



УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
Российской академии предпринимательства

РОЛЬ И МЕСТО ЦИВИЛИЗОВАННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Научно-практический журнал

Том 23 № 1 2024

Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий,
рекомендованных ВАК Министерства образования и науки
Российской Федерации

Цель журнала — служить научной площадкой для обсуждения широкого круга вопросов, связанных с эффективным развитием экономики и предпринимательства в России и за рубежом.

Задачи журнала:

- публикация результатов научных исследований и практических достижений в области экономики, финансов, менеджмента, социально-культурных аспектов предпринимательства;
- формирование тематических научных площадок для обмена мнениями, предложениями и опытом между учеными из разных регионов России и стран мира;
- содействие молодым ученым в повышении качества их публикаций;
- продвижение и индексирование опубликованных научных работ в ведущих базах цитирования.

Целевая авторская и читательская аудитория журнала включает научных работников, преподавателей, предпринимателей, а также студентов, магистров и аспирантов экономических специальностей.

Издается с 2002 г.

Периодичность: 4 выпуска в год

www.scinotes.ru

Москва
2024



SCIENTIFIC NOTES
of the Russian academy of entrepreneurship

ROLE AND THE PLACE OF A CIVILIZED ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMY OF RUSSIA

Scientific and Practical Journal

Vol. 23 No. 1 2024

Included in the List of the reviewed scientific magazines
and editions recommended by Highest Certifying Commission
of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation

The purpose of the journal is to serve as a scientific platform for discussion of a wide range of issues related to the effective development of economy and entrepreneurship in Russia and abroad.

Journal's tasks:

- Publication of the results of scientific research and practical achievements in the field of economics, finance, management, socio-cultural aspects of entrepreneurship;
- Formation of thematic scientific platforms for exchange of views, proposals and experience between scientists from different regions of Russia and countries of the world;
- Assisting young scientists in improving the quality of their publications;
- Promotion and indexing of published scientific works in leading citation bases.

The target author and readership of the magazine includes researchers, teachers, entrepreneurs, as well as students, masters and graduate students of economic specialties.

Published since 2002

Frequency: Quarterly

www.scinotes.ru

Moscow
2024

Ученые записки Российской академии предпринимательства Uchenye zapiski Rossiiskoi akademii predprinimatel'stva

Научно–практический журнал

Главный редактор

Акаев Аскар Акаевич — д.т.н., профессор, иностранный член РАН, главный научный сотрудник, Институт математических исследований сложных систем МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Редакционная коллегия

Заместитель главного редактора

Балабанов Владимир Семенович — д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, президент, Российская академия предпринимательства, Москва, Россия

Председатель редакционной коллегии

Балабанова Анна Владимировна — д.э.н., профессор, ректор, Российская академия предпринимательства, Москва, Россия

Ахметов Лерик — д.э.н., профессор, Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского, Москва, Россия

Бабенкова Светлана Юрьевна — к.э.н., научный сотрудник, Центр арабских и исламских исследований, Институт востоковедения РАН, Москва, Россия

Бараненко Сергей Петрович — д.э.н., профессор, Российская академия предпринимательства, Москва, Россия

Ботавина Римма Николаевна — д.э.н., профессор, доцент, профессор кафедры «Экономическая теория, мировая экономика, менеджмент и предпринимательство» АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

Бычкова Светлана Михайловна — д.э.н., профессор, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, Санкт-петербургский государственный аграрный университет Санкт-Петербург, Россия

Высоцкая Наталия Владимировна — д.э.н., профессор, профессор кафедры «Экономическая теория и менеджмент», Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Россия

Гусов Аузби Захарович — д.э.н., профессор, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия

Кузнецова Елена Ивановна — д.э.н., профессор, Московский университет МВД РФ, Москва, Россия

Репкина Ольга Брониславовна — д.э.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Россия

Русавская Алевтина Викторовна — д.э.н., профессор, Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского, Москва, Россия

Цыганов Александр Андреевич — д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Ипотечное жилищное кредитование и страхование», Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

Юденков Юрий Николаевич — к.э.н., доцент, МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Редакционный совет

Власов Анатолий Александрович — д.ю.н., профессор, действительный член Российской академии юридических наук, профессор кафедры международного частного и гражданского права, МГИМО (Университет) МИД РФ, Москва, Россия

Корчагин Александр Юрьевич — д.ю.н., профессор, профессор кафедры криминалистики Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина, Краснодар, Россия

Лехто Юха — кандидат общественных (политических) наук, директор ООО «Transacta Consulting», Турку, Финляндия

Порфирьев Борис Николаевич — академик РАН, д.э.н., профессор, заместитель директора, Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН, Москва, Россия

Ремишова Анна — к.ф.н., Университет им. Я. Коменского, Братислава, Словакия

Суйц Виктор Паулевич — д.э.н., профессор, Заслуженный профессор, научный руководитель кафедры учета, анализа и аудита экономического факультета, МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Юлдашев Рустем Турсунович — д.э.н., профессор, академик РАЕН, МГИМО (Университет) МИД РФ, Москва, Россия

Яковлев Владимир Михайлович — д.э.н., профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship

Scientific and Practical Journal

Editor-in-Chief

Akaev Askar A. — Doctor of Science (Technique), professor, foreign member of Russian Academy of Sciences, chief researcher, Institute of mathematical researches of difficult systems, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Editorial Board

Deputy editor-in-chief

Balabanov Vladimir S. — Doctor of Science (Economics), professor, the Honored worker of science of Russian Federation, president, Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Chairman of editorial board

Balabanova Anna V. — Doctor of Science (Economics), Professor, Institute of World Civilizations, Moscow, Russia

Akhmetov Lerik — Doctor of Science (Economics), Professor, Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia

Babenkova Svetlana Yu. — Candidate of Science (Economics), Research Associate of Center of the Arab and Islamic researches, Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Baranenko Sergey P. — Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Botavina Rimma N. — Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Professor of Economic theory, world economy, management and entrepreneurship Chair of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Bychkova Svetlana M. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of «Accounting and auditing» Chair of Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Saint-Petersburg State Agrarian University», Saint-Petersburg, Russia

Gusov Auzbi Z. — Doctor of Science (Economics), professor, People's friendship University of Russia, Moscow, Russia

Kuznecova Elena I. — Doctor of Science (Economics), professor, Moscow university of Ministry of Internal Affairs of Russian Federation, Moscow, Russia

Repkina Olga B. — Doctor of Science (Economics), Professor, Russian University of Transport (MIIT), Moscow, Russia

Rusavskaya Alevtina V. — Doctor of Science (Economics), Professor, Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia

Tsyganov Alexander A. — Doctor of Science (Economics), Professor, head of Mortgage housing lending and insurance chair, Financial University under the Government of Russian Federation, Moscow, Russia

Vysotskaya Natalia V. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of Economic Theory and management Chair, Russian University of Transport (MIIT), Moscow, Russia

Yudnikov Yuriy N. — Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Associate Professor of State Policy Chair of Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Editorial Council

Vlasov Anatoliy A. — Doctor of Science (Jurisprudence), Professor, Member of the Russian Academy of Legal Sciences, Professor of the International Private and Civil Law Chair of the Moscow State Institute of International Relations of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (MGIMO), Moscow, Russia

Korchagin Alexander Yu. — Doctor of Science (Jurisprudence), Professor, Professor of Criminalistics Chair of I.T. Trubilina Cuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

Lehto Yukha — PhD (Politics), the director of JSC Transacta Consalting, Turku, Finland

Porfiriyev Boris N. — Doctor of Science (Economics), professor, deputy director, Institute of economic forecasting of Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Remisova Anna — PhD (Philosophy), Comenius University, Bratislava, Slovakia

Suyts Victor P. — Doctor of Science (Economics), Professor, Honored professor, research supervisor of the Account, analysis and audit chair of economics faculty, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Yuldashev Rustem T. — Doctor of Science (Economics), professor, academician of the Russian Academy of Natural Sciences, Moscow State Institute of International Relations (University), Russian Foreign Ministry, Moscow, Russia

Yakovlev Vladimir M. — Doctor of Science (Economics), professor, Russian academy of national economy and public service at the President of Russian Federation, Financial University under the Government of Russian Federation Moscow, Russia

Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ № 77-17478 от 18 февраля 2004 года

ISSN: 2073-6258

Периодичность: 4 выпуска в год

Префикс DOI: 10.24182

**Подписной индекс
в Объединенном каталоге «Пресса России»:** 38942

Условия распространения материалов: Контент доступен под лицензией
Creative Commons Attribution 4.0 License

Копирайт: © Коллектив авторов, 2024
© Российская академия предпринимательства, 2024

Учредитель: АНО ВО «Российская академия предпринимательства»

Издательство: Агентство печати «Наука и образование»

Типография: Типография «Канцлер», г. Ярославль

Сайт: www.scinotes.ru

Адрес: 109544, г. Москва, ул. Малая Андроньевская, д. 15

E-mail: Abalabanova@yandex.ru

Тел.: +7(903) 720-47-27

Тираж: 500 экз.

Подписано в печать: 29.03.2024

Media Registration Certificate: PI No. 77-17478 dated February 18, 2004

ISSN: 2073-6258

Publication Frequency: Quarterly

Prefix DOI: 10.24182

**Subscription index
in the United catalog «Press of Russia»:** 38942

Terms of distribution of materials: The content is available under a license
Creative Commons Attribution 4.0 License

Copyright: © Group of authors, 2024
© Russian Academy of Entrepreneurship, 2024

Founder: ANO HE «Russian Academy of Entrepreneurship»

Publisher: Press Agency «Science and Education»

Printing House: Printing house «Chancler», Yaroslavl

Web-site: www.scinotes.ru

Postal address: 15 Malaya Andronevskaya str., Moscow, 109544

E-mail: Abalabanova@yandex.ru

Tel.: +7(903) 720-47-27

Signed to the print: 29.03.2024

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Оригинальные статьи

Антикризисная стратегия как основа антикризисного управления	11
И. С. Костин	

ФИНАНСЫ, КРЕДИТ И СТРАХОВАНИЕ

Оригинальные статьи

Развитие финансовой системы ОАЭ в быстро меняющемся экономическом ландшафте	18
С. Ю. Бабенкова	
Развитие подходов в управлении рисками в факторинговых компаниях	37
И. Д. Голованов	
Некоторые аспекты развития системы внутреннего контроля на предприятии	43
Н. Н. Губачёв	
Значимость синдицированного кредита для компаний	48
В. А. Ефремов	

ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Оригинальные статьи

Вопросы электронной коммерции и трансграничной торговли в России как участнике ЕАЭС	54
А. В. Власов, А. И. Паньшин	
Оmnikanальность как тренд управления маркетинговыми коммуникациями микрофинансового бизнеса в условиях цифровой экономики	60
С. Б. Смелов	

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Оригинальные статьи

Социальные сети и доступный интернет-маркетинг для малого бизнеса	67
В. В. Шендрик	
Доступность государственной поддержки для малого бизнеса и осведомленность о ней малых предприятий	75
А. Ю. Янченко, Е. А. Ляшенко	

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Оригинальные статьи

Корпоративное обучение — механизм воспроизводства трудовых ресурсов	83
П. И. Ананченкова	
Роль гендерных теорий в выборе профессии и построении карьеры: краткий обзор зарубежной литературы	88
Е. В. Мореева, Е. В. Дианина	

Практика и перспективы удалённого и гибридного форматов работы в современных компаниях	93
Я. А. Никольский	
Трудности и возможности развития инклюзивной экономики в современных условиях хозяйствования	102
О. Б. Репкина	
Факторы, влияющие на цифровое неравенство в сфере физической культуры и спорта, в контексте сопоставления крупных городов и удаленных малонаселенных местностей	107
Н. В. Филоненко, Н. А. Ушакова	

Content

ECONOMIC GROWTH: PROBLEMS AND PROSPECTS

Original articles

- Anti-crisis strategy as the basis of anti-crisis management 11
I. S. Kostin

FINANCE, CREDIT, INSURANCE

Original articles

- Development of the UAE financial system
in a rapidly changing economic landscape 18
S. Yu. Babenkova
- Development of risk management approaches in factoring companies 37
I. D. Golovanov
- Some aspects of the development of the internal control system at the enterprise 43
N. N. Gubachev
- The importance of syndicated loans for companies 48
V. A. Efremov

INDUSTRY SECTOR AS THE BASIS OF THE RUSSIAN ECONOMY

Original articles

- Issues of e-commerce and cross-border trade in Russia
as a member of the EAEU 54
A. V. Vlasov, A. I. Panshin
- Omnichannel as a trend in managing marketing communications
of microfinance business in the digital economy 60
S. B. Smelov

SMALL BUSINESS

Original articles

- Social Media and Affordable Internet Marketing for Small Businesses 67
V. V. Shendrik
- Accessibility of government support for small businesses
and awareness of it by small enterprises 75
A. Yu. Yanchenko, E. A. Lyashenko

SOCIO-CULTURAL ASPECTS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Original articles

- Corporate training is a mechanism for the reproduction of labor resources 83
P. I. Ananchenkova
- The role of gender theories in choosing a profession and building a career:
a brief review of foreign literature 88
E. V. Moreeva, E. V. Dianina

Practice and prospects of remote and hybrid work models in modern companies	93
Ya. A. Nikolski	
Difficulties and opportunities for the development of an inclusive economy in modern economic conditions	102
O. B. Repkina	
Factors influencing the digital divide in the field of physical education and sports in the context of comparing large cities and remote sparsely populated areas	107
N. V. Filonenko, N. A. Ushakova	

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ / ECONOMIC GROWTH: PROBLEMS AND PROSPECTS

Оригинальные статьи / Original articles

DOI 10.24182/2073-6258-2024-23-1-11-17



Антикризисная стратегия как основа антикризисного управления

И. С. Костин

аспирант

bloodydoom93@mail.ru

Университет Синергия,

Москва, Россия

Аннотация: В статье рассматривается актуальная тема: антикризисная стратегия как важнейшая составляющая основы антикризисного управления компанией. В рамках данной статьи мы раскрываем сущность, роль антикризисной стратегии организации, а также проблемы, которые могут возникнуть в процессе антикризисного управления предприятием. В качестве основных проблем выделены практические, функциональные и методические проблемы. В ходе исследования особый акцент делается на новые, современные подходы и этапы разработки антикризисной стратегии управления: мониторинг тревожных сигналов, профилактические мероприятия, идентификация параметров кризиса, исследование причин вызвавших его, оценка реальных возможностей выхода организации из кризиса, выбор методов стабилизации, разработка мероприятий в рамках антикризисной стратегии и контроль их реализации, нейтрализация последствий кризиса. Уделяется внимание комплексному анализу внешней и внутренней среды. Освещается вопрос о качестве методов оценки, акцентировано внимание, что используются методики SWOT- и PEST-анализа, финансовый анализ и оценка конкурентов, а также приведены шаги, которые необходимо делать организациям для сохранения и оздоровления своего бизнеса. В качестве основных методов преодоления кризиса выделены: восстановительные, кадровые, финансовые, маркетинговые, производственные, методы активного приспособления и управленческие.

Ключевые слова: антикризисное управление, антикризисная стратегия, разработка антикризисной стратегии, жизнеспособность бизнеса, финансовое состояние организации, кризис управления.

Для цитирования: Костин И.С. Антикризисная стратегия как основа антикризисного управления. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 11–17. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-11-17>.

Anti-crisis strategy as the basis of anti-crisis management

I. S. Kostin

Postgraduate student

Synergy University,

Moscow, Russia

bloodydoom93@mail.ru

Abstract: The article discusses the current topic: anti-crisis strategy as the most important component of the basis of anti-crisis management of the company. Within the framework of article, we reveal the essence, the anti-crisis strategy of the organization, as well as the problems that may arise in the process. Practical, functional and methodological problems are highlighted as the main problems. In the course special emphasis is placed on new, modern approaches and stages of developing an anti-crisis strategy: monitoring of alarm signals, preventive measures, identification of crisis parameters, investigation of the causes that caused it, assessment of the real possibilities of an organization's exit from the crisis, choice of stabilization methods, development of measures within the anti-crisis strategy and control of their implementation, neutralization of the consequences of the crisis. Attention is paid to the complex analysis of the external and internal environment. It is said that SWOT and PEST analysis methods, methods of financial analysis of an organization and its competitors are used as evaluation methods, and the steps that organizations need to take to preserve

and improve their business are also considered. As the main methods of overcoming the crisis are identified: rehabilitation, personnel, financial, marketing, production, methods of active adaptation and management.

Keywords: anti-crisis management, anti-crisis strategy, anti-crisis strategy development, business viability, financial condition of the organization, management crisis.

For citation: Kostin I.S. Anti-crisis strategy as the basis of anti-crisis management. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 11–17. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-11-17>.

В современном мире наблюдается тенденция к рыночным преобразованиям, которые охватывают не только нашу страну, но и остальное мировое экономическое пространство, что, в свою очередь, сопровождается переделом рынка, уходом одних компаний и появлением новых лидеров практически во всех сферах бизнеса. В связи с переделом рынка многие компании испытывают кризис как финансовых, так и внешних связей. Правительство Российской Федерации предпринимает меры поддержки отечественных производителей, но здесь необходимо приложить усилия и руководителям организаций и предприятий. Разработка путей выхода из кризиса становится одной из главных задач руководителей отечественных компаний.

По словам Е.В. Андриановой, «в период неопределенности на рынке, компании необходимо предусмотреть ряд превентивных мер по предупреждению кризиса или его смягчению»¹. Опираясь на данное определение, отметим, что антикризисный менеджмент приобретает все большую актуальность.

По нашему мнению, эффективным инструментом антикризисного менеджмента может служить разработка и реализация стратегии антикризисного управления. Аналогичная точка зрения отражена в статье Н.С. Карватской с соавторами «Антикризисное управление: значение, этапы, процессы внедрения», где сказано, что «антикризисное управление — это не только формирование эффективной стратегии выхода из кризиса и развития организации, но и комплексное внедрение предлагаемых мер, их частая корректировка в зависимости от изменения во внешней и внутренней среде»².

Актуальность исследования темы разработки антикризисной стратегии обусловлена тем, что она является важнейшей составляющей основой антикризисного управления компанией. Использование мероприятий по предупреждению или преодолению негативных последствий кризисных ситуаций в рамках антикризисной стратегии управления позволяет исправить экономическое и финансовое положение и избежать банкротства.

В научной литературе вопросы антикризисного управления стали рассматривать совсем недавно. В нашей стране до рыночных преобразований понятие антикризисного управления относили только к зарубежным компаниям, а методики разработки антикризисных стратегий, адаптированные для отечественных организаций, стали предлагать не так давно³.

Цель настоящего исследования — анализ и обобщение теоретических основ и методических аспектов разработки и реализации антикризисной стратегии в управлении организацией.

В качестве задач определены следующие:

- рассмотрение сущности и роли антикризисной стратегии в управлении компанией;
- определение проблем, возникающих в процессе антикризисного управления организацией;
- исследование современных подходов к разработке антикризисной стратегии;
- рассмотрение методик комплексного анализа внешней и внутренней среды, финансового состояния организации и ее конкурентов;

¹ Андрианова Е.В. Формирование систем стратегий антикризисного управления компанией в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры / Е.В. Андрианова, П.А. Корзун. Текст: непосредственный. Молодой ученый. 2019. № 50 (288). С. 159–161. — URL: <https://moluch.ru/archive/288/65325/> (дата обращения: 12.02.2023).

² Карватская Н.С. Тюрина Н.М. Назарчук Т.В. Антикризисное управление: значение, этапы, процессы внедрения. Статья на сайте Киберленка. Журнал Бизнес Информ, 2018. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-anti-crisis-management-meaning-stages-implementation-processes> (дата обращения: 12.02.2023).

³ Перфильева Е.Г. Стратегия антикризисного управления организацией: Теоретико-методический аспект. Автореферат. диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.05. Москва, 2020. 147 с. — URL: <http://www.dslib.net/ekonomika-hoziajstva/strategija-antikrizisnogo-upravlenija-orgaanizacij-teoretiko-metodicheskij-aspekt.html> (дата обращения: 10.02.2023).

- определение шагов, которые должны предпринимать компании для сохранения жизнеспособности своего бизнеса.

Методология исследования основана на теоретическом анализе статей и научных работ специалистов в области антикризисного управления, в исследовании применялись такие методы как: дедукция, индукция, сбор информации, группировка, сравнение.

Авторы по-разному определяют значение и роль антикризисного управления и антикризисной стратегии в деятельности предприятия.

Если опираться на определение, приведенное в «Словаре терминов антикризисного управления», что «антикризисное управление — это использование антикризисных мер на микроуровне, относительно конкретных организаций»⁴, то можно сказать, что антикризисная стратегия — это план реализации данных процедур.

По мнению Э.М. Короткова, «антикризисная стратегия — это стратегия, направленная на оптимизацию поведения организации в условиях экономического спада, динамичного снижения финансовых показателей и угрозы банкротства. Стратегия включает комплекс процедур в сфере планирования хозяйственной деятельности, финансов, управления персоналом, маркетинга, юридических и других сфер деятельности организации, для оздоровления предприятия». Таким образом, автор раскрывает понятие и сущность антикризисной стратегии, как комплекс процедур для вывода компании из кризиса.

Э.М. Коротков определяет значение антикризисной стратегии для организации в том, что «антикризисная стратегия помогает установить мероприятия, позволяющие организации противостоять изменениям внешней среды, а также выявить с помощью каких предупреждающих мероприятий возможно сохранить устойчивость предприятия и достичь поставленных целей»⁵.

Б.Е. Бродский и Е.П. Жаровская освещают антикризисное управление как стратегическую программу мероприятий, которая включает «мероприятия, нацеленные на улучшение ситуации в длительном периоде, на нейтрализацию причин кризиса. Цель — поиск мероприятий по выходу компании из кризиса»⁶.

То есть, можно сказать, что антикризисная стратегия играет основную роль в антикризисном управлении, определяя мероприятия по воздействию на внешние и внутренние факторы кризиса, и разрешения проблем, вызвавших кризис в организации.

Нами выделены основные проблемы, возникающие в ситуации антикризисного управления:

1. Своевременное выявление кризисного положения организации. Если своевременно определить предкризисные явления, то можно подготовить мероприятия по профилактике кризиса, разработать механизмы предупреждения.

2. Решение функциональных задач на предприятии. Зачастую кризис может быть связан с проблемами производственного, кадрового, закупочно-сбытового, финансового, инновационного или инвестиционного характера, которые предстоит решать в процессе антикризисного управления.

3. Выбор эффективных средств и методов выхода из кризиса. В настоящее время существует множество методов и современных инструментов, имеющих научную основу для решения вопросов антикризисного управления. Но, для каждой организации необходимо подобрать свой наиболее подходящий набор мероприятий, и от правильности выбранных методов зависит эффективность антикризисного управления.

⁴ Словарь терминов антикризисного управления. — URL: <http://econoamics.niv.ru/doc/dictionarya/crisis-managemaent/index.htm> (дата обращения: 18.02.2023).

⁵ Коротков Э.М. Антикризисное управление: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков. — М.: Издательство Юрайт, 2019. 406 с. Серия: Бакалавр. Углубленный курс. — URL: <http://elibrary.naakkkim.edu.ua/bitstream/haandle/> (дата обращения: 18.02.2023).

⁶ Бродский Б.Е. Антикризисное управление: Учебник. — 4-е изд. / Б.Е. Бродский, Е.П. Жаровская. — М.: Омега-Л, 2004. 336 с.

Соответственно, решению данных проблем способствует разработка антикризисной стратегии управления.

Так, например, автор курса Skillbox, разработчик цифровых продуктов для развития бизнеса (МТС, X5, «Эльдорадо», «Русал») П. Орлов выдвигает версию, что «антикризисное управление — это проект»⁷. Автор выделяет следующие этапы реализации проектов:

- этап подготовки;
- этап реализации проекта;
- этап контроля и оценки результатов;
- этап принятия решений по корректировке стратегии.

При разработке антикризисной стратегии необходимо опираться на эти же этапы, но их можно детализировать.

1. Мониторинг проблемных сфер деятельности.
2. Разработка и применение профилактических мероприятий.
3. Идентификация факторов кризиса.
4. Выявление причин кризисной ситуации.
5. Оценка возможностей — как организация сможет выйти из кризиса.
6. Выбор методов выхода из кризиса.
7. Разработка и реализация антикризисной стратегии.
8. Контроль реализации антикризисной стратегии.
9. Устранение негативных последствий кризиса.

Таким образом, специалист, много лет работающий в антикризисном управлении, на первое место ставит аналитические процедуры и профилактические антикризисные мероприятия, а затем уже занимается разработкой и реализацией антикризисной стратегии.

А, по словам Н. Большакова, аналитические процедуры в антикризисном управлении это — «выбор стратегий антикризисного управления, выбор которых зависит от сферы деятельности компании, ее финансового положения и целей»⁸.

Н. Большаков рассматривает три вида антикризисных стратегий.

1. Арбитражная стратегия. Если кризис вызван превышением пассивов над активами, прибыль снижается. Для выхода из кризиса компании приходится прибегнуть к процедуре банкротства и списания долгов. При этом бизнес можно начать с нуля.

2. Упреждающая стратегия. Акцент делается на проведение мероприятий по предупреждению кризиса, что сопровождается предварительной оценкой рисков и выявлением способов недопущения развития кризиса, или минимизации рисков.

3. Экстренная стратегия. В ситуации, когда кризис уже развился и времени на его устранение мало. Стратегия направлена на обеспечение ликвидности и платежеспособности организации, и выход на докризисные показатели.

Н. Большаков выделяет следующие этапы выхода из кризиса организации:

1. Определение кризисной ситуации — выявление проблемных зон и причин их появления.

2. Работа с персоналом — оценка персонала, выявление слабых сотрудников и их увольнение, работа с коллективом, повышение квалификации сотрудников и т.д.

3. Снижение затрат — разработка мероприятий по сокращению затрат, при этом поддержании качества продукции на должном уровне.

4. Стимулирование продаж — использование инструментов стимулирования продаж, таких как: бонусы, программы лояльности, акции, распродажи и т.д.

⁷ Орлов П. Антикризисное управление компанией: что это такое, как работает, когда пора начинать. Антикризисное управление: подробный разбор. Skillbox Mediaa. — URL: <https://skillbox.ru/media/management/aantikrizisnoe-upravlenie-kompaniy-cto-eto-takoe-kak-raabotaet-i-kogda-pora-nachinat/#stk-5> (дата обращения: 18.02.2023).

⁸ Большаков Н.А. Антикризисное управление: виды, методы, принципы и стратегии, как вывести организацию из кризиса. Calltouch. Блог. — URL: <https://www.calltouche.ru/blog/chto-takoe-antikrizisnoe-upravlenie-kak-rabotaet-i-iz-chego-sostoit> (дата обращения: 10.02.2023).

5. Оптимизация денежных потоков — сверка баланса, работа с дебиторской задолженностью, увеличение объемов продаж и т.д.

6. Реструктуризация кредиторской задолженности — банки могут предложить более лояльные условия по кредитам, например с меньшей процентной ставкой.

7. Реорганизация структуры компании — рассмотреть изменения в организационной структуре, что может привести к сокращению персонала, делегированию полномочий и уменьшению затрат на персонал.

8. Создание оптимальной отчетности — выровнять соотношение активов и пассивов, оценить конкурентное положение на рынке.

9. Определение стратегии развития компании — разработанная антикризисная стратегия должна быть гибкой, при необходимости меняться под действием различных внешних и внутренних факторов.

10. Диагностика кризисных ситуаций — регулярный мониторинг и составление отчетности позволят вовремя выявить предпосылки кризиса.

11. Услуги антикризисного управляющего — специалист по антикризисному управлению более грамотно и эффективно проведет работу по выводу организации из кризиса.

12. Применение антикризисных механизмов — позволит остановить развитие кризиса, и направить все силы на его преодоление.

Современные экономисты рассматривают разные подходы к разработке антикризисной стратегии управления, но все они практически идентичны, так как процессу их разработки предшествует детальный анализ внешнего и внутреннего окружения.

В качестве методик наиболее популярными в настоящее время являются PEST и SWOT-анализ.

PEST-анализ чаще проводят для оценки внешней среды, влияния политических, рыночных, отраслевых и других факторов на деятельность организации.

SWOT-анализ проводится для определения места организации на рынке, выявления ее сильных и слабых сторон.

Данные виды анализа проводятся как по отдельности, так и в дополнение друг к другу. Но в условиях кризиса необходимо учитывать все факторы, поэтому целесообразно использовать оба метода.

Таким образом, данные методики анализа необходимо применять при проведении оценки и в процессе разработки антикризисной стратегии.

Дополнительно для оценки кризисной ситуации в организации необходимо провести анализ финансового состояния в динамике за несколько отчетных периодов. На данном этапе оцениваются основные финансовые показатели организации и ее финансовое состояние по отношению к конкурентам.

Для преодоления кризисной ситуации применяются различные методы, которые можно разделить на семь основных групп:

1. Восстановительные методы — применяются при условии, что организация сама находит и устраняет проблемные моменты в хозяйственной деятельности.

2. Кадровые методы — решение проблем сопровождается кадровыми перестановками, когда наиболее квалифицированных сотрудников делегируют на решение проблем, а слабых — увольняют.

3. Финансовые методы — анализируют, вводят новые формы отчетности, снижают затраты, определяют пути увеличения прибыли.

4. Маркетинговые методы — проводится маркетинговое исследование рынков сбыта и спроса, применяют новые каналы сбыта.

5. Производственные методы — оптимизируют производственные процессы, улучшают качество продукции, вводят инновации в производственный процесс и т.д.

6. Методы активного приспособления — применяются при необходимости изменений в деятельности компании, например, разработка новых продуктов и поиск рынков сбыта.

7. Управленческие методы — оптимизируют применяющиеся в организации методы управления.

Все методы адаптируют под конкретную ситуацию и специфику организации, на основании чего разрабатывают и реализуют антикризисную стратегию.

На основе исследования теоретических аспектов разработки и реализации антикризисной стратегии управления пришли к выводу, что антикризисное управление должно быть основано на разработке и реализации антикризисной стратегии, которую необходимо направить на решение проблем выхода из кризиса. В ходе исследования выделены наиболее весомые проблемы антикризисного управления: выявление предкризисных ситуаций, решение функциональных задач на предприятии, выбор эффективных средств и методов выхода из кризиса. Для решения данных проблем проводится диагностика внешней и внутренней среды организации и ее конкурентов, а также ее финансового состояния. На основе результатов анализа разрабатываются мероприятия по преодолению организацией кризисной ситуации. Рассмотрев методические подходы специалистов в области антикризисного управления к разработке и реализации антикризисной стратегии, выделили семь групп методов, применяемых для преодоления кризисной ситуации: восстановительные методы, кадровые методы, финансовые методы, маркетинговые методы, производственные методы, методы активного приспособления, управленческие методы. Выбор методов зависит от конкретной кризисной ситуации, и осуществляется на основе детального анализа. Таким образом, антикризисная стратегия является неотъемлемой частью антикризисного управления, так как направлена на реализацию управленческих мероприятий по выводу организации из кризиса.

Список литературы

1. Андрианова Е.В. Формирование систем стратегий антикризисного управления компанией в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры / Е.В. Андрианова, П.А. Корзун. Текст: непосредственный. Молодой ученый. 2019. № 50 (288). С. 159–161. URL: <https://moluch.ru/archive/288/65325/> (дата обращения: 12.02.2023).
2. Карватская Н.С. Тюрина Н.М. Назарчук Т.В. Антикризисное управление: значение, этапы, процессы внедрения. Статья на сайте Киберленка. Журнал Бизнес Информ, 2018. — URL: <https://cyberleninka.ru/articleee/n/the-anti-crisis-manageement-meaning-stages-imlemeentation-processes> (дата обращения: 12.02.2023).
3. Перфильева Е.Г. Стратегия антикризисного управления организацией: Теоретико-методический аспект. Автореферат. диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.05. Москва, 2020. 147 с. — URL: <http://www.dslib.net/ecanomika-xoziajstva/straategija-antikrizisnogo-upraavljenija-orgaanizaciej-teoretiko-metodicheskaij-aspekt.html> (дата обращения: 10.02.2023).
4. Словарь терминов антикризисного управления. — URL: <http://econoamics.niv.ru/doc/dictionarya/crisis-managemaent/index.htm> (дата обращения: 18.02.2023).
5. Коротков Э.М. Антикризисное управление: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков. — М.: Издательство Юрайт, 2019. 406 с. Серия: Бакалавр. Углубленный курс. — URL: <http://elibr.naakkkim.edu.uaa/bitstream/haandle/> (дата обращения: 18.02.2023).
6. Бродский Б.Е. Антикризисное управление: Учебник. — 4-е изд. / Б.Е. Бродский, Е.П. Жаровская. — М.: Омега-Л, 2004. 336 с.
7. Орлов П. Антикризисное управление компанией: что это такое, как работает, когда пора начинать. Антикризисное управление: подробный разбор. Skillbox Mediaa. — URL: <https://skillbox.ru/media/management/aantikrizisnoe-upravlenie-kompaniey-cto-eto-takoe-kak-raabotaet-i-kogda-pora-nachinat/#stk-5> (дата обращения: 18.02.2023).
8. Большаков Н.А. Антикризисное управление: виды, методы, принципы и стратегии, как вывести организацию из кризиса. Calltouch.Блог. — URL: <https://www.calltouce.ru/blog/cto-takoe-antikrizisnoee-upravlenie-kak-rabotaet-i-iz-chego-sostoit> (дата обращения: 10.02.2023).

References

1. Andrianova E.V. Formation of systems of strategies for anti-crisis management of the company in conditions of uncertainty of market conditions / E.V. Andrianova, P.A. Korzun. Text: direct. Young scientist. 2019. № 50 (288). Pp. 159–161. — URL: <https://moluch.ru/archive/288/65325/> (date of access: 12.02.2023).
2. Karvatskaya N.S. Tyurina N.M. Nazarchuk T.V. Anti-crisis management: significance, stages, implementation processes. Article on the Cyberlink website. Business Inform Magazine, 2018. — URL: <https://cyberleninka.ru/articleee/n/the-anti-crisis-manageement-meaning-stages-imlemeentation-processes> (date of access: 12.02.2023).

3. Perfilieva E.G. Strategy of anti-crisis management of the organization: Theoretical and methodological aspect. The abstract. dissertations ... Candidate of Economic Sciences: 08.00.05. Moscow, 2020. 147 p. – URL: <http://www.dslib.net/ecanomika-xoziajstva/straategija-antikrizisnogo-upraavlenija-orgaanizaciej-teoretiko-metodicheskajj-aspekt.html> (date of access: 10.02.2023).
4. Dictionary of anti-crisis management terms. – URL: <http://econoamics.niv.ru/doc/dictionarya/crisis-managemaent/index.htm> (date of access: 18.02.2023).
5. Korotkov E.M. Anti-crisis management: textbook for bachelors / E.M. Korotkov. – M.: Yurayt Publishing House, 2019. 406 p. Series: Bachelor. Advanced course. – URL: <http://elib.naakkkim.edu.uaa/bitstream/haandle/> (date of access: 18.02.2023).
6. Brodsky B.E. Anti-crisis management: Textbook. – 4th ed. / B.E. Brodsky, E.P. Zharovskaya. – M.: Omega-L, 2004. 336 p.
7. Orlov P. Anti-crisis management of the company: what is it, how it works, when it's time to start. Crisis management: detailed analysis. Skillbox Mediaa/ – URL: <https://skillbox.ru/media/maanagement/aantikrizisnoe-upravlenie-kompaniey-cto-eto-takoe-kak-raabotaet-i-kogda-pora-nachinat/#stk-5> (date of access: 18.02.2023).
8. Bolshakov N.A. Anti-crisis management: types, methods, principles and strategies, how to bring an organization out of crisis. Calltouch.Blog URL: <https://www.calltouche.ru/blog/cto-takoe-antikrizisnoe-upravlenie-kak-rabotaet-i-iz-chego-sostoit> (date of access: 10.02.2023).

ФИНАНСЫ, КРЕДИТ И СТРАХОВАНИЕ / FINANCE, CREDIT, INSURANCE

Оригинальные статьи / Original articles

DOI 10.24182/2073-6258-2024-23-1-18-36



Развитие финансовой системы ОАЭ в быстро меняющемся экономическом ландшафте

С. Ю. Бабенкова

*кандидат экономических наук, старший научный сотрудник
Центр арабских и исламских исследований, Институт востоковедения РАН,
Москва, Россия
s.babenkova@ivran.ru*

Аннотация: Финансовая система ОАЭ является ведущим неуглеводородным сектором страны, которая показывает хороший рост в постпандемийный период. Возможности страны в становлении ее лидером в области инновационных технологий, не только среди стран Персидского залива, но и стран региона БВСА, не вызывает сомнений. После мирового финансового кризиса, который также затронул богатые эмираты Дубай и Абу-Даби, правительство ОАЭ, взяло вектор на создание риск ориентированной инновационной финансовой системы. Создание крупнейших международных финансовых центров, таких как, Dubai International Financial Centre (DIFC) и Abu Dhabi Global Market (ADGM), явилось логической концепцией по созданию вышеуказанной системы.

Исламские финансовые институты, представленные в ОАЭ, работают в рамках четких правил и стандартов, которые были имплементированы надзорными и регулирующими органами, именно для выстраивания качественных и прозрачных взаимосвязей между контрагентами не только в рамках одной страны, но и на международном уровне.

Ключевые слова: ОАЭ, финансовая система, исламский банкинг, финансовые институты, зарубежные банки, нормативная база ОАЭ.

