровне возлагает на работодателя обязательства по выплатам работникам, несвязанных с выполнением работниками своей трудовой функции. Здесь можно отметить действие статьи 183 Трудового кодекса РФ, которая дает гарантии работнику при временной нетрудоспособности. Так, например, согласно статье 3 Федерального закона от 29.12.2006 № 255-ФЗ «Финансовое обеспечение расходов на выплату страхового обеспечения застрахованным лицам осуществляется за счет средств бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации, а также за счет средств страхователя» [3], причем работодатель должен оплатить первые три дня временной нетрудоспособности работника за счет своих средств, которые не подлежат возмещению, и только начиная с 4-го дня временной нетрудоспособности, оплата идет за счет средств бюджета Фонда социального страхования Российской Федерации. Данная норма на мой взгляд осталась еще с тех пор, когда социальное бремя ложилось на плечи государственной власти и предприятий, где работники осуществляли свою трудовую деятельность. На тот момент это не вызывало сильных противоречий, так как большинство предприятий и учреждений в тот период были государственными. Сегодня же большинство предприятий являются частными коммерческими структурами, которые в силу закона продолжают разделять это социальное бремя с государством.

Другой пример подобного отношения можно видеть в обязанности работодателя предоставлять работникам дополнительного отпуска в связи с получением ими образования. При этом в обязанности работодателя входит предоставление отпуска с сохранением среднего заработка за такими работниками. Это закреплено в статье 173 Трудового кодекса РФ: «Ра-

ботникам, направленным на обучение работодателем или поступившим самостоятельно на обучение по имеющим государственную аккредитацию программам бакалавриата, программам специалитета или программам магистратуры по заочной и очно-заочной формам обучения и успешно осваивающим эти программы, работодатель предоставляет дополнительные отпуска с сохранением среднего заработка» [4]. Справедливым было бы обязать работодателя выплачивать среднюю заработную плату на срок предоставления дополнительного отпуска в связи с получением работниками образования только в том случае, если работодатель сам выступил с инициативой и направил работника на получение профессионального обучения или дополнительного профессионального образования.

Таким образом видно, что зародившееся еще в XIX в. на фоне необходимости оказания поддержки трудовому населению государственное регулирование и по сей день остается в большей степени ориентированным на соблюдения прав и свобод работников. И это только несколько примеров, по которым можно увидеть, что на данный момент в действующем Трудовом кодексе РФ как и во всем трудовом законодательстве в целом, имеются некоторые концептуальные недостатки, которые необходимо устранять или как минимум корректировать.

Надо отметить, что это тема весьма щепетильная. Со времен советского периода люди привыкли, что государство обеспечивало население работой, бесплатным образованием, бесплатным медицинским обслуживанием и т.д., а с распада Советского Союза прошло не так уж и много времени, и любые инициативы в этом направлении остро воспринимаются обществом. Яркий тому пример уже вошедшие в историю «поправки Прохорова». Являясь председателем комитета РСПП, Михаил Прохоров выступил 7 апреля 2011 г. на заседании Комитета, посвященном вопросам реформирования трудового законодательства, с инициативой пересмотра Трудового Кодекса Российской Федерации. По его мнению пересмотру

подлежит не только Трудовой Кодекс, но и все релевантное социальное законодательство, а именно: закон о занятости, социальном страховании, пенсионном обеспечении и т.п., все это необходимо для «формирования такой среды, которая бы создала наилучшие условия для развития в стране» [5]. В своем выступлении он отметил, что нынешний Трудовой Кодекс в значительной мере является калькой советского КЗоТа, который разрабатывался и принимался около 40 лет назад, и уже не выполняет своих функций. «Он создавался не для целей развития, а для целей фиксации прав и обязанностей в условиях советской плановой экономики» [5]. Он утверждает, что нормы нынешнего трудового законодательства «мешают нормально развиваться постиндустриальному обществу» [5]. В своем выступлении Михаил Прохоров говорит о необходимости повышения производительности труда, о мобильности трудовых ресурсов и необходимости предоставления возможности для работодателя свободно управлять ими. Он проводит аналогию и утверждает, что сегодня необходимо изменить трудовое законодательство также, как было необходимо отменить крепостное право 150 лет назад.

Предложения Михаила Прохорова по пересмотру Трудового кодекса были чрезмерно кардинальными и вызвали шквал критики со стороны многих аналитиков. Данная инициатива также не была поддержана Правительством и скоро вовсе сошла на нет.

Тем не менее в связи с переходом на рельсы рыночной экономики всё-таки справедливым и правильным было бы работодателю иметь возможность более гибко управлять трудовыми ресурсами. А оплата и социальные гарантии должны быть достойными, но напрямую зависеть от производительности труда. И если это все закрепить во всех нормативно-правовых актах в трудовом законодательстве, то тем самым осталось бы только уважительное, а не иждивенческое отношение сторон (работодатель — работник) друг к другу.

#### Литература:

1. Литвинов-Фалинский В.П. Фабричное законодательство и фабричная инспекция. Изд. 2-е, испр. и доп.. М.: Типография А.С. Суворина, 1904.
2. Литвинов-Фалинский В.П. Фабричное законодательство и фабричная инспекция. Изд. 2-е, испр. и доп.. М.: Типография А.С. Суворина, 1904. с. 48
3. Федерального закона от 29.12.2006 № 255-ФЗ «об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством»
4. Федеральный закон от 30.12.2001 N197-ФЗ «Трудовой кодекс Российской Федерации»
5. Вступительное слово на заседании Комитета, посвященном вопросам реформирования трудового законодательства — статья // <https://old.rsp.ru/viewpoint/view/56>

## Проблемы государственного регулирования строительной отрасли

Синельникова Юлия Александровна, студент магистратуры  
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет

*Научная статья посвящена проведению исследовательского анализа актуальных проблем государственного регулирования строительной отрасли в России. Актуальность исследования обусловлена тем, что коммерческая деятельность строительных*



компаний играет важную практическую роль, как при формировании валового внутреннего продукта российской экономики, так и при стимулировании развития рыночной инфраструктуры и строительного комплекса. В рамках статьи проанализированы тенденции развития строительной сферы в экономике России. Проанализированы негативные процессы, влияющие на коммерческую деятельность строительных предприятий. Рассмотрен механизм государственного регулирования строительной отрасли Российской Федерации. Перечислены актуальные проблемы государственного регулирования строительной сферы.

**Ключевые слова:** строительная отрасль, строительный комплекс, строительные предприятия, государственное регулирование, государственное управление.

## Problems of state regulation of the construction industry

Sinelnikova Julia Aleksandrovna, student master's degree  
Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering (St. Petersburg)

*The scientific article is devoted to conducting a research analysis of topical problems of state regulation of the construction industry in Russia. The relevance of the study is due to the fact that the commercial activity of construction companies plays an important practical role, both in the formation of the gross domestic product of the Russian economy, and in stimulating the development of market infrastructure and the construction complex. Within the framework of the article, the trends in the development of the construction sector in the Russian economy are analyzed. Analyzed the negative processes affecting the commercial activities of construction companies. The mechanism of state regulation of the construction industry of the Russian Federation is considered. The topical problems of state regulation of the construction sector are listed.*

**Keywords:** construction industry, construction complex, construction companies, government regulation, public administration.

На сегодняшний день строительная сфера экономики Российской Федерации переживает трудный период своего функционирования, связанного с распространением пандемии коронавируса COVID-19. Строительным предприятиям необходимо оптимизировать свою деятельность, совершенствовать инструменты привлечения клиентов и снизить размеры своих затрат, с целью возможности обеспечения обязательств перед контрагентами и поставщиками.

На развитие строительной отрасли в экономике страны оказывают влияние целый ряд экономических, природно-географических, политических и социально-культурных факторов. Одним из направлений влияния на развитие строительного сектора в России является влияние мировой экономики, в частности тенденций развития строительного бизнеса на зарубежных рынках.

Кроме того, на тенденции развития строительной сферы в российской экономике высокую роль играет пандемия коронавируса, из-за которой степень проявления негативных факторов внешней среды повышается в разы.

Современные условия функционирования строительных предприятий экономики России характеризуются негативным воздействием следующих актуальных проблем, среди которых [1]:

1. Высокий уровень процентных ставок на коммерческое кредитование и ипотеку (первые ставки приводят к трудностям привлечения заемного финансирования строительными предприятиями, вторые ставки приводят к нереализованному потенциалу продаж строительных объектов недвижимости населению, которому недоступна ипотека).

2. Тенденция увеличения стоимости строительных материалов, сырья и оборудования, используемых при выполнении строительных работ.

3. Высокий уровень налоговой нагрузки на коммерческую деятельность строительных предприятий, снижая размер чи-

стой прибыли, которая распределяется в пользу увеличения собственного капитала.

4. Дефицит высококвалифицированных специалистов и сотрудник технических профессий, используемых при проведении строительных работ.

5. Частые случаи, когда заказчики становятся неплатежеспособными субъектами, что нарушает цепочку формирования финансовых потоков. Тем самым, строительные организации нарушают свои обязательства перед контрагентами и поставщиками.

6. Высокий уровень насыщенности строительной отрасли конкурентами (см. рисунок 1). Из-за того, что динамика числа строительных предприятий в российской экономике увеличивается из года в год, степень насыщенности рынка конкуренцией только повышается.

Одним из качественных показателей тенденции развития строительной отрасли России является динамика ввода новых зданий, которая отображена на рисунке 2.

В 2015 году был достигнут исторический максимум, когда показатель составил 139,4 млн квадратных метров. Далее с 2016 по 2018 гг. значения постепенно снижались, пока объем ввода новой площади недвижимости составил 132,7 млн квадратных метров.

Стоит отметить, что значительную роль при формировании тенденций и вышеперечисленных проблем является режим экономической санкций между Россией и странами Запада, из-за чего и наблюдается негативное воздействие макроэкономической неустойчивости. В 2020 году угрозы активизировались, причиной чему выступает кризис пандемии коронавируса.

Тем не менее, перспективы развития строительного комплекса Российской Федерации можно назвать положительными и, в первую очередь, они связаны с реализацией Стратегии инновационного развития строительной отрасли Российской Федерации до 2030 года, выступающей фундаментом государственного регулирования данной сферы деятельности.