Для цитирования: Бабенкова С.Ю. Развитие финансовой системы ОАЭ в быстро меняющемся экономическом ландшафте. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 18–36. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-18-36>.

Development of the UAE financial system in a rapidly changing economic landscape

S. Yu. Babenkova

*Cand. Sci. (Econ.), Senior scientific officer
Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia
s.babenkova@ivran.ru*

Abstract: The UAE financial system is the country's leading non-hydrocarbon sector which has shown good growth in the post-pandemic period. The country's ability to become a leader in innovative technology not only among the GCC countries but also among the countries in the MENA region is beyond doubt. After the global financial crisis, which also affected the wealthy emirates of Dubai and Abu Dhabi, the UAE government took the vector to create a risk-oriented innovative financial system. The creation of major international financial centers, such as Dubai International Financial Center (DIFC) and Abu Dhabi Global Market (ADGM), was the logical concept for creating the above system.

Islamic financial institutions represented in the UAE operate within the framework of clear rules and standards that have been implemented by supervisory and regulatory authorities, precisely to build high-quality and transparent relationships between counterparties not only within one country, but also at the international level.

Keywords: UAE, financial system, Islamic banking, financial institutions, foreign banks, UAE regulatory framework.

For citation: Babenkova S. Yu. Development of the UAE financial system in a rapidly changing economic landscape. *Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship*. 2024. Т. 23. № 1. P. 18–36. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-18-36>.

За последние 20 лет Объединенные Арабские Эмираты (далее – ОАЭ) претерпели заметную трансформацию от страны, в которой главным источником доходов является нефть, до страны, являющейся глобальным финансовым центром, предлагающим широкий спектр как традиционных, так и исламских финансовых услуг. В то время как традиционный банкинг долгое время занимал доминирующее положение в регионе, исламский банкинг и финансы неуклонно набирали обороты, участвуя в формировании финансового ландшафта страны.

Богатые углеводородами ОАЭ также по праву могут считаться центром инновационных финансовых технологий № 1 в регионе стран Персидского залива и претендовать на лидирующие положения в области финансов во всем регионе стран региона БВСА. Страна конкурирует с мировыми глобальными цифровыми центрами, такими как Берлин, Лондон и Сингапур. Так, согласно Отчету Всемирного экономического форума о глобальной конкурентоспособности за 2020 год (Global Competitiveness Report 2020)¹ ОАЭ входят в десятку лидеров в мире по внедрению информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и цифровых правовых баз, также надежная кибербезопасность помогла укрепить статус страны, благоприятствующей финансовым технологиям. Результатом этой работы стало получение в 2020 г. 5-ого места в мире по Глобальному индексу кибербезопасности 2020 (Global Cybersecurity Index 2020)², разработанному Международным союзом электросвязи ООН (United Nations' International Telecommunication Union).

По мере преодоления пандемии COVID-19 ОАЭ шли на пути модернизации своей экономики, используя инновационные технологии³, такие как цифровая валюта, блокчейн, искусственный интеллект и большие данные⁴. В 2020 г. ОАЭ занимали 1-е место в арабском мире и 34-е место в мире по инновациям в экономике, согласно Глобальному инновационному индексу 2020 (Global Innovation Index (GII) 2020)⁵, разработанному Корнельским университетом, INSEAD⁶ и Всемирной организацией интеллектуальной собственности (World Intellectual Property Organization (WIPO)).

По мнению некоторых финансовых экспертов, финансовая система ОАЭ в целом, а также система денежных переводов, торговля драгоценными металлами и фондовые рынки являются достаточно прозрачными, так как осуществляется качественный контроль со стороны надзорных органов, в том числе, в отношении обнаружения любых подозрительных операций в рамках борьбы с отмыванием денежных средств и реализации положений нормативных документов в области ПОД/ФТ.

Ужесточение правил, стандартов и процедур, принятых Центральным банком ОАЭ (Central Bank of the UAE (CBUAE) (далее – Центральный банк)⁷ в течение последних лет, а также обязательства компаний и их сотрудников соблюдать строгие стандарты внутреннего контроля, привели к уходу с рынка за последние четыре года более 45 банковских организаций. Наряду с этим с целью соблюдения устойчивости финансовой системы в целом Центральный банк обязал работающие в стране кре-

¹ URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (дата обращения 07.01.2024)

² URL: https://www.tadviser.ru/images/8/84/Global_Cybersecurity_Index_2020.pdf.

³ См. более подробно Аналитический бюллетень. ИВ РАН. Страны Ближнего Востока: экономическое развитие в период глобального кризиса (в условиях пандемии COVID-19 и падения цен на нефть) – июнь 2020 г. Бюллетень подготовлен аналитической группой ИВ РАН Ответственный редактор и составитель: Д. А. Марьясис. (ISBN 978-5-89282-970-0).

⁴ Big Data – это крупные массивы разнообразной информации и стек специальных технологий для работы с ней. Термин применяется к таким объемам данных, с которыми пользовательский компьютер и офисные программы не справятся.

⁵ GLOBAL INNOVATION INDEX 2020. Who Will Finance Innovation? (URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf).

⁶ Европейский институт делового администрирования (INSEAD) – частное учебное заведение. INSEAD располагается в городе Париже.

⁷ Если не определено иное.

дитные организации применять в своей практике риск-ориентированный подход путем проведения регулярной оценки деятельности организации, охватывающей все риски, связанные с биржевым бизнесом, включая клиентов, продукты и услуги, каналы доставки, новые технологии, географические риски, контрагентов и незаконное финансирование сделок. В ноябре 2021 г. Центральный банк выпустил дополнительные руководящие принципы для финансового сектора, особенно для банков. В этих принципах уточнялись риски и их значение, а также в них были определены обязательства банков, работающих в стране, строго и эффективно выполнять свои юридические обязательства, связанные с практикой ПОД/ФТ.

Наряду с этим за последние несколько лет появились различные инициативы в области цифровых платежей (мобильный кошелек правительства, кошелек Etisalat, кошелек Veam, карты NOI, Apple Pay, Google Pay и Samsung Pay), но они пока не получили массового распространения. За последние годы Центральный банк выпустил большое количество нормативных актов⁸, которые должны были на практике облегчить внедрение цифровых платежей, а также отрегулировать платежную инфраструктуру. Нужно отметить, что виртуальные активы не являются законным платежным средством в ОАЭ, однако несколько поставщиков услуг виртуальных активов получили только предварительную лицензию на деятельность в ОАЭ.⁹

В 2020 г. финансовая система ОАЭ была сосредоточена на цифровой валюте центрального банка (central bank digital currency CBDC), режиме лицензирования поставщиков криптоактивов, ПОД/ФТ, защите персональных данных. По мере перехода государства на цифровые технологии, регулирующие органы получили возможность поддерживать доступ к финансовым услугам, особенно среди лиц, не являющихся резидентами ОАЭ. Целесообразно отметить, что электронные денежные переводы достаточно широко используются в ОАЭ. Центральный банк управляет Системой перевода денежных средств ОАЭ (UAE Funds Transfer System), которая является единственной системой валовых расчетов в режиме реального времени (real-time gross settlement RTGS), обслуживающей розничные платежи и платежи на крупную сумму, также Центральный банк ввел использование международной системы номеров банковских счетов (International Bank Account Numbers).¹⁰ В связи с тем, что ОАЭ являются вторым по величине отправителем денежных переводов в мире, большое число трудящихся-мигрантов в этой стране выиграли бы от более дешевых и доступных платежных систем.¹¹

Банковские операции и финансы в ОАЭ регулируются нормативными актами Центрального банка, которые определяют следующие типы финансовых учреждений, действующих в ОАЭ:

- инвестиционно-банковские учреждения;
- коммерческие банки;
- финансовые и кредитные посредники.

Правительство страны, принимая во внимание реалии современной международной экономики, реализует специальные программы, направленные на снижение негативного воздействия

⁸ Например, Положение о лицензировании криптоактивов от 01 декабря 2020 г. (Regulation on the Licensing of Cryptoassets, 01 December 2020), Пилотный проект трансграничной цифровой валюты Центрального банка от 29 ноября 2020 г. между ОАЭ и Саудовской Аравией (Cross-Border Central Bank Digital Currency Pilot, 29 November 2020), Правила защиты данных на глобальном рынке Абу-Даби от 11 февраля 2021 г. (Abu Dhabi Global Market Data Protection Regulations, 11 February 2021), Проект объединения цифровых валют нескольких центральных банков от 23 февраля 2021 г. (Multiple Central Bank Digital Currency Bridge Project, 23 February 2021), Закон об электронных транзакциях и трастовых услугах от 09.2021 г. (Law on Electronic Transactions and Trust Services) (URL: <https://www.onespan.com/resources/financial-regulations/united-arab-emirates>).

⁹ United Arab Emirates – Trade Financing. 25.11.2023. (URL: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-arab-emirates-trade-financing>). (дата обращения 10.01.2024).

¹⁰ Там же.

¹¹ Более подробно см. Бабенкова С.Ю. Цифровые финансовые технологии стран региона Ближнего Востока и Северной Африки: современные тренды. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023; 22(2): 34–48. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-2-34-48>.

Бабенкова С.Ю. Некоторые финансовые аспекты «исламских финансов». Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2017; 10(2): 50–65. <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2017-10-2-50-65>.

мировых финансовых кризисов, работает над программами повышения устойчивости банков и антикризисного управления, повышая общую ликвидность местных банков и уровень государственных расходов на этот сектор экономики. В Таблице 1 представлены основные органы регулирования финансового сектора страны.

Таблица 1

Органы финансового регулирования ОАЭ¹²

Название регулирующего органа	Функции
Центральный банк Объединенных Арабских Эмиратов (Central Bank of the United Arab Emirates (UAECB))	Является основным органом, регулирующим деятельность всех финансовых учреждений, действующих в стране, которые не входят в свободные от финансовых операций зоны, географические экономические центры, разрабатывающие и применяющие свои собственные нормативные акты и законы.
Abu Dhabi Global Market (ADGM) Офис по защите данных (Office of Data Protection (ODP))	Является основным органом обработки данных в финансовой свободной зоне ADGM.
Управление по регулированию финансовых услуг ADGM (ADGM Financial Services Regulatory Authority (FSRA))	Стремится обеспечить справедливый, стабильный и действенный сектор финансовых услуг в свободной финансовой зоне ADGM.
Управление финансовых услуг Дубая (Dubai Financial Services Authority (DFSA))	Регулирует сектор финансовых услуг в финансовой свободной зоне Дубайского международного финансового центра (DIFC).
Комиссия по фондовому рынку ОАЭ (Securities and Commodities Authority (SCA))	Регулирует финансовые рынки ОАЭ, а также осуществляет надзор за ними.

Как известно, страна активно продвигает различные программы в рамках диверсификации своей экономики¹³. Акцент на диверсификацию национальной экономики поддерживается посредством создания отраслевых кластеров и развития финансового сектора. Кроме того, ведется постоянная работа по совершенствованию нормативной базы, которая регулирует финансовый сектор государства. Государство выражает полную готовность поддерживать местные банковские учреждения, то есть, несмотря на определенные попытки сократить государственное вмешательство в частный финансовый сектор, банки ОАЭ всегда могут рассчитывать на помощь главного финансового регулятора государства.

Финансовый сектор ОАЭ, включая банки, микрофинансовые организации и биржи,¹⁴ очень привлекателен для потенциальных инвесторов. Такая популярность может быть обусловлена следующими факторами:

- высокая надежность, обеспечиваемая строгими критериями кредитования;
- постоянный отбор и анализ краткосрочных и среднесрочных перспектив.

Банки ОАЭ, как местные, так и зарубежные,¹⁵ являются основой финансовой индустрии, предоставляя розничные и корпоративные услуги представителям частного и государственного секторов. Центральному банку поручено направлять денежно-кредитную и банковскую политику и контролировать ее реализацию в соответствии с общей политикой государства, он также проводит политику поддержки национальной экономики и стабильности валюты.

Также необходимо отметить, что банки ОАЭ активно принимают участие в финансировании международной торговли, включая программы экспортного и импортного кредитования. Рост

¹² URL: <https://www.onespan.com/resources/financial-regulations/united-arab-emirates>.

¹³ «We the UAE 2031» – представляет собой национальный план, с помощью которого ОАЭ продолжат свой путь развития в течение следующих 10 лет, уделяя особое внимание социальным, экономическим аспектам, инвестициям и развитию. План направлен на укрепление позиций ОАЭ как глобального партнера и привлекательного и влиятельного экономического центра. (URL: <https://u.ae/en/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/innovation-and-future-shaping/we-the-uae-2031-vision>).

¹⁴ Перечень финансовых организаций ОАЭ представлен в таблице 3.

¹⁵ Перечень приведен в таблице 2 настоящей статьи.

Таблица 2

Лучшие международные банки, работающие в ОАЭ ¹⁶

Название банка	Характеристика
HSBC (лучший банк по состоянию на 2024 г.) ¹⁷	Одна из крупнейших в мире организаций, оказывающих банковские и финансовые услуги. Имеет сильную развитую сеть филиалов и представительств в стране. Банк предлагает широкий спектр услуг, включая розничный банкинг, управление капиталом, корпоративный банкинг и казначейские услуги.
Standard Chartered	Британский многонациональный банк с сильным присутствием в Азии, Африке и на Ближнем Востоке. Банк работает в ОАЭ более 60 лет и предлагает широкий спектр услуг, включая личный банкинг, корпоративный банкинг и private banking.
Citibank (лучший банк по состоянию на 2024 г.)	Подразделение американской транснациональной Citigroup. Является одним из самых популярных международных банков в ОАЭ. Банк предлагает широкий спектр услуг, включая текущие и сберегательные счета, кредитные карты, займы и услуги по управлению капиталом.
Barclays (лучший банк по состоянию на 2024 г.)	Британский транснациональный банк, работающий в Дубае с 1971 г. Имеет значительное присутствие в ОАЭ. Банк предлагает широкий спектр услуг, включая личный банкинг, корпоративный банкинг, а также управление состоянием и инвестициями.
BNP Paribas Middle East	Ведущий международный банк с разветвленной сетью по всему региону. Он предлагает разнообразные финансовые услуги, такие как, управление капиталом, корпоративное банковское обслуживание и инвестиционные решения. Банк играет решающую роль в содействии торговле и инвестициям между Ближним Востоком и остальным миром.
Royal Bank of Canada	Крупнейший банк Канады по рыночной капитализации, предоставляющий широкий набор финансовых продуктов и услуг, включая личное и коммерческое банковское обслуживание, управление капиталом, страхование и рынки капитала.
Credit Suisse AG	Ведущий мировой инвестиционный банк со штаб-квартирой в Цюрихе. Он предлагает комплексные финансовые услуги, включая управление капиталом, инвестиционный банкинг, управление активами и розничный банкинг
Arab African International Bank	Банк является ведущим банком на Ближнем Востоке и в Африке. Он предлагает широкий спектр банковских и финансовых услуг частным лицам, корпорациям и государственным структурам.
Habib Bank A.G. Цюрих	Швейцарский многонациональный коммерческий банк, основанный семьей Хабиб. Он предлагает комплексные финансовые услуги, такие как личный банкинг, корпоративный банкинг и торговое финансирование, с сетью, охватывающей несколько стран.

¹⁶ Согласно данным с URL: <https://www.dubaibusinessadvisors.com/accounting-services/top-international-banks-in-dubai/>.

¹⁷ Здесь и далее информация по лучшим банка на 2024 г. согласно данным с URL: <https://bestindubai.co/international-banks-in-dubai/>. (дата обращения 10.01.2024).

Название банка	Характеристика
Banque Libano-Franzaise (BLC Bank)	Известный банк, с головным офисом в Ливане. Основанный в 1950 г., банк значительно вырос и стал неотъемлемой частью банковского сектора Ливана, имея разветвленную сеть филиалов по всей стране. Банк предоставляет широкий спектр финансовых продуктов и услуг, включая личное и корпоративное банковское обслуживание, управление капиталом, инвестиционный банкинг и страхование.
Standard Chartered (лучший банк по состоянию на 2024 г.)	Британский международный банк, работающий в Дубае более 60 лет. Он предлагает широкий спектр банковских услуг, включая личный банкинг, корпоративный банкинг и инвестиционный банкинг, также известен своими инновационными банковскими решениями, уделяет большое внимание устойчивому развитию и социальной ответственности.

и стабильность национальной банковской системы также обеспечивается за счет развития местного рынка. Сегодня банки участвуют в самых различных национальных проектах. Деньги в ОАЭ направляются на самые различные проекты в области опреснения воды, национальной энергетики, нефтегазового сектора и многочисленных отраслей промышленности.¹⁸

Таблица 3¹⁹

Финансовые организации ОАЭ

Фондовый рынок		
<i>Биржи ОАЭ</i>	Nasdaq Dubai ²⁰	Международная финансовая биржа, находящаяся на Ближнем Востоке. Имеет широкую базу инвесторов биржи, что во многом отличает ее от других аналогичных торговых площадок. Инвесторы из ОАЭ, США, Европы, Азии и других стран могут легко торговать на ней ценными бумагами.
	Abu Dhabi Securities Exchange ²¹	Эта компания является площадкой для торговли ценными бумагами, в том числе акциями, выпущенными публичными акционерными компаниями, облигациями, выпущенными правительствами или корпорациями, биржевые фонды и любые другие финансовые инструменты, одобренные Комиссией по фондовому рынку ОАЭ (Securities and Commodities Authority). Является второй по величине фондовой площадкой в арабском регионе, и ее стратегия заключается в обеспечении стабильных финансовых показателей с диверсифицированными источниками доходов, которые соответствуют руководящим принципам программы ОАЭ «На пути к следующим 50». ²²
	Dubai Financial Market ²³	Является ведущим финансовым рынком в регионе, функционирующим как мощная мультиплатформенная торговая площадка для привлечения капитала, лис-

¹⁸ URL: <https://en.dubai-freezone.ae/articles-about-bussines-in-uae/financial-sector-in-the-uae-banks-exchanges-etc.html>.

¹⁹ URL: <https://www.uae-embassy.org/business-trade/uae-real-estate-and-financial-sector>.

²⁰ URL: <https://www.nasdaqdubai.com/exchange/about-us/why-nasdaqdubai>.

²¹ URL: <https://www.adx.ae/English/Pages/default.aspx>.

²² «Проекты 50-ти» – это серия проектов в области развития и экономики, направленных на ускорение развития ОАЭ. Проекты охватывают несколько ключевых секторов, таких как: экономика, предпринимательство, передовые навыки, цифровая экономика, космос и передовые технологии. (URL: <https://u.ae/en/about-the-uae/uae-in-the-future/initiatives-of-the-next-50/projects-of-the-50>).

²³ URL: <https://www.dfm.ae/>.

Продолжение таблицы 3

Фондовый рынок		
		тинга, а также торговли различными ценными бумагами и различными активами. Является предпочтительной биржей для размещения IPO и листинга для ведущих эмитентов из ключевых секторов экономики и международных компаний, стремящихся к двойному листингу.
Финансовые центры	Dubai International Financial Center (DIFC) ²⁴	Представляет собой финансовую «свободную зону», которая предлагает предприятиям и инвесторам такие преимущества, как безопасность контрактов, независимые суды, 100% владение и благоприятный налоговый режим для бизнеса. Стратегически расположенный между Востоком и Западом, DIFC принимает более 2000 зарегистрированных компаний. Являясь одним из ведущих финансовых центров в мире, обеспечивает стабильную и безопасную платформу для предприятий и финансовых учреждений для выхода на развивающиеся рынки Ближнего Востока, Африки и Южной Азии.
	Abu Dhabi Global Market (ADGM) ²⁵	Международный финансовый центр для местных, региональных и международных организаций. В сотрудничестве с другими международными финансовыми центрами, глобальными институтами и регулирующими органами он развивает и поддерживает своих партнеров с помощью нормативно-правовой среды и привлекательной бизнес-среды, необходимой им для устойчивого роста бизнеса. Компания является ключевой опорой экономического видения Абу-Даби, выступая катализатором роста динамичного сектора финансовых услуг в ОАЭ.
Рынок инвестиций		
Государственные инвестиционные институты	Abu Dhabi Investment Authority (ADIA) ²⁶	Является глобально диверсифицированным инвестиционным учреждением, которое разумно инвестирует средства от имени правительства Абу-Даби в рамках стратегии, ориентированной на создание долгосрочной и постоянной прибыли.
	Mubadala Investment Company (MIC) ²⁷	Суверенный инвестор, управляющий разнообразным портфелем активов, как в ОАЭ, так и за рубежом.
	Dubai World ²⁸	Являемся ведущим поставщиком интеллектуальных логистических решений, обеспечивающих торговые потоки по всему миру.
	Dubai International Capital LLC ²⁹	Это не только финансовый центр мирового класса, но и динамично развивающееся сообщество розничной торговли и стиля жизни.

Приведенные в Таблице 3 инвестиционные институты являются активными участниками мировых финансовых рынков на протяжении уже более трех десятилетий. Подобно частным инвестиционным компаниям, пенсионным фондам и другим институциональным инвесторам, инвестиционные организации ОАЭ стремятся максимизировать доходность с поправкой на риск. Инвестиционные организации ОАЭ никогда не будут использовать свои инвестиционные орга-

²⁴ URL: <https://www.difc.ae/>.

²⁵ URL: <https://www.adgm.com/>.

²⁶ URL: <https://www.adia.ae/>.

²⁷ URL: <https://www.mubadala.com/>.

²⁸ URL: <https://www.dpworld.com/investors>

²⁹ URL: <https://www.difc.ae/business/public-register/public-register-details?companyName=dubai-international-capital-llc>.

низации или индивидуальные инвестиции в качестве инструмента внешней политики, так как это противоречит корпоративным и моральным принципам компании.³⁰

Рассматривая финансовую систему страны за последние два года, можно отметить, что она остается достаточно стабильной и на фоне внешних вызовов она успешно развивается.

В опубликованном Центральным банком Отчете о финансовой стабильности ОАЭ за 2022 год подчеркивается, что финансовая система оставалась гибкой и стабильной в течение всего года, несмотря на вызовы, с которыми столкнулся мир, и что банковский сектор по-прежнему хорошо капитализирован и обладает достаточной резервной ликвидностью.

В отчете поясняется, что действия государства способствовали защите финансовой системы ОАЭ от последствий неблагоприятных глобальных тенденций, в то время как соотношение рисков остается в безопасных пределах и неизменным по сравнению с 2021 годом. Реальный рост ВВП страны ускорился в течение года благодаря сильному восстановлению ненефтяного ВВП и значительному увеличению нефтяного ВВП, в то время как темпы роста мировой экономики в течение 2022 г. постоянно снижались. Внешние риски остаются высокими в условиях, с доминирующей высокой инфляцией, ужесточением финансовых условий и сохраняющейся геополитическая напряженностью.

В 2022 г. банковская система ОАЭ имела положительные тренды от макроэкономического восстановления страны, поскольку наблюдался рост кредитования, особенно кредитования частного сектора, в то время как прибыльность банковского сектора превысила уровни, существовавшие до пандемии, из-за высокой процентной маржи и низких отчислений при низкой стоимости активов.

Тест на стрессоустойчивость, проведенный Центральным банком для измерения способности банков противостоять рискам инфляции, сопровождающейся гипотетическим экономическим спадом и рыночной неопределенностью, показал, что банковский сектор обладает достаточным капиталом и ликвидностью, чтобы противостоять резко негативному гипотетическому сценарию и продолжать поддерживать экономику путем поддержания предложения кредитов заемщикам в стране.

Также страховой сектор в ОАЭ остается устойчивым с точки зрения мер хеджирования рисков и демонстрирует устойчивый рост бизнеса, превысив общий объем страховых премий, выданных до пандемии.

Сектор финансовых компаний также сохранил свою устойчивость, несмотря на растущее сокращение объемов бизнеса, в то время как биржевой сектор продолжал получать прибыль в дополнение к восстановлению, достигнутому за счет деятельности, не связанной с торговлей нефтью.

Что касается платежных систем, то в отчете отмечается, что платежные системы, управляемые центральным банком, были эффективны в 2022 г., что привело к увеличению объема и стоимости транзакций, обусловленных экономическим ростом и продолжающимися усилиями по цифровизации.

Относительно анализа устойчивого развития системы, в докладе делаются выводы о важности управления финансовыми рисками, связанными с изменением климата, при этом финансовые учреждения должны использовать возможности, возникающие в связи с растущей потребностью мировой экономики в устойчивом финансировании.³¹

Банковский сектор в конце 2023 г. также оставался стабильным. В конце III кв. 2023 г. число местных банков (за исключением инвестиционных банков) остается постоянным — 22 банка. Количество подразделений, которые предоставляют электронные банковские услуги, остается постоянным на уровне 47 единиц.

Также к концу III квартала количество банков стран Персидского залива остается постоянным — 6 банков. Число других иностранных банков составило 22 банка с 66 филиалами. Технологические и структурные достижения в финансовом секторе ОАЭ продолжают повышать безопас-

³⁰ URL: <https://www.uae-embassy.org/business-trade/uae-real-estate-and-financial-sector>.

³¹ URL: <https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/1656836>.

ность, эксплуатационную эффективность, доступность приложений мобильных банковских услуг, онлайн-банкинг, а также повышается общее количество обслуживания клиентов и стандарты качества по их обслуживанию. Общее количество банкоматов банков, работающих в ОАЭ на конец сентября 2023 г., достигло отметки в 4534.³²

С момента создания первого исламского банка, индустрия исламских финансов в ОАЭ развивалась по ряду направлений, включая исламский банкинг, финансы, такафул и сукук. Эта отрасль стала неотъемлемой частью финансовой индустрии ОАЭ и поддерживается надежной и благоприятной нормативно-правовой средой.

Исламские финансовые сделки основаны на принципах Шариата (исламского права). Они разработаны в соответствии с исламскими этическими и моральными ценностями, запрещая такие виды деятельности, как получение незаконных процентов в виде прибыли и азартные игры. Вместо этого исламское финансирование делает упор на разделении прибылей и убытков, а также рисков, между контрагентами.

Исламский банковский сектор, состоящий из исламских банков и исламских окон в обычных банках, в настоящее время составляет 23% совокупных банковских активов ОАЭ, увеличившись на 16% за последние пять лет. Рынок сукук ОАЭ также расширяется, а введение федеральным правительством казначейских сукук в местной валюте помогло дополнительно стимулировать местный рынок. В финансовой индустрии ОАЭ были проведены ряд инициатив, касающихся введения благоприятных законодательных норм, а также введения стандартов шариата, регламентирующих сделки. Эти инициативы были направлены, прежде всего, на повышение стабильности исламской финансовой системы и создание возможностей для разработки инновационных продуктов и услуг. Ключевым событием в этой области стало издание Закона ОАЭ «О коммерческих сделках» (UAE's Commercial Transactions Law) (Федеральный декрет-закон № 50/2022), который обеспечил рынку большую правовую определенность, необходимую для роста и внедрения инноваций.

В 2022 г. индустрия исламских финансов продолжила расти, увеличившись еще на 11% до показателей 16,5 трлн. AED (4,3 трлн. долл. США)³³. По данным «Отчета о развитии исламских финансов за 2023 год» (Islamic Finance Development Report 2023 (IFDI 2023)), подготовленного Исламской корпорацией по развитию частного сектора (Islamic Corporation for the Development of Private Sector (ICD) и Группой Лондонской Фондовой биржи (London Stock Exchange Group (LSEG)), эта отрасль выросла на 69% за последние пять лет и на 163% за последние 10 лет. В основном рост активов обеспечивается сектором исламского банкинга, на долю которого в 2022 г. приходилось около 72% всех активов индустрии исламских финансов, за которым следует сукук.³⁴ Основные рынки исламского финансирования находятся в странах Персидского залива, Юго-Восточной Азии и Южной Азии. ОАЭ являются четвертым по величине рынком исламского финансирования в мире.

Таблица 4³⁵

Исламские финансы в ОАЭ на конец 2022 г. – начало 2023 г.

Название направления	Количество	Объемы рынка
Исламский банкинг	24 исламских банков включая исламские окна	Общие активы исламского банкинга 845 млрд. AED
Исламские финансовые компании	9 исламских финансовых компаний	
Такафул (исламское страхование)	10 компаний	Общий валовый объем взносов 4 млрд AED
Сукук	Количество сукук, выпущенных в первом полугодии 2023 г., – 17	Выпущено сукук в первом полугодии 2023 г. на сумму 217 млрд. AED

³² United Arab Emirates Monetary, Banking & Financial Markets Developments 2023 – 3rd Quarter Report. December 2023. (дата обращения 13.01.2024).

³³ 1 долл. США=3,67 AED.

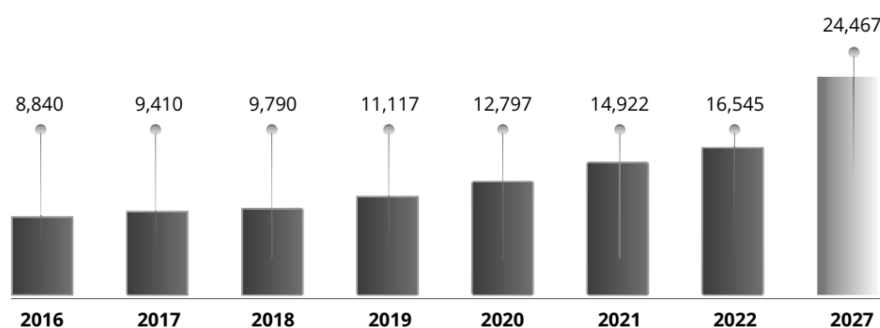
³⁴ Таблица 4 и рисунок 1.

³⁵ Согласно данным из UAE ISLAMIC FINANCE REPORT 2023 (URL: https://www.centralbank.ae/media/djmorepc/cbuae_uae-islamic-finance-report-2023.pdf).



Сукук – 2,893; Исламские фонды – 806; Другие ИФИ (МФО) – 611; Такафул – 328; Исламские банки – 11,906.

Рис. 1. Величина активов исламских финансов в мире на 2022 г. (в млрд AED)³⁶



2027 г. – прогноз

Рис. 2. Рост активов исламских финансов в мире (в млрд AED)³⁷

Услуги исламского банкинга в ОАЭ регулируются законами шариата и Федеральным законом № 6 от 1985 г. «Об исламских банках, финансовых учреждениях и инвестиционных компаниях» (Regarding Islamic Banks, Financial Institutions and Investment Companies). Согласно ст. 3 закона, исламские банки имеют право осуществлять все или часть банковских, коммерческих, финансовых и инвестиционных услуг и операций. Они также имеют право участвовать во всех видах услуг и операций, практикуемых банками и упомянутых в Федеральном законе № 10 от 1980 г.

Лицензия Центрального банка гарантирует, что этот сектор предоставляет банковские услуги, которые полностью соответствуют положениям шариата. Услуги исламского банкинга в стране подразделяются следующим образом:

- местное банковское обслуживание физических лиц;
- зарубежные банковские услуги для физических лиц;
- местное корпоративное банковское обслуживание;
- иностранный корпоративный банкинг;
- специализированные банки.³⁸

Центральный банк, созданный в Абу-Даби, регулирует банковскую и денежно-кредитную систему. В ОАЭ насчитывается около 50 банков с более чем 300 филиалами, и строгий контроль со

³⁶ Согласно данным из ICD-LSEG Islamic Finance Development Report 2023 (URL: https://www.centralbank.ae/media/djmorepc/cbuae_uae-islamic-finance-report-2023.pdf).

³⁷ Там же.

³⁸ URL: <https://u.ae/en/information-and-services/finance-and-investment/banking-in-uae/islamic-banks>.

стороны Центрального банка привел к росту финансового сектора, демонстрирующего ключевые аспекты конкуренции и прозрачности, типичные для более крупных экономик.

Международный финансовый центр Дубая (The Dubai International Financial Centre (DIFC)) был создан как локальная финансовая зона, ориентированная на несколько секторов финансовой деятельности, в том числе банковские услуги (инвестиционный банкинг, корпоративный банкинг и частный банкинг), рынки капитала (акции, долговые инструменты, деривативы и торговля сырьевыми товарами), управление активами и регистрация фондов, страхование и перестрахование, исламское финансирование, поддержка бизнеса и вспомогательные услуги.

Управление финансовых услуг Дубая (The Dubai Financial Services Authority (DFSA)) регулирует финансовые услуги в DIFC в соответствии с международными стандартами.

Abu Dhabi Global Market (ADGM) — международный финансовый центр с широким охватом местных, региональных и международных организаций. Три независимых органа ADGM — Регистрационный орган, Орган по регулированию финансовых услуг (FSRA) и Суды ADGM — обеспечивают благоприятную для бизнеса среду в соответствии с передовой международной практикой, признанной крупнейшими финансовыми центрами по всему миру.³⁹

Таблица 5

Регуляторы исламского финансирования в ОАЭ⁴⁰

Регулятор	Центральный банк ОАЭ	Комиссия по фондовому рынку ⁴¹	Управление по регулированию и надзору в сфере финансовых услуг Дубая ⁴²	Управление по регулированию финансовых услуг Abu Dhabi Global Market ⁴³
<i>Регулируемый сектор</i>	Исламские банки, страховые компании (такафул) и исламские компании, работающие, как «исламские окна»	Сукук и исламские фонды	Исламские финансовые организации ⁴⁴ и исламские фонды	
<i>Сфера регулирования</i>	Регулирование оншоров ⁴⁵	Регулирование Дубайского международного финансового центра ⁴⁶	Регулирование Abu Dhabi Global Market	

Как было отмечено выше, за последние десятилетия в ОАЭ наблюдается значительное расширение исламского банкинга и финансов в целом. Этому росту способствовали несколько факторов, в том числе государственная поддержка, растущий спрос на финансовые продукты, соответствующие шариату, и создание нормативной базы, благоприятствующей исламскому финансированию.⁴⁷

³⁹ Более подробно см. Таблицу 5.

⁴⁰ Согласно данным из ICD-LSEG Islamic Finance Development Report 2023 (URL: https://www.centralbank.ae/media/djmorepc/cbuae_uae-islamic-finance-report-2023.pdf.)

⁴¹ Securities and Commodities Authority (SCA).

⁴² Dubai Financial Services Authority (DFSA).

⁴³ Свободная экономическая зона. Является одним из крупнейших мировых центров финансовых услуг, который предоставляет компаниям высокий уровень юридической защиты, независимую судебную систему и модернизированную платформу для бизнеса. (URL: https://www.centralbank.ae/media/djmorepc/cbuae_uae-islamic-finance-report-2023.pdf).

⁴⁴ Исламские банки, такафул-компании и другие исламские финансовые компании.

⁴⁵ Оншор — это территория, на которой действуют международные соглашения в сфере обмена финансовой и налоговой информацией.

⁴⁶ Dubai International Financial Center (DIFC).

⁴⁷ См. таблицу 6.

Ключевые аспекты роста исламских финансов в ОАЭ⁴⁸

Аспект	Комментарии
Нормативная база	Правительство страны создало качественную нормативную базу для развития исламского банкинга. Центральный банк ОАЭ в координации с Дубайским центром развития исламской экономики (Dubai Islamic Economy Development Centre (DIEDC) ⁴⁹ ввел руководящие принципы и нормативные акты для исламских финансовых учреждений, гарантирующие соблюдение принципов шариата при одновременном обеспечении стабильной и прозрачной среды для отрасли.
Финансовые продукты	В настоящее время в ОАЭ существуют разнообразные исламские финансовые институты, предлагающие широкий спектр продуктов и услуг, в том числе, включая исламский банкинг, такафул, исламские фонды и сукук. Эти продукты предназначены для частных лиц, предприятий и государственных структур, предлагая разнообразные инвестиционные возможности и направления со стабильным, но долгосрочным получением прибыли.
Инвестиционные возможности	Рост исламского финансирования открыл многочисленные инвестиционные возможности в ОАЭ. Инвесторы могут участвовать в проектах недвижимости, развитии инфраструктуры и различных других секторах с помощью механизмов, соответствующих шариату, способствуя экономическому росту и диверсификации
Экономический эффект	Исламский банкинг внес значительный вклад в экономику ОАЭ, расширив доступ к финансовым услугам, привлекая иностранные инвестиции и предлагая альтернативный источник финансирования для бизнеса. Он также сыграл ключевую роль в позиционировании страны как глобального центра исламских финансов.
Проблемы и возможности	Несмотря на значительный рост, исламский банкинг в ОАЭ сталкивается с такими проблемами, как усиление конкуренции и потребность в более стандартизированных продуктах, соответствующих нормам шариата. Однако эти проблемы также открывают возможности для инноваций и диверсификации, дальнейшего укрепления отрасли
Инновации и IT-технологии	Технологические достижения сыграли решающую роль в расширении исламского банкинга в ОАЭ. Финтех-решения используются для предоставления цифровых исламских банковских услуг, повышая доступность и удобство для клиентов. ⁵⁰

Первый в мире исламский коммерческий банк был основан в ОАЭ в 1975 г. под эгидой руководства страны с целью предоставления заинтересованным лицам финансовых продуктов и услуг, соответствующих шариату.

В настоящее время в ОАЭ существует хорошо развитая исламская финансовая индустрия, включающая исламские банки, исламские банковские окна, исламские финансовые компании и

⁴⁸ Согласно материалам Thomas McNelliey. ISLAMIC BANKING & FINANCE: A BOOMING PHENOMENON IN THE FINANCIAL LANDSCAPE OF THE UAE. November 10th, 2023. (URL: <https://www.creationbc.com/news/islamic-banking-finance-a-booming-phenomenon-in-the-financial-landscape-of-the-uae/>) (дата обращения 19.12.2023).

⁴⁹ Дубайский центр развития исламской экономики (DIEDC) был создан в декабре 2013 г. с целью превращения Дубая в столицу исламской экономики. Law No. (7) of 2021 Dissolving the Dubai Islamic Economy Development Centre (URL: <https://dip.dubai.gov.ae/Legislation%20Reference/2021/Law%20No.%207%20of%202021%20Dissolving%20the%20Dubai%20Islamic%20Economy%20Development%20Centre.html>).

⁵⁰ Более подробно см. Бабенкова С.Ю. Цифровые финансовые технологии стран региона Ближнего Востока и Северной Африки: современные тренды. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023. Т. 22. № 2. С. 34–48. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-2-34-48>.

исламские страховые компании (такафул). Есть шесть полноценных местных исламских банков и два иностранных исламских банка, имеющих лицензию на деятельность в ОАЭ. Кроме того, пятнадцать традиционных банков также открыли исламские банковские окна, увеличивая их разнообразие и охват рынка. В ОАЭ также действуют девять исламских финансовых компаний и двенадцать исламских страховых компаний.

Высший надзорный орган шариата (Higher Shari'ah Authority (HSA)) был учрежден Федеральным законом «О Центральном банке ОАЭ и организации финансовых учреждений» (с поправками) от 2018 года № (14), а его члены назначались в соответствии с резолюциями, принятыми Кабинетом министров ОАЭ.

Одной из целей работы этого надзорного органа является гармонизация и стандартизация практики исламских финансовых институтов, приводя их в соответствие с международно признанными стандартами шариата⁵¹ и широко признанной финансовой и юридической практикой посредством сотрудничества с соответствующими заинтересованными сторонами. Целью надзорного органа является поддержка создания надежной инфраструктуры, которая обеспечивает дальнейшее развитие индустрии исламских финансов в стране и продвигает видение ОАЭ по превращению в международно признанный центр исламских финансов.

Наряду с этим Федеральный закон № (14) от 2018 года обязал вышеуказанный шариатский орган надзора определять правила, стандарты и общие принципы, применимые к организациям, соответствующим шариату, а также лицензировать финансовую деятельность и осуществлять надзор и контроль за Комитетами по шариатскому надзору, работающими внутри компаний.⁵² Кроме того, он уполномочен утверждать исламские денежно-кредитные и финансовые инструменты, разработанные Центральным банком для управления операциями и внедрению норм денежно-кредитной политики, а также он предоставляет свое экспертное суждение по конкретным нормативным правилам и инструкциям, касающимся операций лицензированных исламских финансовых учреждений.⁵³

По мнению специалистов агентства Fitch Ratings, ликвидность сектора исламского финансирования в стране, поддерживается более широкой доступностью исламских инструментов по сравнению с большинством других стран. Наряду с этим, рост исламского банкинга в ОАЭ в 2022 г. опережал рост традиционных банков на фоне растущего спроса инвесторов на исламские продукты и разветвленных сетей дистрибуции.

Активы исламских банков выросли в 2022 г. на 8%, что выше, чем у обычных банков, рост которых составил всего 3% (рис. 3).

Высокие цены на нефть и стабильные экономические условия продолжали поддерживать фундаментальные показатели кредитоспособности исламских банков в стране в 2023 г., ограничивая влияние роста ставок прибыли на заемщиков.⁵⁴ В конце 2022 г. валовое соотношение финансирования и депозитов оставалось стабильным на уровне 91%, что являлось значительно выше, чем у традиционных банков.

Исламские банки по-прежнему финансируются в основном за счет депозитов, что составляет 86% от общего объема финансирования, что выше, чем 79% у традиционных банков.

Исламские банки в ОАЭ могут предложить своим клиентам, как и продукты традиционных банков, то есть они могут дополнительно привлекать клиентов, которые отдают предпочтение традиционным банкам, в дополнение к тем клиентам, которым необходимы только продукты и услуги, соответствующие шариату.

⁵¹ Более подробно о Шариатских стандартах см. Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (URL: <https://aaoifi.com/?lang=en>).

⁵² Более подробно относительно Шариатских органов финансового надзора см. Бабенкова С.Ю. Пруденциальный надзор исламских банков, как инструмент хеджирования от экономических кризисов. Путеводитель предпринимателя. 2017;(35):38-46.

⁵³ <https://www.centralbank.ae/en/our-operations/islamic-finance/shariah/>.

⁵⁴ Также см. таблицу 7.

Ключевые тенденции исламского банкинга и финансов в ОАЭ⁵⁵

Тенденции	Комментарии
Устойчивое развитие	Растущий акцент на экологически чистых продуктах исламского финансирования, которые соответствуют экологическим и этическим принципам. ⁵⁶
Цифровизация	Интеграция финтех-решений и технологии блокчейн еще больше повысит доступность и эффективность услуг исламского банкинга. ⁵⁷
Диверсификация	Разработка новых продуктов исламского финансирования, включая инновационные гибридные инструменты.
Глобальная экспансия	Опыт ОАЭ в области исламских финансов позволяет им расширять свое влияние на международном уровне, выступая в качестве моста между Востоком и Западом.

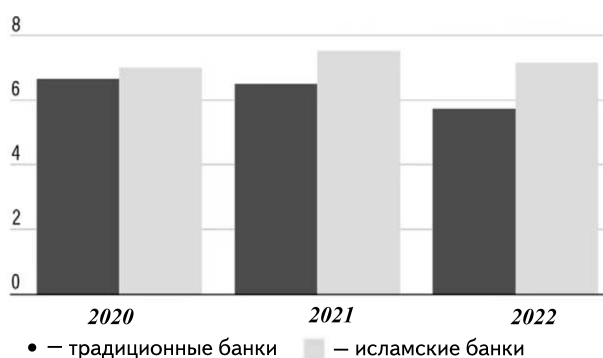


Рис. 3. Изменение объемов активов (Отношение убыточного финансирования / к росту финансирования (в %) ⁵⁸

Маржа исламских банков также поддерживалась значительными недорогими депозитами на текущих и сберегательных счетах, что говорит о хорошо развитой розничной сети исламских банков, и оставалась значительно выше, чем у традиционных банков (рис. 4).

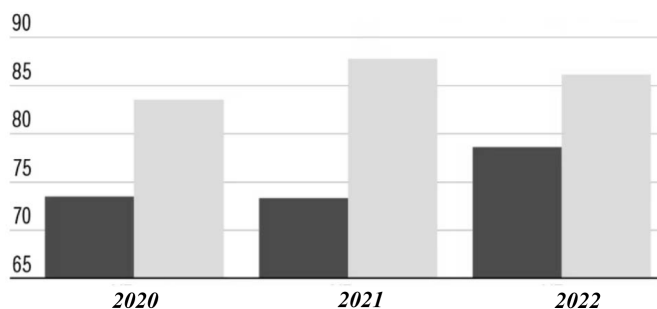


Рис. 4. Соотношение объемов депозитов клиентов / фондируемых средств ⁵⁹

⁵⁵ Согласно информации: Thomas McNelliey. ISLAMIC BANKING & FINANCE: A BOOMING PHENOMENON IN THE FINANCIAL LANDSCAPE OF THE UAE. (URL:<https://www.creationbc.com/news/islamic-banking-finance-a-booming-phenomenon-in-the-financial-landscape-of-the-uae/>).

⁵⁶ См. также. Бабенкова С.Ю. «Зелёный» сукук как инструментальный хеджирования активов на финансовых рынках арабских стран. Арабский Восток. «Зелёный» рост и вызовы современности (сборник статей). Институт востоковедения РАН. — М.: Труды Института востоковедения РАН. Выпуск 22, 2019, с. 58–77.

⁵⁷ Более подробно см. Бабенкова С.Ю. Цифровые финансовые технологии ближневосточного региона: рассмотрение, анализ, перспективы. ВОСТОЧНАЯ АНАЛИТИКА / ИВРАН; отв. ред. выпуска Д.А. Марьясис. — М., 2019, Выпуск 3. С. 18–30.

⁵⁸ Данные из URL: <https://www.thenationalnews.com/business/banking/2023/05/19/islamic-banking-growth-outpaces-conventional-banks-in-the-uae/>.

⁵⁹ Привлечение заемных средств находящихся на счетах клиентов. Данные из URL: <https://www.thenationalnews.com/business/banking/2023/05/19/islamic-banking-growth-outpaces-conventional-banks-in-the-uae/>.

Ликвидность исламских банков также по-прежнему поддерживается более широкой доступностью инструментов в ОАЭ по сравнению с большинством других стран (рис. 5).

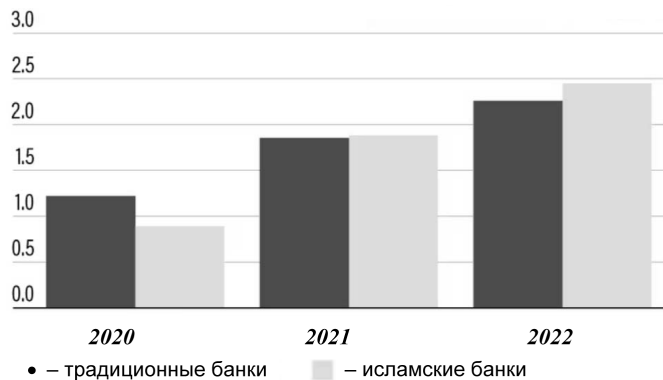


Рис. 5. Доходы и прибыль (Отношение операционной прибыли / к активам, взвешенным с учетом риска) (в %) ⁶⁰

В рамках реализации планов по созданию рынка облигаций в местной валюте и диверсификации своих финансовых ресурсов в ОАЭ выпускаются казначейские облигации и сукук. ⁶¹ На первом аукционе казначейских сукук, деноминированных в дирхамах ОАЭ, который был проведен в 2022 г., количество подписчиков превысило предложение в 7,6 раза, заявок поступило на сумму 2,26 млрд долл. США. Стоимость первого аукциона составляла 1,1 млрд AED. ⁶²

Продолжающаяся цифровизация усилит потребность в дальнейших слияниях и поглощениях для защиты доли рынка и достижения синергии затрат, особенно среди небольших исламских банков, которые рискуют остаться без прибыли и быть поглощёнными более успешными конкурентами.

Согласно данным S&P Global Ratings, ожидается, что мировая индустрия исламских финансов в 2023–2024 гг. вырастет примерно на 10%, несмотря на экономический спад, после аналогичного роста в 2022 г., в основном за счет финансов стран ССАГПЗ. ⁶³

По мнению аналитиков компании Moody's Investors Service, в 2023 г. спрос на финансирование, соответствующее нормам шариата, превысит традиционное финансирование, что обуслов-

⁶⁰ Данные из URL: <https://www.thenationalnews.com/business/banking/2023/05/19/islamic-banking-growth-outpaces-conventional-banks-in-the-uae/>.

⁶¹ В 2021 г. ОАЭ привлекли 4 млрд долл. США за счет выпуска многотраншевых суверенных облигаций. Часть полученных средств была направлена на финансирование инфраструктурных проектов. (Fareed Rahman. UAE raises \$4bn through first federal sovereign bonds. Oct 13, 2021. URL: <https://www.thenationalnews.com/business/economy/2021/10/13/uae-raises-4bn-through-first-federal-sovereign-bonds/>) (дата обращения 02.01.2023).

⁶² ОАЭ выпустили казначейские облигации, номинированные в обычных дирхамах, с базовым размером 400 млн долл. США для создания рынка облигаций в местной валюте и диверсификации финансовых ресурсов. Первоначально Т-облигации были выпущены сроком на два, три и пять лет, за ними последуют 10-летние облигации. (Mary Sophia. UAE launches dirham treasury bonds with an issuance size of Dh1.5bn. Apr 20, 2022 (URL: <https://www.thenationalnews.com/business/economy/2022/04/20/uae-launches-dirham-treasury-bonds-with-an-issuance-size-of-dh15bn/>).

Т-облигации (Казначейские бонды (Treasury Bonds или Т-Bonds) – долгосрочные (срок погашения 20 или 30 лет) купонные облигации. Выплата купона производится каждые 6 месяцев. (URL: [https://www.finam.ru/publications/item/chto-takoe-trezheris-prostymi-slovami-20220418-134100/#:~:text=Казначейские%20бонды%20\(Treasury%20Bonds%20или,\(в%20процентах\)%20и%20индексируемого%20номинала](https://www.finam.ru/publications/item/chto-takoe-trezheris-prostymi-slovami-20220418-134100/#:~:text=Казначейские%20бонды%20(Treasury%20Bonds%20или,(в%20процентах)%20и%20индексируемого%20номинала)).

⁶³ Сектор исламского финансирования продолжил расширяться в 2022 г., при этом активы выросли на 9,4% по сравнению с 12,2% в 2021 г., чему способствовал рост банковских активов и индустрии сукук. В 2021 г. страны ССАГПЗ, в основном Саудовская Аравия и Кувейт, обеспечили 92% роста исламских банковских активов. (Aarti Nagraj. Global Islamic finance industry to grow 10% in 2023–2024 despite economic slowdown. May 02, 2023. URL: <https://www.thenationalnews.com/business/markets/2023/05/02/global-islamic-finance-industry-to-grow-10-in-2023-2024-despite-economic-slowdown/>) (дата обращения 02.01.2024).

лено сильным экономическим ростом и программами развития на ключевых рынках, включая Саудовскую Аравию⁶⁴, на фоне более высоких цен на нефть.

Также, согласно отчету Центрального банка ОАЭ⁶⁵, исламские банки в стране наблюдают устойчивый рост своих активов. Так, в I кв. 2023 г. валовые активы достигли отметки в 177 млрд. долл. США (650 млрд. AED), что на 7,31% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

В экономике, где банковское дело, соответствующее шариату, играет неотъемлемую роль, объем кредитов, предоставленных исламскими банками, на конец марта 2023 г. достиг 400,2 млрд. AED по сравнению с 390,4 млрд. AED за аналогичный период предыдущего года, что также показывает небольшой темп роста в 2,51%.⁶⁶

Таблица 8

Лучшие исламские банки ОАЭ в 2023 г.⁶⁷

Наименование банка	Краткая характеристика / история
First Abu Dhabi Bank	Одно из крупнейших финансовых учреждений в ОАЭ, был основан в 1979 г., имеет главный офис в Абу-Даби и предоставляет основные услуги для удовлетворения основных банковских потребностей клиентов по всему миру. Целью работы банка является уделение приоритетного внимания потребностям своих клиентов, вдохновляя их на достижение поставленных целей. Банк предлагает широкий спектр услуг и продуктов, в том числе корпоративный, международный и персональный банкинг.
Emirates Islamic Bank	Банк был основан в 2004 г. и предоставляет услуги в соответствии с законами шариата. Он предлагает своим клиентам прозрачные транзакции с использованием исламских финансовых инструментов, таких как мурабаха, иджара и такафул. Благодаря некоторым программам, банк предлагает решения для личного, делового и корпоративного банковского обслуживания. В случае, если клиент не уверен в услугах, соответствующих его потребностям, то менеджеры банка смогут предложить рекомендации по вариантам, соответствующим нормам шариата, которые будут соответствовать стандартам и требованиям клиента. Наряду с этим, банк предоставляет широкий спектр традиционных финансовых решений.
Ajman Bank	Это один из старейших исламских банков в эмирате Аджман, основанный в 2007 г. Его филиалы работают на всей территории ОАЭ. Банк выделяется широким спектром предложений, которые включают инвестиционный банкинг, потребительский банкинг, казначейство и рынки капитала, отношения с инвесторами и т.д. Его цель – войти в число ведущих брендов финансовых услуг в ОАЭ и за его пределами.
Sharjah Islamic Bank	Также является одним из лучших исламских банков в ОАЭ. Он был основан в 1976 г., но начал свою финансовую деятельность именно, как исламский банк в 2004 г. Банк является публичным исламским банком, главный офис которого расположен в эмирате Шарджа. Банк обслуживает частных лиц, предприятия, организации и инвесторов, предлагая услуги, соответствующие нормам шариата.

⁶⁴ В Саудовской Аравии рост отрасли поддерживается в результате реализации ее амбициозной стратегии диверсификации Vision 2030 «Видение 2030» и продолжающимся ростом ипотечного кредитования. (Более подробно см. Бабенкова С.Ю. Развитие финансовой системы Саудовской Аравии как одно из ключевых направлений в экономике страны. Путеводитель предпринимателя. 2022; 15(1): 18–33. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-1-18-33>).

⁶⁵ UAE ISLAMIC FINANCE REPORT 2023: The Year of Sustainability.

⁶⁶ Относительно лучших исламских банков ОАЭ см. Таблицу 8.

⁶⁷ По информации с URL: <https://techibytes.com/best-islamic-banks-in-the-uae/>. (дата обращения 03.01.2024).

Наименование банка	Краткая характеристика / история
	Банк предлагает широкий спектр продуктов и услуг, таких как розничный банкинг, корпоративный банкинг, инвестиционный банкинг, связи с инвесторами и т.д.
Mashreq Bank	Один из самых популярных исламских банков в ОАЭ. Первоначально он назывался Bank of Oman. Он был основан в 1967 г. со штаб-квартирой в Дубае. Это был первый банк, предложивший потребительские кредиты, а также дебетовые и кредитные карты. Банк предоставляет широкий спектр финансовых услуг, таких как открытие банковского счета, личный и бизнес-банкинг, корпоративный банкинг, выпуск кредитных и дебетовых карт, путешествия и развлечения, финансирование жилья и авто, а также растущее розничное присутствие в Египте, Катаре, Бахрейне и Кувейте.
Abu Dhabi Islamic Bank	Банк существует с 1997 г. Он был основан как публичная акционерная корпорация в соответствии с законами шариата и превратился в один из самых известных исламских банков в ОАЭ. Банк предлагает широкий спектр услуг для помощи молодым специалистам, студентам, а также осуществляет выдачу ссуд на получение образования. Среди услуг, предлагаемых банком, – личное, деловое и корпоративное банковское обслуживание.
Al Hilal Bank	Банк был основан в 2008 г. Al Hilal Bank – дальновидный исламский банк, наиболее известный продвижением таких продуктов, как Qibla Card – это первая в мире кредитная карта с цифровым сопровождением, кредитная карта Laha Al Hilal, первая кредитная карта в ОАЭ, которая позволяет настраивать внешний вид карты и Egrab. Банк также предлагает широкий спектр услуг, таких как персональные, оптовые, казначейские банковские услуги и многое другое.
Noor Bank	Еще один популярный банк в Дубае, предоставляющий исламские банковские услуги в соответствии с законами шариата. Этот банк относительно молод, но он имеет большой успех на рынке шариатских банковских услуг Дубая, предлагая эффективные, быстрые и безопасные услуги. Банк предоставляет своим клиентам лучшие банковские услуги в Дубае, соответствующие нормам шариата, от исламских счетов и депозитов до альтернатив личного финансирования и финансирования бизнеса, что делает его одним из лучших исламских банков ОАЭ.
Union National Bank	Это один из ведущих местных банков ОАЭ, основанный в 1982 г., как публичное акционерное общество с главным офисом в Абу-Даби. Ориентируясь на запросы потребителей, начиная от базовых и заканчивая сложными требованиями к корпоративным организациям, банк предоставляет широкий спектр товаров и услуг. Банк предлагает широкий спектр услуг и продуктов, таких как личный, деловой, частный и исламский банкинг.
Dubai Islamic Bank	Это один из первых банков в Дубае и ОАЭ, предоставляющий финансовые решения, соответствующие законам шариата. Он был основан в 1975 г. дин из крупнейших исламских банков в стране с более чем 90 филиалами в ОАЭ. Он специализируется на широком спектре финансовых услуг для частных лиц и компаний, таких как сберегательные планы, открытие счетов в исламском банке и многое другое.
Emirates NBD	С момента своего основания в 2007 г. этот банк стал одним из крупнейших в Дубае. Открытие исламского текущего счета и выбор из множества депозитных планов, использующих системы распределения прибыли – это лишь две из множества финансовых услуг по шариату, которые банк предоставляет в Дубае. Он также предоставляет оптовые банковские услуги в соответствии с шариатом предприятиям в сфере производства, строительства, недвижимости, торговли, гостиничного бизнеса, здравоохранения, образования и других отраслях.

Ежемесячные показатели свидетельствуют о постоянной динамике: в феврале 2023 г. объем кредитования вырос на 0,91% до 397 млрд. AED. Депозиты в исламских банках были еще одной областью положительных показателей, зафиксировав рост на 6,2% в годовом исчислении достигнув показателей в 453,4 млрд. AED в I кв. 2023 г. Тем временем инвестиции в исламский банковский сектор достигли рекордного уровня в 111,5 млрд. AED.

Для сравнения, обычные банки, которые по-прежнему сохраняют доминирующее положение в банковской экосистеме ОАЭ, зафиксировали совокупные активы в размере 3,12 трлн. AED, что больше на 14,1%. На традиционные банки приходится 82,7% от общего объема активов банков ОАЭ, остальная часть принадлежит исламским банкам.

В банковском секторе страны также произошли заметные изменения в сфере сберегательных вкладов. Центральный банк сообщил о росте ежемесячных сберегательных вкладов на 7,4%, достигнув в марте 2023 г. отметки в 263 млрд. AED. В годовом исчислении произошло увеличение на 4,7%, основная доля сберегательных вкладов была проведена в местной валюте, дирхаме ОАЭ, что составляет 80,4% от общей суммы.

Тенденция к увеличению сберегательных вкладов не демонстрирует признаков ослабления, Центральный банк наблюдает устойчивый рост более, чем в 1,5 раза на протяжении четырех лет, а именно с 152 млрд. AED в 2018 г. до 245,8 млрд. AED в 2022 г. Наряду с этим выросли и депозиты до востребования, так в марте 2023 г. депозиты до востребования выросли до 918,95 млрд. AED, что на 3,25% больше по сравнению с аналогичным периодом в 2022 г. Здесь также доминировал дирхам ОАЭ, который составлял 71,8% от общего объема депозитов.

Областью экспоненциального роста были срочные депозиты, которые в марте 2023 г. выросли на 29,5% в годовом исчислении, на местную валюту приходилось 58,8% от общего объема срочных депозитов.

К концу марта 2023 г. объемы банковских инвестиций показали рекордно высокие цифры, а именно 549 млрд. AED. Это был самый высокий показатель за всю историю и представлял собой колоссальный рост на 16% в годовом исчислении. Значительную часть этих инвестиций составили ценные бумаги 45,6%.

Исходя из вышесказанного финансовый сектор ОАЭ, включающий в себя, как исламские, так и традиционные компоненты, демонстрирует признаки устойчивого роста в условиях быстро развивающегося мирового финансового ландшафта. ОАЭ продолжают укреплять свои позиции как динамичного и развивающегося центра банковского дела и финансов.⁶⁸

Конечно, сложно давать прогнозы в рамках долгосрочных перспектив. Однако качественное использование правительством страны механизмов антикризисного управления при колебаниях системы в 2008 г. и после пандемии, показывает, что в настоящее время, финансовый сектор будет соревноваться только с одним конкурентом — с самим собой, работая на улучшение, создавая новые высокие планки и расширяя горизонты. Он будет с легкостью подстраиваться к изменяющемуся ландшафту, при этом в качестве рисков можно отметить возникновения пузырей на сопряженных рынках, которые в случае крахов повлекут за собой и финансовый сектор.

Список литературы

1. Klaus Schwab, Saadia Zahidi, World Economic Forum. How Countries are Performing on the Road to Recovery. The Global Competitiveness Report [Электронный ресурс] — The World Economic Forum — SPECIAL EDITION 2020 — Режим доступа: [https://www3.weforum.org/docs/WEF_The Global Competitiveness Report 2020. pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Competitiveness_Report_2020.pdf), свободный — Загл. с экрана. — Яз. англ.
2. UAE ISLAMIC FINANCE REPORT 2023: The Year of Sustainability [Электронный ресурс] — Central Bank of the United Arab Emirates — Режим доступа: https://www.centralbank.ae/media/djmorepc/cbuae_uae-islamic-finance-report-2023.pdf, свободный — Загл. с экрана. — Яз. англ.
3. FINANCIAL STABILITY REPORT 2022 [Электронный ресурс] — Central Bank of the United Arab Emirates. — Режим доступа: <https://www.centralbank.ae/media/dbrc3tgl/cbuae-fsr-report-2022.pdf>, свободный — Загл. с экрана. — Яз. англ.

⁶⁸ Hafiz. M. Ahmed. UAE Islamic Banks Report 7.3% Asset Increase in Q1 2023. Jun 21, 2023 (URL: <https://www.halaltimes.com/uae-islamic-banks-report-7-3-asset-increase-in-q1-2023/>) (дата обращения 02.01.2024).

4. United Arab Emirates Monetary, Banking & Financial Markets Developments 2023–2023 – 3rd Quarter Report December 2023 [Электронный ресурс] – Central Bank of the United Arab Emirates – Режим доступа: https://sanadak.mblm.ae/media/ebep1c04/uae-monetary-banking-financial-markets-developments-report-q3-september-2023-e-_151123.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
5. Mohammad Bayzid, Asma Alshamsi, Salah Albeshr, Aaron Smith, Shamma Al Mulla, Meshal Almutairi, Haitham Nobanee. Overview of Financial Institutions in the United Arab Emirates – April 2020SSRN Electronic Journal. – DOI: 10.2139/ssrn.3579299 (URL: https://www.researchgate.net/publication/340731673_Overview_of_Financial_Institutions_in_the_United_Arab_Emirates).
6. Zarrouk, H., El Ghak, T. and Abu Al Haija, E. (2017), «Financial development, Islamic finance and economic growth: evidence of the UAE», Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol. 8 No. 1, pp. 2–22. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2015-0020>.
7. Zarrouk, Hajer, Teheni El Ghak, and Abderazak Bakhouch. 2021. «Exploring Economic and Technological Determinants of FinTech Startups’ Success and Growth in the United Arab Emirates» Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity 7, no. 1: 50. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010050>.
8. Kumar V. Evaluating the financial performance and financial stability of national commercial banks in the UAE. International Journal of Business and Globalisation. 2016. Т. 16. №. 2. С. 109–128.
9. Бабенкова С.Ю. Развитие финансовой системы Саудовской Аравии как одно из ключевых направлений в экономике страны. Путеводитель предпринимателя. 2022. Т. 15. № 1. С. 18–33. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-1-18-33>).
10. Бабенкова С.Ю. Пруденциальный надзор исламских банков, как инструмент хеджирования от экономических кризисов. Путеводитель предпринимателя. 2017. № 35. С. 38–46.

References

1. Klaus Schwab, Saadia Zahidi, World Economic Forum. How Countries are Performing on the Road to Recovery. The Global Competitiveness Report [Электронный ресурс] – The World Economic Forum – SPECIAL EDITION 2020 – Режим доступа: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
2. UAE ISLAMIC FINANCE REPORT 2023: The Year of Sustainability [Электронный ресурс] – Central Bank of the United Arab Emirates – Режим доступа: https://www.centralbank.ae/media/djmorep/cbuae_uae-islamic-finance-report-2023.pdf, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
3. FINANCIAL STABILITY REPORT 2022 [Электронный ресурс] – Central Bank of the United Arab Emirates – Режим доступа: <https://www.centralbank.ae/media/dbrc3tgl/cbuae-fsr-report-2022.pdf>, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
4. United Arab Emirates Monetary, Banking & Financial Markets Developments 2023–2023 – 3rd Quarter Report December 2023 [Электронный ресурс] – Central Bank of the United Arab Emirates – Режим доступа: https://sanadak.mblm.ae/media/ebep1c04/uae-monetary-banking-financial-markets-developments-report-q3-september-2023-e-_151123.pdf, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
5. Mohammad Bayzid, Asma Alshamsi, Salah Albeshr, Aaron Smith, Shamma Al Mulla, Meshal Almutairi, Haitham Nobanee. Overview of Financial Institutions in the United Arab Emirates – April 2020SSRN Electronic Journal – DOI:10.2139/ssrn.3579299 (URL: https://www.researchgate.net/publication/340731673_Overview_of_Financial_Institutions_in_the_United_Arab_Emirates).
6. Zarrouk, H., El Ghak, T. and Abu Al Haija, E. (2017), «Financial development, Islamic finance and economic growth: evidence of the UAE», Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol. 8 No. 1, pp. 2–22. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2015-0020>.
7. Zarrouk, Hajer, Teheni El Ghak, and Abderazak Bakhouch. 2021. «Exploring Economic and Technological Determinants of FinTech Startups’ Success and Growth in the United Arab Emirates» Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity 7, no. 1: 50. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010050>.
8. Kumar V. Evaluating the financial performance and financial stability of national commercial banks in the UAE. International Journal of Business and Globalisation. 2016. Т. 16. №. 2. С. 109–128.
9. Babenkova S.Yu. Development of the financial system of Saudi Arabia as one of the key areas in the country’s economy. Entrepreneur’s guide. 2022. Т. 15. № 1. С. 18–33. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2022-15-1-18-33>).
10. Babenkova S.Yu. Prudential supervision of Islamic banks as a hedge against economic crises. Entrepreneur’s guide. 2017. № 35. С. 38–46.

Развитие подходов в управлении рисками в факторинговых компаниях ¹

И. Д. Голованов

студент

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Россия
golovanovila68@gmail.com*

Научный руководитель:

В. Б. Фролова

*кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры
кафедра финансового и инвестиционного менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Россия
viktorinafrolova@mail.ru*

Аннотация: Снижение количества рисков и уменьшение ущерба от них является сегодня задачей каждого предприятия, в том числе факторинговых компаний. Современные методы борьбы с мошенничеством и неплатежеспособностью контрагентов с каждым днем теряют свою актуальность. В таких ситуациях необходимо обратиться к инновациям и технологиям в области финансовых услуг, которые сегодня уже активно используются международными компаниями и имеют все шансы на их адаптацию на российском рынке. Предметом исследования является изучение и анализ современных технологий и инновационных методов управления рисками.

Исследовательские результаты заключаются в выявлении основных рисков факторинговых компаний, анализ существующих инновационных технологий для борьбы с ними и разработка предложений по их использованию на российском рынке.

Ключевые слова: факторинговая компания, риски, инновационные подходы, искусственный интеллект, блокчейн, смарт-контракты.

Для цитирования: Голованов И.Д. Развитие подходов в управлении рисками в факторинговых компаниях. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 37–42. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-37-42>.

Development of risk management approaches in factoring companies

I. D. Golovanov

Student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
golovnovavila68@gmail.com*

Scientific Supervisor:

V. B. Frolova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Prof. of the Department
Finance and Investment Management Department,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
viktorinafrolova@mail.ru*

¹ Статья подготовлена в рамках временного творческого студенческого коллектива (ВТСК) «Управление рисками факторинговой компании».

Abstract: Reducing the number of risks and reducing damage from them is the task of every enterprise, including factoring companies. Modern methods of combating fraud and insolvency of counterparties are losing their relevance every day. In such situations, it is necessary to turn to innovations and technologies in the field of financial services, which are already actively used by international companies today and have every chance of their adaptation in the Russian market.

The subject of the research is the study and analysis of modern technologies and innovative methods of risk management. The research results consist in identifying the main risks of factoring companies, analyzing existing innovative technologies to combat them and developing proposals for their use in the Russian market.

Keywords: factoring company, risks, innovative approaches, artificial intelligence, blockchain, smart contracts.

For citation: Golovanov I.D. Development of risk management approaches in factoring companies. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 37–42. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-37-42>.

В современном мире бизнес ежедневно сталкивается с различными трудностями. В условиях экономической нестабильности и растущей конкуренции компании вынуждены искать новые источники привлечения средств и решения своих финансовых проблем. Одним из самых популярных финансовых инструментов на сегодняшний день является факторинг,² который на практике представляет собой возможность для покупателя приобретать товар с отсрочкой, а продавцу — получить ожидаемую выручку, уступая при этом компании фактору право требовать плату за поставленный товар или оказанную услугу.³

Актуальность исследования на эту тему заключается в том, что факторинговые компании,⁴ также как и остальные участники финансового рынка, сталкиваются с рядом рисков, которых ввиду популярности услуги и ростом случаев мошенничества с каждым годом становится все больше. Именно анализ зарубежных инновационных подходов в области факторинговых услуг и разработка предложений по использованию международной практики в российских компаниях⁵ должен стать одним из первых шагов на пути решения проблем и создания безопасной системы оказания факторинговых услуг.⁶ Объектом исследования являются риски современных факторинговых компаний и методы управления ими.⁷

Исследование показало, что на сегодняшний день факторинговые компании сталкиваются в основном с двумя видами рисков: те, что напрямую связаны с клиентом, и те, которые возникают в процессе работы с должником.

Для начала необходимо разобрать клиентский риск. Как правило, клиентами факторинговых компаний являются те, кто на постоянной основе продает товар или услугу с отсрочкой и при этом желает получать обещанные деньги сразу после поставки. На первый взгляд не всегда ясно, какие именно риски могут возникнуть с компанией, которая сама заинтересована в том, чтобы получить меньшую сумму быстрее положенного и дальше использовать её в своих бизнес-процессах. Как правило, при факторинге без регресса, то есть клиент не несет ответственности за платежеспособность покупателя, то тут возникает риск мошенничества. Проведенное исследование позволило выявить следующие ситуации:

1) Поддельные счета-фактуры. Продавец-клиент может мошенническим образом выставить счета-фактуры, оформляя документы на неполные или несуществующие товары и услуги.

² Казакова Д.А., Сафонова И.Ю. Проблемы и перспективы развития факторинговых операций коммерческих банков РФ. Скиф. 2022. № 12 (76).

³ Ивасенко А. Г. Факторинг: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. — Москва: КноРус, 2024. 220 с. ISBN 978-5-406-12267-9.

⁴ Емельянов В., Покаместов И. Практические вопросы организации деятельности факторинговой компании на российском рынке. РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2014. № 2. С. 242–247.

⁵ Самусева В.В. Рынок факторинга в России и международный факторинг: практика применения факторинговых операций / В.В. Самусева. Аллея науки. 2020. Т. 1, № 8 (47). С. 156–160.

⁶ Леднев М.В., Покаместов И.Е. Построение системы управления рисками при проведении факторинговых операций. Управление финансовыми рисками. 2018. № 3. С. 192–201.

⁷ Кириллова Н.В. Риск-менеджмент в факторинговых компаниях. Финансовая экономика. 2020. № 3. С. 148–150.
Кириллова Н.В. Факторинговые риски и методы их управления. Финансовая экономика. 2021. № 5. С. 261–263.

Это может быть сделано в сговоре с покупателем или без него. Если в данном случае компания авансирует такой счет фактуры, то обычно вернуть такие деньги довольно сложно и счета признаются безнадежными.

2) Отсутствие уведомления клиента о договоре факторинга. Обычно после того, как договор факторинга подписан и задолженность покупателя переходит к фактору, продавец должен уведомить его об этом и предоставить новые платёжные реквизиты. Однако на практике случается такое, что этого уведомления не происходит и продавец за свой товар получает двойную оплату по счету-фактуре.

3) Несуществующий покупатель. Также поставка может осуществиться несуществующему или несуществующему покупателю, который на самом деле не ведет никакой хозяйственной деятельности и служит только для незаконного получения аванса от факторинговой компании.

4) Двойное финансирование. Ситуация, когда дебитор заключает по одному счету фактуры договор с несколькими факторинговыми компаниями одновременно.

Все эти и другие мошеннические схемы ежедневно эволюционируют и применяются на мелких и крупных факторинговых компаниях.

Помимо этого к рискам можно отнести возврат товара, при котором факторинговая компания может полностью лишиться ожидаемой оплаты. Если брать факторинг с регрессом, когда клиент несет в том числе материальную ответственность за платежеспособность своих покупателей, то в данном случае существуют риск столкнуться с банкротством самого клиента, который не только не сможет вернуть обещанные проценты и заплатить комиссию, но и ввиду большого количества долгов не вернет выданный факторинговой компанией аванс.

Также исследование показало, что не менее важным является риск, возникающий с должником. По сути, главным вопросом в данном случае может являться только платежеспособность дебитора и его надежность с точки зрения выполнения своих обязательств.⁸ Как в случае регресса, так и без него, при неосуществлении оплаты за поставленный товар, факторинговая компания, так или иначе, несет убытки, потому что ей приходится прилагать дополнительные силы и задействовать больше ресурсов для получения денег либо с должника, либо с клиента, который обязан будет все возместить.

Проведенный автором анализ показал, что в современной практике выработаны определенные алгоритмы преодоления вышеописанных рисков ситуаций. Например, под неполное или частичное исполнение обязательств и тем самым потерю ликвидности, компании создают специальный резерв, а также используют диверсификацию покупателей одного клиента. На случай полного невыполнения обязательств, которое, как уже было установлено, может касаться как клиента, так и его дебитора, применяется оценка платежеспособности и установка лимита на объем финансирования. Также под этой случай компании могут создавать резервы под безнадежные задолженности. В случае неисполнения обязательств в связи с банкротством, факторинговая компания может застраховать портфель факторинговых сделок или отдельную сделку, чтобы в случае наступления рискованного события не понести максимальные убытки.

Что касается мошенничества, то на сегодня существуют довольно ограниченные и простые способы борьбы, которые заключаются в запросах в соответствующие агентства и платформы, которые хранят информацию о всех компаниях и результатах их финансово-хозяйственной деятельности. Также в качестве дополнительных мер проверки может осуществляться запрос на подтверждение о получении товара по каждой из сделок или посещение склада должника для личной проверки осуществленной в рамках счета-фактуры поставки.