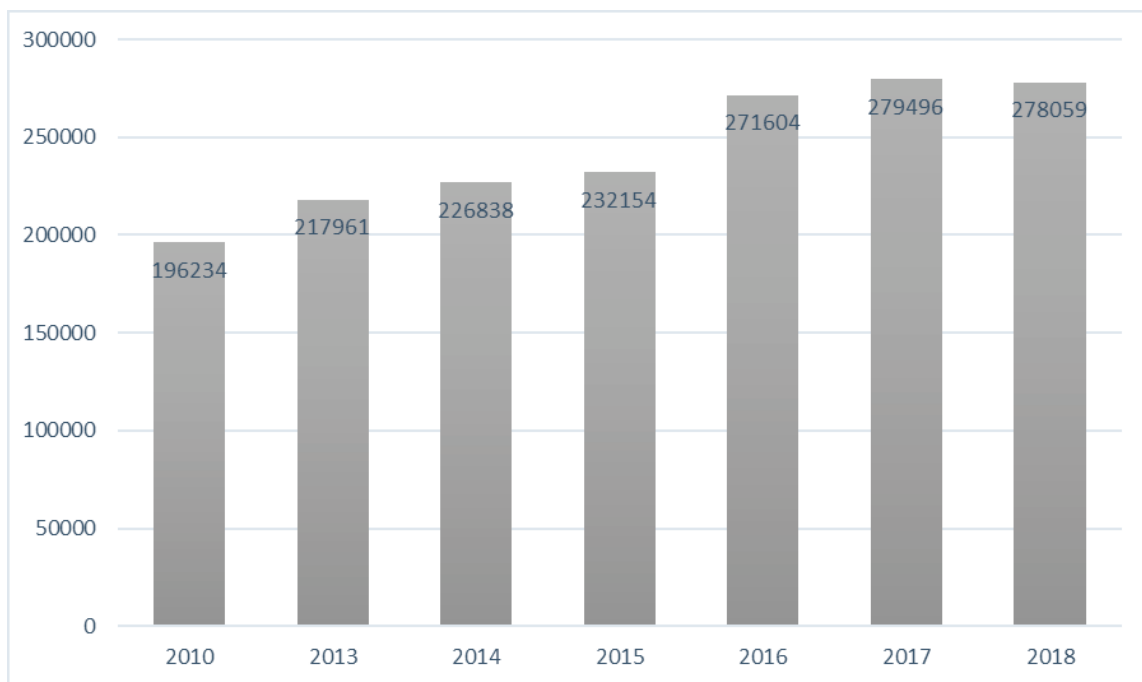


Рис. 1. Динамика изменения числа строительных организаций России, в период 2010–2018 гг. [2, 3]

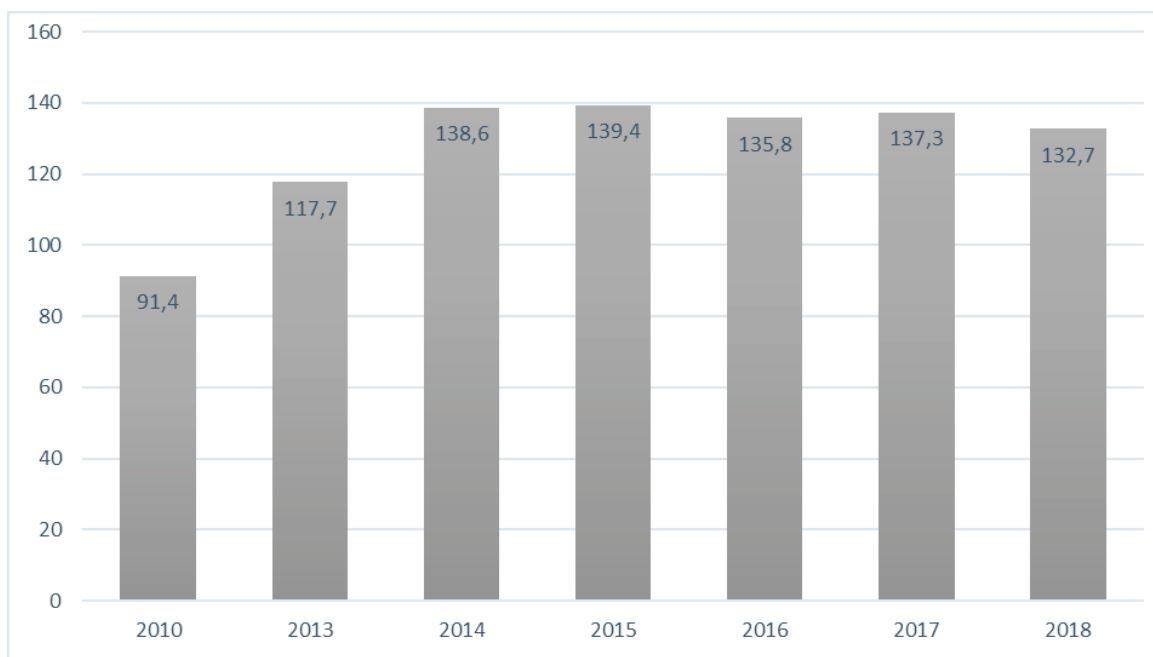


Рис. 2. Динамика изменения объема ввода общей площади новых зданий России, в период 2010–2018 гг., в млн квадратных метров [2, 3]

Задачами Стратегии инновационного развития строительной отрасли России выступают:

- инновационное перевооружение строительной отрасли;
- совершенствование регулирования рынка строительной продукции и услуг;
- совершенствование налоговых условий для ведения инновационной деятельности строительных организаций;
- развитие кадрового потенциала сферы строительства;

– интеграция российского рынка строительства с международными площадками по обмену интеллектуальным капиталом и инновационными ресурсами;

– совершенствование нормативно-правовой и технической базы в сфере строительства.

В целом же государственное регулирование строительной отрасли Российской Федерации схематически можно изобразить на рисунке 3, где отображены три ключевых уровня регуляторной деятельности.

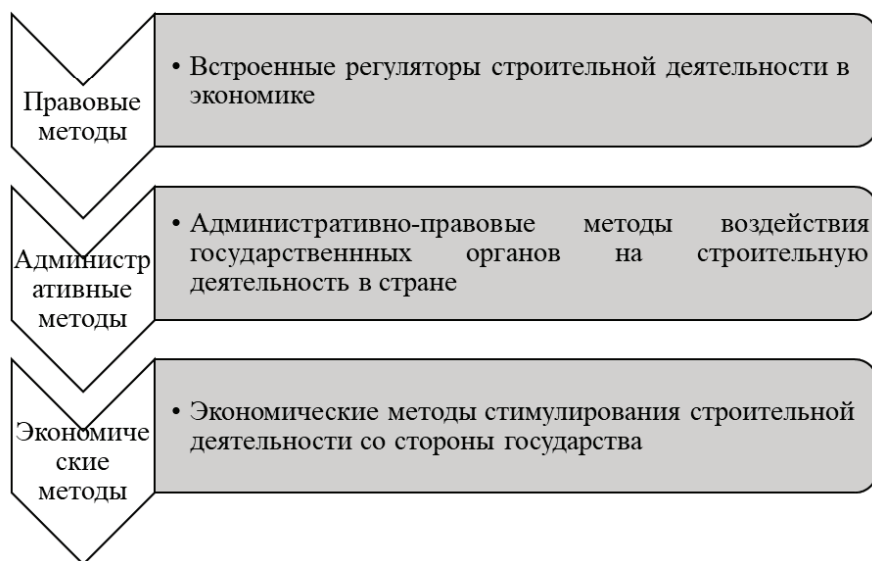


Рис. 3. Уровни государственного регулирования строительной отрасли и их методы [составлено автором на основе источника 5]

При этом в рамках регуляторной функции применяются следующие механизмы и инструменты государственного контроля строительной отрасли, как:

- техническое регулирование;
- государственный стройнадзор;
- выдача официальных разрешений на возведение объектов недвижимости;
- образование цены и сметная документация.

Важную роль в осуществлении государственного воздействия на строительную отрасль отводится федеральным органам исполнительной власти, которые подразделяются [4]:

- федеральные министерства;
- федеральные службы;
- федеральные агентства.

Анализируя характеристику и особенности проведения государственного регулирования строительной отрасли экономики России на сегодняшний день, можно выделить следующие актуальные проблемы регуляторной деятельности органов власти [6, 7]:

1. Неэффективность мероприятий, согласно которому происходит страхование гражданской ответственности застройщика за неисполнение или ненадлежащее исполнение им обязательств по передаче объекта долевого строительства.
2. Инструменты и механизмы, которые применяются в рамках государственного управления рынка долевого строительства выступают неэффективными в предупреждении рисков, угроз и негативных случаев.
3. Низкий объем охвата государственной поддержки категории инвесторов долевого строительства, которые оказались обманутыми.
4. С целью защиты прав потребителей и инвесторов, органы государственной власти принимают решения об ужесточении нормативов к финансовой устойчивости и состояния строительных компаний. Однако это не приводит к эффективным изменениям. И наоборот, происходит удорожание ква-

дратных метров объектов недвижимости, что делает покупательную способность потребителей слабее.

Для того, чтобы данные проблемы имели минимальный уровень негативного воздействия на тенденции развития строительной отрасли и устойчивость коммерческой деятельности строительных предприятий, можно предложить следующие пути совершенствования системы государственного регулирования:

1. Установить плановые проверки застройщиков чаще, чем 1 раз за календарный год.
2. После первой выдачи разрешения на строительство важно проводить проверку сразу не старше, чем через 3 календарных месяца.
3. Ввести термин «внешняя среда застройщика», которая будет состоять из организаций, которые периодически взаимодействуют со строительной компанией.
4. Ужесточить выпуск на рынок новых застройщиков на стадии выдачи разрешения на строительство.

Таким образом, в заключении научной работы, можно подытожить следующее:

1. Современными проблемами развития строительной отрасли в экономике России выступают высокий уровень процентных ставок на коммерческое кредитование и ипотеку, тенденция увеличения стоимости строительных материалов, сырья и оборудования, используемых при выполнении строительных работ, высокий уровень налоговой нагрузки на коммерческую деятельность строительных предприятий, дефицит высококвалифицированных специалистов и сотрудник технических профессий, высокий уровень насыщенности строительной отрасли конкурентами.
2. В рамках государственного регулирования строительной отрасли принимаются правовые, административные и экономические методы.
3. Основными проблемами государственного регулирования строительной отрасли в экономике России являются не-

эффективность мероприятий, согласно которым происходит страхование гражданской ответственности застройщика за неисполнение или ненадлежащее исполнение им обязательств по передаче объекта долевого строительства, неэффективность инструментов управления рынком долевого строитель-

ства, низкий объем охвата государственной поддержки категории инвесторов долевого строительства, которые оказались обманутыми, принятие решений об ужесточении нормативов к финансовой устойчивости и состояния строительных компаний.