Не исключено, что данных мер в конкретной ситуации может быть вполне достаточно. Однако нельзя забывать о том, что мир не стоит на месте и вместе с тем, как быстро развиваются технологии и различные инструменты, в том числе финансового, мира, вместе с тем и появляются новые риски и новые способы нелегально получить оплату или её избежать.

⁸ Фадеев А.С. Специфика формирования дебиторской и кредиторской задолженностей и механизмы управления ими на предприятии. Вестник науки. 2024. № 1 (70).

Для решения данной проблемы в рамках статьи предлагается обратиться к инновационным технологиям, которые уже апробированы на примере деятельности различных зарубежных компаний и стран, но не в области факторинга.

Первым на очереди предлагается рассмотреть возможность использования искусственного интеллекта⁹ для анализа своих кредиторов и дебиторов и избегания случаев мошенничества.

Суть использования искусственного интеллекта в данном контексте должна заключаться в быстром анализе больших данных, которые представляют собой всю имеющуюся на просторах интернета информацию о компании, и своевременном реагировании на подозрительные моменты. Результат исследования показал, что совершенные и хорошо обученные модели также могут быть способны сразу делать готовые выводы на основе обработанных данных.

Кроме этого, искусственный интеллект может использоваться для анализа совокупности финансовых показателей клиента, расчета дополнительных показателей и тем самым, например, определения лимита по авансированной выручке.

Примером использования таких технологий на практике может являться компания Kabbage¹⁰, которая сегодня уже в составе American Express продолжает заниматься онлайн кредитованием малого и среднего предпринимательства. Данный тип бизнеса также как и факторинг имеет риск потерять деньги из-за банкротства или неплатежеспособности клиента. Поэтому ими была внедрена технология работы искусственного интеллекта на основе данных в реальном времени, которая не только помогает компании знать раньше клиента о том, что ему потребуется кредит, но и довольно быстро проверять всю информацию по его личному делу и формировать ответ в виде согласия, либо отказа в кредитовании. На сегодняшний день, по заявлению руководства компании, клиентский путь в процессе получения кредитования составляет около 8 минут.

Данный инновационный подход позволяет всем кредитным и финансовым компаниям практически полностью избежать риска неплатежеспособности и при этом увеличить эффективность принятия решений о предоставлении своих услуг.

Помимо проверки своего контрагента факторинговым компаниям также необходимо заботиться о безопасности проводимых транзакций, которые, например, в случае мошенничества бывает невозможно отследить, и поданных счетов-фактур, проверка подлинности которых может занять много времени и ресурсов. Автором было определено, что в таком случае лучше всего обратиться к технологии блокчейн.¹¹ Её суть заключается в существовании децентрализованной базы данных с записями о транзакциях в цепочке, где каждый блок связан с предыдущим с использованием криптографических методов. Эти блоки хранятся на множестве компьютеров в сети, что делает их изменение или подделку практически невозможным без согласия большинства участников сети. Таким образом, блокчейн в рамках оказания факторинговых услуг может помочь в создании смарт-контрактов¹² или цифровых счетов-фактур. Суть будет заключаться в том, что условия договора факторинга или счет фактур будет кодироваться и заноситься в систему блокчейн. Контроль за выполнением условий будет автоматизирован и позволит не только следить за оплатой по договору, но также проверять сроки и автоматически выставлять штрафы или накладывать санкции. Более того, если брать факторинг с регрессом, то в рамках смарт контракта можно оцифровать то или иное имущество клиента и поставить цифровое право владения этим имуществом в качестве залога.¹³ Если условия будут нарушены, то благодаря этому компания мгновенно получит право владения и её не потребуется нести судебные или иные виды издержек в связи с неуплатой.

⁹ Кашеварова Н.А., Панова Д.А. Анализ современной практики применения технологий искусственного интеллекта в финансовой сфере и его влияние на трансформацию финансовой экосистемы. Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 8. С. 1565–1580.

¹⁰ <https://www.cbinsights.com/research/kabbage-kathryn-petralia-future-fintech/>.

¹¹ Пушкарев Д.С., Греф С.В., Маркевич М.Ю., Сафарова А.И. Автоматизация факторинговых процессов на основе технологии Blockchain. Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 5-3 (99). С. 51–55.

¹² <https://www.binance.com/ru/blog/ecosystem/что-такое-смартконтракты-на-блокчейне-5083170040188056493>.

¹³ <https://www.novuna.co.uk/news-and-insights/business-cash-flow/smart-contract-and-invoice-finance-the-blockchain/>.

В рамках исследования было выявлено, что использование данной технологии делает процесс более дешевым, быстрым и безопасным не только для фактора, но и для дебитора, так как при снижении своих издержек компания может снижать комиссию или предлагать более выгодные условия по финансированию.¹⁴

Пример использования такой схемы можно наблюдать не только в иностранных компаниях и странах, например Белоруссии¹⁵, которая первая в мире легализовала смарт контракты, но и в нашей стране. С начала 2017 года два крупных ритейлера М.Видео и Эльдорадо активно используют данный финансовый инструмент и более 65% всех совершаемых этими компаниями сделок осуществляются с помощью блокчейна.¹⁶

В заключение необходимо отметить, что по результатам проведенного исследования было выявлено следующее: современные факторинговые компании в России имеют в своем арсенале ряд мер по снижению рисков,¹⁷ связанных со своими контрагентами, в первую очередь в рамках борьбы с мошенничеством со стороны клиентов. Однако ввиду развития технологий и их интеграции в различные финансовые инструменты у факторов сегодня есть реальная возможность ещё сильнее обезопасить свои бизнес-процессы и автоматизировать их. Не исключено, что внедрение инноваций потребует значительных инвестиций и времени для обучения и апробации. Тем не менее нет сомнений, что следование трендам на цифровизацию и использование нейросетей и искусственного интеллекта в ближайшем будущем поможет достичь стабильности, избавиться от ряда рисков. Более того подобные изменения помогут компаниям быстрее адаптироваться к различного рода рыночным переменам и создадут конкурентные преимущества¹⁸, так как оказание факторинговых услуг станет более дешевым и безопасным для всех участников процесса.

Список литературы

1. Емельянов В., Покаместов И. Практические вопросы организации деятельности факторинговой компании на российском рынке. РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2014. № 2. С. 242–247.
2. Ивасенко А.Г. Факторинг: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – Москва: КноРус, 2024. 220 с. ISBN 978-5-406-12267-9.
3. Казакова Д.А., Сафонова И.Ю. Проблемы и перспективы развития факторинговых операций коммерческих банков РФ. Скиф. 2022. № 12 (76).
4. Кашеварова Н.А., Панова Д.А. Анализ современной практики применения технологий искусственного интеллекта в финансовой сфере и его влияние на трансформацию финансовой экосистемы. Креативная экономика. 2020. Т. 14. № 8. С. 1565–1580.
5. Кириллова Н.В. Риск-менеджмент в факторинговых компаниях. Финансовая экономика. 2020. № 3. С. 148–150.
6. Кириллова Н.В. Факторинговые риски и методы их управления. Финансовая экономика. 2021. № 5. С. 261–263.
7. Кислицын М.М. Электронный факторинг в процессе управления дебиторской задолженностью. Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 5-2 (99). С. 22–26.
8. Леднев М.В. Система управления рисками в факторинговой компании: построение и повышение конкурентоспособности. Управление финансовыми рисками. 2018. № 4. С. 296–306.
9. Леднев М.В. Современные методы снижения рисков факторинговых операций: перспективы внедрения и применения. Управление финансовыми рисками. 2020. № 4. С. 272–278.
10. Леднев М.В., Покаместов И.Е. Построение системы управления рисками при проведении факторинговых операций. Управление финансовыми рисками. 2018. № 3. С. 192–201.

¹⁴ Кислицын М.М. Электронный факторинг в процессе управления дебиторской задолженностью. Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 5-2 (99). С. 22–26.

¹⁵ <https://habr.com/ru/articles/409061/>.

¹⁶ <https://inlnk.ru/0QlgM5>.

¹⁷ Леднев М.В. Современные методы снижения рисков факторинговых операций: перспективы внедрения и применения. Управление финансовыми рисками. 2020. № 4. С. 272–278.

¹⁸ Леднев М.В. Система управления рисками в факторинговой компании: построение и повышение конкурентоспособности. Управление финансовыми рисками. 2018. № 4. С. 296–306.

11. Пушкарев Д.С., Греш С.В., Маркевич М.Ю., Сафарова А.И. Автоматизация факторинговых процессов на основе технологии Blockchain. Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 5-3 (99). С. 51–55.
12. Самусева В.В. Рынок факторинга в России и международный факторинг: практика применения факторинговых операций / В.В. Самусева. Аллея науки. 2020. Т. 1, № 8(47). С. 156–160.
13. Фадеев А.С. Специфика формирования дебиторской и кредиторской задолженностей и механизмы управления ими на предприятии. Вестник науки. 2024. № 1 (70).

References

1. Yemelyanov V., Pokamestov I. Practical issues of organizing the activities of a factoring company in the Russian market. RISK: Resources, Information, Supply, Competition. 2014. No. 2. Pp. 242–247.
2. Ivasenko A.G. Factoring: a textbook / A.G. Ivasenko, Ya. I. Nikonova. – Moscow: KnoRus, 2024. 220 p. ISBN 978-5-406-1226-9.
3. Kazakova D.A., Safonova I.Yu. Problems and prospects of development of factoring operations of commercial banks of the Russian Federation. Skif. 2022. No.12 (76).
4. Kashevarova N.A., Panova D.A. Analysis of the modern practice of using artificial intelligence technologies in the financial sector and its impact on the transformation of the financial ecosystem. Creative Economics. 2020. Vol. 14. No. 8. Pp. 1565–1580.
5. Kirillova N.V. Risk management in factoring companies. Financial Economics. 2020. No. 3. Pp. 148–150.
6. Kirillova N.V. Factoring risks and methods of their management. Financial Economics. 2021. No. 5. Pp. 261–263.
7. Kislitsyn M.M. Electronic factoring in the process of accounts receivable management. Economics and Business: theory and practice. 2023. No. 5-2 (99). Pp. 22–26.
8. Lednev M.V. Risk management system in a factoring company: building and improving competitiveness. Financial risk management. 2018. No. 4. Pp. 296–306.
9. Lednev M.V. Modern methods of reducing the risks of factoring operations: prospects for implementation and application. Financial risk management. 2020. No. 4. Pp. 272–278.
10. Lednev M.V., Pokamestov I.E. Building a risk management system during factoring operations. Financial risk management. 2018. No. 3. Pp. 192–201.
11. Pushkarev D.S., Gref S.V., Markevich M.Yu., Safarova A.I. Automation of factoring processes based on Blockchain technology. Economics and Business: theory and practice. 2023. No. 5-3 (99). Pp. 51–55.
12. Samuseva V.V. The factoring market in Russia and international factoring: the practice of applying factoring operations / V.V. Samuseva. Alley of Science. 2020. Vol. 1, No. 8(47). Pp. 156–160.
13. Fadeev A.S. The specifics of the formation of receivables and payables and their management mechanisms at the enterprise. Bulletin of Science. 2024. № 1 (70).

Некоторые аспекты развития системы внутреннего контроля на предприятии

Н. Н. Губачёв

кандидат философских наук, доцент
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство),
Москва, Россия
nn_gubachev@mail.ru

Аннотация: Компания устанавливает внутренний контроль в качестве меры противодействия правонарушениям и инструмента защиты интересов компании. Внутренний контроль — это процедуры, внедряемые компанией для предотвращения мошенничества, повышения подотчетности и обеспечения целостности финансовых данных. Внутренний контроль уникален для каждой компании и разрабатывается в соответствии с размером и структурой компании. Эффективный внутренний контроль направлен на достижение целей компании и защиту интересов компании. Внутренний контроль не только устраняет риски для компании, но и сокращает ненужные затраты или усилия. Внутренний контроль гарантирует соблюдение компанией федеральных законов и нормативных актов в области управления финансовыми данными. Надежный внутренний контроль может повысить операционную эффективность и обеспечить достоверность финансовой отчетности во время внутренних или внешних аудитов.

Ключевые слова: внутренний контроль, финансы, мошенничество, мониторинг, эффективность.

Для цитирования: Губачев Н.Н. Некоторые аспекты развития системы внутреннего контроля на предприятии. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 43–47. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-43-47>.

Some aspects of the development of the internal control system at the enterprise

N. N. Gubachev

Cand. Sci. (Philosoph.), Assoc. Prof.
Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art),
Moscow, Russia
nn_gubachev@mail.ru

Abstract: The Company establishes internal control as a measure to counteract violations and a tool to protect the interests of the company. Internal controls are procedures implemented by a company to prevent fraud, increase accountability, and ensure the integrity of financial data. Internal controls are unique to each company and are designed according to the size and structure of the company. Effective internal control is aimed at achieving the company's goals and protecting the company's interests. Internal control not only eliminates risks for the company, but also reduces unnecessary costs or efforts. Internal control ensures that the company complies with federal laws and regulations in the field of financial data management. Reliable internal controls can improve operational efficiency and ensure the reliability of financial statements during internal or external audits.

Keywords: internal control, finance, fraud, monitoring, efficiency.

For citation: Gubachev N.N. Some aspects of the development of the internal control system at the enterprise. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 43–47. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-43-47>.

Развитие экономики способствует тому, что современные предприятия имеют лучшие перспективы развития и более широкое пространство для развития. Чтобы деятельность экономических субъектов была эффективной, «они должны быть полностью обеспечены финансовыми ресурсами, которые необходимы для нормальной работы предприятия, целесообразно их размещать и эффективно применять, а также иметь финансовые взаимоотношения с физическими и юридическими лицами, платежеспособность и финансовую устойчивость»¹. Однако в условиях все

¹ Курако О.А. Внутренний контроль как важный фактор экономической безопасности предприятия. Экономическая среда. 2018. № 4 (26). С. 115–119.

более жесткой рыночной конкуренции предприятия нуждаются во внутренних системах мониторинга результатов своей работы.

В 1980-х годах в Соединенных Штатах было зарегистрировано множество случаев финансового мошенничества, которые привели к банкротству предприятий. В связи с чем, Национальный комитет по информированию о мошенничестве принял ряд нормативных актов для решения проблемы масштабного мошенничества, ключевым из которых было создание Комитета по ложной финансовой отчетности (Комитет COSO) в 1985 году. Основная цель его создания — использовать проверку корпоративной финансовой отчетности для пресечения мошенничества и формирование системы базовых данных для превентивного обнаружения потенциальных возможностей использования мошеннических схем.

Аналитиками Комитета COSO по сей день проводится глубокое изучение причин банкротства предприятий и феномена недостоверных финансовых отчетов. В результате многолетних исследований мошенничества на предприятиях США было обнаружено, что все они указывают на слабый эффект внутреннего контроля (ВК) предприятий.

В соответствии с определением Комитета COSO внутренний контроль — это «процедуры, применяемые советом директоров, менеджментом и другими лицами компании для обеспечения разумной уверенности: эффективности операций, достоверности финансовой отчетности и соблюдения применимых законов и нормативных актов»².

Шуйпэн В. И др. провели углубленное исследование по внутреннему контролю и подытожили следующие моменты: во-первых, внедрение системы внутреннего контроля требует, прежде всего, установления цели, что впоследствии будет являться ориентиром его проведения³. Во-вторых, должен быть ясен принцип, согласно которому внутренний контроль сам по себе является не целью, а методом. Ни одно предприятие не создается для осуществления внутреннего контроля, но внутренний контроль — это процесс, в котором основополагающая цель (т.е. получение прибыли за счет создания блага) постоянно меняется в зависимости от бизнес-среды. В-третьих, внутренний контроль существует не сам по себе, он всегда проходит через производственную и операционную деятельность предприятия и в определенной степени может обеспечить предприятию гарантию достижения цели. В-четвертых, при установлении целей внутреннего контроля следует учитывать влияние внутренней и внешней среды. Эффективный контроль за средой предприятия может сделать цель внутреннего контроля более ясной. В-пятых, роль сотрудников во внутреннем контроле предприятия имеет две стороны: они осуществляют контроль в своей собственной работе, а также они являются объектом контроля в работе других. В-шестых, для предприятия самое важное — это сотрудники. Поэтому процедура внутреннего контроля разрабатывается с учетом «человеческого» фактора для того, чтобы была сформирована общая концепция влияния на всю систему внутреннего контроля предприятия.

До 1990-х годов, до того, как были предложены общие рамки ВК, развитие системы внутреннего контроля не проводили оценку рисков. Предприятия всегда сталкиваются со многими рисками в процессе производства и эксплуатации, и у каждого есть своя собственная установленная цель, которая обуславливает производственную деятельность⁴. Для достижения поставленных целей предприятиям часто необходимо выявлять и анализировать риски, с которыми они могут столкнуться в своей деятельности. Кроме того, предприятия находятся в постоянно меняющейся внутренней и внешней среде, и им необходимо создать набор механизмов для хеджирования рисков.

Важное значение для формирования и эффективной деятельности системы внутреннего контроля имеет информационно-коммуникационная система. Эта система предоставляет отчет-

² The COSO Committee glossary. URL:<https://www.coso.org/> (дата обращения: 12.02.2024 г.).

³ Shuipeng W., Hanwen C., Xiandi S. The Development and Enlightenment of the Enterprise Internal Control Theory. *Accounting Research*. 2000. № 5. С. 2–8.

⁴ Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Васильева Е.В. и др. Методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами в эпоху цифровой трансформации. Монография. — Орел: Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС, 2022.

ты об оперативной, финансовой и иной деятельности для поддержки выполнения контрольных мероприятий. Сотрудники могут получать актуальную информацию о предприятии через информационно-коммуникационную систему, которая помогает им сориентироваться в ситуации.

Система внутреннего контроля не является статичной. В условиях постоянно меняющейся рыночной среды система ВК нуждается в постоянном обновлении, поэтому за ней необходимо осуществлять надзор, чтобы гарантировать ее надлежащий эффект. Предприятия обычно используют независимую оценку для мониторинга внутреннего контроля.

Эшбо-Скайф К. и другие исследовали основные факторы, приводящие к сбою системы внутреннего контроля. Их исследование показывает, что компании, которые скрывают недостатки в системе ВК, более хаотичны в своей собственной деятельности, с более высокими бухгалтерскими рисками, меньшим количеством аудиторов и меньшими доступными ресурсами внутреннего контроля ⁵.

Дойл Д. и др. пришли к выводу, что компании с большей вероятностью будут иметь проблемы с внутренним контролем, если им (компаниям) характерны следующие признаки: небольшие по размеру и прибыли, что свидетельствует о том, что у таких компаний нет дополнительных ресурсов для ведения внутреннего контроля; а также компании со сложной структурой или быстрым развитием ⁶.

Обнаружение дефектов внутреннего контроля является важным фактором того, изменит ли компания свое руководство. Компании, у которых обнаружены недостатки внутреннего контроля, — это компании, которые с большей вероятностью реорганизуют своих топ-менеджеров для повышения независимости своего внутреннего аудита, чем компании, которые этого не делают.

Высококачественный внутренний контроль может снизить затраты и операционные риски предприятий. Именно поэтому эксперты советуют инвесторам привлекать компании с недостатками внутреннего контроля, чтобы требовать премию за риск. В процессе присвоения кредитного рейтинга качество внутреннего контроля предприятия также является очень важным фактором.

Таким образом, ученые считают, что усиление внутреннего контроля является эффективным средством снижения затрат на корпоративное финансирование и операционных рисков. При этом инвестиции можно разделить на чрезмерные и недостаточные, в то время как высококачественный внутренний контроль может повысить точность действий предприятия, чтобы избежать чрезмерных инвестиций или недоинвестирования и, как следствие, чтобы повысить инвестиционную эффективность предприятия. А кроме того внутренний контроль также повлияет на финансовую деятельность предприятия, и его влияние в основном отражается на стоимости привлеченного финансирования. Бизнес-среда предприятий связана с высококачественным внутренним контролем. Улучшая качество ВК, предприятие может послать кредиторам хороший сигнал, по которому кредиторы могут судить о том, что риск их инвестиций в предприятие низок, и предприятие может снизить свои финансовые затраты.

Высококачественный внутренний контроль может быть положительным фактором для корпоративного управления. Внутренний контроль — это ряд соответствующих принципов и организационных процедур, установленных руководством предприятия для достижения своих управленческих целей. Таким образом, внутренний контроль обеспечивает полномочия для корпоративного управления. Особенно в условиях все более глубокой маркетизации, когда корпоративная система стала общепризнанной, целью внутреннего контроля больше не является традиционный надзор и управление, но для обеспечения реализации политики, сформулированной руководством, и реализации всего процесса управления деятельностью компании его функции незаменимы.

При функционировании современной корпоративной системы внутренний контроль отражается на всех аспектах внутреннего менеджмента, который стал чрезвычайно важной частью

⁵ Ashbaugh-Skaife H., Collins D., Kinney W. The Discovery and Reporting of Internal Control Decencies Prior to SOX-mandated Audits. *Journal of Accounting and Economics*. 2017. № 44 (1-2) С. 166–192.

⁶ Doyle J., Ge W., McVay S. Determinants of Weaknesses in Internal Control Over Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*. 2019. № 44 (1-2) С. 193–223.

управления компанией. Уровень качества внутреннего контроля тесно связан со степенью надежности механизма корпоративного управления. То есть, чем выше качество внутреннего контроля, тем больше вероятность наличия надежного механизма корпоративного управления.

Фэн М. и др. считают, что усилия по повышению качества внутреннего контроля приносят пользу предприятию⁷. В ходе исследований они обнаружили, что если предприятия не будут уделять внимания повышению качества внутреннего контроля, то точность прогнозирования их будущей деятельности и стратегий управления будет в определенной степени снижена. Они полагают, что, выявляя и изменяя проблемы во внутреннем контроле, это может побудить высшее руководство компании отказаться от своего прежнего ненаучного способа управления, и более качественный внутренний контроль также окажет хорошее влияние на последующие решения руководства.

Качество внутреннего контроля влияет на реакцию рынка. Перед лицом недостатков внутреннего контроля корпоративные инвесторы будут более осторожными и нерешительными, в то время как хороший внутренний контроль привлечет инвесторов, что указывает на то, что инвесторы придают большое значение информации о внутреннем контроле и могут служить им ориентиром для принятия решений.

Изучение научной литературы показывает, что концепция внутреннего контроля не ограничивается только традиционной теорией взаимных ограничений, основанной на бухгалтерском учете и аудите, но также фокусируется на общих рамках предприятия и касается всех членов трудового коллектива, а не только руководство предприятия несет ответственность за проведение внутреннего контроля. Реализуя эту организационную идею, сотрудники могут проявлять инициативу по поддержанию внутреннего контроля, чтобы повысить общую эффективность предприятия. Кроме того, внутренний контроль необходимо сочетать с деловой деятельностью предприятия, а не осуществлять ВК независимым от нее. Таким образом, система внутреннего контроля, разработанная предприятиями, является инструментом управления, который не эквивалентен качественному администрированию.

Список литературы

1. Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Васильева Е.В. и др. Методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами в эпоху цифровой трансформации. Монография. – Орел: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, 2022.
2. Курако О.А. Внутренний контроль как важный фактор экономической безопасности предприятия. Экономическая среда. 2018. № 4 (26). С. 115–119.
3. Ashbaugh-Skaife H., Collins D., Kinney W. The Discovery and Reporting of Internal Control Decencies Prior to SOX-mandated Audits. *Journal of Accounting and Economics*. 2017. № 44 (1-2). С. 166–192.
4. Doyle J., Ge W., McVay S. Determinants of Weaknesses in Internal Control Over Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*. 2019. № 44 (1-2). С. 193–223.
5. Feng M., Li C., McVay S. Internal Control and Management Guidance. *Journal of Accounting and Economics*. 2009. № 48 (2-3). С. 190–209.
6. Shuipeng W., Hanwen C., Xiandi S. The Development and Enlightenment of the Enterprise Internal Control Theory. *Accounting Research*. 2000. № 5. С. 2–8.
7. The COSO Committee glossary. URL: <https://www.coso.org/> (дата обращения: 12.02.2024 г.).

References

1. Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Васильева Е.В. и др. Методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами в эпоху цифровой трансформации. Монография. – Орел: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС, 2022.
2. Курако О.А. Внутренний контроль как важный фактор экономической безопасности предприятия. Экономическая среда. 2018. № 4 (26). С. 115–119.
3. Ashbaugh-Skaife H., Collins D., Kinney W. The Discovery and Reporting of Internal Control Decencies Prior to SOX-mandated Audits. *Journal of Accounting and Economics*. 2017. № 44 (1-2). С. 166–192.

⁷ Feng M., Li C., McVay S. Internal Control and Management Guidance. *Journal of Accounting and Economics*. 2009. № 48 (2-3). С. 190–209.

4. Doyle J., Ge W., McVay S. Determinants of Weaknesses in Internal Control Over Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*. 2019. № 44 (1-2). С. 193–223.
5. Feng M., Li C., McVay S. Internal Control and Management Guidance. *Journal of Accounting and Economics*. 2009. № 48 (2-3). С. 190–209.
6. Shuipeng W., Hanwen C., Xiandi S. The Development and Enlightenment of the Enterprise Internal Control Theory. *Accounting Research*. 2000. № 5. С. 2–8.
7. The COSO Committee glossary. URL: <https://www.coso.org/> (дата обращения: 12.02.2024 г.).

Значимость синдицированного кредита для компаний

В. А. Ефремов

студент

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Россия
lam011@yandex.ru*

Научный руководитель:

Ж. Н. Тропина

кандидат экономических наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Россия
ZNTropina@fa.ru*

Аннотация: В статье рассматривается специфика российского и зарубежного рынка синдицированного кредитования, как значимого источника формирования финансовых ресурсов компаний, реализующих крупномасштабные проекты, рассматриваются проблемы в области синдикаций, возникшие с введением санкций против российских банков и компаний. Автором дается оценка уровня значимости данного типа кредитования для компаний, проводится его сравнение с альтернативными методами привлечения капитала. В статье затрагиваются вопросы, связанные с необходимостью совершенствования законодательного регулирования синдицированного кредитования на российском рынке, определяются перспективы развития данного вида кредитования на российском рынке.

Ключевые слова: синдицированный кредит, синдикации, рынок синдикаций.

Для цитирования: Ефремов В.А. Значимость синдицированного кредита для компаний. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 48–53. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-48-53>.

The importance of syndicated loans for companies

V. A. Efremov

Student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
lam011@yandex.ru*

Scientific Supervisor:

Zh. N. Tropina

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia
ZNTropina@fa.ru*

Abstract: The article examines the specifics of the Russian and foreign syndicated lending market as a significant source of financial resources for companies implementing large-scale projects, examines the problems in the field of syndications that arose with the imposition of sanctions against Russian banks and companies. The author gives an assessment of the level of importance of this type of lending for companies, and compares it with alternative methods of raising capital. The article addresses issues related to the need to improve the legislative regulation of syndicated lending in the Russian market. The prospects for the development of this type of lending in the Russian market are determined.

Keywords: syndicated loan, syndications, syndication market.

For citation: Efremov V.A. The importance of syndicated loans for companies. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 48–53. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-48-53>.

Синдицированное кредитование получило широкое распространение на западных финансовых рынках, практика применения синдицированного кредитования России начала формироваться гораздо позже. Основными факторами, которые определяют уровень использования синдицированного кредитования в отдельной экономике, являются: стабильность экономики, опыт в организации подобных сделок и наработанные деловые контакты среди организаторов. Синдикации интересны для рынка, поскольку они обеспечивают снижение банковских рисков, через распределение рисков между всеми участниками, где каждый несёт ответственности за свою часть. Данный кредитный инструмент позволят в полном объеме и в более короткие сроки аккумулировать необходимый объём денежных ресурсов, которые требуются заёмщику.

На российском рынке присутствует серьезная заинтересованность в развитии проектного финансирования. На текущий момент, можно констатировать, что Россия справляется с внешним давлением во многих областях, но новые источники финансирования действительно требуются.

Российская правовая база в сфере организации синдикатов начала формироваться позднее международной, и поэтому до появления Федерального закона «О синдицированном кредите (займе)» российские организаторы прибегали к использованию документации Ассоциации кредитного рынка LMA, которая подчинена английскому праву. Позднее Ассоциация региональных банков (ныне Ассоциация банков России) вместе с ведущими банками и юридическими компаниями в 2015 создала уточнённый шаблон договора для сделок синдицированного кредита. В 2017 году появился Федеральный закон № 486-ФЗ от 31.12.2017 «О синдицированном кредите (займе)», который координирует организацию синдицированных кредитов в рамках российского правового поля.

Существует серьезная страновая специфика организации синдикаций, которая влияет на состав их участников. В западных странах участниками сделки является: букраннер, оценщик и агент по обеспечению, в России их функции выполняет банк-агент. Компании привлекают ресурсы в разных объемах, для разных целей и разными способами. В частности, это может быть облигационный займ, двухсторонний кредит и синдицированный кредит. Сравним синдицированный кредит с остальными способами привлечения финансирования. С помощью синдиката заёмщик имеет возможность занять крупную сумму в полном объеме. Масштабные проекты в одиночку способны профинансировать только крупные банки, но и у них возникают проблемы. Если заёмщик обращается за крупным кредитом к маленькому банку, то его потребности не будут закрыты полностью, поскольку ЦБ РФ вводит ограничения на максимальный объём выданных банком средств. Согласно инструкции ЦБ № 199-И «Об обязательных нормативах и надбавках к нормативам достаточности капитала банков с универсальной лицензией», отношение суммы кредитных требований к собственным средствам не должно превышать 25%. Синдицированный кредит решает проблему с принятием на баланс банка крупного кредита. Например, в декабря 2019 году компания Газпром привлекла рекордные в своей истории 787 млрд. рублей для строительства Амурского газоперерабатывающего завода. Участниками кредита выступили сразу 22 банка, в том числе, и зарубежные. Установленный срок по выполнению обязательств датируется 2036 годом, то есть кредит такой величины будет уплачен в течение 17 лет.¹

Таблица 1

Сравнение синдицированного кредита с другими способами заимствований капитала²

	Синдицированный кредит	Облигационный займ	Двухсторонний кредит
1) Процентная ставка	Средняя	Высокая	Относительно высокая
2) Диверсификация рисков кредитора	Высокая	Высокая	Низкая
3) Возможность крупного займа	Да	Частично	Нет

¹ Газпром» привлек 11,4 млрд. на Амурский ГПЗ: – URL: <https://www.rbc.ru/business/24/12/2019/5e0222379a7947fcbafcd1c> (дата обращения 09.11.2023).

² Составлено автором на основании обзора экономической литературы.

Продолжение таблицы

	Синдицированный кредит	Облигационный займ	Двухсторонний кредит
4) Трудность организации	Средняя	Высокая	Низкая
5) Доступность	Низкая	Средняя	Высокая
6) Внесение поправок в документации во время финансирования	Да	Очень трудно	Да
7) Индивидуальность	Да	Нет	Частично

Стоимость синдицированного кредита зависит от следующих факторов: типа кредитования, валюты сделки, срока финансирования, ставки и состава участников, с учетом всех этих параметров складывается конечная стоимость ссуды, которую получает заёмщик.

Синдицированный кредит помимо всего набора положительных качеств имеет и определенные недостатки. Поскольку риски делятся между банками-участниками, поиск кредиторов остаётся затруднительным, поскольку не все банки готовы кредитовать крупные проекты и замораживать значительную часть активов.

По данным информационного портала Cbonds, за 2021 год в Российской Федерации объём синдицированного кредитования составил 39,2 млрд. долл. Первое место со значительным отрывом занял Сбербанк, с общей суммой выданных средств в 11 млрд. долл., на втором месте находился Газпромбанк с объемом в 6,53 млрд. долл.³

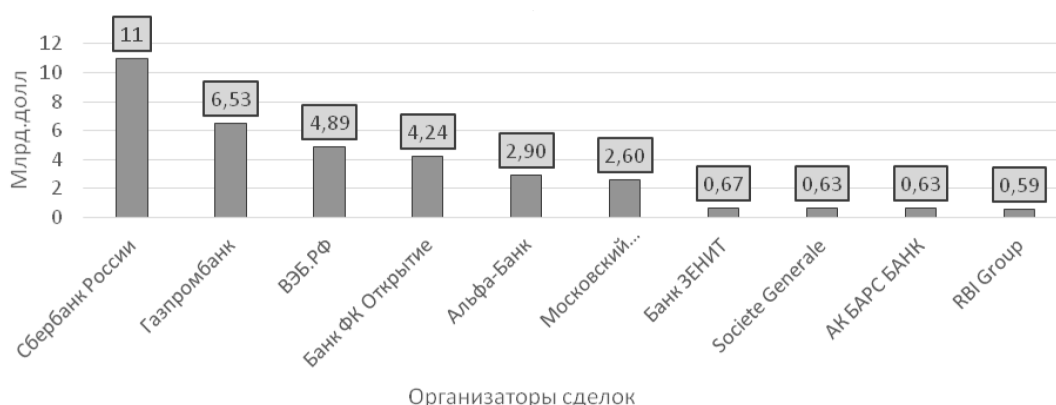


Рис. 1. Рейтинг организаторов синдицированных кредитов за 2021 год в России, млн. долл.⁴

В 2022 году ситуация коренным образом поменялась. ВЭБ РФ и Банк ВТБ выдали в общей сложности 4 кредита на общую сумму 2,3 млрд. долл., на каждого кредитора пришлось по 1,15 млрд. долл.

После введения западными странами по отношению к России санкций многие банки стали испытывать трудности в проведении расчетов даже в том случае, когда в составе синдиката были только отечественные участники, когда в роли агента при организации сделки выступало иностранное юридическое лицо. Агент при этом разделял кредиторов на две категории: иностранные и российские, при этом исполнение обязательств было только перед иностранными участниками сделки. У иностранных агентов были свои мотивы непроведения операций: одни опасались возможных санкций, другие решили временно приостановить проведение операций в России. Как правило, события в подобных ситуациях развивались по двум сценариям:

³ Cbonds.ru – Провайдер данных по финансовым рынкам. Облигации, акции, индексы. – URL: <https://cbonds.ru> (дата обращения 09.11.2023).

⁴ Составлено автором на основе данных Loans.Cbonds. Cbonds.ru – Провайдер данных по финансовым рынкам. Облигации, акции, индексы. – URL: <https://cbonds.ru> (дата обращения 09.11.2023).



Рис. 2. Рейтинг организаторов синдицированных кредитов за 2022 год млн. долл.⁵

1. Если под санкции попадает только заемщик, то у него пропадает возможность обслуживать валютный кредит, поскольку любые попытки провести расчет будут блокироваться. В данном случае верное решение — это поменять валюту сделки, но при этом иностранный кредитор будет вынужден выйти из самой сделки.

2. Если под санкции попадает банк, и новых траншей не планируется, то обслуживание кредита будет осуществляться беспрепятственно. В долгосрочной перспективе отечественный рынок синдицированного кредитования может частично стать внутренним, без присутствия иностранных участников. По итогу 2022 года рынок синдицированного кредита серьезно сократился, что наряду с другими факторами определило более высокий спрос на облигационные размещения со стороны эмитентов.

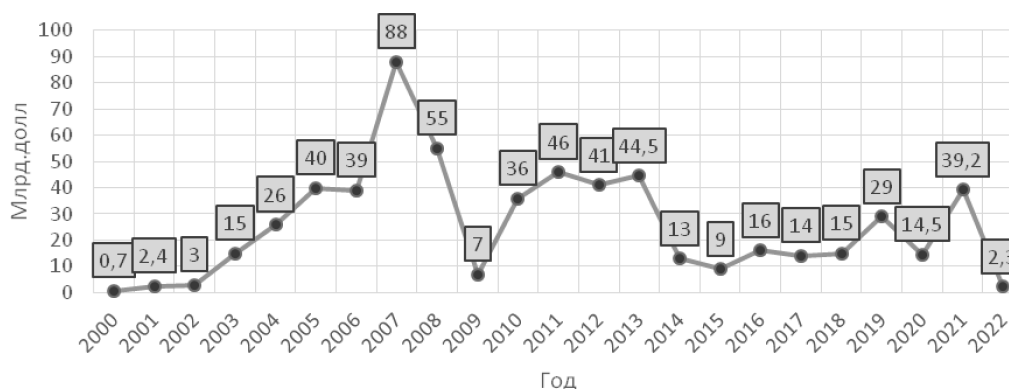


Рис. 3. Динамика синдицированного кредитования в РФ с 2000—2022 год, млрд. долл.⁶

Серьезное сокращение объемов рынка синдицированного кредитования в Российской Федерации произошло в 2022 году на фоне сильного санкционного давления, отказа зарубежных партнеров быть участниками в сделках синдицированного кредитования и отказа иностранных участников сделок синдицированного кредитования от своих обязательств. Еще в 2014 году иностранные компании стали уделять внимание санкционным положениям в договорах из-за нестабильного внутриполитического положения на Украине. Синдицированный кредит — это хорошо проработанный механизм, однако ни один из договоров не учитывал риск блокирующих ограничений.

На диаграммах ниже (рис. 4) представлено сравнение срочности займа между российским и зарубежным рынком.

На российском рынке преобладают сделки синдицированного кредитования сроком на 5–7 лет. Востребованность заимствований с длительными сроками объясняется активным использо-

⁵ Составлено автором на основе данных Loans.Cbonds. Cbonds.ru — Провайдер данных по финансовым рынкам. Облигации, акции, индексы. — URL: <https://cbonds.ru> (дата обращения 09.11.2023).

⁶ Там же.