#### Литература:

1. Карякина И. Е., Потапкина Е. К. Анализ современного состояния строительной отрасли РФ, проблемы и перспективы ее развития // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 5–2.
2. Строительство в России // Официальный сайт «Росстат». URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2018/stroit-2018.pdf](https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/stroit-2018.pdf) (дата обращения: 12.05.2021).
3. Регионы России 2019 // Официальный сайт «Росстат». URL: [https://www.gks.ru/storage/mediabank/Region\\_Pokaz\\_2019.pdf](https://www.gks.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2019.pdf) (дата обращения: 12.05.2021).
4. Хашаева О. Ш. Государственное регулирование строительной отрасли // Научный вестник ЮИМ. 2017. № 1.
5. Соловьева Е. А., Абакумов Р. Г., Наумов А. Е. Правовые аспекты государственного регулирования инвестиционно-строительной деятельности // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 4 (30).
6. Запезалова А. Ю. Проблемы и перспективы государственного регулирования строительной отрасли России // Инновации в науке и практике. 2018. С. 94–100.
7. Негашев Д. С. Развитие инновационного потенциала строительной отрасли: проблемы и роль государственного регулирования // Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. 2018. С. 59–61.

## Модернизация многоквартирного жилого фонда в городе Нур-Султане с принципами зеленой экономики

Турдыбеков Ришат Уалиханович, студент магистратуры  
Академия государственного управления при Президенте Республики Казахстан (г. Нур-Султан, Казахстан)

*В статье рассматриваются вопросы модернизации жилого фонда на основе государственных Программ и проводимых реформ в жилищно-коммунальном хозяйстве. Актуальность темы выражена в практическом применении принятых программ и норм законодательства учитывая современные подходы по внедрению зеленых технологии и материалов. На основании проводимого анализа выработаны рекомендации государственного регулирования по совершенствованию модернизации многоквартирного жилого фонда.*

**Ключевые слова:** ЖКХ, модернизация МЖФ, капитальный ремонт, энергоэффективность, зеленая экономика, возобновляемые источники энергии, кондоминиум, КСК, жилищные отношения, орган управления, жилой фонд.

**Ж**илищно-коммунальное хозяйство является важной и неотъемлемой отраслью экономики, основной целью которой является создание, безопасного комфортного, удобного проживания жителей и повышение качества жизни каждого человека и экономии семейного бюджета за счет внедрения и использования зеленых технологии. Бесперебойное и надежное функционирование систем жизнеобеспечения (тепло- и энерго, водо- и газоснабжения, водоотведения), в основном зависят от качественного и своевременного предоставления коммунальных услуг, что прямо пропорционально влияет на техническое состояние зданий, в том числе многоквартирного жилого фонда и их инженерной инфраструктуры. Согласно разделу границы инженерных сетей подключения многоквартирных домов к общим распределительным сетям населенного пункта, ответственность за функционирование внутридомовых инженерных коммуникаций за собственниками квартир и помещений данного МЖД,

Для надлежащего и качественного содержания жилищного комплекса и соответствия его СНиПам и нормативным требованиям жильцам необходимо своевременное проведение технического обследования инженерной инфраструктуры, несущих и ограждающих конструкции, кровли, подвальных помещений МЖД, также эффективное и качественное управление домом и заключающегося в улучшении его технического состояния. Следующим шагом является модернизация МЖД, что включает себя совокупность работ и процессов для достижения энергоэффективности и ресурсосбережения согласно принципам «зеленой экономики».

Многоквартирный жилой фонд является сложным объектом, в котором необходимо учитывать, не только индивидуальную (раздельную) собственность, но и общее имущество участников кондоминиума, при этом соответствовать санитарно-эпидемиологическим нормам, пожарной безопасности

и инженерных систем в целях безопасного и комфортного проживания жителей.

Согласно Государственной программы жилищно-коммунального развития «Нұрлы Жер» 2020–2025 годы определены приоритеты по модернизации МЖД:

- капитальный и текущий ремонт инженерной инфраструктуры, заграждающих конструкции, кровли и т.д.;
- замена оконных рам в местах общего пользования (подъезды, лестничные марши);
- установка smart приборов учета на все виды коммунальных услуг;
- внедрение энергоэффективных технологии и материалов, кроме ВИЭ;
- снижение потребления энергоресурсов до 30%.

Реализация данной программы повышение эффективности использования ресурсов МЖД.

Так как на сегодняшний день не прекращающихся жалобы и нарекания со стороны жителей города на содержание и техническое состояние многоквартирного жилого фонда, поступает большое количество обращений в адрес местной исполнительной власти для решения вопросов, а также в Администрацию Президента РК. Тем самым, жалобы с каждым годом увеличиваются. По информации службы «Komek-109» в столице по линии МЖД в 2018 году — 23 596 поступило обращений, в 2019 году — 29 205, в 2020–30 102 обращения. Количество обращения по данному направлению ежегодно в ТОП-10 всех жалоб, адресованных в МИО. Основными причины, связанные с:

- водоснабжением и канализацией МЖД;
- теплоснабжением, электроснабжением;
- техническим состоянием здания;
- отношениями председателей КСК и обслуживающих организаций по исполнению своих обязанностей.

Кроме этого, жители столицы обращаются посредством интернета ресурсов (социальных сетей) и письменные обращение в государственные учреждения.

Цель исследования вызывает интерес выявление проблем и пробелов в жилищном законодательстве, государственных программ и других НПА с последующей выработкой рекомендаций по усовершенствованию процессов модернизации МЖД путем проведения анализа этапов реформирования модернизации многоквартирных жилых домов, государственного регулирования, современного технического состояния МЖФ в столице.

Нормативно правовые акты в сфере модернизации объекта кондоминиума подвергалось несколько раз изменению со времен независимости Республики Казахстан. Основное направление определено в Законе РК «О жилищных отношениях» от 1997 года, после, вносились изменения и дополнения, в частности, дополнено функциями и полномочиями МИО, жилищная инспекция стала вправе проводить технические обследования МЖД. К тому же, жилищная инспекция начала привлекать органы управления к административной ответственности за не надлежащее техническое состояние многоквартирного жилого дома и за отсутствие сберегательных счетов на капитальный ремонт, также жилищная инспекция определяет и устанавливает срок модернизации согласно тех-

ническому обследованию и нормативного срока эксплуатации МЖД.

Для определения эффективности процессов и функционирования принятых новшеств использованный метод сравнительного анализа показал, что имеются положительные стороны в государственном регулировании и недостатки. Также, изучение полевых исследований протоколов собраний жильцов и экспертное мнение руководителей коммунальных предприятия и председателей КСК повлияли на разработку рекомендаций по улучшению функционирования существующей модели модернизации жилого фонда.

Согласно Закона РК «О жилищных отношениях» [2] в первой редакции до внесения в него изменений и дополнений, собственники квартир и нежилых помещений участвовали в содержании общего имущества двумя способами:

- 1) собственники помещений (квартир) обязаны нести бремя расходов на содержание общего имущества соразмерно своим долям в праве общей собственности на это имущество, целевыми взносами на содержание;
- 2) по модернизации ЖКХ в рамках программы «Развития регионов».

На сегодняшний день по статистическим данным местных исполнительных органов, всего МЖД — 78657 ед., в том числе в удовлетворительном состоянии находится — 54808 МЖД (69,3%) и требующих модернизацию (капитальный ремонт) — 19639 МЖД (25%). В аварийно-ветхом состоянии — 1383 МЖД (1,9%). По вышеуказанным цифрам можно сказать об актуальности вопроса модернизации МЖД.

**Для информации.** В 2020 году из средств, выделенных из республиканского бюджета по Программе «Развития регионов 2015–2020 годы» модернизировано — 2827 домов или 3,6%.

Вместе с тем, в городе имеются МЖД, где орган управления и обслуживающая организация отсутствует вовсе, таких домов насчитывается порядка 134-х, что приводит к ухудшению технического состояния всего объекта кондоминиума.

Принятые поправки, действующие с 2020 текущего года, для содержания и модернизации многоквартирных жилых домов предусматривают создание условия получения жилищного займа, на модернизацию (капитальный ремонт) общего имущества объекта кондоминиума в банках второго уровня.

В действующую Программу жилищно-коммунального развития «Нұрлы Жер» 2020–2025 годы не внесены изменения по следующим аспектам:

- не внесены изменения по внедрению в МЖД зеленых технологии (ВИЭ);
- не внесены изменения по замене и ремонту внутренних сетей газоснабжения МЖД;
- не включены замена и капитальный ремонт внутренней системы пожаротушения МЖД.

Необходимо отметить, как и в прежней и в действующей редакции Программы модернизации ЖКХ не включены энергоэффективные технологии возобновляемых источников энергии и не учтены ремонт внутренних сетей газоснабжения и системы пожаротушения.

Вместе с тем, на основании проведения метода экспертного интервьюирования с руководителями управления жилья и жи-

лицей инспекции, коммунальных предприятия и обслуживающих организаций МЖД выявлено, что в программе модернизации не учтены работы по замене и капитальному ремонту сетей газоснабжения и систем противопожарной безопасности, а также медленно внедряются современные энергоэффективные и энергосберегающие зеленые технологии (ВИЭ), ввиду отсутствия подзаконных актов.

Анализ более 100 протоколов общих собраний различных многоквартирных домов выявил следующие системные проблемы:

- слабая активность собственников квартир и нежилых помещений, выражающаяся в участии собраний по содержанию (модернизации) дома и внедрения энергосберегающих технологии;
- вопросы модернизации и ремонта частей общего имущества и инженерных сетей и оборудования поднимаются по мере необходимости (по факту);
- не желание собственников участвовать в содержании общего имущества (чаще всего жильцы нижних этажей не хотят участвовать в сборе по ремонту крыши, а верхних этажей в сборе по ремонту подвалов), в том числе использовать современные энергосберегающие материалы и оборудования.

Принимая во внимание вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:

- своевременное внедрение энергоэффективных зеленых технологии в процесс модернизации МЖД;
- мобильно реагировать и включать современные материалы и оборудования в государственный реестр строительных материалов;
- отсутствует своевременная внедрение энергоэффективных, энергосберегающие технологии в подзаконные акты (Программы, правила, реестры строительных материалов

и т.д.) и параллельное их введение в действие вместе основным Законом в сфере ЖКХ.

На основании данных выводов можно выделить следующие проблемы:

- во-первых, существуют недоработки в государственном регулировании в сфере модернизации МЖД, связанные долгим внедрением зеленых технологии и материалов в соответствующие СНиПы и реестры;
- во-вторых, сегодняшнее отношение жителей к общедолевой собственности в МЖД, улучшению технического состояния объекта кондоминиума требует современных подходов и внедрение новых методов их активного участия в управлении и содержании домов.

Для решения указанных проблем предлагаются следующие рекомендации:

1. Своевременно обновлять и вносить в сборники строительных материалов и оборудовании современные энергосберегающими материалами с использованием энергоэффективных оборудовании и технологии;
2. Включить в государственную Программу жилищно-коммунального развития «Нұрлы Жер» 2020–2025 годы следующее:
  - замену и капитальный ремонт сетей газоснабжения;
  - замену и капитальный ремонт внутренних систем пожаротушения и дымоудаления.

Комплексная реализация предложенных рекомендаций в Государственную программу жилищно-коммунального развития «Нұрлы Жер» 2020–2025 годы позволит совершенствовать модернизации МЖД, что обеспечит в первую очередь качество жизни человека, экономия семейного бюджета и улучшения техническое состояние жилого фонда с увеличением срока службы МЖД.

#### Литература:

1. Закон Республики Казахстан «О жилищных отношениях» от 16 апреля 1997 года № 94-І;
2. Национальный план развития Республики Казахстан до 2025 года от 15 февраля 2018 года № 636;
3. Цахоев А. Н. Об определении понятия «Управление многоквартирными домами», Научный журнал «Проблемы экономики и юридической практики», ВАК, 2012;
4. Государственная программа жилищно-коммунального развития «Нұрлы жер» на 2020–2025 годы от 31 декабря 2019 года № 1054;
5. Программа «Модернизации жилищно-коммунального хозяйства Республики Казахстан на 2011–2020 годы», утвержденная Постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 апреля 2011 года № 473, <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1100000473#z0>;
6. Программа «Развития регионов до 2020 года», утвержденная Постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 июня 2014 года № 728, <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1400000728>;
7. Отчет Правительства Республики Казахстан и Программы развития ООН по проекту «Совершенствование системы жилищных отношений для повышения инвестиционной привлекательности и развития малого и среднего бизнеса в сфере ЖКХ», Астана, 2017;
8. Доклад Вице-министра по инвестициям и развитию РК Ускенбаева К. А. по законопроекту по вопросам ЖКХ на заседании Мажилиса Парламента РК 11.10.2018 г.;
9. Субботин В. Н., «Эффективное управление жилым домом», Москва: Вершина, 2008;
10. Ильясова К. М. «Понятие кондоминиума в Республике Казахстан», [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=30199067](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30199067);
11. Повышение энергоэффективности жилищного хозяйства в Казахстане: «Пилотная разработка государственной инвестиционной программы»;
12. Энергоэффективное проектирование и строительство жилых зданий, <http://www.eep.kz/ru/epszhz/actual/green-construction/>.



## Влияние учетной политики на качество учетной информации об основных средствах

Хасанова Аделя Ильдаровна, студент магистратуры  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

В данной статье рассмотрено влияние учетной политики на учетную информацию об основных средствах.

**Ключевые слова:** основные средства, учетная политика, ФСБУ 6/2020.

Любая организация сталкивается с разработкой учетной политики. Некоторые организации в учетной политике отмечают лишь необходимые элементы, а другие детально рассматривают все элементы.

При разработке учетной политики верный подход позволит принимать эффективные управленческие решения. Показатели отчетности в том числе основные средства во многом зависят от выбранной в организации учетной политики.

Состав и содержание информации об учетной политике, подлежащей раскрытию в бухгалтерской отчетности, устанавливается соответствующим положением по бухгалтерскому учету, а именно ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации». В каждом положении активов и пассивов имеется отдельный раздел, который раскрывает информацию в бухгалтерской отчетности.

В связи с изменениями с 2022 года организации должны применять новый стандарт ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения», а значит ПБУ 6/01 «Учет основных средств» утрачивает силу. ФСБУ 6/2020 «Основные средства» вносит изменения в критерии признания объектов ОС, стоимостном лимите, классификации, способе амортизации и переоценке.

В учетной политике организации необходимо отразить данные изменения.

Рассмотрим основные положения учетной политики в таблице 1, которые требуют отражения в отчетности.

Мы видим, что учетная политика оказывает влияние на показатели бухгалтерской отчетности. Наибольшее влияние оказывают методические аспекты, таким образом необходимо уделять внимание раскрытию методических аспектов.

Рассмотрим влияние учетной политики на формирование показателей на основе финансовой отчетности.

Согласно ФСБУ 6/2020 «Основные средства» организация вправе сама установить любой лимит стоимости основного средства.

Величина основных средств влияет на показатель фондоотдачи. Чем ниже стоимостной критерий, тем ниже показатель фондоотдачи и наоборот. Если увеличить стоимостной критерий, тогда показатель фондоотдачи будет расти.

Фондоотдача равна отношению выручки от реализации товаров к среднегодовой стоимости основных производственных фондов.

Приведем пример. Организация ООО «Асма» имеет на своем балансе три объекта основных средств:

- а) оборудование № 1 стоимостью 38 000 руб.
  - б) оборудование № 2 стоимостью 80 000 руб.
  - в) оборудование № 3 стоимостью 90 000 руб.
- Выручка от реализации равна 1 000 000 руб.

При критерии 40 000 руб. и выше, фондоотдача будет равна 11,76 (1 000 000 / ((80 000 + 90 000) / 2)).

Если организация снизит свой критерий до 35 000 руб. и выше, тогда фондоотдача равна 14,42 (1 000 000 / ((38 000 + 80 000 + 90 000) / 3)).

Для того чтобы повысить фондоотдачу нужно увеличить выручку при использовании уже имеющегося оборудования, то есть повысить эффективность его использования, увеличить время использования оборудования — количество смен.

Также стоит отметить, что увеличение стоимостного критерия приведет к уменьшению налога на имущество. Расходы организации уменьшаются, а прибыль увеличивается. То есть показатели рентабельности активов и продаж увеличиваются.

Рентабельность активов = Прибыль / среднегодовая стоимость активов \* 100%.

Таблица 1. Элементы учетной политики, подлежащие раскрытию основных средств в бухгалтерской отчетности

Элемент учетной политики	Законодательный акт	Влияние на показатели отчетности
Срок полезного использования основных средств	ФСБУ 6/2020 «Основные средства»	СПИ основных средств влияет на расчет амортизации, а также на остаточную стоимость ОС.
Способы начисления амортизации основных средств	п.35 ФСБУ 6/2020 «Основные средства»	В отчете о прибылях и убытках влияет на показатель расходов, формирующих себестоимость. Следовательно, увеличение сумм начисляемой амортизации уменьшает остаточную стоимость ОС и прибыль, увеличивая оценку запасов и расходов в отчете о прибылях и убытках
Оценка объектов основных средств	п.13 ФСБУ 6/2020 «Основные средства»	Переоценка основных средств изменяет стоимость внеоборотных активов, начисляемую амортизацию. Дооценка увеличивает данные показатели, а уценка уменьшает.

Рентабельность продаж = Прибыль / выручка от продаж \* 100%.

Согласно ФСБУ 6/2020 осталось только три способа амортизации — не предусмотрен способ начисления по сумме чисел лет срока полезного использования. Начисляют с даты принятия объекта к учету, а прекращают с даты его списания.

Способ амортизации будет влиять на величину начисленной амортизации, а величина начисленной амортизации окажет влияние на остаточную стоимость основных средств.

Способ уменьшаемого остатка приведет к увеличению сумм начисленной амортизации в первые годы, затем к уменьшению в последние годы. То есть данное изменение повлияет на показатели финансовой устойчивости и автономии.

Коэффициент финансовой устойчивости = (Собственный капитал + Долгосрочные кредиты и займы) / Валюта баланса.

Коэффициент автономии = Собственный капитал / Валюта баланса.

Также для организации важно правильно выбрать способ амортизации имущества. Так как налог рассчитывается исходя из среднегодовой стоимости имущества, налогоплательщику, в целях минимизации подлежащих уплате сумм налога, выгодней, чтобы основное средство амортизировалось быстрее, особенно в первые несколько лет.

Рассмотрим какой из способов амортизации наиболее выгоден для налога на имущества на примере.

Организация приобрела оборудование, стоимостью 10 000 000 руб., срок полезного использования — 5 лет.

За первый год использования оборудования, налог на имущество составит 176 000 руб.  $((10\,000\,000 - (10\,000\,000 / 5) * 2,2\%)$ .

Второй год налог на имущества равен 132 000  $((8\,000\,000 - 2\,000\,000) * 2,2\%)$ , третий год 88 000 руб., четвертый год 44 000 руб.

Суммы амортизации начисляются равномерно, а это значит, что сумма налога на имущества за 5 лет эксплуатации составит большую сумму, чем при других способах амортизации (440 000 руб.).

При способе уменьшаемого остатка, необходимо использовать норму амортизации. То есть происходит ускоренное начисление амортизации в первые годы эксплуатации объекта ОС, значит происходит экономия налога на имущество. Налог на имущество будет примерно в два раза меньше, чем при использовании линейного способа амортизации.

При способе списания стоимости пропорционально объему продукции начисление амортизационных отчислений зависит от планируемого количества произведённой продукции за весь срок эксплуатации оборудования.

Так как при данном способе начисления амортизации ее размер зависит от плана объема продукции, можно прогнозировать примерный размер налога на имущества. Чем ниже план объема продукции, тем выше амортизации.

Например, при плане 10 000 шт. выпущенной на оборудовании продукции и фактическом выпуске 5 000 шт. в год, амортизация будет равна 5 000 000 руб.  $(10\,000\,000 / 10\,000 * 5\,000)$ . Если установить план 8 000 шт., тогда амортизация будет больше.

Данный способ также позволит сэкономить на налоге на имущество. К сожалению, многие организации используют ли-

нейный способ амортизации, однако, как видно из расчетов, данный способ невыгодный.

В новом стандарте вводится понятие «ликвидационная стоимость». Ликвидационная стоимость — это величина, которую организация получила бы в случае выбытия объекта после вычета затрат.