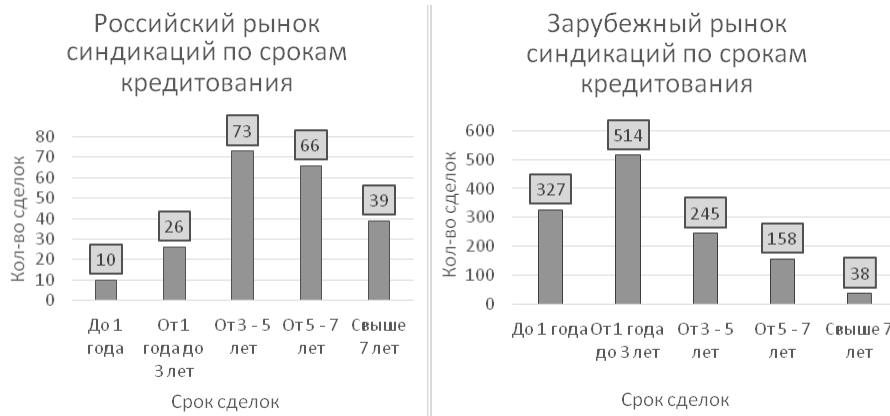


Рис. 4. Структура рынка синдицированного кредитования по срочности в России и за рубежом ⁷

ванием кредитных ресурсов для проектного финансирования. Поскольку доля кредитов, выданных с целью использования денежных средств для проектного финансирования, растет, увеличивается и доля кредитов, выданных сроком более чем на 5 лет. Наименее привлекательными на российском рынке являются сделки сроком до 1 года, поскольку они экономически не выгодны и не целесообразны. Для кредитора короткий срок сделки связан с невозможностью получить высокий процентный доход, который может обеспечить более длительная сделка, для заемщика отрицательным моментом станет уплата высокой комиссии. В то же время опыт функционирования этого вида кредитования на зарубежных рынках показывает, что такие сделки реализуются, и в структуре зарубежного синдицированного кредитования именно они доминируют.

Чтобы создать полноценный рынок синдицированного кредитования, который будет соответствовать требованиям и стандартам, которые применяются на международных рынках, нужно отойти от приоритета английского права и создать собственные структуры по регулированию рынка. Решение этого вопроса — это важный этап в развитии обеспечения реализации крупных проектов. Синдицированное кредитование, как вид финансирования, является интересным и выгодным для заемщиков, его развитие может позволить финансировать крупномасштабные проекты внутренним капиталом с участием нескольких банков, что особенно актуально в текущей ситуации большого санкционного давления на российскую экономику.

Список литературы

1. Белоусов А.Л. Синдицированное кредитование: вопросы правоприменения и направления совершенствования законодательства. *Финансы и кредит*. 2021. Т. 27. № 2 (806). С. 370–384.
2. Бычков А.И. Синдицированное кредитование. *Бухгалтерский учет*. 2021. № 1. С. 87–94.
3. Назмутдинова А.Р. Синдицированное кредитование в России. *Гуманитарные научные исследования*. 2023. № 3 (139). С. 47–52.
4. Санько Г.Г. Особенности синдицированного кредитования в мировой экономике. *Мировые экономические процессы*. 2015. № 11. С. 147–157.
5. Тропина Ж.Н. Облигации как источник финансовых ресурсов предприятия. *Контентус*. 2018. № 7 (72). С. 57–62.
6. Цехомский Н.В. Синдицированное финансирование инвестиционных проектов: сущность и особенности. *Известия Санкт-Петербургского экономического университета*. 2023. № 1 (139). С. 38–44.

⁷ Составлено автором на основе данных Loans.Cbonds. Cbonds.ru – Провайдер данных по финансовым рынкам. Облигации, акции, индексы. — URL: <https://cbonds.ru> (дата обращения 09.11.2023).

References

1. Belousov A.L. Syndicated lending: issues of law enforcement and directions for improving legislation. *Finance and Credit*. 2021. Vol. 27. No.2 (806). Pp. 370–384.
2. Bychkov A.I. Syndicated lending. *Accounting*. 2021. No.1. Pp. 87–94.
3. Nazmutdinova A.R. Syndicated lending in Russia. *Humanitarian scientific research*. 2023. № 3(139). Pp. 47–52.
4. Sanko G.G. Features of syndicated lending in the world economy. *World economic processes*. 2015. No. 11. Pp. 147–157.
5. Tropina J.N. Bonds as a source of financial resources of the enterprise. *Content*. 2018. No.7(72). Pp. 57–62.
6. Tsekhomsky N.V. Syndicated financing of investment projects: essence and features. *Proceedings of the St. Petersburg University of Economics*. 2023. No. 1 (139). Pp. 38–44.

ОТРАСЛЕВОЙ СЕКТОР КАК ОСНОВА ЭКОНОМИКИ РОССИИ / INDUSTRY SECTOR AS THE BASIS OF THE RUSSIAN ECONOMY

Оригинальные статьи / Original articles

DOI 10.24182/2073-6258-2024-23-1-54-59



Вопросы электронной коммерции и трансграничной торговли в России как участнике ЕАЭС

А. В. Власов

*кандидат экономических наук, доцент
Российский университет транспорта (МИИТ),
Москва, Россия
alessandro.vlasov@mail.ru*

А. И. Паньшин

*кандидат социологических наук
Российский университет транспорта (МИИТ),
Москва, Россия
panschin@yandex.ru*

Аннотация: Современный мир давно шагнул в эру электронных технологий. Однако, как оказалось, пути освоения данной сферы бесконечны. А появление и развитие интернета, глобальных коммуникационных технологий только подтолкнули участников рыночной экономики — торговые предприятия, работать с помощью виртуальной системы. Подобная практика получила название электронной коммерции.

Вопросы регулирования трансграничной электронной торговли в данный момент являются актуальными и обсуждаются на самом высоком уровне. Целью данной статьи дать основную оценку основных способов регулирования электронной трансграничной торговли. В статье были рассмотрены основные российские и мировые тенденции развития электронной и трансграничной торговли.

Ключевые слова: трансграничная торговля, он-лайн магазины, мировая экономика, финансовая система, логистика, электронная коммерция, цифровая экосистема.

Для цитирования: Власов А.В., Паньшин А.И. Вопросы электронной коммерции и трансграничной торговли в России как участнике ЕАЭС. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 54–59. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-54-59>.

Issues of e-commerce and cross-border trade in Russia as a member of the EAEU

A. V. Vlasov

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Russian University of Transport (MIIT),
Moscow, Russia
alessandro.vlasov@mail.ru*

A. I. Panshin

*Cand. Sci. (Socio.)
Russian University of Transport (MIIT),
Moscow, Russia
panschin@yandex.ru*

Abstract: *The modern world has long stepped into the era of electronic technology. However, as it turned out, the ways to develop this area are endless. And the emergence and development of the Internet and global communication technologies only pushed participants in the market economy — trading enterprises — to work using a virtual system. This practice is called e-commerce.*

Issues of regulation of cross-border e-commerce are currently relevant and are being discussed at the highest level. The purpose of this article is to provide a basic assessment of the main ways to regulate electronic cross-border trade. The article examined the main Russian and global trends in the development of electronic and cross-border trade.

Keywords: *cross-border trade, online stores, world economy, financial system, logistics, e-commerce, digital ecosystem.*

For citation: *Vlasov A.V., Panshin A.I. Issues of e-commerce and cross-border trade in Russia as a member of the EAEU. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 54–59. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-54-59>.*

В современном мире, стоящем, по мнению ряда экспертов, на пороге «новой, очередной технологической революции»¹ стремительно меняются формы отношений в различных сферах общественной жизни. Так в настоящее время в развитии экономики ЕАЭС² важнейшее место занимает электронная коммерция с применением самых широких возможностей интернета. Электронная коммерция способна успешно воздействовать и на сам процесс глобализации коммуникационных и информационных технологий. Это обстоятельство прежде всего связано с трансформациями самого процесса электронной коммерции между поставщиками и партнерами, клиентами, коммерческими организациями, а также с экономическим влиянием. Так, директор Департамента санитарных, фитосанитарных и ветеринарных мер ЕЭК³ Наталья Жукова отметила, что «результаты изучения общественного мнения, которое провела Евразийская экономическая комиссия, показали, что для 95% населения стран ЕАЭС покупка товаров в сети Интернет является привычным делом. При этом около 80% опрошенных заказывают в Интернете не только товары, но и услуги»⁴.

В современном мире одним из самых главных направлений является электронная трансграничная торговля. С каждым годом обороты ее быстро увеличиваются. Электронная трансграничная торговля отличается не только современными инструментами сделок, но и значительным расширением веса сделок. В особенности это касается тех сделок, которые реализуются при помощи интернет-магазинов с покупателями из других стран. Данная новейшая область международной торговли носит название «трансграничный экспорт».

На сегодняшнее время самым большим экспортером самых разных продуктов через онлайн-магазины является Китай. Это стало возможным благодаря тому, что одним из самых главных бизнес-направлений в Китае за последние 10 лет стала трансграничная электронная торговля.⁵ Благодаря этому положению дел, в Китае стабильно рос экспорт и импорт товаров при помощи электронной торговли, а также увеличивалось количество рабочих мест.

В странах ЕАЭС и в Российской Федерации, в частности, трансграничная торговля также неизменно из года в год растет в объемах. Экономические эксперты связывают данное обстоятельство прежде всего с увеличением количества онлайн-магазинов на территории государств ЕАЭС и остального мира, ускоренным созданием новых различных платежных сервисов, увеличением количества мобильных телефонов, повышением числа персональных компьютеров у граждан.

Для того, чтобы российские компании и компании стран ЕАЭС успешно конкурировали с коммерческими мировыми организациями при трансграничной торговле, необходимо предпринимать конкретные шаги в укреплении и расширении позиций в мировой экономике, а именно:

¹ Балабанова А.В., Журавлев Г.Т., Поведение потребителей на рынке электронных услуг. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2021. Т. 20, № 3. С. 155.

² Евразийский экономический союз.

³ Евразийская экономическая комиссия.

⁴ https://eec.eaeunion.org/news/speech/evraziyskaya-ekonomicheskaya-komissiya-ocenila-riski-elektronnoy-torgovli-v-stranah-eaes/?sphrase_id=254124 (дата обращения 20.01.2024).

⁵ <https://prim.news/2023/04/25/v-kitae-soobshhayut-o-znachitelnom-rostе-transgranichnoj-elektronnoj-torgovli/?ysclid=lsbqp97vh8353297630> (дата обращения 20.01.2024).

- максимально нарабатывать внешние связи. Это нужно для того, чтобы постоянно происходило слияние методов ведения финансовой деятельности и технологических стандартов зарубежных и российских компаний;
- постоянно находить способы для повышения объемов внешнеэкономической торговли, несмотря на многочисленные санкции от стран Запада;
- создавать в компаниях Российской Федерации и странах ЕАЭС такие условия, при которых они смогли бы успешно работать при более жесткой информационной обстановке.
- работать только по общепринятым мировым стандартам. Это условие в большей степени должны выполнять компании ЕАЭС и России, которые работают на экспорт.

Итак, как мы видим в основном, электронная трансграничная торговля успешно ведется между государствами более 20 лет. Поэтому, если сравнивать с другими областями экономики, то это представляет собой довольно короткий промежуток времени. Соответственно, перспективность развития электронной трансграничной экономики очень большая. Особенно, если учесть тот факт, что развитие информационных технологий во всем мире «увеличивается с каждым последующим десятилетием в несколько раз по сравнению с предыдущим»⁶.

Как показали многочисленные исследования, в 2023 г. в РФ объем онлайн продаж вырос до 33%⁷. Это очень высокий показатель. Более того по заявлению министра по торговле Евразийской экономической комиссии Андрея Слепнева, «сегодня на крупнейших маркетплейсах в ЕАЭС доля товаров из Беларуси, Казахстана, Армении и Кыргызстана составляет уже 50%»⁸.

Заметим, что, как и многие направления деятельности, электронная трансграничная торговля подразделяется на следующие сектора:

- «Потребитель-потребитель». Сюда входит сектор P2P (peer-to-peer) либо сектор C2C (consumer-to-consumer).
- «Бизнес-потребитель». Это такой сектор электронной трансграничной торговли, как B2C (business-to-client либо business-to-consumer).
- «Бизнес-бизнес». Сектор B2B (business-to-business).

Помимо вышеперечисленных секторов электронной трансграничной торговли отдельно рассматриваются взаимоотношения покупателей и торговых компаний с государственными и другими органами власти, которые, так или иначе, регулируют трансграничную электронную деятельность.

Возникает вопрос, какие основные преимущества имеются у электронной трансграничной торговли по сравнению с другими видами торговли в ЕАЭС?

Итак, мы видим, что у электронной трансграничной торговли по сравнению с другими видами торговли в ЕАЭС на сегодняшний момент времени имеются следующие преимущества:

- Электронная трансграничная торговля позволяет максимально автоматизировать технологические процессы.
- Электронная трансграничная торговля максимально расширяет для бизнеса мировое торговое пространство.
- При электронной трансграничной торговле возможно применение самых современных и эффективных торговых инструментов: аутсорсинга, электронных чеков, электронных денег.
- Благодаря применению самых инновационных технологий, электронная трансграничная торговля значительно уменьшает риск подделки документов при заключении торговых сделок между компаниями.
- При электронной трансграничной торговле любые требуемые информационные данные становятся намного доступней.

⁶ Рудакова Е. Н., Панышин А. И., Власов А. В. Цифровизация как одна из тенденций развития транспорта и логистики в современных условиях // Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14, № 1. С. 53.

⁷ <https://companies.rbc.ru/news/YQ6RRTIUp6/tendentsii-onlajn-prodazh-v-rossii-v-2023-godu/?ysclid=lpmqgkreey861700542> (дата обращения 20.01.2024).

⁸ <https://ru.sputnik.kz/20231020/v-eaes-polovinu-tovarov-na-elektronnykh-torgovykh-ploschadkakh-proizvodyat-v-soyuze-ministr-eek-39529597.html?ysclid=ls1q19a013836068493> (дата обращения 20.01.2024).

- Электронная трансграничная торговля помогает обеспечить режим работы в реальном времени. Достигается данное обстоятельство при помощи специализированных каналов связи.
- При электронной трансграничной торговле стало возможным заменить бумажный документооборот на электронный. Это положение вещей дало возможность торговым компаниям значительно увеличить скорость запущенных и работающих на них всех необходимых бизнес-процессов. Данное обстоятельство в конечном итоге помогает компаниям сохранить в безопасности всю документацию, сократить издержки времени и повысить качество бизнес-процессов.
- Электронная трансграничная торговля делает нужные информационные данные максимально интерактивными и доступными.
- Электронная трансграничная торговля по сравнению с другими видами торговли в ЕАЭС и России характеризуется большей гибкостью.
- При электронной трансграничной торговле значительно возрастает время реагирования на любые изменения внешней торговой среды.
- Электронная трансграничная торговля дает гораздо большие преимущества всем онлайн-покупателям. Обычно эти преимущества выражаются в более доступной информации. Например, можно более тщательно сравнить ценовые категории и характеристики самых различных продуктов.
- При электронной трансграничной торговле у покупателей появляется реальная возможность покупать продукт по более низкой цене в своем государстве. А это обстоятельство в свою очередь позволяет компаниям, которые занимаются трансграничной торговлей, получать в конечном итоге еще больше прибыли.
- Электронная трансграничная торговля дает возможность формировать собственные каналы продаж.
- При электронной трансграничной торговле возникает возможность применения омниканальной⁹ торговли, то есть у потенциального покупателя появляется возможность самому выбрать самый оптимальный вариант среди множества других.

Вместе с тем внедрение электронной коммерции также сталкивается с рядом проблем. По нашему мнению, на данный момент основными проблемами в 2023 году электронной трансграничной торговли в ЕАЭС и Российской Федерации являются:

- Нехватка самых новейших информационных технологий. Многочисленные санкции недружественных западных стран только усугубили ситуацию.
- Проблемы, связанные с аппаратным и программным обеспечением, а также вопросы совместимости.
- Недостаточное количество специализированных типов веб-серверов.
- Слабая пропускная способность технических сетей.
- Неудовлетворительная проработка стандартов безопасности или их полное отсутствие.

Отдельно следует заметить, что в Российской Федерации и странах ЕАЭС недостаточно проработаны законодательные акты, которые связаны с электронной трансграничной торговлей. Например, в России федеральные законы в основном связаны с более крупными секторами экономики.

Создание новых различных платежных сервисов дало возможность абсолютно всем перейти от «фиатных»¹⁰ денег к электронным платежам. А это обстоятельство в свою очередь простимулировало создание и дальнейшее развитие «платежных шлюзов» для большей устойчивости электронной трансграничной торговли.

В странах ЕАЭС, в том числе и в России, постоянно разрабатываются все новые инструменты для создания таких экономических условий, при которых будет идти устойчивый рост продаж в электронной трансграничной торговле. Например, начали внедряться процессы, основная цель которых — аналитическая обработка данных. Еще один пример создания нового инструмента в электронной трансграничной торговле — АБ-тестирование, которое помогает расширить продажи.

⁹ То есть используя все каналы коммуникации.

¹⁰ От лат. fiat — декрет, указание.

Интересным шагом в развитии трансграничной торговли является факт того, что для потенциальных покупателей сервис «Яндекс. Маркет» планирует открыть доступ к текстилю, обуви, одежде, бытовой технике и товарам для дома от турецких производителей¹¹. Данная форма электронной трансграничной торговли является очень перспективной, поэтому ее можно смело рекомендовать и другим торговым компаниям из ЕАЭС и России.

Еще одним интересным современным направлением в электронной трансграничной торговле является ведение торговых операций в сегменте С2С. Однако минус данного способа ведения торговых операций — маленькие объемы сделок, которые не дают достигать больших объемов продаж.

В странах ЕАЭС в трансграничной электронной торговле можно успешно применять новейшую современную платформу-агрегатор, которая предоставляет пользователям и собственникам бизнеса «обфусцированные» информационные данные о продажах, произведенными онлайн-магазинами примерно того же масштаба и о конкурирующих на рынке торговых трансграничных компаний. Эта новейшая платформа-агрегатор сильно увеличивает точность планирования нужных закупок.

Также в государствах, входящих в состав ЕАЭС, в том числе и в Российской Федерации, можно уже внедрять такие современные платформы-агрегаторы, которые помогают проводить А/В-тестирование самых различных типов, анализировать полученные результаты, а также автоматизировать сбор отчетности об объемах осуществленных продаж.

Оmnikanальность, о которой мы упоминали выше и которая призвана интегрировать разрозненные каналы коммуникации в единую систему для обеспечения непрерывного общения с потенциальным покупателем, — одно из главных направлений развития всех торговых компаний ЕАЭС и России. Местным и федеральным органам власти необходимо создавать такие условия, чтобы развивать это весьма перспективное направление. Более того на официальном уровне заявляется, что «на пространстве Евразийского экономического союза необходимо создать равные условия для трансграничной торговли»¹².

Информационные технологии дают бизнесу широкие возможности для дальнейшего роста. Развитие интернета кардинально поменяло международную торговлю. Если в самом начале пути интернет рассматривался исключительно для развлекательных функций, то по мере его развития он все больше и больше стал использоваться для коммерческих нужд. Действительно, интернет-магазины позволяют получить быстро необходимую для покупки товара, услуги информацию о качестве товара, его цене, адресе продавца, отзывы покупателей, которые уже приобрели этот товар¹³.

Список литературы

1. Балабанова, А.В. Маркетинг в XXI веке / А.В. Балабанова. Путеводитель предпринимателя. 2017. № 35. С. 70.
2. Бодрова М.С. Цифровизация в сфере международной логистики. Вестник транспорта. 2022. № 8. С. 14–15.
3. Варосян К.К. Стратегия привлечения клиентов и повышения конверсии в интернет-торговле посредством разработки ux/ui дизайна. Путеводитель предпринимателя. 2023. Т. 16. № 4. С. 77–86. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-4-77-86>.
4. Власов А.В. Блокчейн как коммуникационная основа формирования цифровой экономики: проблемы и перспективы. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2019. Т. 18. № 1. С. 48–53.
5. Гужов В.В., Письменная А.Б., Рафальская Ю.С. Подходы к оценке персонала в интересах формирования кадрового резерва. Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2022. № 1. С. 162–169.

¹¹ https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/07/24/986563-yandeksmarket-nachnet-prodavay-tovari-iz-zarubezhnih-magazinov?utm_source (дата обращения 20.01.2024).

¹² https://www.economy.gov.ru/material/news/v_minekonomrazvitiya_zayavili_o_neobhodimosti_obespechit_ravnye_usloviya_transgranichnoy_torgovli_v_eaes.html (дата обращения 20.01.2024).

¹³ Балабанова, А.В. Маркетинг в XXI веке / А. В. Балабанова. Путеводитель предпринимателя. 2017. № 35. С. 70.

6. Рудакова Е.Н., Паньшин А.И., Власов А.В. Цифровизация как одна из тенденций развития транспорта и логистики в современных условиях. Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14, № 1. С. 53.
7. Селезнева Д.С., Слепенкова Е.В. Цифровизация как одна из тенденций развития транспорта и логистики в 2019 г. Человеческий капитал и профессиональное образование. 2019. № 1-2 (28). С. 69–74.
8. Ханова О., Муратгельдиева М., Эсенова Т., Ашыров Ы. Международная торговля – система международных экономических отношений. А. Posteriori. 2023. № 12. С. 69–71.
9. Шендрик В.В. Применение искусственного интеллекта для персонализации пользовательского контента в маркетинговых предложениях компании. Путеводитель предпринимателя. 2024. Т. 17. № 1. С. 63–71. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2024-17-1-63-71>.

References

1. Balabanova, A. V. Marketing v XXI veke. A.V. Balabanova. Putevoditel« predprinimatel»ya. 2017. № 35. S. 70.
2. Bodrova M.S. Cifrovizaciya v sfere mezhdunarodnoj logistiki. Vestnik transporta. 2022. № 8. S. 14-15.
3. Varosian K.K. Strategy to attract customers and increase conversions in internet trading through UX/UI design development. Entrepreneur’s Guide. 2023. T. 16. № 4. P. 77–86. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-4-77-86>.
4. Vlasov A.V. Blokchejn kak kommunikacionnaya osnova formirovaniya cifrovoj e«konomiki: problemy« i perspektivy«. Ucheny«e zapiski Rossijskoj Akademii predprinimatel«stva. 2019. T. 18. № 1. S. 48–53.
5. Guzhov V.V., Pis«mennaya A.B., Rafal«skaya Yu.S. Podxody« k ocenke personala v interesax formirovaniya kadrovogo rezerva. Vestnik Moskovskogo gumanitarno-e«konomicheskogo instituta. 2022. № 1. S. 162–169.
6. Rudakova E.N., Pan«shin A.I., Vlasov A.V. Cifrovizaciya kak odna iz tendencij razvitiya transporta i logistiki v sovremenny«x usloviyax. Putevoditel« predprinimatel»ya. 2021. T. 14, № 1. S. 53.
7. Selezneva D.S., Slepenkova E.V. Cifrovizaciya kak odna iz tendencij razvitiya transporta i logistiki v 2019 g. Chelovecheskij kapital i professional«noe obrazovanie. 2019. № 1-2 (28). S. 69–74.
8. Xanova O., Muratgel«dieva M., E«senova T., Ashy«rov Y«. Mezhdunarodnaya trgovlya – sistema mezhdunarodny«x e«konomicheskix otnoshenij. A. Posteriori. 2023. № 12. S. 69–71.
9. Shendrik V.V. Application of artificial intelligence to personalize user content in the company’s marketing offers. Entrepreneur’s Guide. 2024. T. 17. № 1. P. 63–71. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2024-17-1-63-71>.

Оmnichannelность как тренд управления маркетинговыми коммуникациями микрофинансового бизнеса в условиях цифровой экономики

С. Б. Смелов

*Директор по стратегическому развитию
ООО Бустра,
Самара, Россия
Dmitrii1779@boostra.ru*

Аннотация: Интенсивное развитие конкурентной среды требует от микрофинансовых организаций реализации высокоэффективного маркетинга, ориентированного на достижение коммерческих целей и реализацию функций продвижения в цифровой среде. Актуальным в таких условиях становится omnichannel маркетинг, который становится общераспространенным трендом в среде современного микрофинансового бизнеса. В работе раскрываются современные тенденции развития omnichannel маркетинга: цифровизация, превалирование крупных коммерческих структур и переход на клиентоцентричный подход и omnichannel маркетинг. Выделяются и анализируются конкретные инструменты omnichannel маркетинга: email-маркетинг, call-центры, чат-боты, мессенджеры, веб-сайты и другие, а также рассматриваются некоторые способы управления лояльностью и персонализации взаимодействия с клиентами. По итогам исследования подчеркивается, что omnichannel маркетинг не только способствует повышению конкурентоспособности микрофинансовых организаций за счет улучшения клиентского опыта и роста лояльности, но и является значимым и эффективным инструментом для обеспечения эффективности и достижения коммерческих целей маркетинга микрофинансового бизнеса.

Ключевые слова: omnichannel маркетинг, микрофинансовые организации, цифровизация, клиентоцентричность, инструменты продвижения, лояльность клиентов, инструменты omnichannel маркетинга.

Для цитирования: Смелов С.Б. Omnichannelность как тренд управления маркетинговыми коммуникациями микрофинансового бизнеса в условиях цифровой экономики. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 60–66. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-60-66>.

Omnichannel as a trend in managing marketing communications of microfinance business in the digital economy

S. B. Smelov

*Director of Strategic Development
LLC Boostra,
Samara, Russia
Dmitrii1997@boostra.ru*

Abstract: The intense development of the competitive environment requires microfinance organizations to implement highly effective marketing, aimed at achieving commercial goals and realizing promotion functions in the digital environment. Omnichannel marketing becomes relevant in such conditions, emerging as a widespread trend in the contemporary microfinance business. This work reveals the modern trends of omnichannel marketing development: digitalization, the predominance of large commercial structures, and the shift towards a customer-centric approach and omnichannel marketing. Specific tools of omnichannel marketing are highlighted and analysed: email marketing, call centers, chatbots, messengers, websites, and others, as well as some methods of managing loyalty and personalizing interaction with clients are considered. The research concludes that omnichannel marketing not only contributes to the competitiveness of microfinance organizations through improving customer experience and increasing loyalty but also serves as a significant and effective tool for ensuring efficiency and achieving the marketing commercial goals of the microfinance business.

Keywords: omnichannel marketing, microfinance organizations, digitalization, customer-centricity, promotion tools, customer loyalty, omnichannel marketing tools.

For citation: Smelov S.B. Omnichannel as a trend in managing marketing communications of microfinance business in the digital economy. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 60–66. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-60-66>.

Введение. Интенсивно развивающаяся конкурентная среда функционирования микрофинансовых организаций (МФО) определяет востребованность организации высокоэффективного маркетинга, ориентированного на достижение поставленных коммерческих целей и реализацию функций

продвижения в цифровой среде. Современные микрофинансовые организации, как показывают данные из открытых исследований в СМИ и интервью с представителями микрофинансового бизнеса¹, следуют характерным отраслевым и рыночным тенденциям развития, которые сводятся к построению клиентоцентричного, omnikanального и разворачивающегося в цифровой среде маркетинга, ставящего своей целью реализацию как функций продвижения, повышения репутации, так и краткосрочного стимулирования продаж в условиях онлайн-среды. Учитывая растущую роль микрофинансовых организаций в развитии национальной экономики, вопросы организации omnikanального маркетинга на прикладном уровне приобретают особую востребованность и ценность, поскольку построение эффективного и оптимального с точки зрения затрат маркетинга становится базовым компонентом в предоставлении более доступных бизнесу и населению услуг микрофинансирования. Наряду с этим, omnikanальный маркетинг становится способом эффективного привлечения клиентов, формирования долгосрочно ориентированных взаимовыгодных отношений с применением комплекса каналов коммуникации.

Трендовость omnikanальности подтверждается и ценностью такого маркетинга в условиях электронной коммерции, растущей популярностью онлайн-сегмента микрофинансирования (предоставления микрозаймов как населению, так и бизнес-субъектам), в чем omnikanальный маркетинг обладает массой преимуществ, поскольку позволяет объединить между собой традиционные каналы маркетинговых коммуникаций и онлайн-сегменты без потери качества клиентского обслуживания. Все обозначенное определяет актуальность исследования и подчеркивает необходимость всестороннего охвата принципов, особенностей и вопросов построения omnikanального маркетинга в деятельности микрофинансовых организаций (микрофинансового бизнеса) и уточнения его влияния на эффективность бизнеса.

Целью исследования является теоретическое обоснование тренда omnikanального маркетинга и его позитивного влияния на результаты функционирования микрофинансового бизнеса в современных реалиях цифровизации экономики.

Основная часть. Цифровизация экономики на сегодняшний момент времени становится одним из числа определяющих дальнейший вектор развития всего банковского и финансового сектора направлений, обуславливающих переход к новым моделям клиентского обслуживания и организации маркетинговой деятельности. В этом вопросе А.Я. Долгушина и Н.Л. Полтораднева подчеркивают позитивное влияние модели цифрового банковского обслуживания как на доступность сервиса для клиентов, так и эффективность деятельности самой банковской организации, что связывается с переходом в быструю и высокоинформативную среду взаимодействия. Более того, по мнению авторов, подобная модель обслуживания характеризуется накоплением большего количества ценной для банковского бизнеса информации, которая в последующем применяется для улучшения продуктов и услуг². С.А. Уразова и Н.Н. Корсунова считают, что цифровая экономика определяет развитие эффективного для корпоративных клиентов банковского обслуживания, в котором интегрально объединяются принципы развития экономической системы, банковской системы и их влияния на реальный сектор экономики. Современные процессы перестройки позволяют банковским организациям расширять спектр предоставляемых услуг и при этом развивать экосистемный подход к ведению деятельности, что фокусирует клиента на конкретных банковских организациях и их комплексных продуктах, обеспечивает эффективность маркетинга³. О.В. Шумилина и И.А. Езангина также

¹ Что ждет рынок микрофинансирования в 2023 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2023/04/02/969192-cto-zhdet-rinok-mikrofinansirovaniya-v-2023-godu>.

«Лайм-Займ», Тимофей Полетаев: Рынок МФО движется в сторону клиентоцентричности, дальнейшее его развитие будет определять клиент. [Электронный ресурс]. URL: <https://rusbonds.ru/interviews/11400>.

Микрофинансовые организации: перспективы перехода в онлайн. [Электронный ресурс]. URL: <https://nmpir.ru/news/mir-news/partners-news/3443/>.

² Долгушина А.Я., Полтораднева Н.Л. Цифровая модель банковского обслуживания. *п-Еconomy*. 2016. № 6 (256). С. 206–218.

³ Уразова С.А., Корсунова Н.Н. Направления трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях перехода к цифровой экономике. *Вестник РГЭУ РИНХ*. 2021. № 2 (74). С. 194–200.

подчеркивают, что системы дистанционного обслуживания и инструменты цифрового управления банком обеспечивают развитие точной и результирующей системы взаимодействия «клиент–банк», в которой интернет-среда становится основной для реализации коммерческих функций, а основная маркетинговая деятельность сводится к объединению каналов коммуникации в единый стабильный инструмент построения взаимодействия с потребителем — от привлечения до реализации продуктов и услуг. Автор подчеркивает растущую роль омниканальности в реалиях подобной цифровой среды, позитивное влияние омниканальности на итоговые результаты стратегического развития банковских организаций.⁴

Конкретизируя представленные в исследовании авторов тезисы под деятельность микрофинансовых организаций, заметим, что современные микрофинансовые организации развиваются с ориентиром на ряд направлений⁵:

Во-первых, цифровизация и общий рост онлайн-микрозаймов. Наблюдается значительное увеличение доли онлайн-микрозаймов в общем портфеле микрофинансирования. Так, в 2022 году портфель онлайн-займов вырос на 53%, и 82% всех договоров было заключено через сеть Интернет, что подтверждает тенденцию к цифровизации рынка и ориентированность на обеспечение удобства доступа к финансовым услугам для потребителей (физических и юридических лиц).

Во-вторых, превалирование крупных коммерческих структур. Рынок МФО постепенно концентрируется в руках крупных технологических компаний, что обусловлено их способностью адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям и предлагать инновационные продукты — подобные компании формируют основную часть прибыли на рынке, обладая портфелями свыше 1 млрд. руб. Вместе с тем подобное состояние рынка способно положительно влиять на деятельность средних и малых МФО, стимулируя применение методов клиентоцентричного и омниканального маркетинга.

В-третьих, постепенный переход бизнес-среды в целом на омниканальный маркетинг, который позволяет обеспечить бесперебойное и последовательное взаимодействие между клиентом и МФО. Омниканальный маркетинг сводится к применению системы инструментов маркетинга в деятельности микрофинансовых организаций, например, чат-ботов для направления клиентов, традиционных каналов, социальных сетей и многих других.

Каждое из направлений в комплексе определяет перспективность построения целостной модели взаимодействия между микрофинансовой организацией и клиентом с фокусом на потребности клиента, его интересы, конкретные продукты, а также объединение всех маркетинговых усилий бизнеса для реализации функций продвижения в рамках омниканального маркетинга.

В контексте обозначенного выделим работу Е.В. Торгунаковой и Е.А. Торгунакова, которые пишут о необходимости развития в современном бизнесе комплекса маркетинговых коммуникаций, предоставляющих возможность увеличить степень клиентоориентированности бизнеса, стимулировать онлайн-торговлю, продвигать мобильную коммерцию и при этом фокусироваться на омниканальности организации продаж. Исследование авторов раскрывает сущность омниканального маркетинга (продвижения), под которым понимается стратегия применения множества каналов коммуникации для создания единой среды взаимодействия с целевой аудиторией бизнеса и формирования персонально-ориентированных клиентоцентричных бизнес-моделей, нацеленных на улучшение клиентского опыта и прирост лояльности⁶.

⁴ Шумилина О.В., Езангина И.А. Роль систем дистанционного обслуживания юридических лиц в решении стратегических задач современного российского банка. Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2016. №12. С. 137–141.

⁵ Тенденции микрофинансового рынка в 2022 году. [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/analytics/microfinance/mfo/mmt_2022/.

Тенденции микрофинансового рынка в I квартале 2023 года. [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/analytics/microfinance/mfo/mmt_2023_1/.

⁶ Торгунакова Е.В., Торгунаков Е.А. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций. Экономика и управление. 2022. № 3. С. 281–288.

Так, выделим принципиальную схему функционирования omnikanального маркетинга в деятельности микрофинансовых организаций (рис. 1):

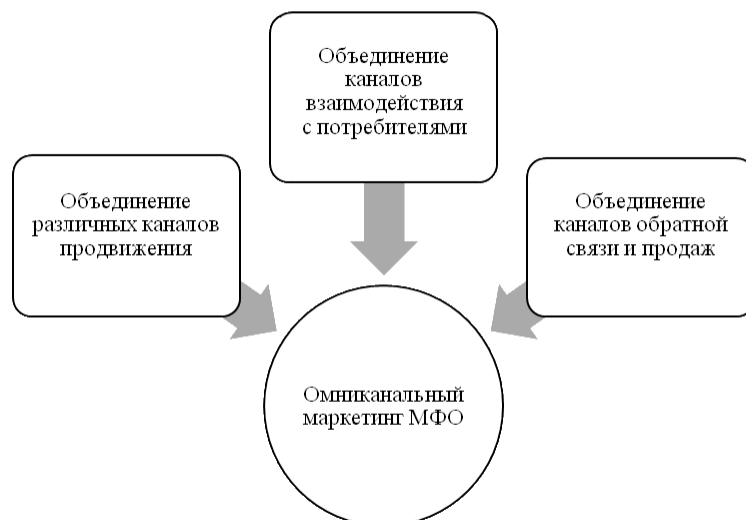


Рис. 1. Omnikanальный маркетинг в деятельности микрофинансовых организаций (составлено автором)

Примечательным с точки зрения исследования целесообразности и эффективности omnikanального маркетинга для микрофинансовых организаций видим исследование Л.Н. Прокоповой и соавторов, которые рассматривают omnikanальность в качестве базового компонента разрабатываемых дифференцированных маркетинговых решений для управления потребительским опытом при реализации финансовых услуг в кризисных реалиях национальной экономики. Авторами приводятся ряд рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности при реализации финансовых услуг, которые фактически сводятся к построению omnikanального маркетинга: дополнение дистанционных каналов оказания услуг (традиционных колл-центров) мессенджерами, приложениями банков; внедрение текстовых каналов работы, в том числе чат-ботов; использование сервисов для распознавания эмоций; организация видеобанкинга для проведения консультаций и др.⁷ Также выделим и исследование Т.Д. Коневцевой, которая выделяет преимущества omnikanальных маркетинговых стратегий при построении взаимодействия финансовой организации с клиентами в условиях цифровой экономики, среди которых⁸:

- построение уникального клиентского сервиса и обеспечение качественно нового клиентского опыта с воспроизводством единого пространства совершения операций, взаимодействия и продолжения работы с продуктами или услугами;
- переход к конвейерному типу реализации банковских продуктов и услуг, благодаря которому финансовой организации удастся эффективнее «продавать» собственные продукты и услуги в единой среде взаимодействия с потребителем;
- общий рост эффективности обслуживания благодаря объединению всех каналов взаимодействия и повышению эффективности по каждому из каналов, переход от взаимодействия к совершению необходимых операций клиентом, сокращение цикла продаж;
- снижение рисков осуществления операций за счет минимизации числа элементов самостоятельного принятия решений (зависимость от человеческого фактора), повышение автономности обслуживания, автоматизация.

⁷ Прокопова Л.Г., Тимохина Г.С., Сухов С.В., Цветкова А.Б., Погорилык Б. И. Управление потребительским опытом на рынке востребованных в кризис финансовых услуг. МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. № 4. С. 626–644.

⁸ Коневцева Т.Д. Omnikanальная стратегия взаимодействия банка с клиентами как перспектива развития банковского сектора в цифровой экономике России. Научные труды Вольного экономического общества России. 2017. № 4. С. 228–242.

Дополнительными преимуществами омниканального маркетинга в условиях микрофинансового бизнеса становится позитивное влияние на клиентский опыт, включение клиента во взаимодействие, множественный сбор данных благодаря разворачиванию на базе цифровых инструментов, а также создание конкурентных преимуществ перед традиционными МФО. С-А.Ш. Довтаев и Х.Т. Евсултанова в этом контексте предлагают следовать потребительской стратегии маркетинга взаимодействия и повышения лояльности в деятельности МФО за счет реализации процессного подхода в работе с клиентами.⁹ З.Н. Шуклина отмечает, что организация микрофинансирования с фокусом на омниканальность также определяет сокращение рисков деятельности, связанных с выдачей займов неблагонадежным заемщикам по различным каналам при простоте и скорости проведения данной процедуры, а единственным ограничителем реализации омниканального маркетинга МФО становится влияние ограничительных мер Центрального Банка России.¹⁰

Резюмируя обозначенные перспективы, особенности и возможности омниканального маркетинга для микрофинансовых организаций, а также подтверждая тезисы о том, что омниканальность в целом становится актуальным трендом управления маркетинговыми коммуникациями микрофинансового бизнеса в условиях цифровой экономики, выделим конкретные инструменты омниканального маркетинга МФО. Среди таких инструментов считаем целесообразными рассмотреть:

Во-первых, инструменты рассылки и массового продвижения; сюда входят инструменты email-маркетинга (рассылки по электронной почте), традиционные call-центры, чат-боты, мессенджеры, а также элементы поисковой оптимизации и контекстной рекламы. Преимущества обозначенных инструментов связаны с тем, что они обеспечивают быстрое и обширное распространение информации, увеличивают охват потенциальных клиентов, эффективны в повышении узнаваемости бренда, однако наряду с этим демонстрируют риски игнорирования со стороны потребителей, при переизбытке способны сформировать негативные представления о микрофинансовой организации.

Во-вторых, инструменты управления лояльностью, включая аналитические инструменты и информационные системы; такие системы предназначены для управления взаимоотношениями и формирование долгосрочного взаимодействия, включают в себя социальные сети, CRM-системы, чат-боты, мессенджеры, а также специализированные программы лояльности. Перспективы и преимущества обозначенного комплекса инструментов омниканального маркетинга сводятся к удержанию клиентов, стимулированию повторных покупок, сбору ценной для МФО обратной связи по вопросам улучшения продуктов и услуг. Тем не менее, разворачивание обозначенных инструментов связывается с системой недостатков, начиная от высоких капитальных вложений и заканчивая необходимостью управления индивидуальными ценностями, реализации сложных моделей клиентоцентричности маркетинга.

В-третьих, инструменты персонализации взаимодействия и быстрого удовлетворения потребностей потребителей; среди таких инструментов выступают веб-сайт компании, мобильное приложение, социальные сети, инструменты аналитики данных. Преимущества инструментов персонализации взаимодействия и быстрого удовлетворения потребностей потребителей сводятся к повышению лояльности и удовлетворенности клиентов за счет персонализации, повышению конверсии, а также предоставления соответствующих предпочтениям и потребностям предложений. Однако при применении данных инструментов необходимо предлагать как общие, так и точно персонализированные и адресованные продукты и услуги микрофинансовой организации.

Подчеркнем, что каждая из выделенных укрупненных групп инструментов омниканального маркетинга применяется в деятельности микрофинансовой организации ситуативно, в зависимости от бизнес-модели, особенностей деятельности, доступности, целевых потребителей и среды взаимодействия с ними, а также отраслевых и регуляторных ограничений. На практике пост-

⁹ Довтаев С-А. Ш., Евсултанова Х. Т. Формирование и реализация потребительской стратегии в микрофинансовых организациях. ЕГИ. 2020. № 1 (27). С. 72–75.

¹⁰ Шуклина З.Н. Цели и особенности социально-этического маркетинга в сфере функционирования микрофинансовых организаций. Вестник евразийской науки. 2018. № 2. С. 1–8.

роение омниканального маркетинга в микрофинансовом бизнесе осуществляется с фокусом на долгосрочные стратегии и оперативное управление результативностью — внедряются комплексные технологии взаимодействия с потребителями, отражающие запросы целевой аудитории и реалии функционирования рынка МФО.

Заключение. Проведенное исследование тренда омниканального маркетинга и его позитивного влияния на результаты функционирования микрофинансового бизнеса в современных реалиях цифровизации экономики позволяет подчеркнуть значимость омниканального маркетинга для микрофинансовых организаций в цифровую эпоху. По итогам исследования подчеркнем, что интеграция различных каналов коммуникации и персонализация взаимодействия с клиентами способствуют повышению уровня лояльности целевых потребителей, степени удовлетворенности и общему приросту эффективности микрофинансового бизнеса. Омниканальный подход позволяет микрофинансовым организациям сохранять собственную конкурентоспособность, учитывая при этом потребности клиентов и общие ожидания от взаимодействия, что отражает не только общие тренды развития сферы микрофинансирования, но и необходимость построения долгосрочно ориентированных взаимоотношений с потребителями.

Список литературы

1. Довтаев С-А. Ш., Евсултанова Х.Т. Формирование и реализация потребительской стратегии в микрофинансовых организациях. ЕГИ. 2020. № 1 (27). С. 72–75.
2. Долгушина А.Я., Полтораднева Н.Л. Цифровая модель банковского обслуживания. *π-Economy*. 2016. № 6 (256). С. 206–218.
3. Коневцева Т.Д. Омниканальная стратегия взаимодействия банка с клиентами как перспектива развития банковского сектора в цифровой экономике России. *Научные труды Вольного экономического общества России*. 2017. № 4. С. 228–242.
4. «Лайм-Займ», Тимофей Полетаев: Рынок МФО движется в сторону клиентоцентричности, дальнейшее его развитие будет определять клиент. [Электронный ресурс]. URL: <https://rusbonds.ru/interviews/11400>.
5. Прокопова Л.Г., Тимохина Г.С., Сухов С.В., Цветкова А.Б., Погорилык Б.И. Управление потребительским опытом на рынке востребованных в кризис финансовых услуг. *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*. 2022. № 4. С. 626–644.
6. Торгунакова Е.В., Торгунаков Е.А. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций. *Экономика и управление*. 2022. № 3. С. 281–288.
7. Уразова С.А., Корсунова Н.Н. Направления трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях перехода к цифровой экономике. *Вестник РГЭУ РИНХ*. 2021. № 2 (74). С. 194–200.
8. Шуклина З.Н. Цели и особенности социально-этического маркетинга в сфере функционирования микрофинансовых организаций. *Вестник евразийской науки*. 2018. № 2. С. 1–8.
9. Шумилина О.В., Езангина И.А. Роль систем дистанционного обслуживания юридических лиц в решении стратегических задач современного российского банка. *Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития*. 2016. № 12. С. 137–141.

References

1. Dovtaev S.A. Sh., Evsultanova Kh. T. Formation and implementation of consumer strategy in microfinance organizations. *EGI*. 2020. No. 1 (27). Pp. 72–75.
2. Dolgushina A.Ya., Poltoradneva N.L. Digital model of banking services. *π-Economy*. 2016. No. 6 (256). Pp. 206–218.
3. Konevtseva T.D. Omnichannel strategy of interaction between a bank and clients as a prospect for the development of the banking sector in the digital economy of Russia. *Scientific works of the Free Economic Society of Russia*. 2017. No. 4. Pp. 228–242.
4. «Lime-Loan», Timofey Poletaev: The MFO market is moving towards client-centricity, its further development will be determined by the client. [Electronic resource]. URL: <https://rusbonds.ru/interviews/11400>.
5. Prokopova L.G., Timokhina G.S., Sukhov S.V., Tsvetkova A.B., Pogorilyak B. I. Managing consumer experience in the market of financial services in demand during the crisis. *MIR (Modernization. Innovation. Development)*. 2022. No. 4. Pp. 626–644.
6. Torgunakova E.V., Torgunakov E.A. Development and effective use of a complex of marketing communications. *Economics and management*. 2022. No. 3. Pp. 281–288.

7. Urazova S.A., Korsunova N.N. Directions for the transformation of banking services for corporate clients in the transition to a digital economy. *Bulletin of the RGEU RINH*. 2021. No. 2 (74). Pp. 194–200.
8. Shuklina Z.N. Goals and features of social and ethical marketing in the sphere of functioning of microfinance organizations. *Bulletin of Eurasian Science*. 2018. No. 2. Pp. 1–8.
9. Shumilina O.V., Ezangina I.A. The role of remote servicing systems for legal entities in solving the strategic problems of a modern Russian bank. *Infrastructural branches of the economy: problems and development prospects*. 2016. No. 12. Pp. 137–141.

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО / SMALL BUSINESS

Оригинальные статьи / Original articles

DOI 10.24182/2073-6258-2024-23-1-67-74



Социальные сети и доступный интернет-маркетинг для малого бизнеса

В. В. Шендрик

ИП Шендрик Виталий Викторович,

Москва, Россия

miselbuse@gmail.com

Аннотация: В статье исследуются особенности социальных сетей, как доступного маркетингового инструмента для малого бизнеса. Конкретизируются актуальные направления маркетинга в социальных сетях, выделяются особенности подобного маркетинга. Сравниваются различные инструменты и оценивается их применимость в контексте интернет-маркетинга малого бизнеса. Уточняются потенциальные преимущества маркетинга в социальных сетях, связанные с быстротой реагирования, относительно низкими издержками, отсутствием фокуса на локальную аудиторию и др. Определяются и раскрываются стратегии маркетинга в социальных сетях, затрагиваются вопросы их разработки. По итогам исследования делаются выводы о результирующем значении маркетинга малого бизнеса в социальных сетях.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, социальные сети, продвижение, малобюджетный маркетинг, эффективность продвижения, маркетинговые стратегии, инструменты интернет-маркетинга.

Для цитирования: Шендрик В.В. Социальные сети и доступный интернет-маркетинг для малого бизнеса. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 67–74. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-67-74>.

Social Media and Affordable Internet Marketing for Small Businesses

V. V. Shendrik

Individual Entrepreneur Shendrik Vitaly Viktorovich,

Moscow, Russia

miselbuse@gmail.com

Abstract: The article examines the features of social networks as an accessible marketing tool for small businesses. The current directions of marketing in social networks are specified and the features of such marketing are highlighted. Various tools are compared and their applicability in the context of small business Internet marketing is assessed. The potential advantages of marketing in social networks are clarified, associated with speed of response, relatively low costs, lack of focus on a local audience, etc. Marketing strategies in social networks are defined and disclosed, and issues of their development are addressed. Based on the results of the study, conclusions are drawn about the resulting importance of small business marketing on social networks.

Keywords: Internet marketing, social networks, promotion, low-budget marketing, promotion effectiveness, marketing strategies, Internet marketing tools.

For citation: Shendrik V.V. Social Media and Affordable Internet Marketing for Small Businesses. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 67–74. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-67-74>.

Введение. В условиях интенсивно возрастающих издержек деятельности малый бизнес сталкивается с вызовами, обуславливающими необходимость рационального управления рекламными бюджетами и перехода к доступному и высокоэффективному маркетингу, ориентированному на потребителя. Существует достаточно обширное количество доступных направлений маркетинга малого бизнеса, однако далеко не каждое из них соотносится с принципами рационализации потребляемых ресурсов. Малый бизнес нуждается в поиске тех маркетинговых инструментов

и методов, которые обеспечат точное и результирующее продвижение, несмотря на существующие вызовы эффективности. Маркетинг в социальных сетях в этой связи необходимо рассматривать в качестве прикладного способа достижения желаемых целей продвижения с фокусом на конкретные показатели эффективности. Преимущества маркетинга в социальных сетях выходят за рамки традиционного маркетинга, поскольку связываются с отсутствием фактических ограничений на реализацию целей маркетинговой деятельности и предоставляют возможности потенциально более широкого охвата целевых потребителей.

Актуальность в этой связи приобретают вопросы исследования и разработки стратегий доступного для малого бизнеса маркетинга в социальных сетях, отличающегося эффективностью, соответствием целям и ожиданиям компании. Высокое внимание при разработке соответствующих стратегий необходимо уделять вопросам эффективности затрат, поскольку малый бизнес нуждается в применении высокорезультативных и точных маркетинговых методов, ориентированных на инновационные подходы к маркетингу. Инновационный маркетинг выстраивается с фокусом на конкретизацию и четкую адресность сообщений, что требует установления контакта с целевыми потребителями.

Цель исследования — выделить и обосновать стратегии доступного интернет-маркетинга малого бизнеса в социальных сетях.

Основная часть. Интерес бизнеса к социальным сетям, как каналу взаимодействия с целевой аудиторией и реализации эффективного маркетинга, приобретает особое значение в периоды после пандемии COVID-19, которая обусловила массовый вынужденный переход общества и бизнеса в пространство сети Интернет, определив перспективы развития маркетинга в социальных сетях и рост доверия потребителей к интернет-сервисам. Как итог, сегодня маркетинг в социальных сетях становится все более востребованным и распространенным, предоставляя бизнес-субъектам колоссальные возможности в продвижении и взаимодействии с целевой аудиторией.

Выбор социальной сети как значимого канала коммуникаций (продвижения) в малом бизнесе имеет ряд собственных объективных причин, связанных с доступностью социальных сетей и первоочередным привлечением внимания более лояльных и заинтересованных потребителей. Как верно отмечает Д.Р. Амирова, маркетинг в социальных сетях становится объективным следствием глобальных цифровых трансформаций экономики, предполагая привлечение в собственную среду не только электронного бизнеса, но и традиционных бизнес-субъектов, стимулируя формирование смешанных бизнес-моделей и подходов к продвижению. Маркетинг в социальных сетях, по мнению автора, связан с неуклонным ростом пользователей различных площадок, что делает доступным для бизнеса разнообразные, в том числе специфические, сегменты аудитории¹.

Достаточно схожие воззрения прослеживаются и в работе К.Н. Вицеляровой и Ю.Н. Захаровой, которые пишут о том, что социальные сети в целом становятся значимым инструментом в системе интернет-маркетинга, обеспечивая доступ бизнеса к высокоэффективному каналу коммуникации с целевой аудиторией. Авторы отмечают, что социальные сети выступают эффективной площадкой для реализации всевозможных маркетинговых стратегий². Разработка последних связывается с применением направлений маркетинга в социальных сетях, среди которых традиционно выделяются следующие направления (рис. 1).

Обращаясь к рисунку 1, заметим, что широта доступных направлений маркетинга в социальных сетях делает социальные сети перспективным инструментом маркетинговой деятельности, предоставляющим значительные возможности для организации продвижения и построения взаимодействия с целевой аудиторией.

Учитывая заявленную в теме исследования сфокусированность на доступном маркетинге, отметим, что наиболее доступными для малого бизнеса становятся: контент-маркетинг, SMM-маркетинг, мониторинг социальных сетей и партизанский маркетинг. При этом, у каждого из обозна-

¹ Амирова Д.Р. Маркетинг социальных сетей: новые возможности для бизнеса или реальность цифровой экономики. Московский экономический журнал. 2020. № 11. С. 723–730.

² Вицелярова К.Н., Захарова Ю.Н. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. ЕГИ. 2021. № 5 (37). С. 52–55.

Рис. 1. Направления маркетинга в социальных сетях ³

ченных направлений маркетинга можно выделить собственные ответвления, конкретизирующие задачи продвижения и потенциал реализации соответствующих маркетинговых функций. Например, в работе А.П. Брагина рассматривается такое направление интернет-маркетинга в социальных сетях, как использование коротких видеороликов. Данный вид маркетинга относится к контент-маркетингу в социальных сетях, обеспечивая функции продвижения, привлечения внимания к бренду, взаимодействия с целевой аудиторией. Автор верно замечает, что для обеспечения эффективности подобного маркетинга бизнесу предстоит решить ряд сложных задач, связанных с: во-первых, поиском востребованного у целевой аудитории контента и формата взаимодействия; во-вторых, привлечением не только ключевой аудитории, но и дополнительных сегментов потребителей, которые будут демонстрировать интерес к деятельности бизнеса и его продуктам; в-третьих, поддержанием постоянства в публикации рекламных материалов, включая фокус на соблюдение контент-плана и др.⁴

Отметим, что в зависимости от рассматриваемого направления маркетинга в социальных сетях напрямую видоизменяются особенности этого маркетинга, что предполагает учет обстоятельств и целей деятельности бизнеса, специфических особенностей конкретной целевой аудитории, социальной сети и доступных в ней инструментов. Например, социальная сеть ВКонтакте предоставляет весь необходимый набор инструментов для интернет-маркетинга в социальной сети, однако для продвижения за счет ранее упомянутых коротких видеороликов в большей степени подойдут социальные сети, сфокусированные на видеоконтенте, к которым не относится социальная сеть ВКонтакте. Иными словами, бизнесу необходимо осознанно подходить к выбору рассматриваемой для маркетинга площадки, понимая собственную целевую аудиторию, её потребности и особенности.

Вместе с тем, как отмечают Н.В. Лужнова и М.В. Федоров, в социальных сетях существуют достаточно универсальные виды контента, которые в равной степени интересны потребителям и наблюдаются в практике маркетинговой деятельности бизнеса. Например, авторы выделяют та-

³ Составлено автором.

⁴ Брагин А.П. Тренд современного интернет-маркетинга в социальных сетях: короткие видеоролики. Практический маркетинг. 2023. №10. С. 36–41.

кие виды контента, как отзывы, истории о создании продукта, специальные отчеты, решение проблем, раскрытие новостей, юмор и др.⁵ Выбор контента, как правило, осуществляется с учетом реакции потребителей, демонстрации интереса к контенту, общего отклика и удовлетворения коммерческих целей бизнеса.

Отметим, что «в пользу» маркетинга в социальных сетях играют именно факторы доступности и сконцентрированности целевой аудитории, обеспечивающие эффективность продвижения. Вместе с тем, маркетинг в социальных сетях связывается с характерными особенностями, среди которых принято выделять:

- высокую степень включенности аудитории, поскольку весь контент, с которым взаимодействует пользователь социальной сети, настраивается под него и персонализируется с учетом интересов, реакций, специально выставленных предпочтений. Данная особенность увеличивает перспективы бизнеса выйти на необходимый для него целевой сегмент;
- наличие инструментов обратной связи с аудиторией, выраженных в форме комментариев, лайков, репостов, реакций и др. способов реагирования аудитории на потребляемый контент, что позволяет своевременно отслеживать реакции, интересы и мнение целевой аудитории, устанавливая более персонально-ориентированный контакт. К.Ю. Тимербулатова в этом контексте пишет, что реклама в социальных сетях отличается от традиционного понятия рекламы, поскольку обладает направленностью на быстрый обмен информацией и реакциями, предоставляет участникам коммуникаций возможность обмениваться собственным опытом, мнением, стимулируя дополнительное доверие к тем или иным рекламным предложениям⁶;
- как правило, высокая степень вирусности, что связывается с массовым продвижением контента усилиями алгоритмов, которые автоматически продвигают понравившийся другим пользователям контент и выводят его на массовый уровень;
- предоставление «шанса» непопулярным авторам и аккаунтам, что является специальной настройкой рекомендательных алгоритмов в социальной сети, которые целенаправленно также продвигают непопулярные публикации;
- фокус не на бюджеты, а на креативность, интерес и связь с аудиторией, что предопределяет популяризацию не дорогого, а качественного контента в социальной сети. Как отмечает Ю.А. Судакова-Зотова, маркетинг в социальной сети демонстрирует высокие показатели эффективности ввиду того, что ориентируется на применение комплекса психологических инструментов, среди которых инструменты доверительной направленности, демонстрации открытости сообщений, создания приятной цветовой палитры, уступчивости производителя и др.⁷;
- многофункциональность, связанная с конкретно рассматриваемыми платформами, которые включают в себя как общие, так и специфические, полезные для бизнеса инструменты (например, аналитика, сбор статистики о пользователях, портреты потребителей и др.);
- возможность интеграции коммерческих функций, включая ссылки или другие каналы для маркетинга. Ссылки в таком случае размещаются как напрямую, так и в виде «дополнительного» атрибута публикаций. По мнению Т.С. Третьяковой, важной составляющей эффективного маркетинга становится малобюджетность, направленность на построение массовых связей без задействования широких затрат⁸. Социальные сети фактически удовлетворяют обозначенному критерию, предоставляя бизнесу доступ к высокоэффективным и практически не требующим затрат методам маркетинга, соответствующим инструментам, позволяю-

⁵ Лужнова Н.В., Фёдоров М.В. Технологии маркетинга в социальных сетях для малого бизнеса. Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2022. № 3. С. 28–37.

⁶ Тимербулатова К.Ю. Реклама в социальной сети как сигнал качества. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2021. № 2. С. 118–139.

⁷ Судакова-Зотова Ю.А. Психология маркетингового продвижения в социальных сетях. Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 8 (112). С. 89–93.

⁸ Третьякова Т.С. Комплекс маркетинговых коммуникаций субъектов малого предпринимательства на основе малобюджетных технологий. ПСЭ. 2011. № 1. С. 153–156.

щим выстраивать высококачественные маркетинговые коммуникации. В другом исследовании автора выражается схожая позиция, отмечающая перспективы партизанского маркетинга в социальных сетях, ввиду его доступности и массовости ⁹;

- потенциально более широкий охват, отсутствие фокуса на локальных потребителях при массовости коммуникаций. Д.А. Шевченко в этом контексте считает важным учитывать контекст взаимодействия аудитории с бизнесом, проверять наиболее значимые и востребованные способы коммуникации ¹⁰;
- высокая степень экономической эффективности и прямое стимулирование продаж, что определяется конвертируемостью трафика и возможностями перенаправления массовой целевой аудитории на страницы для обеспечения продаж. Учитывая высокую коммуникативную активность, как выделяет К.Н. Славникова, у бизнеса формируются все возможности для стимулирования продаж как в текущем, так и долгосрочном плане ¹¹;

С точки зрения малого бизнеса видим обозначенные особенности достаточно значимыми, поскольку они, фактически, ставят малый бизнес в равенство с крупнейшими представителями рынка, для которых более привлекательными являются именно традиционные инструменты маркетинга. В социальных сетях малый бизнес имеет возможность реагировать на колебания рынка и конкурировать по качеству и доступности рекламы (маркетинг в целом) с крупнейшими рыночными игроками, не затрачивая при этом колоссальных объемов финансовых ресурсов.

Достаточно целесообразным в контексте социальных сетей видим сравнение конкретных инструментов и степени их применимости в маркетинге малого бизнеса (табл. 1).

Таблица 1

Инструменты маркетинга малого бизнеса в социальных сетях ¹²

Инструмент	Достоинства	Недостатки
Таргетированное рекламное объявление	<ul style="list-style-type: none"> - сфокусированность на конкретных сегментах и целевых потребителях; - эффективное управление бюджетом с учетом показов рекламы; - точное измерение полученных результатов, наличие показателей эффективности; 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая конкурентная среда; - демонстрация пользователей отсутствия интереса к рекламе; - сложности подготовки без наличия навыков настройки рекламы;
Публикация мнения инфлюенсера (реклама у инфлюенсеров)	<ul style="list-style-type: none"> - формирование повышенного доверия к бренду и компании; - органичное включение за счет рекламы; - возможность выхода за рамки собственной аудитории; 	<ul style="list-style-type: none"> - трудноизмерима в контексте эффективности вложений; - возможная дороговизна;
Публикация контента	<ul style="list-style-type: none"> - ориентированность на экспертность бизнеса в разрешаемом вопросе; - значительное влияние на узнаваемость бренда; - гармоничное встраивание поисковой оптимизации; - разнородность контента; - возможность адаптации контента под аудиторию; 	<ul style="list-style-type: none"> - высокие временные затраты; - сложность генерации идей и подготовки высококачественного контента; - постепенное аккумулирующее влияние (долгосрочная направленность);
Проведение акций (розыгрыши)	<ul style="list-style-type: none"> - привлечение внимания аудитории; - вознаграждение за активность; - повышение показателей в социальной сети; - высокая скорость распространения; 	<ul style="list-style-type: none"> - краткосрочные характер влияния; - низкое качество вновь привлекаемой аудитории;

⁹ Третьякова Т.С. Малобюджетные технологии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Практический маркетинг. 2010. № 10. С. 11–19.

¹⁰ Шевченко Д.А. SMM (маркетинг в социальных сетях): стратегия и тактика. Практический маркетинг. 2022. № 8 (305). С. 3–11.

¹¹ Славникова К.Н. Социальные сети как инструмент продаж. Столыпинский вестник. 2023. № 3. С. 1429–1439.

¹² Составлено автором.

Продолжение таблицы 1

Инструмент	Достоинства	Недостатки
Массовые e-mail рассылки	<ul style="list-style-type: none"> - низкие показатели затрат при высокой (сравнительно затратам) эффективности; - широкая направленность и возможность рассылки специальных горячих предложений; - измеримость рассылок и возможность включения дополнительных метрик; - автоматизация (безучастность человека). 	<ul style="list-style-type: none"> - игнорирование потребителями, ввиду распространенности; - возможные негативные реакции на рассылку со стороны пользователей;

Учитывая представленные результаты сравнительного анализа в таблице 1, заметим, что малому бизнесу необходимо выбирать конкретные конфигурации инструментов, основываясь не только на достоинствах и недостатках, но и соответствии выбранным маркетинговым стратегиям. Среди последних на наш взгляд в деятельности малого бизнеса выделяются стратегии: 1) ориентированные на бренд; 2) стимулирующие продажи; 3) публикации образовательного контента; 4) привлечения живого трафика; 5) обратной связи с аудиторией; 6) коллаборации и партнерства. В зависимости от каждой стратегии выделяется собственный комплекс инструментов маркетинга малого бизнеса в социальной сети (табл. 2):

Таблица 2

Выбор инструментов маркетинга малого бизнеса в социальной сети с учетом маркетинговых стратегий¹³

Стратегия	Описание	Комплекс инструментов
Ориентированная на бренд	Ставит своей целью создание, укрепление и продвижение бренда среди целевой аудитории, предполагает демонстрацию символики, принципов деятельности, раскрытия «внутренней кухни» бизнеса и др. Имеет долгосрочную направленность.	Представлен брендированным контентом, визуальной символикой, историями с историей бренда, продвижением хештегов и др.
Стимулирующая продажи	Ставит своей целью текущее увеличение продаж, увеличение продаж конкретного товара или долгосрочный рост показателей продаж бизнес.	Представлен инструментами таргетированной рекламы, горячими предложениями, промокодами на скидки и др.
Направленная на образовательный контент	Ставит своей целью привлечение и сохранение лояльной аудитории, которая становится фактическим потребителем контента. Прочие цели приобретают второстепенный (косвенный) характер реализации. Стратегия тесно связана с повышением доверия к бренду.	Представлен в виде блогов в социальных сетях, обучающих видеороликов, коротких роликов, специальной инфографики, вебинаров и др.
Привлечения живого трафика	Ставит своей целью привлечь наиболее активную и реально существующую (взаимодействующую с бизнесом и его социальными сетями) аудиторию, заинтересованную в участии в мероприятиях и т.п.	Представлен в виде инструментов онлайн-коммуникации с фокусом на активную аудиторию (проведение прямых трансляций, организация онлайн-мероприятий, интерактивное взаимодействие, участие в интернет-событиях).
Обратной связи с аудиторией	Ставит своей целью взаимодействие с аудиторией, отслеживание её реакций и оценок, настраивание бизнеса под желания и ориентиры аудитории, включая улучшение продуктов и услуг, расширение ассортимента, реагирование на проблемы и др.	Представлен такими инструментами, как опросы, комментарии, форумы, формы обратной связи, сообщения и др.

¹³ Составлено автором.

Стратегия	Описание	Комплекс инструментов
Коллаборации и партнерства	Ставит своей целью демонстрацию открытости и взаимодействия с другими популярными брендами или компаниями. Включает в себя сотрудничество с другими компаниями, объединение рекламных бюджетов, взаимный пиар или обмен аудиторией.	Представлен совместными кампаниями, публикацией гостевого контента, проведением партнерских мероприятий, перформансов и др.

Обозначенные инструменты становятся составляющей частью в разработке результирующего и доступного маркетинга, в структуру которого также включаются цели маркетинга (планируемые результаты), исследование целевой аудитории, формулирование непосредственно содержания стратегии и её реализация, мониторинг, отслеживание эффективности и долгосрочное улучшение с фокусом на достижение обозначенных результатов.

Заключение. Таким образом, реализация задач доступного маркетинга для малого бизнеса неразрывно связана с созданием адаптированных под его специфические особенности деятельности и задачи маркетинговых стратегий, которые будут включать в себя рациональные с точки зрения показателей эффективности и затрат инструменты. Социальные сети, будучи эффективной площадкой, привлекающей массовых потребителей различных сегментов, становятся перспективным направлением маркетинга малого бизнеса, позволяющим выстраивать тесные взаимоотношения с потребителями, реагировать на вызовы рынка и текущие изменения. Для малого бизнеса, ввиду ресурсной ограниченности, маркетинг в социальных сетях становится качественной альтернативой, предоставляющей доступ к массовому потребителю, не ограничивая бизнес локальной аудиторией, при этом маркетинг в социальных сетях является доступным и результативным. Малому бизнесу в процессе выбора конкретных площадок для размещения контента (приоритетных) необходимо учитывать особенности конкретных социальных сетей, собственной аудитории и потенциальных потребительских сегментов, принимать во внимание функциональность и особенности площадки, её правила.

Список литературы

1. Амирова Д.Р. Маркетинг социальных сетей: новые возможности для бизнеса или реальность цифровой экономики. Московский экономический журнал. 2020. №11. С. 723–730.
2. Брагин А.П. Тренд современного интернет-маркетинга в социальных сетях: короткие видеоролики. Практический маркетинг. 2023. №10. С. 36–41.
3. Вицелярова К.Н., Захарова Ю.Н. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. ЕГИ. 2021. № 5 (37). С. 52–55.
4. Лужнова Н.В., Фёдоров М.В. Технологии маркетинга в социальных сетях для малого бизнеса. Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2022. № 3. С. 28–37.
5. Славникова К.Н. Социальные сети как инструмент продаж. Столыпинский вестник. 2023. № 3. С. 1429–1439.
6. Судакова-Зотова Ю.А. Психология маркетингового продвижения в социальных сетях. Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 8 (112). С. 89–93.
7. Тимербулатова К.Ю. Реклама в социальной сети как сигнал качества. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2021. № 2. С. 118–139.
8. Третьякова Т.С. Комплекс маркетинговых коммуникаций субъектов малого предпринимательства на основе малобюджетных технологий. ПСЭ. 2011. №1. С. 153–156.
9. Третьякова Т.С. Малобюджетные технологии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Практический маркетинг. 2010. № 10. С. 11–19.
10. Шевченко Д.А. SMM (маркетинг в социальных сетях): стратегия и тактика. Практический маркетинг. 2022. № 8 (305). С. 3–11.

References

1. Amirova D.R. Social network marketing: new business opportunities or the reality of the digital economy. Moscow Economic Journal. 2020. No. 11. P.723–730.

2. Bragin A.P. Trend of modern internet marketing in social networks: short videos. *Practical marketing*. 2023. No. 10. Pp. 36–41.
3. Vitselyarova K.N., Zakharova Yu.N. Social networks and their importance in Internet marketing. *EGI*. 2021. No. 5 (37). Pp. 52–55.
4. Luzhnova N.V., Fedorov M.V. Marketing technologies in social networks for small businesses. *Intellect. Innovation. Investments*. 2022. No. 3. Pp. 28–37.
5. Slavnikova K.N. Social networks as a sales tool. *Stolypin Bulletin*. 2023. No. 3. Pp. 1429–1439.
6. Sudakova-Zotova Yu.A. Psychology of marketing promotion in social networks. *Society: sociology, psychology, pedagogy*. 2023. No. 8 (112). Pp. 89–93.
7. Timerbulatova K.Yu. Advertising on a social network as a signal of quality. *Bulletin of Moscow University. Series 6. Economics*. 2021. No. 2. Pp. 118–139.
8. Tretyakova T.S. Complex of marketing communications of small businesses based on low-budget technologies. *PSE*. 2011. No. 1. Pp. 153–156.
9. Tretyakova T.S. Low-budget technologies of marketing communications in social networks. *Practical marketing*. 2010. No. 10. Pp. 11–19.
10. Shevchenko D.A. SMM (social media marketing): strategy and tactics. *Practical marketing*. 2022. No. 8(305). Pp. 3–11.

Доступность государственной поддержки для малого бизнеса и осведомленность о ней малых предприятий

А. Ю. Янченко

кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный морской технический университет,

Санкт-Петербург, Россия

yanchenko.au@corp.smtu.ru

Е. А. Ляшенко

студент

Санкт-Петербургский государственный морской технический университет,

Санкт-Петербург, Россия

elizabeth.lya1@gmail.com

Аннотация: В статье анализируется доступность участия в программах поддержки от государства для субъектов малого бизнеса. Государство оценивает важность организации мер поддержки для малых и средних предприятий с точки зрения их значимой социальной и экономической роли для страны. В статье представлено разделение государственной помощи на программы федерального, регионального, отраслевого и муниципального уровней. Направления государственной поддержки классифицированы по материальной, информационной, организационной и денежной сферам. Выделены наиболее распространенные преграды для расширения предпринимательской деятельности, среди которых: трудности с поиском инвесторов и дополнительного финансирования, длительность бюрократических процедур, сложности с контрагентами, нехватка высококвалифицированного персонала, недостаток общности в программах поддержки. Для более детального рассмотрения вопроса построена структура подготовки проекта государственной поддержки. Приводится статистическая информация об осведомленности предпринимателей о мерах поддержки, среди которых наиболее известными оказались цифровые сервисы для бизнеса и мораторий на проверки. Предлагается приобщить общественные объединения предпринимателей к обсуждению и созданию проектов поддержки с разработкой соответствующей правовой базы для проведения подобных дискуссий. Сделан вывод о наиболее существенных проблемах доступа к государственной поддержке и предложен путь их решения.

Ключевые слова: государственная помощь, меры поддержки, федеральный проект, малые предприятия, доступность.

Для цитирования: Янченко А.Ю., Ляшенко Е.А. Доступность государственной поддержки для малого бизнеса и осведомленность о ней малых предприятий. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 75–82. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-75-82>.

Accessibility of government support for small businesses and awareness of it by small enterprises

A. Yu. Yanchenko

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.

Saint-Petersburg State Marine Technical University,

Saint-Petersburg, Russia

yanchenko.au@corp.smtu.ru

E. A. Lyashenko

Student

Saint-Petersburg State Marine Technical University,

Saint-Petersburg, Russia

elizabeth.lya1@gmail.com

Abstract: The article analyzes the availability of participation in government support programs for small businesses. The state assesses the importance of organizing support measures for small and medium-sized enterprises from the

point of view of their significant social and economic role for the country. The article presents the division of state assistance into programs at the federal, regional, sectoral and municipal levels. Areas of state support are classified into material, informational, organizational and monetary areas. The most common barriers to expanding business activities have been identified, including difficulties in finding investors and additional financing, length of bureaucratic procedures, difficulties with counterparties, lack of highly qualified personnel, and lack of commonality in support programs. For a more detailed consideration of the issue, a structure for preparing a state support project has been built. Statistical information is provided on the awareness of entrepreneurs about support measures, among which the most well-known were digital services for business and a moratorium on inspections. It is proposed to involve public associations of entrepreneurs in the discussion and creation of support projects with the development of an appropriate legal framework for such discussions. A conclusion is drawn about the most significant problems of access to government support and a way to solve them is proposed.

Keywords: government assistance, support measures, federal project, small businesses, accessibility.

For citation: Yanchenko A. Yu., Lyashenko E. A. Accessibility of government support for small businesses and awareness of it by small enterprises. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 75–82. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-75-82>.

В Российской Федерации уделяют много внимания развитию малого бизнеса. Государство стимулирует нарастание доли малого бизнеса в экономике страны, потому что он обладает рядом преимуществ: имеет большую скорость оборота ресурсов, быстро подстраивается под изменение спроса и доступен для начинающих предпринимателей — не предусматривает крупных стартовых вложений.

Как правило, этот вид бизнеса предоставляет возможность трудоустройства для незащищенных категорий населения — школьники, пенсионеры, инвалиды, которые не находят работу в крупных корпорациях. Для многих начинающих специалистов малый бизнес является стартом карьеры и базисом для овладения первыми практическими знаниями. Данные факты, безусловно, помогают государству в обеспечении социальных гарантий населению.

Малые предприятия способны быстрее приспосабливаться к изменению рыночных условий, шире удовлетворяют потребности населения. Они являются основой здоровой рыночной конкуренции, что положительно влияет на экономическое развитие России.

Поддержка бизнеса от государства проявляется в совокупности мероприятий, создающих подходящую экономическую и правовую среду для развития малых предприятий, а также предоставляющих финансирование и информационное содействие.

Министерство экономического развития РФ регулирует вопросы по формированию государственной политики и контролю деятельности малых предприятий на основании Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ¹.

По данным Федеральной службы государственной статистики, ВВП России в 2022 году составил 155,3 трлн. рублей, а вклад малого и среднего бизнеса был 32,6 трлн. рублей, что говорит об общей доле 21%².