Согласно п. 37 ФСБУ 6/2020 ликвидационная стоимость определяется при первоначальном признании основных средств и является оценочным значением. Основные средства необходимо рассматривать таким образом, как если бы уже достигли окончания срока полезного использования.

Для любой организации встает вопрос, где взять данную информацию, и кто должен определить ликвидационную стоимость ОС. Работники, отвечающие за эксплуатацию объектов основных средств, могут обладать данной информацией. Организации продают оборудования, бывшие в эксплуатации, а значит у специалистов есть отчеты и планы по их выбытию, накопленная статистика в отношении стоимости материальных ценностей, остающихся после выбытия. Данную информацию можно использовать для определения ликвидационной стоимости. Если организация не обладает данной информацией, то необходимо выстроить процесс взаимодействия с техническими подразделениями, чтобы начать выполнять требование ФСБУ 6/2020.

Так как ликвидационную стоимость ОС нужно определять не только для объектов, которые будут приобретены после 1 января 2020 года, но и для тех объектов, что учитываются на балансе, то сделать это лучше заранее.

Согласно п. 31 ФСБУ 6/2020 ликвидационная стоимость основных средств равна нулю, когда:

- а) не ожидаются поступления от выбытия объекта ОС в конце срока полезного использования;
- б) ожидаемая к поступлению сумма от выбытия объекта основных средств не является существенной;
- в) ожидаемая к поступлению сумма от выбытия ОС не может быть определена.

Для того, чтобы правильно воспользоваться данной нормой, необходимо также получить информацию от специалистов. Ликвидационная стоимость является оценкой и необходимо раскрывать информацию в учетной политике организаций.

С применением ФСБУ 6/2020 организация должна проводить переоценку основных средств, выбирая один из способов:

- а) по первоначальной стоимости;
- б) по переоцененной стоимости.

Переоценку основных средств могут проводить все организации. Переоценка проводится по мере изменения справедливой стоимости основных средств, также допустимо проводить переоценку не чаще одного раза в год.

Если организация проводит переоценку впервые, то сумма дооценки зачисляется в добавочный капитал организации и раздел «капитал и резервы» увеличивается, при уценки основных средств, результаты относятся к прочим расходам текущего периода.

Изменение стоимости основных средств при переоценке может повлиять на сумму амортизации. К примеру, дооценка объектов основных средств увеличивает остаточную стоимость, начисляемую амортизацию в дальнейшем, прочие расходы, валюту баланса и приведет к уменьшению прибыли.

Дооценка основных средств повлияет на коэффициенты финансовой устойчивости и автономии. Произойдет увеличение числителя (собственный капитал) и знаменателя (валюта баланса). Однако рентабельность продаж может уменьшиться, из-за уменьшения прибыли. Уценка основных средств приведет к обратным изменениям показателей.

В учетной политике организации необходимо указать способ проведения переоценки основных средств, а также периодичность проведения.

#### Литература:

1. Приказ Минфина России от 17 сентября 2020 г. № 204н «Об утверждении Федеральных стандартов бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства».
2. Алборов Р. А. Выбор учетной политики предприятия: Принципы и практические рекомендации / Р. А. Алборов.— М.: КноРус, 2010.— 234 с.
3. Бунина А. Ю., Павлюченко Т. Н. Основные средства: учет по требованиям федерального стандарта бухгалтерского учета // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2019. № 10. С. 1–8.
4. Ткачук Н. В. Проблемные вопросы качества информации, формируемой в бухгалтерском финансовом учете // Международный бухгалтерский учет. 2011. № 45. С. 23–31.
5. Куликова Л. И. Последствия изменения учетной политики // Бухучет в строительных организациях. 2012. № 10. С. 31–38.

## Влияние политики на экономику

Шарапов Михаил Михайлович, студент;

Кандзюба Илья Александрович, студент;

Шевченко Оксана Ивановна, кандидат экономических наук, доцент

Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации (г. Орел)

*Статья посвящена вопросам влияния политических сил на экономику и напротив. Автор дает краткую характеристику политической экономики, ее актуальности в экономике и политологии. Особое внимание уделяется взаимосвязи политических и экономических сил.*

**Ключевые слова:** политическая экономия, политика, экономика, правительство.

Общество — это сложная система, и отношения между экономикой и политикой являются частью этой системной сложности. Считается, что для любого, кто работает в области политики или экономики, важно понимание этой взаимосвязи, известной как политическая экономия.

Политическая экономия — это социальная наука, изучающая влияние экономических теорий на различные социально-экономические системы и реализацию государственной политики. Он анализирует, как политические силы влияют на экономику и наоборот, а также использует экономические инструменты для изучения политики.

Адам Смит, Дэвид Рикардо и Джон Стюарт Милль считаются основоположниками современной экономики. Но они называли себя политическими экономистами, и «Принципы политической экономии» Милля были основополагающим текстом этой дисциплины с момента ее публикации в 1848 году до конца века. Они не представляли себе экономический и политический мир отдельно друг от друга [1].

Таким образом, можно отметить, что влияние выбора учетной политики на объект основных средств очень велико. Также отметим, что выбор учетной политики оказывает влияние и на коэффициенты.

Из этого следует, что учетная политика имеет высокую значимость для организации и необходимо взвешенно подходить к вопросу выбора вариантов учета. Ведь именно такой выбор даст возможность сформировать объективное мнение об организации на основе анализа ее финансовой отчетности.

Однако к началу 20 века экономика и политология стали отдельными дисциплинами. Это разделение сохранилось на протяжении большей части XX века. Политические проблемы той эпохи — две мировые войны, подъем фашизма и коммунизма — были настолько серьезны, что требовали отдельного внимания. В условиях Великой депрессии и проблем развития чисто экономические вопросы были достаточно сложными, чтобы полностью занять экономистов.

Но к 1970-м годам вновь стало ясно, что разделение экономической и политической сфер вводит в заблуждение. Экономические проблемы начала 1970-х годов подчеркнули тот факт, что экономические и политические вопросы взаимосвязаны. И за последние 50 лет политическая экономия стала все более заметной как в экономике, так и в политологии по трем направлениям:

1) Анализируется влияние политических сил на экономику. Общеизвестно, что избиратели и заинтересованные группы оказывают мощное влияние практически на любую

возможную экономическую политику, поэтому политэкономисты стремятся определить соответствующие группы и их интересы, а также то, как политические институты влияют на политику.

2) Оценивается, как экономика влияет на политику. Так, например, макроэкономические тенденции могут повысить или разрушить шансы действующего президента. На более микроэкономическом уровне особенности экономической организации или деятельности конкретных фирм или отраслей могут влиять на характер и направление их политической деятельности.

3) Используются инструменты экономики для изучения политики. Ученые моделируют политико-экономические взаимодействия, чтобы развить теоретически более строгое понимание основополагающих характеристик политики. Так, например, политиков с избирателями можно рассматривать как аналог фирм с потребителями или правительства как монопольных поставщиков товаров и услуг постоянным клиентам.

Все три направления продемонстрировали, что политическая экономия может многое предложить, как аналитикам того, как работают общества, так и тем, кто хотел бы изменить общество.

Кризисные времена особенно ярко подчеркивают связь между экономикой и политикой. Совсем недавно, после финансового краха 2008 года, на Западе наблюдался рост крайне правых политических сил, связанный с расходами на спасение банков, потерянном экономическим ростом, государственным долгом, жесткой экономией и усилением неравенства, вызванным кризисом. Когда социальные группы опасаются упадка и потери богатства, они обращаются к правым партиям, которые обещают стабильность и закон и порядок. Исследователи показали, что после финансового кризиса 2008 г. доля голосующих за правые партии увеличилась более чем на 30% [2]. Сегодня мы также наблюдаем новый подъем ультраправой политики в ответ на пандемию COVID-19.

Правительства, которые не удовлетворяют своих избирателей, не остаются правительствами очень долго. Политикам нужны голоса людей, которые решают выборы. В большинстве политических систем лучшая мишень — это колеблющиеся избиратели, которые могут изменить своё решение в ответ на политику действующего президента или обещания

претендента. Если, например, бедные голосуют за левых, а богатые — за правых, решающее значение может иметь средний класс.

На недавних президентских выборах в США самые важные колеблющиеся избиратели были в проблемных промышленных регионах Среднего Запада. Многие избиратели в этих областях считают, что иностранная конкуренция способствовала спаду производства. Это объясняет, почему кандидаты в президенты становятся все более протекционистскими. Так, Д. Трамп, начал жестко критиковать Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА) еще до своего избрания Президентом США, а после вступления в должность в январе 2017 г. перешел к практическим действиям. Он сделал пересмотр этого соглашения приоритетом внешней торговой политики США и придал ему важное символическое значение.

Пандемия оказала разрушительное воздействие и на развивающиеся страны, свергнув примерно 150 миллионов человек в крайнюю нищету. Если более бедная страна не может продать свои ресурсы, тогда огромный процент ее национальных предприятий и рабочей силы оказывается в затруднительном положении. Когда началась пандемия и их более богатые торговые партнеры закрыли свои границы, это привело к неразрешимой для них проблеме. В результате, по данным Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН), развивающиеся страны столкнулись с потерей доходов более чем на 220 миллиардов долларов [3]. Рост бедности, вероятно, окажет значительное политическое воздействие, поскольку эксперты связывают бедность с ростом экстремизма и политических конфликтов.

Таким образом, исследование отношений между политикой и экономикой из-за их мощного влияния является ключевой частью экономической теории и практики. Политическая экономия влияет на многие области экономики, банковского дела и финансов, включая торговые решения на финансовых рынках и поведенческие предубеждения инвесторов, менеджеров и других экономических агентов. Сегодняшним компаниям приходится делать больше с меньшими затратами, поэтому внедрение обоснованной экономической теории является ключом к успеху, а для этого необходимо учитывать взаимосвязь политики и экономики.