Малое и среднее предпринимательство (МСП) неоднократно становилось источником инноваций, что способствует увеличению экономической активности и производительности. Для анализа доли МСП в экономиках других стран обратимся к таблице 1.

Видно, что в большинстве стран из представленной выборки малый и средний бизнес имеет больший вес в ВВП стран. Это говорит о том, что существует большой потенциал для развития предпринимательства и увеличения его доли минимум в два раза.

Положительные результаты государственной поддержки будут видны только в случае системного подхода, когда задействован не только централизованный аппарат управления, но и региональные органы. Основным путем оказания государственной помощи служит проведение программ на федеральном, региональном, отраслевом и муниципальном уровнях, структура которых отображена на рисунке 1. Например, на федеральном уровне Министерства и Федеральная нало-

¹ Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ.

² Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>. Дата обращения: 01.02.2024 г.

Таблица 1

Показатели развития малого и среднего предпринимательства в ведущих странах мира за 2022 год ³

Параметр	США	Великобритания	Япония	Германия	Россия
Количество МСП, млн	33,4	5,5	3,6	2,6	6,2
Доля МСП в количестве предприятий, %	99,9	99,9	99,7	99,5	99,8
Занято людей в МСП, млн	58,7	16,4	32,2	18,4	15,1
Доля МСП в общей занятости, %	48,8	60,7	66,8	54,4	26
Доля МСП в ВВП, %	44	51	20	52	21

говая служба (ФНС) дают возможность получения субсидий, грантов и налоговых льгот, а на муниципальном уровне центры занятости предоставляют финансовую помощь и осуществляют льготные аутсорсинги по ведению бухгалтерской отчетности.

Федеральный уровень	Региональный уровень	Муниципальный уровень
<ul style="list-style-type: none"> • Федеральная налоговая служба • Министерство экономического развития РФ • Министерство просвещения РФ • Федеральная корпорация по развитию малого и среднего бизнеса и др. 	<ul style="list-style-type: none"> • Региональные фонды поддержки малого предпринимательства • Региональные департаменты и комитеты развития малого предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> • Местные фонды поддержки малого предпринимательства • Центры занятости населения и др.

Рис. 1. Структура государственных органов по поддержке малых предприятий ⁴

Государственная поддержка для малого бизнеса осуществляется по различным направлениям, которые указаны в таблице 2.

Таблица 2

Направления поддержки от государства ⁵

Область	Описание
Денежная	Предоставление налоговых льгот, финансовой помощи в виде грантов, субсидий, льготное кредитование.
Материальная	Участки земли, цеха и другие недвижимые объекты предоставляются на правах пользования.
Информационная	Внедрение открытых информационных систем, доступная консультационная поддержка предпринимателей, создание и проведение тематических лекций, тренингов.
Организационная	Проведение профессиональных форумов, возможности участия в выставочных ярмарках.

Ввиду заполнения упрощенных форм отчетности малыми предприятиями государство получает информацию о текущем финансовом состоянии предприятий не в полном объеме. Несомнен-

³ Составлено на основе Франке Н. Роль малого бизнеса в экономике США. Cifra. Экономика. 2023. № 2 (2). – URL: <https://economics.cifra.science/archive/2-2-2023-august/10.2670/ECNMS.2023.2.6>. Дата обращения: 02.02.2024 г.

⁴ Составлено авторами на основе Евстегнеева А. Ю. Государственная финансовая поддержка российского малого и среднего предпринимательства. Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3. – URL: <https://esj.today/PDF/59FAV323.pdf>.

⁵ Там же.

но, такая опция ускоряет процесс документооборота, но не дает передать решение существующих управленческих и материальных проблем от предпринимателей к государству. Сложившаяся ситуация не позволяет провести детальный анализ проблем малого бизнеса, поэтому государственная поддержка не столь эффективна.

Вопреки большому разнообразию мер государственной поддержки оказание помощи малому бизнесу несовершенно. Наиболее распространенными преградами для старта предпринимательской деятельности и ее расширения в будущем являются ⁶:

1. Поиск инвесторов и дополнительного финансирования. Только небольшая часть предпринимателей имеет возможность взять льготный кредит в банке для развития бизнеса, меры государственной поддержки охватывают не все компании. Малый бизнес является для банков областью рискованного кредитования, а большой размер залога и обеспечения кредита является для большинства недостижимым условием.

2. Бюрократический аппарат. Отчетность малого бизнеса отправляется в государственные учреждения на местном, региональном и федеральном уровнях. В процессе цифровизации ИТ-систем органов власти растет и объем документации. При участии в государственных программах руководители должны предоставить отчеты по итогам использования средств, которые отличаются по форме заполнения в зависимости от полученной помощи. Очень часто малые предприятия не могут позволить нанять сотрудника, который будет специализироваться на этом вопросе.

3. Сложности с контрагентами. Не все поставщики и покупатели готовы сотрудничать с малым бизнесом ввиду небольшого размера капитала. Крупные заказчики, зачастую и государственные, могут выплачивать суммы по договору позднее установленных сроков. Необходимо сфокусировать внимание и установить дополнительный контроль за просрочкой платежей и возникновением задолженностей.

4. Недостаток общности в программах. Дифференцированные условия для участия в мерах поддержки требуют готовить отдельные ряды документов для каждой программы, создавая организационную нагрузку.

5. Нехватка высококвалифицированного персонала. Грамотные специалисты предпочитают работу в крупном бизнесе из-за возможности карьерного роста и страха потерять широкий набор навыков. Сотрудничество высших и средних учебных заведений с корпорацией поддержки малого бизнеса не распространено.

Значительной преградой роста малых предприятий является ограниченность финансирования и сложность привлечения новых ресурсов. В России до сих пор не удается упростить процедуру выдачи кредитов в банках для развития бизнеса. Как правило, развитые страны проводят стимулирующие мероприятия для банковских организаций, отдавая этой работе наибольшее предпочтение при проведении государственной поддержки. Зарубежные коммерческие банки получают от такого кредитования хорошую выручку, но в нашей стране доля малого и среднего бизнеса за 2023 год составляет всего 12,6% ⁷. Положительная динамика увеличения кредитования малого бизнеса в начале 2023 года оказалась временной, и во втором полугодии количество выданных ссуд уменьшилось на 20% ⁸.

Только около 10% малого бизнеса получили и погашают кредиты. Но и среди них многие имеют просрочки по выплатам, так к декабрю 2023 года число таких предприятий превысило 64 тысячи, что превышает показатель января этого же года — 46 тысяч — на 40 процентов ⁹.

Главной причиной таких низких результатов является сложность получения кредитов. Коммерческие банки видят большим риском выдачу ссуд малым предприятиям, а необходимый раз-

⁶ Евстегнеева А. Ю. Государственная финансовая поддержка российского малого и среднего предпринимательства. Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3. — URL: <https://esj.today/PDF/59FAV323.pdf>.

⁷ Глеба О.В. Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: монография, 2021. С. 13–24.

⁸ Там же.

⁹ Там же.

мер залога не все готовы обеспечить. Начинающие предприниматели не имеют кредитной истории и высокой деловой репутации, поэтому им в меньшей степени удастся получить желаемое финансирование, хотя оно им необходимо больше всего.

Вопреки необходимости наличия небольшого размера капитала при создании бизнеса, для его расширения также необходим капитал. Согласно статистике, около 80% предпринимателей нуждаются в долгосрочных кредитах ¹⁰.

Разрешить эту проблему можно путем введения гарантий кредитования от государства, что подтверждает практика других стран. Это потребует от государства значительных финансовых вливаний, но определенно окажется очень эффективным инструментом.

Большая инфляция, увеличение размера ключевой ставки и, соответственно, ставок кредитования сдерживают спрос на эту банковскую услугу среди предпринимателей. Свой отпечаток накладывают политические санкции и стабилизация импортозамещения, в этих условиях неопределенности бизнесу особенно необходима помощь от государства.

Итоги реализации партийного проекта «Предпринимательство» представлены в докладе, который дает информацию об осведомленности малого и среднего бизнеса о реализуемых программах государственной поддержки ¹¹. Основные итоги представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Осведомленность МСП о видах поддержки бизнеса ¹²

С целью донести до законодательных органов реальные проблемы бизнеса наиболее результативно необходимо приобщить общественные объединения предпринимателей к обсуждению и созданию проектов поддержки. К сожалению, в России сейчас нет должной правовой базы для проведения таких дискуссий. Когда такая возможность будет отражена в нормативных документах, вовлеченность малых предприятий в мероприятия поддержки возрастет.

¹⁰ Доклад партийного проекта «Предпринимательство»: Малое и среднее предпринимательство в России: итоги развития, оценка эффективности реализации программы господдержки, вызовы и новые возможности, 2023. — URL: <http://urafo.gov.ru/media/files/file/UgCf1U21DQK3RPL20KJYbcODkKg.pdf>.

¹¹ Там же.

¹² Составлено на основе Доклада партийного проекта «Предпринимательство»: Малое и среднее предпринимательство в России: итоги развития, оценка эффективности реализации программы господдержки, вызовы и новые возможности, 2023. URL: <http://urafo.gov.ru/media/files/file/UgCf1U21DQK3RPL20KJYbcODkKg.pdf>.

В структуре малого бизнеса лидируют предприятия, которые занимаются розничной торговлей, туризмом и общественным питанием.¹³ Популярность среди потребителей получают товары и услуги, отличающиеся простотой использования и понятной концепцией. В данном случае не требуется сложных бизнес-процессов и разработки новой учетной политики¹⁴.

К сожалению, научно-технические разработки и инновации редко являются основой для получения высокого дохода, хотя и стимулируют рынок своими конкурентными преимуществами¹⁵. Предприниматели боятся входить в этот сектор бизнеса из-за сложности продвижения, слабой защиты интеллектуальной собственности и неразвитости системы контроля за уникальностью нематериальных активов.

Организационные трудности этих сфер деятельности вызывают неопределенность будущего фирмы. Риск-менеджмент организации борется с возможными угрозами, но работать с неопределенностью крайне сложно. Именно по этой причине предприниматели отказываются от идеи вести научно-технические разработки и вводить инновационные продукты, ведь реакцию рынка предсказать невозможно¹⁶. Второстепенным основанием для этого являются проблемы с поиском инвесторов и партнеров. В нашей стране есть возможность дополнительного финансирования инноваций от государства, но не все проекты могут на нее претендовать.

На рисунке 3 построен пример организации системы поддержки малого бизнеса от государства¹⁷. Любые меры должны вводиться согласно прогнозному плану и выполнять четкие цели. Для эффективности их работы необходима развитая нормативно-правовая и материальная база, а выбор источников финансирования выполняется на последнем этапе разработки проекта.

Подводя итог, главная проблема недоступности государственной поддержки заключается в огромном объеме программ и отсутствии структурированного подхода к их анализу¹⁸. Начинающие предприниматели не имеют четкого алгоритма, который мог бы определить условия, порядок заполнения, предоставления документов и место обращения для участия в мерах поддержки, не понимают своей роли в инновационной системе¹⁹. Государственные программы не получают востребованности при реализации, так как население не информировано о своих возможностях и не может их увидеть в единой информационной базе.

Обобщая полученные данные, можно выдвинуть следующие меры совершенствования системы поддержки от государства:

- Приход к единообразию документов и условий для получения государственной поддержки на общем электронном ресурсе (Цифровая платформа МСП.РФ или портал «Мой бизнес»).
- Стимулирование спроса на товары и услуги малого бизнеса путем заключения договоров на государственные заказы, введения льгот для постоянных заказчиков, организация механизма кэшбеков на их продукцию.
- Увеличение «географии» малого бизнеса. Развитие предпринимательства не только в городах-миллионниках, таких как Москва и Санкт-Петербург, но и в отдаленных областях стра-

¹³ Доклад партийного проекта «Предпринимательство»: Малое и среднее предпринимательство в России: итоги развития, оценка эффективности реализации программы господдержки, вызовы и новые возможности, 2023. URL: <http://urafo.gov.ru/media/files/file/UgCf1U21DQK3RPL20KJYbcODkKg.pdf>.

¹⁴ Янченко А.Ю. Формирование элементов учетной политики малого предприятия. Актуальные проблемы учета, анализа и аудита. 2019. № 8. С. 146–154.

¹⁵ Смотрина О.С., Халикова Д.Г. Разработка механизма научно-технического развития предприятий малого бизнеса на региональном уровне (на примере Оренбургской области). В сборнике: Молодежь в науке: Новые аргументы. Сборник научных работ IX Международного молодежного конкурса. Отв. ред. А.В. Горбенко. 2018. С. 66–71.

¹⁶ Дуненкова Е.Н., Онищенко С.И. Влияние цифровой трансформации на развитие инноваций в среде малого бизнеса. *Modern Economy Success*. 2021. № 2. С. 63–67.

¹⁷ Глеба О. В. Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: монография, 2021. С. 13–24.

¹⁸ Лесницкая В.А. Трансформация роли малого и среднего бизнеса в условиях новых вызовов и угроз. Санкт-Петербургский научный вестник. 2021. № 4 (13).

¹⁹ Покшиванова О.П. Роль малых предприятий в Российской инновационной системе. Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 1. № 1 (133). С. 160–165.

Рис. 3. Структура подготовки проекта государственной поддержки ²⁰

ны: Чукотка, Карачаево-Черкесская Республика, Ингушетия и другие. Добиться этого можно введением обязательной квоты закупок у компаний малого бизнеса, расширения программы льготного кредитования.

- Обеспечение информационной поддержки начинающим предпринимателям в развитии профессиональных компетенций через электронные ресурсы, а также предоставить специальные условия для старта бизнеса (микрозаймы, гранты, поручительства региональных гарантийных организаций и другое).
- Усиление мер государственной поддержки для приоритетных отраслей: инновации, обрабатывающая промышленность, IT-технологии, инжиниринг. Определить ключевые показатели по сферам деятельности предпринимателей.

Список литературы

1. Франке Н. Роль малого бизнеса в экономике США. Cifra. Экономика. 2023. № 2 (2). – URL: <https://economics.cifra.science/archive/2-2-2023-august/10.2670/ECNMS.2023.2.6>. Дата обращения: 02.02.2024 г.
2. Евстегнеева А.Ю. Государственная финансовая поддержка российского малого и среднего предпринимательства. Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 3. – URL: <https://esj.today/PDF/59FAV323.pdf>.
3. Глеба О. В. Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: монография, 2021. С. 13–24.
4. Доклад партийного проекта «Предпринимательство»: Малое и среднее предпринимательство в России: итоги развития, оценка эффективности реализации программы господдержки, вызовы и новые возможности, 2023. – URL: <http://urafo.gov.ru/media/files/file/UgCf1U21DQK3RPL20KJYbcODkKg.pdf>.
5. Янченко А.Ю. Формирование элементов учетной политики малого предприятия. Актуальные проблемы учета, анализа и аудита. 2019. № 8. С. 146–154.
6. Смотрина О.С., Халикова Д.Г. Разработка механизма научно-технического развития предприятий малого бизнеса на региональном уровне (на примере Оренбургской области). В сборнике: Молодежь в науке: Новые аргументы. Сборник научных работ IX Международного молодежного конкурса. Отв. ред. А.В. Горбенко. 2018. С. 66–71.
7. Дуненкова Е.Н., Онищенко С.И. Влияние цифровой трансформации на развитие инноваций в среде малого бизнеса. Modern Economy Success. 2021. № 2. С. 63–67.
8. Лесницкая В.А. Трансформация роли малого и среднего бизнеса в условиях новых вызовов и угроз. Санкт-Петербургский научный вестник. 2021. № 4 (13).

²⁰ Разработано на основе Глеба О.В. Проблемные аспекты государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: монография, 2021. С. 13–24.

9. Покшиванова О.П. Роль малых предприятий в Российской инновационной системе. Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 1. № 1 (133). С. 160–165.

References

1. Franke N. The role of small business in the US economy. *Cifra. Economy*. 2023. № 2 (2). – URL: <https://economics.cifra.science/archive/2-2-2023-august/10.2670/ECNMS.2023.2.6>. Date of access: 02.02.2024.
2. Evstegneeva A. Yu. State financial support of Russian small and medium-sized businesses. *Bulletin of Eurasian Science*. 2023. Т. 15. № s3. – URL: <https://esj.today/PDF/59FAV323.pdf>.
3. Gleba O. V. Problematic aspects of state support for small and medium-sized businesses. *Modern socio-economic processes: problems, patterns, prospects: monograph*, 2021. P. 13–24.
4. Report of the party project «Entrepreneurship»: Small and medium-sized businesses in Russia: development results, assessment of the effectiveness of the implementation of the state support program, challenges and new opportunities, 2023. – URL: <http://urafo.gov.ru/media/files/file/UgCf1U21DQK3RPL20KJYbcODkKg.pdf>.
5. Yanchenko A.Yu. Formation of elements of accounting policy of a small enterprise. *Current problems of accounting, analysis and audit*. 2019. № 8. P. 146–154.
6. Smotrina O.S., Khalikova D.G. Development of a mechanism for scientific and technical development of small businesses at the regional level (using the example of the Orenburg region). In the collection: *Youth in science: New arguments. Collection of scientific works of the IX International Youth Competition*. Rep. ed. A.V. Gorbenko. 2018. P. 66–71.
7. Dunenkova E.N., Onishchenko S.I. The impact of digital transformation on the development of innovation in small businesses. *Modern Economy Success*. 2021. № 2. P. 63–67.
8. Lesnitskaya V.A. Transformation of the role of small and medium-sized businesses in the face of new challenges and threats. *St. Petersburg Scientific Bulletin*. 2021. № 4 (13).
9. Pokshivanova O.P. The role of small enterprises in the Russian innovation system. *Economics and management: problems, solutions*. 2023. Т. 1. № 1 (133). P. 160–165.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / SOCIO-CULTURAL ASPECTS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Оригинальные статьи / Original articles

DOI 10.24182/2073-6258-2024-23-1-83-87



Корпоративное обучение — механизм воспроизводства трудовых ресурсов

П. И. Ананченкова

*кандидат экономических наук, кандидат социологических наук, доцент
Национальный научно-исследовательский институт общественного здоровья им. Н.А.Семашко,
Москва, Россия
ananchenkova@yandex.ru*

Аннотация: Наличие у граждан, формирующих трудовые ресурсы страны, профессиональных навыков, адекватных современной экономической и технологической парадигме, является важной задачей устойчивости национальных экономических и производственных систем. Решению этой задачи во многом способствуют корпоративные университеты, созданные в компаниях. Организации используют модель корпоративного университета для продвижения своей инициативы в области обучения, чтобы эффективно управлять своими крупными инвестициями в повышение профессионализма и развитие персонала. Таким образом корпоративное обучение расширило свое влияние, не ограничиваясь функциями воспроизводства профессиональных компетенций в рамках отдельно взятых компаний, в настоящее время оно является механизмом реализации государственных программ и концепций по формированию и развитию навыков населения, что соответствует политике развития трудовых ресурсов как одного из значимых факторов устойчивости государств в условиях трансформации экономики и глобальных вызовов.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, формирование, профессиональные компетенции, развитие, корпоративное обучение.

Для цитирования: Ананченкова П.И. Корпоративное обучение — механизм воспроизводства трудовых ресурсов. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 83–87. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-83-87>.

Corporate training is a mechanism for the reproduction of labor resources

P. I. Ananchenkova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
N.A. Semashko National Research Institute of Public Health,
Moscow, Russia
ananchenkova@yandex.ru*

Abstract: The availability of professional skills adequate to the modern economic and technological paradigm among citizens forming the country's labor resources is an important task for the sustainability of national economic and production systems. Corporate universities established in companies contribute to solving this problem in many ways. Organizations use the corporate university model to promote their learning initiative in order to effectively manage their large investments in professional development and staff development. Thus, corporate training has expanded its influence, and not limited to the functions of reproducing professional competencies within individual companies, it is currently a mechanism for implementing government programs and concepts for the formation and development of skills of the population, which corresponds to the policy of workforce development as one of the significant factors of state sustainability in the context of economic transformation and global challenges.

Keywords: human resources, formation, professional competencies, development, corporate training.

For citation: Ananchenkova P.I. Corporate training is a mechanism for the reproduction of labor resources. *Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship*. 2024. T. 23. № 1. P. 83–87. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-83-87>.

Теоретические работы по исследованию корпоративных систем обучения аккумулировали ряд принципиальных положений, отличающих его от традиционного профессионального. По мнению J. Meister, «хотя корпоративные университеты отличаются друг от друга во многих аспектах, они, как правило, организуются вокруг схожих принципов и целей»¹. Корпоративные университеты не являются традиционными университетами, и они не параллельны существующей системе образования. Они намерены обучать и развивать людей, которых действительно можно использовать для работы и производства, и которые являются скорее практиками, чем теоретиками. Корпоративные университеты обычно формируются вокруг основных направлений деятельности компании, что означает, что они могут влиять на отрасль, в которой работают, и предоставлять обучающимся сотрудникам информацию из первых рук. По мнению автора, для создания корпоративного университета существуют четыре ключевых мотивационных фактора, включая:

- желание увязать обучение и развитие персонала с ключевыми бизнес-целями;
- стремление к системному подходу в обучении и развитии сотрудников;
- распространение общей культуры и ценностей во всей организации;
- расширение возможности трудоустройства и перемещения работников во внутрифирменной структуре.

Организации используют модель корпоративного университета для продвижения своей инициативы в области обучения, чтобы эффективно управлять своими крупными инвестициями в повышение профессионализма и развитие персонала. Не случайно, во многих социологических и маркетинговых исследованиях респонденты, курирующие вопросы деятельности корпоративных университетов в качестве ключевых факторов, побудивших организацию создать корпоративный университет, наиболее часто упоминают следующие причины:

- развивать таланты для компании;
- интегрировать общекорпоративные учебные ресурсы;
- продвигать имидж корпоративного бренда². Ожидается, что корпоративные университеты будут играть важную роль в распространении корпоративной культуры и ценностей, развитии талантов для компании, поддержке корпоративной стратегии и бизнес-целей, служа внутренней платформой управления знаниями и продвигая имидж корпоративного бренда.

Первые корпоративные университеты были созданы более 60 лет назад, а General Motors открыла первый в середине 1950-х годов. Университет гамбургеров McDonald's дебютировал в 1961 году, Университет Диснея и Университет Моторолы были созданы в 1970-х годах.

C. Prince и J. Stewart попытались концептуализировать функционирование КУ через понимание внутренних процессов³. Они представили структуру — так называемое «колесо корпоративного университета», — которая определила четыре основных процесса в качестве ключевых элементов корпоративной образовательной практики, а именно (рис. 1):

- системы и процессы создания и воспроизводства знаний;
- процессы создания сетей и партнерств;
- процессы обучения;
- процессы управления персоналом.

На международном уровне преобладают четыре ассоциации корпоративных университетов:

- CorpU.
- Корпоративный университет Enterprise (CUE).
- Глобальная ассоциация корпоративных университетов и академий (G-AUCA).
- Глобальный совет корпоративных университетов (Global CCU).

¹ Meister J.C. *Corporate Universities: Lessons in Building a World-class Work Force*. — NY: McGraw-Hill, 1998.

² Ананченкова П.И. Корпоративное обучение сотрудников в партнерстве с высшими учебными заведениями. *Вестник БИСТ*. 2023. № 3 (60). С. 111–115.

³ Prince C., Stewart J. *Corporate universities — an analytical framework*. *Journal of Management Development*. 2002; 21:10:794-811.



Рис. 1. Колесо корпоративного университета — базовые процессы корпоративной образовательной практики ⁴

Исследования показывают, что корпоративные подходы к обучению и развитию работников в своей основе базируются на принципах целесообразности, экономической эффективности, но также во многом ориентированы на национальные особенности страны (или региона) размещения компании. Так, например, высокая конкуренция производственных компаний в Швейцарии и высокая стоимость обучения сотрудников внутренними ресурсами приводят к тому, что решение об организации внутрифирменного обучения работников принимается только в том случае, если затраты гарантированно будут покрыты будущей доходностью от производительности работника, повысившего свой квалификационный уровень ⁵. Аналогичный подход, принимающий во внимание экономические факторы, практикуют коммерческие компании и в других европейских странах, а также в государствах североамериканского континента. Для стран Центральной и Юго-Восточной Азии большое значение имеют национальные традиции и влияние религиозных норм, в том числе — в вопросах управления человеческими ресурсами и кадровой политики.

С момента своего создания корпоративные университеты в Соединенных Штатах Америки были эффективной моделью для бизнеса, позволяющей внедрять ценность обучения среди сотрудников даже после окончания ими учебных заведений. Что еще более важно, McKinsey сообщает, что предприятия остро осознают важность обучения в сегодняшней бизнес-среде, особенно в условиях шумихи вокруг искусственного интеллекта (ИИ), заменяющего традиционные роли ⁶.

Когда около 100 лет назад такие пионеры, как General Motors и General Electric, начали предлагать стандартизированные внутренние программы обучения, они сосредоточились на передаче повседневных навыков более низкого уровня. В 1900-х годах было бы фантастично представить себе полноценных ученых, которые появятся в последующие десятилетия, но корпоративные университеты сегодня проложили свой путь в XXI век. Достаточно вспомнить Университет гамбургеров McDonald's или настоящие учебные заведения для глобальных корпораций, таких как Apple, Google, Intel и многих других.

С 2005 года в европейских компаниях наблюдается рост тех, или иных форм корпоративного обучения, LD-программ (Learning and Development — обучение и развитие), а также многих других корпоративных практик, направленных на постоянное повышение квалификации трудовых ресурсов и воспроизводство их профессиональных компетенций ⁷.

⁴ Составлено автором на основе: Prince C., Stewart J. Corporate universities – an analytical framework. *Journal of Management Development*. 2002; 21:10:794-811.

⁵ Ананченкова П.И. Подход коммерческих компаний Швейцарии к принятию решений об организации программ внутрифирменного обучения. *Путеводитель предпринимателя*. 2023. Т. 16. № 3. С. 26–29.

⁶ A transformation of the learning function: Why it should learn new ways. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/a-transformation-of-the-learning-function-why-it-should-learn-new-ways> (дата обращения: 18.01.2024 г.).

⁷ Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Васильева Е.В. и др. Методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами в эпоху цифровой трансформации. Монография. — Орел: Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС, 2022.

Согласно исследованию Checaglini A., Marionvernoux I., в 2015 году самая высокая доля компаний, предоставляющих обучение, была обнаружена в Литве и Норвегии (99%)⁸. Доля сотрудников, прошедших обучение в Греции и Румынии, составила всего 20%. Начиная с 2010 года, Бельгия и Люксембург выделяются высоким уровнем вовлеченности своих компаний в обучение, что демонстрирует значительный рост по сравнению с предыдущими данными. Доля сотрудников, проходящих обучение в компаниях этих стран, была самой высокой в Европе (54% и 62% соответственно в 2015 году); среднее количество часов на учебные курсы также было самым высоким — более 35 часов на одного участника. Кроме того, именно в этих двух странах различия между малыми и крупными компаниями были наименее заметны.

Таким образом, можно сделать вывод, что корпоративное обучение в настоящее время выступает не только инструментом воспроизводства профессиональных компетенций в рамках отдельно взятых компаний. Оно расширило свое влияние, став механизмом реализации государственных программ и концепций по формированию и развитию навыков населения, что соответствует политике развития трудовых ресурсов как одного из значимых факторов устойчивости государств в условиях трансформации экономики и глобальных вызовов.

Список литературы

1. Авдеева И.Л., Ананченкова П.И., Васильева Е.В. и др. Методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами в эпоху цифровой трансформации. Монография. — Орел: Среднерусский институт управления — филиал РАНХиГС, 2022.
2. Ананченкова П. И. Корпоративное обучение сотрудников в партнерстве с высшими учебными заведениями. Вестник БИСТ. 2023. № 3 (60). С. 111–115.
3. Ананченкова П.И. Подход коммерческих компаний Швейцарии к принятию решений об организации программ внутрифирменного обучения. Путеводитель предпринимателя. 2023. Т. 16. № 3. С. 26–29.
4. Лиссабонская стратегия, также известная как Лиссабонская повестка дня или Лиссабонский процесс, представляла собой план действий и развития, разработанный в 2000 году для экономики Европейского союза на период с 2000 по 2010 год.
5. A transformation of the learning function: Why it should learn new ways. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/a-transformation-of-the-learning-function-why-it-should-learn-new-ways> (дата обращения: 18.01.2024 г.).
6. Checaglini A., Marionvernoux I. A comparative perspective on training in Europe: French companies hit a glass ceiling. French Centre for Research on Education. Training and Employment. Paris, 2020.
7. Meister J.C. Corporate Universities: Lessons in Building a World-class Work Force. — NY: McGraw-Hill, 1998.
8. Prince C., Stewart J. Corporate universities — an analytical framework. Journal of Management Development. 2002. № 21 (10). С. 794–811.
9. Regulation (EC) No 1552/2005 of the European Parliament and of the Council of 7 September 2005 on statistics relating to vocational training in enterprises.

References

1. Avdeeva I.L., Ananchenkova P.I., Vasilyeva E.V. and others. Methods, models and technologies for managing socio-economic systems in the era of digital transformation. Monograph. — Orel: Central Russian Institute of Management — branch of RANEP, 2022.
2. Ananchenkova P. I. Corporate employee training in partnership with higher educational institutions. Bulletin of the BIST (Bashkir Institute of Social Technologies). 2023. No. 3 (60). Pp. 111–115.
3. Ananchenkova P.I. The approach of Swiss commercial companies to decision-making on the organization of in-house training programs. Entrepreneur's Guide. 2023. Vol. 16. No. 3. Pp. 26–29.
4. The Lisbon Strategy, also known as the Lisbon Agenda or the Lisbon Process, was an action and development plan developed in 2000 for the economy of the European Union for the period from 2000 to 2010.
5. A transformation of the learning function: Why it should learn new ways. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/a-transformation-of-the-learning-function-why-it-should-learn-new-ways> (дата обращения: 18.01.2024 г.).

⁸ Checaglini A., Marionvernoux I. A comparative perspective on training in Europe: French companies hit a glass ceiling. French Centre for Research on Education, Training and Employment. Paris, 2020.

6. Checcaglini A., Marionvernoux I. A comparative perspective on training in Europe: French companies hit a glass ceiling. French Centre for Research on Education, Training and Employment. Paris, 2020.
7. Meister J.C. Corporate Universities: Lessons in Building a World-class Work Force. — NY: McGraw-Hill, 1998.
8. Prince C., Stewart J. Corporate universities — an analytical framework. Journal of Management Development. 2002; 21:10:794-811.
9. Regulation (EC) No 1552/2005 of the European Parliament and of the Council of 7 September 2005 on statistics relating to vocational training in enterprises.

Роль гендерных теорий в выборе профессии и построении карьеры: краткий обзор зарубежной литературы

Е. В. Мореева

*кандидат экономических наук, доцент
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия
emoreeva@gmail.com*

Е. В. Дианина

*старший преподаватель
кафедра связей с общественностью,
Государственный университет управления,
Москва, Россия
elena-dianina@yandex.ru*

Аннотация: *Современные общества стремятся к большему гендерному равенству и инклюзивности, поэтому крайне важно изучить влияние гендера на профориентацию для разработки более эффективных вмешательств и систем поддержки. Признание уникальности проблемы и опыта, с которыми сталкиваются люди разного пола, может повысить эффективность и актуальность мероприятий по профориентации. Изучая различные аспекты карьерного роста через гендерную призму, наука способствует лучшему пониманию того, как гендер формирует выбор профессии, опыт и потребности в консультировании отдельных лиц. В статье рассмотрены особенности профессионального выбора и построения карьеры с позиции гендерных теорий. Сделан вывод о том, что они помогают объяснить формирование и укрепление гендерных стереотипов, влияние дискриминации на психологическое благополучие, выбор профессии и карьерной траектории, а также взаимодействие гендера с другими социальными идентичностями.*

Ключевые слова: *профессиональный выбор, гендерные теории, карьера, особенности, влияние.*

Для цитирования: *Мореева Е.В., Дианина Е.В. Роль гендерных теорий в выборе профессии и построении карьеры: краткий обзор зарубежной литературы. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 88–92. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-88-92>.*

The role of gender theories in choosing a profession and building a career: a brief review of foreign literature

E. V. Moreeva

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art),
Moscow, Russia
emoreeva@gmail.com*

E. V. Dianina

*Senior lecture
Public Relations Department,
State University of Management,
Moscow, Russia
elena-dianina@yandex.ru*

Abstract: *Modern societies strive for greater gender equality and inclusivity, so it is crucial to study the impact of gender on career guidance in order to develop more effective interventions and support systems. Recognizing the uniqueness of the problem and experience faced by people of different genders can increase the effectiveness and relevance of career guidance activities. By studying various aspects of career growth through a gender lens, science contributes to a better understanding of how gender shapes career choices, experiences, and counseling needs of individuals. The article examines the features of professional choice and career building from the perspective of gender theories. It is concluded*

that they help to explain the formation and strengthening of gender stereotypes, the impact of discrimination on psychological well-being, choice of profession and career trajectory, as well as the interaction of gender with other social identities.

Keywords: *human resources, formation, professional competencies, development, corporate training.*

For citation: *Moreeva E. V., Dianina E. V. The role of gender theories in choosing a profession and building a career: a brief review of foreign literature. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 88–92. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-88-92>.*

Гендер играет важную роль в выборе профессии и построении карьеры. На протяжении всей истории женщины сталкивались с многочисленными проблемами и барьерами в своем карьерном росте, включая гендерные стереотипы, дискриминацию и ограниченный доступ к руководящим должностям. Поскольку общества стремятся к большему гендерному равенству и инклюзивности, понимание влияния гендера на выбор будущей профессиональной деятельности становится актуальным.

Область профориентации направлена на оказание поддержки людям в принятии обоснованных карьерных решений, навигации по карьерным переходам и достижении их профессиональных целей. Однако гендерным различиям в профориентации и формировании траектории профессионального и карьерного развития уделяется ограниченное внимание в исследованиях и практике.

Теоретические основы, такие как теория социальных ролей и теория гендерных схем, обеспечивают основу для понимания влияния социальных норм, ожиданий и когнитивных структур на карьерные решения отдельных лиц и опыт консультирования. Эти рамки подчеркивают важность учета гендерных факторов при консультировании по вопросам карьеры и адаптации подходов для удовлетворения разнообразных потребностей клиентов.

Теория социальных ролей разработана на основе сочетания социальной психологии, социологии и когнитивной психологии. Она возникла как ответ на ограничения более ранних теорий, таких как психоаналитические и личностные теории, которые фокусировались в первую очередь на индивидуальных характеристиках, а не на социальном контексте. Теория предполагает, что поведение и идентичность индивидов определяются не только индивидуальными характеристиками, но и находятся под влиянием ролей, которые они занимают в обществе. Теория социальных ролей охватывает ключевые концепции и положения, связанные с ролевыми ожиданиями, принятием роли, ролевым конфликтом, выделением роли и стереотипами.

Согласно теории, общество предопределило ожидания от индивидов в определенных ролях, включая нормы, убеждения и связанное с ними поведение. Индивиды усваивают эти ожидания и корректируют свое поведение в соответствии с общественными нормами. Конфликты могут возникать, когда индивиды сталкиваются с противоречивыми ролевыми ожиданиями, или когда ролевые ожидания противоречат их личным убеждениям. Значимость той или иной роли в жизни индивида может варьироваться, влияя на то, в какой степени они соответствуют ролевым ожиданиям. Кроме того, определенные роли стереотипно ассоциируются с конкретными характеристиками или поведением, формируя восприятие индивидами самих себя и других людей в этих ролях. Теория исследовала влияние гендерных ролей, профессиональных ролей, возрастных ролей и культурных различий на поведение и идентичность индивидов.

Исследования показывают, что индивиды, как правило, соответствуют гендерным ожиданиям¹. Аналогичным образом, исследования показали, что люди, занимающие руководящие посты, демонстрируют напористое и доминирующее поведение, соответствующее ожиданиям общества в отношении этих ролей².

Кроме того культурные различия в ролевых ожиданиях влияют на поведение и идентичность индивидов, причем представители коллективистских культур уделяют большее внимание выполне-

¹ Eagly A.H. Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Lawrence Erlbaum Associates. 1987.

² Kornadt A.E., Rothermund K. (Contexts of aging: Assessing evaluative age stereotypes in different life domains. Journal of Gerontology. Psychological Sciences. 2011. № 66 (5). С. 547–556.

нию социальных ролей и соответствии общественным ожиданиям³. Эти результаты подчеркивают важность социальных ролей в формировании установок и поведения индивидов в различных контекстах.

Теория гендерных схем — это психологическая теория, которая предполагает, что индивиды развивают набор когнитивных рамок, или схем, касающихся гендера, которые определяют их понимание и интерпретацию информации, связанной с гендером. Эти схемы влияют на то, как люди воспринимают себя и других, а также на их поведение и отношение к гендеру. Теория предполагает, что эти гендерные схемы развиваются в процессе социализации, включая наблюдение и подражание гендерным ролевым моделям, получение обратной связи и подкрепления на основе соответствующего гендеру поведения, а также усвоение социальных ожиданий и норм в отношении гендера.

Теория гендерных схем была первоначально предложена Сандрой Бем в 1981 году как расширение когнитивных теорий развития⁴. Бем утверждала, что дети активно обрабатывают информацию, связанную с полом, и создают когнитивные структуры, которые организуют и направляют их понимание гендера. Эти гендерные схемы формируются под влиянием общества и становятся линзой, через которую индивиды интерпретируют и оценивают окружающий мир. Теория подчеркивает роль когнитивных процессов в формировании гендера идентичность, и в других исследованиях изучалось влияние гендерных схем на отдельных людей, восприятие и оценка информации, связанной с гендерной проблематикой, такой как объявления о приеме на работу или руководящие должности. Эти исследования подчеркивают сохраняющуюся актуальность и применение теории гендерных схем в понимании роли когнитивных процессов в формировании гендерных установок и поведения.