#### Литература:

1. Блауг Марк 100 великих экономистов до Кейнса. / Пер. с англ. под ред. А. А. Фофонова. — СПб.: Экономическая школа. 2005. — 352 с.
2. Комкова Е. И. Перелицованное НАФТА — URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/perelitsovannoe-nafta/>
3. The Financial Crisis Is Still Empowering Far-Right Populists. By Manuel Funke, Moritz Schularick, and Christoph Trebesch. September 13, 2018 — URL: [https://www.foreignaffairs.com/articles/2018-09-13/financial-crisis-still-empowering-far-right-populists?\\_gl=1\\*1lxwom2\\*\\_ga\\*MTI0Njc1OTExNC4xNjMxODk4NDA0\\*\\_ga\\_X4LWJBRP5X\\*MTYzMjA1NzQzMS40LjEuMTYzMjA1NzYzOC4w](https://www.foreignaffairs.com/articles/2018-09-13/financial-crisis-still-empowering-far-right-populists?_gl=1*1lxwom2*_ga*MTI0Njc1OTExNC4xNjMxODk4NDA0*_ga_X4LWJBRP5X*MTYzMjA1NzQzMS40LjEuMTYzMjA1NzYzOC4w)
4. COVID-19: Looming crisis in developing countries threatens to devastate economies and ramp up inequality — URL: [https://www.undp.org/press-releases/covid-19-looming-crisis-developing-countries-threatens-devastate-economies-and-ramp?\\_gl=1%2Armrynd%2A\\*\\_ga%2AMT10Njc1OTExNC4xNjMxODk4NDA0%2A\\*\\_ga\\_X4LWJBRP5X%2AMTYzMjA2MDg1NC41LjEuMTYzMjA2MzkwNi4w](https://www.undp.org/press-releases/covid-19-looming-crisis-developing-countries-threatens-devastate-economies-and-ramp?_gl=1%2Armrynd%2A*_ga%2AMT10Njc1OTExNC4xNjMxODk4NDA0%2A*_ga_X4LWJBRP5X%2AMTYzMjA2MDg1NC41LjEuMTYzMjA2MzkwNi4w)



## Анализ управления частной инвестиционной деятельностью физических лиц в России: сравнение условий крупнейших брокерских клиентов

Шохина Софья Валерьевна, студент  
Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»

*В статье рассмотрены причины роста частной инвестиционной активности россиян и проанализированы крупнейшие операторы российского фондового рынка, предлагающие продукты для инвесторов — физических лиц. Определены параметры для сравнения брокерских клиентов, проведён анализ полученных данных. Выявлены брокерские клиенты с самой лояльной ценовой политикой и крупнейшим тарифным ассортиментом. Сделан вывод об отсутствии брокерского клиента с оптимальным соотношением «цена-ассортимент услуг».*

**Ключевые слова:** фондовый рынок, частная инвестиционная деятельность, брокерские клиенты, брокерское обслуживание, операторы фондового рынка, рейтинг операторов фондового рынка

### Введение

Массовая инвестиционная деятельность физических лиц — сравнительно молодой конструкт в российской экономике. Федеральный закон № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» был принят ещё в 1999 г. [1], однако активное развитие инвестиционной деятельности, реализуемой частными лицами, произошло только в последние годы. Этому, как отмечается в отчёте Банка России за 2020 г., есть три причины — снижение ставок по рублёвым и валютным депозитам, повышение доступности инвестиционных инструментов в связи с их цифровизацией, высокие ставки налогов по банковским вкладам [2].

Указанные причины вкупе с пандемией COVID-19, заставившей население активно искать новые источники дохода, серьёзно скорректировали российский инвестиционный рынок. Только за 2020 г. количество физических лиц на брокерском обслуживании увеличилось в 2,3 раза и составило 9,9 млн чел. [3]. Рост числа участников рынка привёл к изменению соотношения активов на брокерском обслуживании. По данным Банка России на начало 2020 г. физическим лицам принадлежало 41,5% активов (3,2 трлн руб.), остальное составляли активы юридических лиц. Однако уже по окончании 2020 г. их

доля возросла до 53% (6,7 трлн руб.), впервые превысив объёмы активов организаций [4].

Подобный рост спроса сопряжён с активизацией использования физическими лицами цифровых брокерских клиентов для управления активами, что открывает проблему выбора наиболее функционального и экономически выгодного предложения. Поэтому сравнение предложений от ведущих операторов фондового рынка для частных лиц представляется актуальной исследовательской задачей.

### Анализ крупнейших операторов российского фондового рынка

Перед проведением сравнения непосредственно приложений для брокерской деятельности физических лиц необходимо определить пул крупнейших и наиболее активно действующих операторов. Динамика изменения клиентской базы 7 ведущих операторов за 2017–2021 гг. представлена на рисунке 1.

На представленном графике можно проследить не только изменения клиентской базы отдельных операторов фондовой биржи, но и кратный рост всего объёма рынка российских частных инвестиций — если в июне 2017 г. максимальное количество клиентов оператора-лидера (ВТБ) с трудом превысило 260 тыс. чел., то в 2021 г. этот показатель был бы только

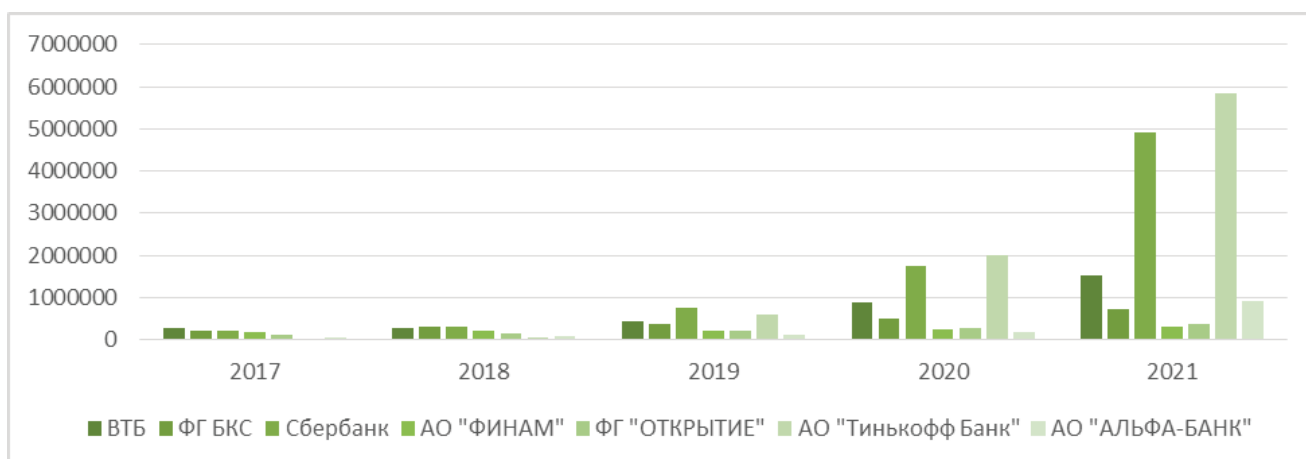


Рис. 1. Динамика количества клиентов ведущих операторов российского фондового рынка, июнь 2017 — июнь 2021 гг. [5]



восьмым, а первенство по итогам первого полугодия за АО «Тинькофф Банк», у которого более 5,8 млн клиентов [5]. «Большую тройку» по темпам роста образовали Сбербанк, АО «Тинькофф Банк» и АО «АЛЬФА-БАНК», за 2019–2021 гг.кратно нарастившие свою клиентскую базу.

Стоит указать, что общая клиентская база включает в себя как активных (биржевые операции не реже 1 раза в месяц), так и пассивных клиентов (операции 1 раз в 2 месяца и реже). На июнь 2021 г. крупнейшие из представленных по количеству активных клиентов это: АО «Тинькофф Банк» (1,3 млн клиентов), ВТБ (273 тыс. клиентов), Сбербанк (265 тыс. клиентов). У остальных операторов количество активных клиентов не превышает 55 тыс. чел. [6]. Таким образом, для проведения сравнительного анализа условий и возможностей для частных инвесторов отобрано 7 электронных сервисов крупнейших фондовых операторов: «ВТБ Инвестиции», «Тинькофф Инвестиции», «Сбербанк Инвестор», «ФИНАМ», «БКС», «Открытие брокер», «Альфа-Директ».

#### Сравнение условий и возможностей инвестирования для частных лиц от крупнейших брокерских клиентов

Представляется, что, поскольку анализ производится именно для частных инвесторов, при выборе критериев для сравнения целесообразно исключить те, которые относятся к трейдерской и спекулятивной деятельности (торговля с плечом, фьючерсная торговля, опционы и пр.), а также операции с индивидуальными инвестиционными счетами (ИИС).

Таким образом, перечень используемых критериев для сравнения включает:

- 1) размер суммы, необходимой для открытия инвестиционного счёта;
- 2) размер брокерской комиссии;
- 3) размер фиксированных платежей;
- 4) количество тарифов для частного инвестирования;

Для упрощения восприятия информация по показателям сведена в таблицу 1. Приведённые в ней данные показывают, что однозначно выбрать наиболее выгодные для частных лиц брокерские клиенты непросто из-за разницы подходов в расчёте брокерских комиссий и фиксированных платежей.

Наиболее дешёвым визуально выглядит предложение «БКС», однако данный плюс отчасти нивелируется узостью тарифной сетки — у физических лиц крайне небольшой выбор условий, в рамках которых они могут осуществлять инвестиционную деятельность.

Самые дорогие клиенты — «Открытие брокер» и «Тинькофф Инвестиции». И если стоимость клиента «Тинькофф Инвестиции» оправдана его агрессивной маркетинговой политикой, постоянной модернизацией приложения для смартфонов и развитой технической поддержкой, то расценки на услуги «Открытие брокера» представляются мало связанными с реальностью и, вероятно, являются одной из причин оттока клиентов к конкурентам. Даже наличие самой широкой тарифной сетки из всех представленных не может полностью компенсировать завышенный порог входа.

С одной стороны, такие жёсткие условия помогают заранее отсеивать неактивных клиентов, с другой — отталкивают потенциальную аудиторию, которая хотела бы инвестировать, но не готова платить подобные суммы.

Таблица 1. Сравнение условий инвестирования для частных лиц от крупнейших брокерских клиентов [7; 8; 9; 10; 11; 12]

	Открытие счёта, руб.	Брокерская комиссия, руб.	Фиксированные платежи, руб.	Количество тарифов
«ВТБ Инвестиции»	1000 руб.	Зависит от выбранного тарифа	— Акции до 1,5 млн. — 105 руб./мес.; — 1,5–45 млн. — 60 руб./мес.	5
«Тинькофф Инвестиции»	От 0 руб.	От 0.05% со снижением до 0.025%	590 руб./мес.	3
«Сбербанк Инвестор»	1000 руб.	0,3% от суммы сделки	99 руб./мес.	2
«ФИНАМ»	От 0 руб.	Не менее 41,3 руб./мес.	— депозитарная комиссия — 177 руб.; — комиссия за выплату дохода — 0,236%; — фиксированная комиссия за сделки — 0,0177%	6
«БКС»	От 0 руб.	177 руб.	Нет	2
«Открытие брокер»	8000 руб.	— Мосбиржа 175 руб.; — СПб биржа — 3\$	295 руб./мес., если на счёте меньше 50 000 руб.	17
«Альфа-Директ»	От 0 руб.	0,06% годовых	199 руб./мес. при совершении операций	4

## Заключение

Как отмечает В. В. Полякова, современная российская экономика нуждается в активизации работы рынка ценных бумаг и требует предоставления конкурентного доступа частных лиц к долговому и долевым финансированию [13, с. 96]. Проведённое исследование показывает, что конкурентность доступа стоит воспринимать довольно опосредованно. Формально условие соблюдается — на рынке действует более 25 фондовых операторов, предоставляющих брокерские услуги частным лицам, выделена группа оформившихся лидеров рынка, отстающих и пр.

Однако при подробном изучении условий предоставления услуг становится очевидно, что выбор на самом деле не так широк. Если клиент — физическое лицо и ориентируется на

минимальную сумму открытия счёта, из брокерских клиентов «топ-7» ему доступны всего три, если его интересует минимальная брокерская комиссия или сумма фиксированных ежемесячных платежей — по два, если нужен максимум тарифных опций с возможностью гибкого выбора условий — всего один. При этом неких усреднённых вариантов, сочетающих и мягкую ценовую политику, и широкий выбор тарифной сетки, на российском брокерском рынке пока не представлено.

В целом можно заключить, что рынок предложений для частного инвестирования пока находится в стадии становления и активного роста. Пандемия существенно повысила спрос населения на индивидуальные инвестиции, однако российские банки оказались не вполне готовы к оперативной разработке оптимальных для инвесторов-новичков продуктовых брокерских линеек.

## Литература:

1. Федеральный закон от 25.02.1999 N39-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». КонсультантПлюс: справочно-правовой портал [Электронный ресурс].— Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_22142/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/).— Дата доступа: 25.08.2021.
2. Обзор ключевых показателей паевых и акционерных инвестиционных фондов, 2020 г. Банк России: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: [https://cbr.ru/analytics/RSCI/review\\_pif\\_aif/](https://cbr.ru/analytics/RSCI/review_pif_aif/).— Дата доступа: 25.08.2021.
3. Инвестиционный бум: количество и качество. РБК: информационно-аналитический портал [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/6059a28f7a8aa90ee293e3d7>.— Дата доступа: 25.08.2021.
4. Рынок брокерских услуг. Банк России: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: [https://cbr.ru/analytics/rcb/broker\\_market/](https://cbr.ru/analytics/rcb/broker_market/).— Дата доступа: 25.08.2021.
5. Ведущие операторы Число зарегистрированных клиентов (Топ 25). Московская биржа: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/spot/members-rating.aspx?rid=111>.— Дата доступа: 25.08.2021.
6. Ведущие операторы Число активных клиентов (Топ 25). Московская биржа: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/spot/members-rating.aspx?rid=110>.— Дата доступа: 25.08.2021.
7. Тарифы брокерского обслуживания. Сбербанк: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: [https://www.sberbank.ru/ru/person/investments/broker\\_service/tarifs](https://www.sberbank.ru/ru/person/investments/broker_service/tarifs).— Дата доступа: 25.08.2021.
8. Тарифы на обслуживание клиентов. ФИНАМ: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://www.finam.ru/documents/commissionrates/stockmarket>.— Дата доступа: 25.08.2021.
9. Тарифные планы. АЛЬФА-БАНК: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://www.alfadirect.ru/torgovye-usloviya2>.— Дата доступа: 25.08.2021.
10. Прозрачные и понятные тарифы. БКС: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://bcs.ru/tariffs#-investor>.— Дата доступа: 25.08.2021.
11. Тарифы Тинькофф Инвестиции. Тинькофф: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://www.tinkoff.ru/invest/tariffs/>.— Дата доступа: 25.08.2021.
12. ВТБ инвестиции. Тарифы. Таблица. ВТБ инвестиции: официальный сайт [Электронный ресурс].— Режим доступа: <https://vtb-investitsii.ru/vtb-investitsii-tarify-tablitsa/>.— Дата доступа: 25.08.2021.
13. Полякова, В. В. Использование инструментов финансового рынка для повышения качества накоплений граждан / В. В. Полякова, Л. В. Токун // Вестник университета. — 2018. — № 12. — С. 96.

# МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

## Анализ методов продвижения российских инвестиционных продуктов для физических лиц

Шохина Софья Валерьевна, студент  
Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»

*В статье кратко охарактеризованы участники российского рынка частных инвестиций. Выделены особенности рынка, в соответствии с которыми определены методы продвижения инвестиционных продуктов для физических лиц. Выявлено, что предпочтительными являются: наращивание активности в популярных социальных сетях, разработка мобильных приложений и запуск собственных электронных ресурсов с обучающим контентом.*

**Ключевые слова:** частные инвестиции, брокерская деятельность, онлайн-брокеры, инвестиционные продукты, продвижение инвестиционных продуктов, маркетинг инвестиций.

### Введение

Пандемия COVID-19 повлияла на самые разные отрасли российской экономики, включая им инвестиционную. Потеряв привычные объёмы заработков на постоянных местах работы, физические лица стали активно искать способы получения дополнительного дохода. Одним из таких способов стало частное инвестирование в маргинальные биржевые активы — ценные бумаги, драгоценные металлы и пр. По данным «БКС Экспресс», в 2020 г. на рынок частных инвестиций в России вышло 4,7 млн человек — больше, чем за все годы существования Мосбиржи вместе взятые [1].

Подобный запрос аудитории активизировал конкуренцию в среде онлайн-брокеров, ключевой задачей которых стало привлечение как можно большего количества клиентов, нуждающихся в современных гибких инструментах для купли-продажи биржевых активов и аналитики актуального состояния рынка.

В исследовательских работах, посвящённых данной теме, можно проследить, что активность инвесторов — физических лиц повлияла и на само целеполагание сервисов управления частными инвестициями. Если в 2010 г. В.Г. Сеничев отмечал, что: «Актуальной проблемой... является повышение доверия частных лиц к коллективным инвестициям и фондовому рынку» [2, с. 309], то в 2020 г. проблемы доверия к рынку уже не было и ключевой задачей стало правильное позиционирование брокерских сервисов для повышения их привлекательности, на что указывал Д. Попов: «Сейчас первая задача компании, которая продаёт доступ к инвестициям — создать честный прозрачный продукт» [3].

Необходимость привлечения клиентов поставила перед инвестиционными сервисами задачу формирования пула методов продвижения брокерских услуг. Анализ этих методов, использу-

емых в российской отрасли частных инвестиций, является актуальной исследовательской проблемой, требующей осмысления.

### Участники российского рынка частных инвестиций

Начать анализ методов продвижения стоит с краткой характеристики самого рынка инвестиционных продуктов для физических лиц. По данным ФИНАМ, за минувший год рынок существенно вырос и составил 9,9 млн человек по итогам 2020 г., рост количества инвесторов в 2,3 раза по отношению к предыдущему периоду [4].

При этом нельзя сказать, что количество брокеров растёт с сопоставимой скоростью. Естественным ограничителем для появления большого количества компаний, предоставляющих брокерские услуги инвесторам — физическим лицам является нормативно-правовое регулирование, требующее лицензирования участников рынка (ст. 39 Федерального закона 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг») [5]. Это ограничение, с одной стороны, обезопасило инвесторов от мошеннических действий недобросовестных компаний, с другой — существенно сузило разнообразие брокеров, превратив рынок в фактическую олигополию. Так, по состоянию на конец июня 2021 г. Мосбиржа представила перечень из 25 ведущих операторов, обслуживающих 15,3 млн клиентов (и физических, и юридических лиц) [6]. Однако на практике 94,9% клиентов обслуживается всего семью участниками рынка (таблица 1).

В целом предложение на рынке частных инвестиций на практике ограничено несколькими квалифицированными участниками с негибкой тарифной сеткой. Стоит также указать, что нормативно-правовые требования предъявляются не только к организациям, предлагающим брокерские услуги, но и к самим частным инвесторам. Так, Федеральным законом № 306-ФЗ установлено две категории инвесторов [7]:

Таблица 1. Крупнейшие операторы инвестиционной деятельности России, июнь 2021 г. [6]

Позиция в списке	Наименование компании	Число клиентов, чел.	Доля аудитории, %
1	АО «Тинькофф Банк»	5843583	38,14
2	Сбербанк	4918995	32,11
3	ВТБ	1508899	9,85
4	АО «АЛЬФА-БАНК»	898778	5,87
5	ФГ БКС	715784	4,67
6	Группа Банка «ФК Открытие»	355599	2,32
7	ФИНАМ	295041	1,93

1) неквалифицированные (частные лица без специальных знаний о торговле на фондовом рынке с доступом к наименее рискованному активу);

2) квалифицированные (частные лица с активами не менее 6 млн руб., опытом работы на фондовом рынке не менее 2 лет, совершающие не менее 1 сделки в месяц и имеющие высшее экономическое образование или один из квалификационных аттестатов фондового рынка по любому направлению).

Количество физических лиц со статусом квалифицированного инвестора на российском фондовом рынке очень мало. По состоянию на конец 2020 г. их число примерно равнялось 152,7 тыс. чел. (1% от общего количества частных инвесторов) [8].

Таким образом, российский рынок частных инвестиций характеризуется, во-первых, сравнительно небольшим количеством участников-брокеров, во-вторых, подавляющим большинством неквалифицированных инвесторов, пользующихся их брокерскими услугами. Подобное соотношение требует использования особого набора методов продвижения инвестиционных продуктов.

### Методы продвижения инвестиционных продуктов для физических лиц

Поскольку потребительская часть рынка частных инвестиций сформирована в основном аудиторией, имеющей минимальное представление о торговле на фондовом рынке, инвестиционные сервисы при разработке маркетинговых стратегий и методов продвижения зачастую используют приёмы, характерные для товарных и диджитал-рынков, ориентированных на привлечение внимания широкого круга потребителей, в частности:

- 1) активность в популярных социальных сетях;
- 2) разработка мобильных приложений, сочетающих функции торговли активами и аналитики;
- 3) запуск собственных электронных ресурсов с обучающим контентом.

Присутствие и активность крупнейших брокеров в социальных сетях обусловлены не только их желанием привлечь новых клиентов, но вывести инвестиционную деятельность из числа активностей с высоким порогом вхождения, сделав её более понятной широкому кругу потенциальных участников. Оценивая качество работы отдельных компаний в медиапространстве, Е. А. Коржова отмечает: «Финансовой организации завоевать доверие потребителя в условиях сильной конкуренции достаточно сложно» [9, с. 63]. Сравнение активности крупнейших брокеров в социальных сетях по состоянию на сентябрь 2021 г. приведено в таблице 2.

Полученные данные показывают, что наиболее активны российские брокеры в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook. Интерес к работе с аудиторией на данных платформах, вероятнее всего, обусловлен полноформатным размером публикаций и возможностью размещать контент любого типа — фото, видео, инфографику и тексты. Иные социальные сети имеют те или иные ограничения по формату, поэтому работе с их аудиторией брокеры уделяют меньше времени. В целом можно отметить высокую социальную активность инвестиционных платформ — из всех проанализированных компаний «большой семёрки» только у «ФГ БКС» нет официального аккаунта в «Одноклассниках», остальные брокеры представлены в каждой социальной сети. Лидерами по объёмам аудитории с большим отрывом являются «Сбербанк» (45,22% аудитории) и «Тинькофф Банк» (40,62% аудитории).

Таблица 2. Сравнение количества подписчиков крупнейших инвестиционных брокеров в социальных сетях, 2021 г., чел.

	Телеграм	ВК	Facebook	ОК	Twitter	Insta	Я.Дзен
Тинькофф Банк	65000	4530000	149664	65000	128000	143000	1300
Сбербанк	72000	3000000	440536	1000000	653000	453900	37621
ВТБ	7450	140000	271736	27000	18000	90400	1067
АЛЬФА-БАНК	3400	255000	49100	43000	65000	115100	12802
ФГ БКС	3100	84000	648	-	4000	4000	3888
ФК Открытие	12864	89000	48297	11000	6000	47500	300
ФИНАМ	64800	88000	54558	8000	12000	81800	48519
<b>ИТОГО</b>	<b>228614</b>	<b>8186000</b>	<b>1014539</b>	<b>1154000</b>	<b>886000</b>	<b>935700</b>	<b>105497</b>

Ключевым форматом взаимодействия с частными инвесторами является мобильное приложение, качество которого существенно влияет на выбор пользователем инвестиционной платформы для торговли на фондовом рынке. Поскольку коли-

чество инвесторов, пользующихся услугами разных брокерских компаний, принципиально несопоставимо, сравнивать количество скачиваний приложений бессмысленно. Поэтому необходимо использовать качественные методы оценки (таблица 3).

Таблица 3. Сравнение мобильных приложений крупнейших инвестиционных брокеров, 2021 г.

	Площадки для торговли	Виды активов для покупки	Дополнительные опции
Тинькофф Банк	— ММББ; — СПБ; — NASDAQ; — NYSE; — LSE	— Валюта; — российские акции; — зарубежные акции; — корпоративные облигации; — гособлигации; — евробонды; — ETF, БПИФ и структурные ноты	— Торговля с плечом; — графики со «свечами»; — «стакан» для аналитики
Сбербанк	ММББ	— Валюта; — ETF, ПИФы и биржевые ПИФы; — российские акции и облигации	— Информация по купонам облигаций; — купонный доход; — данные о доходности к погашению
ВТБ	— ММББ; — СПБ	— Валюта; — ETF, ПИФы и биржевые ПИФы; — российские акции и облигации	— Рекомендации по распределению активов; — данные о доходности к погашению; — «стакан» для аналитики
АЛЬФА-БАНК	— ММББ; — СПБ	— Российские и американские акции; — облигации, в том числе ОФЗ; — основные валюты; — ПИФ, БПИФ и ETF	— Онлайн-чат для трейдеров; — дивидендный календарь; — даты купонных выплат; — графики
ФГ БКС	— ММББ; — СПБ; — NASDAQ; — NYSE	— Российские и иностранные акции; — облигации и евробонды; — БПИФ и ETF; — биржевые ноты; — фьючерсы; — валюта	— Упрощённая регистрация через сервис Яндекс-Деньги; — инвестиции для сбора портфеля; — широкая информация по эмитентам; — график купонных выплат облигаций
ФК Открытие	— ММББ; — СПБ	— Акции и облигации; — валюта; — фьючерсы; — классические и биржевые ПИФ, ETF	— Графики; — данные по облигациям, купонам и дивидендам
ФИНАМ	— ММББ; — СПБ; — NASDAQ; — NYSE	— Акции (российские и иностранные); — облигации; — валюты; — фьючерсы и опции; — фонды и ETF	— «Стакан» для аналитики; — тайм-фреймы; — лимитированные заявки

Полученные данные показывают, что только три мобильных приложения рассчитаны на квалифицированных инвесторов — «Тинькофф Банк», «ФГ БКС» и «ФИНАМ», т.к. поддерживают возможность торговли на зарубежных биржах. Приложения «ВТБ» и «ФК Открытие», напротив, обладают самым узким функционалом из представленных и пока не могут на равных соперничать с конкурентными продуктами. Приложение «Тинькофф Банк» стоит выделить особо, поскольку разработчики, очевидно, пытаются сделать его максимально универсальным и подходящим как частным инвесторам-новичкам, так и опытным участникам рынка.

Что касается третьего метода продвижения — запуска собственных электронных ресурсов с обучающим контентом для частных инвесторов — стоит указать, что рассматриваемыми брокерами он реализуется неодинаково как в тематическом, так и в качественном выражении (таблица 4).

В сфере обучения частному инвестированию наиболее активную деятельность ведут «Тинькофф Банк», «Сбербанк» и «АЛЬФА-БАНК», развивающие обучающую инфраструктуру как отдельное крупное направление деятельности. Несмотря на то, что сфера инвестирования не является приоритетом в общем обучении клиентов финансовой грамотности,



Таблица 4. Виды обучающих электронных ресурсов крупнейших инвестиционных брокеров, 2021 г.

	Вид обучающего ресурса
Тинькофф Банк	— Т — Ж (электронный журнал со статьями самых разных тематик, включая инвестиционную); — Тинькофф Образование (курсы для школьников и студентов, чемпионаты и хакатоны)
Сбербанк	— Сбер.Про Медиа (новостной ресурс с кейсами лидеров бизнес, мнениями экспертов и анализом актуальных трендов в отраслях экономики); — Корпоративный университет Сбербанка (программы дополнительного профессионального образования и онлайн-курсы)
ВТБ	Школа инвестора ВТБ (обучающий интернет-портал в сфере частного инвестирования)
АЛЬФА-БАНК	— Альфа-академия (обучающий интернет-портал для начинающих инвесторов); — Альфа-Обучение (Youtube-канал с короткими обучающими видеороликами, в т.ч. в сфере инвестиций); — Alfa business people (портал вебинаров по маркетингу, финансам и инвестированию)
ФГ БКС	БКС Мир инвестиций (обучающий интернет-портал в сфере частного инвестирования)
ФК Открытие	Мероприятия по инвестициям (обучающий интернет-портал в сфере частного инвестирования)
ФИНАМ	— Учебный центр ФИНАМ (обучающий интернет-портал в сфере частного инвестирования); — Дистанционное обучение ФИНАМ (Youtube-канал с короткими обучающими видеороликами в сфере инвестиций)

доля публикаций, посвящённых ей, довольно велика. Что касается финансовых организаций с небольшим разнообразием обучающих ресурсов («ВТБ», «ФГ БКС», «ФИНАМ»), их проекты стоит назвать нишевыми — они не привлекают широкую аудиторию, но содержат гораздо больше материалов, посвящённых профессиональному инвестированию.

### Итоги и выводы

Подводя итог проведённому исследованию, стоит отметить следующее. Российский рынок частных инвестиций находится

в стадии становления — пандемия и локдаун 2020 г. оживили интерес физических лиц к биржевой торговле, однако готовыми к нему оказались только брокеры «большой семёрки», своевременно запустившие мобильные приложения для торговли активами и обучающие интернет-сервисы. При этом крупнейшие российские брокеры используют сравнительно небольшой пул приёмов для привлечения и удержания частных инвесторов. Лидерами по аудиторным охватам по состоянию на 2021 г. являются «Тинькофф Банк» и «Сбербанк», ведущие максимально активную деятельность, направленную на максимизацию количества новых инвесторов на своих сервисах.

### Литература:

1. Пучкарев Д. 2020 — год частного инвестора. БКС Экспресс: информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/2020-god-chastnogo-investora>. — Дата доступа: 10.09.2021.
2. Сеничев, В. Г. Инвестиционная привлекательность паевых инвестиционных фондов / В. Г. Сеничев, Е. А. Фёдорова // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. — 2010. — № 4. — С. 309.
3. Попов Д. Как в России продавать финансовые продукты частным инвесторам: путеводитель с реальными примерами. Vc.ru: информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/149583-kak-v-rossii-prodavay-finansovye-produkty-chastnym-investoram-putevoditel-s-realnymi-primerami>. — Дата доступа: 10.09.2021.
4. Число розничных инвесторов достигло 12% экономически активного населения. ФИНАМ: официальный сайт компании [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/chislo-roznicnykh-investorov-dostiglo-12-ekonomicheski-aktivnogo-naseleniya-20210304-145423/>. — Дата доступа: 10.09.2021.
5. Федеральный закон от 22.04.1996 N39-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О рынке ценных бумаг». КонсультантПлюс: справочно-правовой портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10148/4576615874a377c7371a5416e169ac4f84be0bba/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10148/4576615874a377c7371a5416e169ac4f84be0bba/). — Дата доступа: 10.09.2021.
6. Ведущие операторы. Число зарегистрированных клиентов (Тор-25). Мосбиржа: официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/spot/members-rating.aspx?rid=111>. — Дата доступа: 10.09.2021.
7. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 N306-ФЗ. КонсультантПлюс: справочно-правовой портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_358796/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358796/). — Дата доступа: 10.09.2021.
8. За год квалифицированных инвесторов на «Мосбирже» стало больше на 70%. Финмаркет: информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/news/5169153>. — Дата доступа: 10.09.2021.
9. Коржова, Е. А. Маркетинг в банковской сфере и его роль в укреплении доверия к банковской системе / Е. А. Коржова, Н. Э. Соколинская // Финансовые рынки и банки. — 2018. — № 2. — С. 63.

# Молодой ученый

Международный научный журнал  
№ 41 (383) / 2021

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова  
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова  
Художник Е. А. Шишков  
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.  
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.  
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.  
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 20.10.2021. Дата выхода в свет: 27.10.2021.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.