Эти теории обеспечивают основу для анализа влияния социальных норм, стереотипов и когнитивных процессов на выбор карьеры, решения и опыт отдельных людей. Такое понимание социально-психологических аспектов личности может оказать содействие в разработке эффективных вмешательств и стратегий преодоления, которые способствуют гендерному равенству, устраняют предубеждения и поддерживают отдельных лиц в их карьерном росте.

Игли, Вуд и Дикман провели исследование, показавшее, что социальные роли и гендерные стереотипы сильно влияют на выбор карьеры и профессиональные предпочтения индивидов⁵. Их результаты показали, что индивиды с большей вероятностью выберут карьеру, которая соответствует ожиданиям общества в отношении их пола. Это говорит о том, что культурные нормы и стереотипы формируют представления индивидов о подходящих карьерных путях в зависимости от их пола.

Дикман и Игли исследовали феномен профессиональной гендерной сегрегации, который относится к преобладанию определенных областей, связанных с одним полом⁶. Их исследование показало, что социальные представления о гендерных ролях и стереотипах способствуют этой сегрегации. Это говорит о том, что глубоко укоренившиеся социальные представления и ожидания влияют на выбор профессии, доступный каждому индивиду, и усиливают гендерное неравенство.

Игли и Карау исследовали влияние социальных ожиданий и стереотипов на гендерные различия в руководящих ролях и должностях⁷. В их выводах подчеркивались барьеры, с которыми сталкиваются женщины при доступе к высшим руководящим должностям из-за гендерных предубеждений и стереотипов. Это говорит о том, что гендерные предубеждения и стереотипы препятствуют карьерному росту женщин, усиливая недопредставленность женщин на руководящих должностях.

³ Markus H.R., Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion and motivation. *Psychological Review*. 1991. № 98(2). С. 224–253.

⁴ Bem S.L. Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*. 1981. № 88 (4). С. 354–364.

⁵ Eagly A.H., Wood W., Diekmann A.B. Social roles, stereotypes, and gender differences in social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2000. № 78 (4). С. 524–537.

⁶ Diekmann A.B., Eagly A.H. (Of men and women, breadwinners and homemakers: Sex role stereotypes in power and status hierarchies. *Sex Roles*. 2018. № 58 (3-4). С. 91–101.

⁷ Eagly A.H., Karau S.J. Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*. 2002. № 109 (3). С. 573–598.

Гринхаус и Пауэлл исследовали влияние социальных ролей и ожиданий на решения о балансе между работой и семьей⁸. Их исследование показало, что женщины часто сталкиваются с большим давлением, связанным с необходимостью сбалансировать работу и семейные обязанности, что может повлиять на их выбор карьеры и продвижение по службе. Это подразумевает, что ожидания общества в отношении гендерных ролей и семейных обязанностей формируют решения индивидов и возможности карьерного роста.

Кениг, Игли, Митчелл и Ристикари подчеркивали полезность теории социальных ролей в понимании гендерных различий в результатах карьерного роста и предложение мер по содействию гендерному равенству на рабочем месте⁹. Теория социальных ролей признает влияние социальных норм и стереотипов на поведение и выбор индивидов, обеспечивая основу для объяснения различий в карьерном росте между полами.

Шмитт, Бранскомб, Постмес и Гарсия (2014) провели мета-аналитический обзор, в котором подчеркивалось, как гендерные схемы индивидов могут влиять на их восприятие и опыт дискриминации, в конечном счете, влияя на их психологическое благополучие¹⁰.

В других исследованиях изучалась взаимосвязь между стратегиями преодоления и стрессом в рамках теории гендерных схем и показано влияние гендерных схем на выбор и эффективность стратегий совладания у людей, испытывающих управленческий стресс. Эти результаты проливают свет на то, как гендерные схемы могут формировать реакцию людей на стрессоры, связанные с карьерой.

Рассмотренная литература свидетельствует о том, что гендерные теории дают ценную информацию о развитии гендерных стереотипов, их влиянии на восприятие, поведение и опыт индивидов. Теории помогают объяснить формирование и укрепление гендерных стереотипов, влияние дискриминации на психологическое благополучие, выбор профессии и карьерной траектории, а также взаимодействие гендера с другими социальными идентичностями.

Список литературы

1. Bem S.L. Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*. 1981. № 88 (4). С. 354–364.
2. Diekmann A.B., Eagly A.H. (Of men and women, breadwinners and homemakers: Sex role stereotypes in power and status hierarchies. *Sex Roles*. 2018. № 58 (3-4). С. 91–101.
3. Eagly A.H. Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Lawrence Erlbaum Associates. 1987.
4. Eagly A.H., Karau S.J. Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*. 2002. № 109 (3). С. 573–598.
5. Eagly A.H., Wood W., Diekmann A.B. Social roles, stereotypes, and gender differences in social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2000. № 78 (4). С. 524–537.
6. Greenhaus J.H., Powell G.N. When work and family are allies: A theory of work-family enrichment. *Academy of Management Review*. 2016. № 31 (1). С. 72–92.
7. Koenig A.M., Eagly A.H., Mitchell A.A., Ristikari T. Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*. 2011. № 137(4). С. 616–642.
8. Kornadt A.E., Rothermund K. (Contexts of aging: Assessing evaluative age stereotypes in different life domains. *Journal of Gerontology: Psychological Sciences*. 2011. № 66 (5). С. 547–556.
9. Markus H.R., Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*. 1991. № 98 (2). С. 224–253.
10. Schmitt M.T., Branscombe N.R., Postmes T., Garcia A. The consequences of perceived discrimination for psychological well-being: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*. 2014. № 140 (4). С. 921–948.

⁸ Greenhaus J.H., Powell G.N. When work and family are allies: A theory of work-family enrichment. *Academy of Management Review*. 2016. № 31 (1). С. 72–92.

⁹ Koenig A.M., Eagly A.H., Mitchell A.A., Ristikari T. Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*. 2011. № 137 (4). С. 616–642.

¹⁰ Schmitt M.T., Branscombe N.R., Postmes T., Garcia A. The consequences of perceived discrimination for psychological well-being: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*. 2014. №140(4). С. 921–948.

References

1. Bem S.L. Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*. 1981. № 88(4). C. 354–364.
2. Diekmann A.B., Eagly A.H. (Of men and women, breadwinners and homemakers: Sex role stereotypes in power and status hierarchies. *Sex Roles*. 2018. № 58 (3-4). C. 91–101.
3. Eagly A.H. Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Lawrence Erlbaum Associates. 1987.
4. Eagly A.H., Karau S.J. Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*. 2002. № 109 (3). C. 573–598.
5. Eagly A.H., Wood W., Diekmann A.B. Social roles, stereotypes, and gender differences in social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2000. № 78(4). C. 524–537.
6. Greenhaus J.H., Powell G.N. When work and family are allies: A theory of work-family enrichment. *Academy of Management Review*. 2016. № 31 (1). C. 72–92.
7. Koenig A.M., Eagly A.H., Mitchell A.A., Ristikari T. Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*. 2011. № 137(4). C. 616–642.
8. Kornadt A.E., Rothermund K. (Contexts of aging: Assessing evaluative age stereotypes in different life domains. *Journal of Gerontology: Psychological Sciences*. 2011. № 66 (5). C. 547–556.
9. Markus H.R., Kitayama S. Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*. 1991. № 98 (2). C. 224–253.
10. Schmitt M.T., Branscombe N.R., Postmes T., Garcia A. The consequences of perceived discrimination for psychological well-being: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*. 2014. № 140 (4). C. 921–948.

Практика и перспективы удалённого и гибридного форматов работы в современных компаниях

Я. А. Никольский

Директор Федерального центра продаж
ПАО Софтлайн Софтлайн,
Москва, Россия
yf_mit@mail.ru

Аннотация: Проведено исследование удалённого и гибридного форматов работы сотрудников в современных компаниях, выявлены преимущества и недостатки. Рассмотрено влияние различных форматов работы на вовлеченность персонала. Описаны тенденции внедрения различных форматов работы в российских и западных компаниях. Проведён анализ принятия решения перехода компании от очного формата работы к гибриднему.

Ключевые слова: удалённый формат работы, гибридный формат работы, вовлеченность персонала, адаптация персонала, текучесть персонала, удовлетворённость персонала, корпоративная культура, децентрализация.

Для цитирования: Никольский Я.А. Практика и перспективы удалённого и гибридного форматов работы в современных компаниях. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 93–101. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-93-101>.

Practice and prospects of remote and hybrid work models in modern companies

Ya. A. Nikolski

Director of Federal Sales Center
PJSC Softiline,
Moscow, Russia
yf_mit@mail.ru

Abstract: The research of remote and hybrid formats of employees' work in modern companies is carried out, advantages and disadvantages are revealed. The influence of different work formats on personnel involvement is considered. The tendencies of introduction of different work formats in Russian and Western companies are described. It's analyzed the company's decision-making transition from full-time work from office to a hybrid one.

Keywords: remote work, hybrid work, employee engagement, personnel adaptation, personnel turnover, employee satisfaction, corporate culture, decentralization.

For citation: Nikolski Ya. A. Practice and prospects of remote and hybrid work models in modern companies. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 93–101. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-93-101>.

На протяжении последних двух десятилетий популярность удалённого и гибридного форматов работы заметно возрастает. Они достаточно распространены в западных компаниях, а в российских компаниях они до недавнего времени не практиковались. Кардинальные изменения произошли в 2020 г., когда мир столкнулся с пандемией, приведшей к существенным изменениям не только досуга, привычек, распорядка дня и конечно режима работы, когда в силу сложившихся обстоятельств мы были вынуждены работать удалённо. В зависимости от распространённости удалённой и гибридной форматов работы эпидемия повлияла на работодателей в разных странах где-то сильнее, где-то слабее. В Российской Федерации последствия пандемии задела компании значительно сильнее, чем во многих западных странах, что было связано прежде всего с отсутствием опыта организации работы в дистанционном режиме. Кроме того до пандемии удалённый и гибридный форматы работы не были достаточно проработаны, что потребовало доработки и внесения изменений в Трудовой кодекс РФ, и в результате был принят Федеральный закон № 407-ФЗ¹.

¹ Федеральный закон от 08.12.2020 № 407-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202012080047?index=1> (дата обращения: 06.02.2024).

При дистанционной работе работодатель сталкивается с множеством проблем, требующих оперативного решения. Отметим основные:

- организация взаимодействия сотрудников различных подразделений компании;
- обеспечение контроля сотрудника, не вызывая у него негативного отношения;
- оценка эффективности работы сотрудника;
- оценка управляемости в компании;
- организация поддержки корпоративной культуры;
- сохранение стимулов для вовлеченности сотрудника в бизнес-процессы компании;
- обеспечение информационной безопасности для недопущения утечек конфиденциальной информации.

При выборе формата работы следует с особой тщательностью сопоставлять преимущества и недостатки различных режимов работы исходя из специфики компании. К преимуществам удалённой работы можно отнести:

- **привлечение и удержание ценных работников.** В условиях жесткой конкуренции за высокопрофессиональных и талантливых кандидатов возможность работать удалённо становится одним из главных инструментов мотивации и привлечения ценных специалистов. Согласно проведённому совместному исследованию HeadHunter (hh.ru) и коворкинг-сервиса WeWork (<https://www.wework.com/ru>) 59% сотрудников не готовы вернуться на работу в офис, 31% допускают возможность работы в условиях гибридного формата ², при этом 40% работающих удалённо россиян согласны получать меньшую заработную плату ³;
- **широкий выбор кандидатов.** У компании появляется более широкие возможности выбора сотрудников без учёта их места жительства, что значительно повышает шансы набора специалистов с нужными навыками и знаниями;
- **снижение расходов.** Позволяет снизить затраты на аренду офиса и сопутствующие расходы;
- **увеличение продолжительности рабочего дня сотрудника.** Сотрудник, не затрачивая время на поездку в офис высвободившееся время, как показывает опыт, тратит в рабочих целях.

К недостаткам дистанционной работы можно отнести:

- **контроль и потеря управляемости.** Для недопущения падения выработки на сотрудника требуется обеспечение дополнительного контроля, который не должен быть явным и оказывать давление на сотрудников. Также удалённая работа способствует децентрализации управления, а делегирование части полномочий от руководителя к подчинённому может привести к потере управляемости;
- **информационная безопасность.** У каждой современной компании имеется конфиденциальная информация и при удалённой работе вероятность её утечки резко возрастает, поэтому компания вынуждена нести дополнительные расходы на внедрение защищённого удалённого доступа и инструментов предотвращения утечки конфиденциальной информации;
- **сложность подбора персонала.** У специалистов по подбору персонала нет возможности общаться с кандидатами очно, что затрудняет оценку личных качеств и навыков потенциальных кандидатов и существенно усложняет задачу выбора;
- **корпоративная культура и общение с коллегами.** Компании сложнее доводить до каждого сотрудника корпоративную культуру и коллективные ценности, например, усложняется проведение корпоративных мероприятий удалённо, когда сотрудники географически находятся в разных местах, отсутствует командный дух и чувство «локтя»;
- **некомфортные условия работы удалённо.** У сотрудников могут отсутствовать необходимые условия работы дистанционно (тесная квартира, соседи, маленькие дети и т.д.), что негативно сказывается на их работоспособности;

² Удаленный год: как компании уходили в онлайн, справлялись с трудностями и «болтали у кулера» не выходя из дома. [Электронный ресурс]. URL: <https://hh.ru/article/28307> (дата обращения: 06.02.2024).

³ Часть россиян готовы на снижение зарплат ради удаленки. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2023/04/03/lish-by-v-ofis-ne-hodit.html> 28307 (дата обращения: 06.02.2024).

- **сложность работы в команде.** При отсутствии очных встреч для координации работы в команде существенно увеличивается количество звонков сотрудников, на что тратится значительно больше времени, нежели при работе в офисе. Кроме того, исследователи из Грацкого технического университета выяснили, что человек утомляется сильнее при работе онлайн, нежели при очном общении, испытывая так называемое Zoom-истощение ⁴;
- **дисциплина.** При удалённой работе к сотруднику предъявляется больше требований, в частности:
 - ответственность;
 - самодисциплина на высшем уровне;
 - инициативность;
 - коммуникабельность в любом формате — сотрудник должен быстро и чётко выражать свои мысли в устной и письменной формах;
- **адаптация персонала.** Необходимость разработки новых программ адаптации с учётом специфики удалённой работы, трансформация внутренних бизнес-процессов и пересмотр подходов к оценке эффективности;
- **выгорание сотрудника.** При ненормированном рабочем дне сотрудник, затрудняющийся в мотивировании себя на работу из дома, не способный совмещать баланс между работой и отдыхом, правильно планировать график работы оказывается неэффективным ⁵;
- **цифровизация компании.** Сотрудник должен иметь доступ к ресурсам компании из любой точки мира, поэтому в организации необходимо внедрение современных ИТ-систем — инструментов для управления взаимодействием с клиентами компании (CRM), планирования ресурсами (ERP), управления жизненным циклом продукции (PLM), средств для защищённого удалённого доступа, мессенджеров, платформ управления проектами совместной работы и др.

Важным фактором, заметно влияющим на эффективность работы сотрудников при удалённом формате работы, является вовлеченность персонала, на которую влияет множество факторов. Согласно проведённому исследованию Gallup в 2023 г., низкая вовлеченность персонала обошлась мировой экономике в 8,8 трлн. долл. США, а это 9% мирового ВВП.⁶ Нельзя однозначно сказать, что удалённая работа положительно или отрицательно влияет на вовлеченность персонала. Это зависит от корпоративной культуры, работы HR бизнес-партнёров (если такие есть в компании) и регламента компании. В таблице 1 рассмотрены основные факторы, влияющие на вовлеченность персонала.

Таблица 1

Преимущества и недостатки вовлеченности сотрудников при удалённом формате работы ⁷

Вовлеченность сотрудника при удалённой работе	
Преимущества	Недостатки
<p>Персонализированная рабочая среда Позволяет сотрудникам создавать своё собственное рабочее пространство с учётом предпочтений. Комфортная обстановка и персонализированная рабочая среда положительно сказывается на производительность и вовлеченность.</p>	<p>Работа в команде Для руководителей затруднена оценка эффективности команды и признания их достижений, что является немаловажным фактором для улучшения вовлеченности команды.</p>

⁴ University of Technology, «Zoom Fatigue»: Exhaustion caused by video conferencing proven on a neurophysiological level for the first time, 2023, nov. 13. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tugraz.at/en/tu-graz/services/news-stories/tu-graz-news/singleview/article/zoom-fatigue-ermuedung-durch-videokonferenzen-erstmal-neurophysiologisch-nachgewiesen> (дата обращения: 06.02.2024).

⁵ Исследование ВЦИОМ: кому на удаленке жить хорошо, 5 июля 2022 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/15119847> (дата обращения: 06.03.2024).

⁶ Gallup: State of the Global Workplace: 2023 Report. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx> (дата обращения: 06.02.2024).

⁷ Составлено автором.

Продолжение таблицы 1

Вовлеченность сотрудника при удалённой работе	
Преимущества	Недостатки
<p>Автономность и гибкость Позволяет сотрудникам более гибко планировать рабочий график с учётом стоящих перед ним задач. Такая автономия может привести к повышению удовлетворённости сотрудника, чувствующего доверие со стороны руководства с возможностью управления своим временем.</p>	<p>Разделение работы и дома Для некоторых сотрудников дистанционный режим работы стирает границы между профессиональной деятельностью и личной жизнью. Неспособность вовремя переключаться может привести к его выгоранию, что отрицательно сказывается на работоспособности и вовлеченности.</p>
<p>Экономия затрат Возможность существенной экономии для персонала, связанная со снижением затрат на транспорт, рабочую одежду и питание. При сохранении существенной части заработка у сотрудников повышается вовлеченность и удовлетворённость работой.</p>	<p>Коммуникация Отсутствие личного общения приводит к недопониманию в ряде случаев, что может негативно сказаться на взаимоотношениях внутри команды.</p>
<p>Улучшение баланса между работой и личной жизнью Отсутствие регулярных поездок в офис и предоставление более гибкого графика работы позволяет сотрудникам улучшить баланс между профессиональной деятельностью и личной жизнью, способствуя более высокой вовлеченности.</p>	<p>Изолированность Является одной из наиболее сложных проблем удалённой работы. Без ежедневного личного общения сотрудники могут чувствовать себя оторванными от коллектива и корпоративной культуры.</p>
<p>Доступ к глобальному кадровому резерву Позволяет нанимать сотрудников из любой точки мира, расширяя доступ к кадровому резерву. Это может привести к созданию более инклюзивной и инновационной рабочей среды, к профессиональной рабочей атмосфере, повышая вовлеченность команды в целом.</p>	<p>Условия работы Домашняя обстановка негативно влияет на работу сотрудника, обуславливая дискомфорт его работы из дома.</p>

Некоторые негативные факторы при удалённой работе, влияющие на вовлеченность персонала, можно нивелировать или исключить. Для этого возможны следующие действия:

- **Регулярные встречи.** Сотрудники должны осуществлять видео звонки с членами команды на регулярной основе, обсуждая рабочие вопросы и внося предложения по улучшению взаимодействия в команде.
- **Внедрение передовых ИТ-технологий.** Использование цифровых инструментов способствует устранению недостатков общения при удалённой работе. Внедрение программ и приложений для видеоконференций (Zoom, Teams, TrueConf и др.), обмен мгновенными сообщениями и совместной работой (WhatsApp, Telegram, ICQ и др.), а также платформ для управления командными и персональными проектами (Trello, Jira, Yandex Tracker, Bitrix24 и др.) частично компенсирует живое общение в офисе.
- **Улучшение командной работы.** Организация виртуальных мероприятий по формированию команды, видеозвонков, семинаров по обучению способствует улучшению взаимодействия внутри команды, а также налаживанию связей и ритма бизнеса с другими командами компании;
- **Чёткий и понятный регламент работы.** Чёткое раскрытие должностных ролей, обязанностей и инструкций поможет избежать двусмысленности и будет содействовать чёткому следованию сотрудниками целям компании.
- **Содействие балансу между работой и личной жизнью.** Для недопущения выгорания сотрудника необходимо поощрять и помогать сотрудникам устанавливать регулярные перерывы и чёткие границы между профессиональной деятельностью и личной жизнью.

Из перечисленных плюсов и минусов удалённой работы недостатков при дистанционной работе для большинства компаний оказывается больше, чем преимуществ, поэтому организации неохотно идут на удалённый формат работы. Для некоторых компаний он является неприемлемым из-за сложностей сохранения конфиденциальной информации или невозможности сотрудников осуществлять свои обязанности удалённо. Именно поэтому ряд компаний (особенно государственных и полугосударственных) даже по время пандемии не вводили удалённый режим, и к удалённому формату легче адаптировались ИТ-компании, телеком и банки.

При удалённой работе одним из важных вопросов является оценка эффективности сотрудника. Существуют различные способы оценки — ключевые показатели эффективности КПИ⁸, использование специализированной программы, устанавливаемой на компьютер сотрудника для контроля его деятельности во время рабочего дня. При этом пока нет однозначной оценки эффективности удалённой работы сотрудника. Проводимые исследования показывают разнонаправленные результаты, во многом определяемые спецификой выполняемой работы — в одних случаях удалённая работа не сильно влияет на эффективность, в других она оказывается существенной.

Удалённый формат работы несёт для работодателя больше недостатков, чем преимуществ, поэтому многие компании выбирают гибридный формат, при котором часть времени сотрудник проводит в офисе, а часть времени удалённо. Такой формат сочетает преимущества очной и дистанционной форматов работы. Основные преимущества и недостатки гибридного формата по сравнению с удалённым приведены в таблице 2.

Таблица 2

Преимущества и недостатки гибридного формата работы⁹

Гибридный формат работы	
Преимущества	Недостатки
Снижение расходов Уменьшаются расходы на аренду помещений и другие платежи, но в меньшей степени, чем при полностью удалённом формате.	Адаптация персонала Возникают проблемы с адаптацией персонала.
Лояльность персонала и уменьшение текучести Повышается лояльность сотрудника, что способствует уменьшению текучести персонала.	Корпоративная культура и общение с коллегами Происходит частичная потеря и размытие корпоративной культуры, негативно сказываясь на психологическом состоянии сотрудников. Снижается уровень доверия между сотрудниками в команде, имеет место тенденция к разобщённости, растёт ощущение неравенства среди сотрудников.
Эффективное распределение рабочего времени У сотрудника повышается автономность с более эффективным распределением рабочего времени.	Ограничение найма сотрудников При подборе талантливых и амбициозных кандидатов возможен проигрыш компаниям, использующим полностью удалённый формат. Также присутствует ограничение в географии найма, поскольку компании могут нанимать работников только в местах, где у них имеются офисы.
Увеличение продолжительности рабочего дня Сотрудник меньше тратит времени на поездки на работу и, как правило, использует высвободившееся время на работу.	Дисциплина Снижение дисциплины и ответственности у ряда сотрудников, во многом зависящие от корпоративной культуры. При её ненадлежащем уровне снижение дисциплины проявляется во всех форматах — очном, гибридном или удалённом форматах работы.

⁸ КПИ от англ. key performance indicators — ключевые показатели эффективности.

⁹ Составлено автором.

Гибридный формат работы	
Преимущества	Недостатки
<p>Преимущество в найме сотрудников Преимущество в найме сотрудников перед компаниями, предпочитающими работу только в офисе.</p>	<p>Выгорание Может наблюдаться выгорание сотрудника, но в меньшей степени, чем при полностью удалённом формате работы.</p>

Диаграмма возможного принятия решения при переходе от очного формата работы к гибридному приведена на рисунке 1. При анализе перехода на гибридную форму работы необходимо:

- сформулировать задачи (цели), решаемые при переходе;
- обеспечить необходимого уровня контроля по ключевым параметрам;
- установить соответствие регламента компании требованиям для выполнения сотрудником работы;
- обеспечить условия труда и удалённого доступа сотрудникам к корпоративным ресурсам;
- разработать оценки эффективности работы сотрудника.



Рис. 1. Пример возможного принятия решения перехода от очного формата работы к гибриднему ¹⁰

¹⁰ Разработано автором.

Переход в компании к гибриднему формату работы требует всестороннего анализа. При этом для работодателя оценка эффективности работы сотрудника в удалённом формате остаётся одной из главных. Исследование, проведённое аналитическим центром НАФИ в 2020 г., показало: по мнению 82% работодателей, наблюдается снижение эффективности работы сотрудников, 41% сотрудников указывают на снижение эффективности своей работы, только 20% работодателей готовы в дальнейшем использовать удалённый формат работы¹¹. К аналогичному выводу в 2023 г. пришёл британский журнал «The Economist», который провёл исследование удалённого формата работы и выяснил, что дистанционный режим работы снижает производительность сотрудников на 18%¹². Также большинство опросов работодателей и сотрудников подтверждают снижение эффективности работы сотрудников при удалённом формате.

Анализ дистанционных форматов работы в западных и российских компаниях показывает разнонаправленное отношение к удалённой и гибридным форматам работы — российские компании предлагают все больше вакансий с удалённой или гибридными форматами работы, а западные компании стараются вернуть в офис своих сотрудников. В подтверждение можно отметить таких западных гигантов, как:

Amazon — требует переезда сотрудников для работы в офисе минимум три дня в неделю¹³;

Disney — генеральный директор Боб Айгер настоятельно рекомендует сотрудникам работать минимум четыре дня в неделю в офисе¹⁴;

Tesla, X (ранее Twitter) — Илон Маск, считая удалённую работу «морально неправильной чепухой», запрещает сотрудникам работать дистанционно¹²;

IBM — требует в ультимативной форме сотрудникам работать не менее трёх дней в офисе, иначе их ждёт увольнение¹⁵;

UPS — требует от сотрудников работать только из офиса¹⁶.

В нашей стране гибридный формат набирает популярность, что подтверждают проведённые исследования. Согласно данным «Авито-работа», количество вакансий с гибридным форматом работы к осени 2023 г. увеличилось в 2,4 раза за год, а количество вакансий удалённой работы упало на 46%¹⁷. В гибридном формате хотели бы работать 71% россиян по результатам совместного исследования, проведённого в 2023 г. сервисом поиска работы «HeadHunter» и консалтинговой компанией «Яков и партнеры»¹⁸.

В настоящее время можно утверждать, что гибридный формат работы — это состоявшийся тренд. Рост гибридного и удалённого форматов работы связан прежде всего с огромным дефици-

¹¹ Сотрудники, перешедшие на удалённый формат, сообщили о снижении своей эффективности, 18 июня 2020г. [Электронный ресурс]. URL: <https://nafi.ru/analytics/sotrudniki-pereshedshie-na-udalennyu-format-soobshchili-о-snizhenii-svoey-effektivnosti/> (дата обращения: 06.02.2024).

¹² The Economist, The working-from-home illusion fades. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2023/06/28/the-working-from-home-delusion-fades> (дата обращения: 06.02.2024).

¹³ Bloomberg, Amazon Will Make Some Employees Relocate for Return to Office. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-07-21/amazon-will-make-some-employees-relocate-for-return-to-office?srnd=premium-europe&sref=Y0jVLCFo> (дата обращения: 06.02.2024).

¹⁴ Форбс, Миллиардные убытки: зачем сотрудников пытаются вернуть с удаленки силой и уговорами. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/497052-milliardnye-ubytki-zacem-sotrudnikov-pytautsavernnut-s-udalenki-siloi-i-ugovorami> (дата обращения: 06.02.2024).

¹⁵ Bloomberg, Remote Workers Need a New Plan. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2024-02-01/are-remote-workers-more-likely-to-be-laid-off>, (дата обращения: 06.02.2024).

¹⁶ Bloomberg, Amazon Will Make Some Employees Relocate for Return to Office. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-07-21/amazon-will-make-some-employees-relocate-for-return-to-office?srnd=premium-europe&sref=Y0jVLCFo> (дата обращения: 06.02.2024).

¹⁷ Авито Работа: количество вакансий с гибридным графиком увеличилось в 2,4 раза, 11 сентября 2023 г. [Электронный ресурс]. URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/avito_rabota_kolichestvo_vakansiy_s_gibridnym_grafikom_uvelichilos_v_2_4_raza1639/ (дата обращения: 06.02.2024).

¹⁸ Коммерсант: Россияне заинтересовались инвестициями в себя, 17 октября 2023 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6281417> (дата обращения: 06.02.2024).

том рабочей силы, составляющей в нашей стране порядка 4,8 млн. человек¹⁹. Положение также усугубляется сокращением притока трудовых мигрантов (в 2023 г. — не более 3,5 млн., до пандемии около 4,5 млн.), что вынуждает работодателей нанимать работников из Пакистана, Индии и даже Северной Кореи без знания русского языка²⁰. При нехватке рабочей силы популярность удалённой и гибридной форматов работы будет расти, и компаниями это будет использоваться в качестве дополнительного бонуса при приёме на работу.

Российские компании готовы идти на некоторые риски, предлагая удалённую и гибридную форматы работы для расширения возможности набора сотрудников и использования таких форматов в качестве инструмента удержания сотрудников и уменьшения текучести персонала.

Гибридный формат работы бурно развивается в нашей стране, подтверждая прогнозы об его использовании во всё большем числе компаний. Гибридный формат работы — не просто изменение режима работы сотрудника, а это сложный и многоуровневый процесс изменения бизнес-процессов, регламента, культуры, подходов к руководству и оценки эффективности персонала. Можно сказать, что гибридный формат работы меняет и образ жизни сотрудника.

Обобщая сказанное, можно заключить:

- преимущества и недостатки удалённой и гибридной форматов работы для компаний очевидны, но достаточно большое количество компаний всё ещё сталкиваются со сложностями при выборе оптимального для себя формата работы;
- при удалённой и гибридной форматах работы в компании должна быть внедрена современная ИТ-инфраструктура, обеспечивающая удалённый доступ к корпоративным ресурсам, информационную безопасность с внедрением системы оценки эффективности работы персонала;
- удалённая и гибридная форматы работы являются важными аспектами современного рабочего процесса, их влияние на вовлеченность персонала являются критически важным для компаний;
- удалённая и гибридная форматы работы способствуют децентрализации, делегированию части полномочий от руководителя к подчинённому, что может привести к потере управляемости;
- гибридный формат работы становится всё более популярным, и доля компаний с удалённым форматом работы снижается;
- разнонаправленное отношение западных и российских компаний к гибриднему формату работы — западные за возвращение сотрудников в офис, российские за гибридный формат работы;
- для достижения успешной работы компании в гибридном формате необходимо доверие компании к своим сотрудникам, выработка «коллективного» образа мышления с приобщением сотрудников к диджитал-культуре;
- для недопущения потери эффективности работы сотрудников при гибридном формате работы компаниям следует обратить особое внимание на вовлеченность персонала.

Список литературы

1. Бурмистрова Н. О. Оптимизация и повышение эффективности систем адаптации, оценки и развития персонала. Изд. «Лань», 2022 г. ISBN: 978-5-8114-8992-3.
2. Джозелин Р., Асфарова А., Алас Р. Корпоративная культура. Проблемы и тенденции развития в мире и в России. Изд. «Наука», 2011 г. ISBN: 978-5-02-037095-1.
3. Клочков А. К. Вовлечённость и лояльность персонала от А до Я. Изд. «Эксмо», 2021 г., ISBN 978-5-04-159856-3.
4. Кожевникова Т. Ю. Корпоративная культура как она есть. Изд. «Эксмо», 2020 г. ISBN: 978-5-04-106320-7.

¹⁹ Вестник Института экономики Российской академии наук, № 6. 2023. С. 7–25. [Электронный ресурс]. URL: https://inecon.org/images/stories/publicacii/vesnik-ran/VIE_RAS_6_2023.pdf (дата обращения: 06.02.2024).

²⁰ Коммерсант: Индия нам поможет. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6480459> (дата обращения: 06.02.2024).

5. Ленсиони П. Правда о вовлеченности сотрудников. Изд. «Бомбора», 2024 г. ISBN: 978-5-04-181439-7.
6. Мезин А. По домам. Как превратить удаленную работу в преимущество. Изд. «Бомбора», 2020 г. ISBN: 978-5-04-113196-8.
7. Тянь Т. Huawei. Лидерство, корпоративная культура, открытость. Изд.: «Олимп-Бизнес», 2023 г. ISBN: 978-5-6040009-9-1.
8. Фрайд Дж. Remote. Офис не обязателен, Изд. «Манн, Иванов и Фербер», 2021 г. ISBN: 978-500057-038-8.
9. Хансен М., Эмэбайл Т., Снук С. Смысл. Цели. Вовлеченность. Изд. «Манн, Иванов и Фербер», 2023 г., ISBN: 978-5-00214-013-8.
10. Якуба В.А. Беги из офиса. Как перейти на удаленную работу и выиграть. Изд. «Synergy Book», 2019 г., ISBN: 978-5-4257-0437-5.

References

1. Burmistrova N. O. Optimizing and Improving the Efficiency of Personnel Adaptation, Evaluation and Development Systems. Ed.: Lan, 2022. ISBN: 978-5-8114-8992-3.
2. Joselin R., Asfarova A., Alas R. Corporate culture. Problems and trends in development in the world and in Russia. Ed.: Science, 2011, ISBN: 978-5-02-037095-1.
3. A.K. Staff Engagement and Loyalty A to Z. Ed.: Eksmo 2021, ISBN 978-5-04-159856-3.
4. Kozhevnikova T.Yu. Corporate culture as it is. Ed.: Eksmo, 2020, ISBN: 978-5-04-106320-7.
5. Lensioni P. Truth about employee engagement. Ed.: Bombora, 2024, ISBN: 978-5-04-181439-7.
6. Mezin A. By House. How to Turn Remote Work into an Advantage. Ed: Bombora, 2020 ISBN: 978-5-04-113196-8.
7. Tian T. Huawei. Leadership, Corporate Culture, Openness, Ed.: Olympus Business, 2023, ISBN: 978-5-6040009-9-1.
8. Fride J. Remote. Office Optional. Ed: Mann, Ivanov & Ferber, 2021 ISBN: 978-500057-038-8.
9. Hansen M., Embail T., Snook S. Meaning. Objectives. Engagement. Ed: Mann, Ivanov and Ferber, 2023, ISBN: 978-5-00214-013-8.
10. Yakuba V.A. Run of the office. How to Go Remote and Win. Ed: Synergy Book, 2019, ISBN: 978-5-4257-0437-5.

Трудности и возможности развития инклюзивной экономики в современных условиях хозяйствования

О. Б. Репкина

*доктор экономических наук, профессор
РТУ МИРЭА,
Москва, Россия
olrepk@mail.ru*

Аннотация: В статье рассмотрены понятие и сущность инклюзивной экономики, выделены основные научно-практические подходы и существующие методики оценки уровня инклюзивности развития экономики. При выделении повсеместности распространения данного понятия и его вовлеченности во все аспекты развития общества обосновано, что не существует объективной оценки, которая в полной мере отражала бы уровень инклюзивного развития экономики. Однако неразрешенные противоречия актуальных рыночных отношений являются уверенной предпосылкой решения социальных вопросов общества посредством провозглашения инклюзивных принципов, которые включают в себя такие аспекты, как: экономический рост, социальная интеграция, социальная справедливость и т.д. В заключение сделан вывод о том, что принципы инклюзивной экономики являются, скорее, ориентирами развития общества, нежели объективной моделью его развития.

Ключевые слова: инклюзивная экономика, рыночное ведение хозяйства, социальная политика, социальная справедливость.

Для цитирования: Репкина О.Б. Трудности и возможности развития инклюзивной экономики в современных условиях хозяйствования. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 102–106. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-102-106>.

Difficulties and opportunities for the development of an inclusive economy in modern economic conditions

O. B. Repkina

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.
RTU MIREA,
Moscow, Russia
olrepk@mail.ru*

Abstract: The article examines the concept and essence of an inclusive economy, highlights the main scientific and practical approaches and existing methods for assessing the level of inclusiveness of the country's development. Having highlighted the ubiquity of this concept and its involvement in all aspects of the development of society, it is proved that there is no objective assessment that would fully reflect the level of inclusive economic development. However, unresolved contradictions of current market relations are a sure prerequisite for solving social issues of society through the proclamation of inclusive principles, which include such aspects as: economic growth, social integration, social justice, etc. In conclusion, it is concluded that the principles of an inclusive economy are rather guidelines for the development of society than an objective model of its development.

Keywords: inclusive economy, market economy, social policy, social justice.

For citation: Repkina O.B. Difficulties and opportunities for the development of an inclusive economy in modern economic conditions. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 102–106. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-102-106>.

Рыночная экономика повсеместно заняла свое место в мировом хозяйстве. Существовавшие ранее прочие модели уступили место именно рыночному ведению хозяйства, причём относительно длительный период волнообразного развития привел к появлению различных характеристик или, скорее, новых характеристик, которые призваны приспособить существующую систему к современным реалиям.

Цивилизованное общество все чаще задумывается о социальной сущности существования человечества и о том, что глобальный смысл ведения хозяйства все-таки в удовлетворении нужд общества и человека, независимо от его страновой принадлежности или национальности, уровня

образования или уровня дохода и т.д. Социально ориентированная составляющая, таким образом, все чаще рассматривается как составной элемент любой деятельности.

Остановимся на понятии инклюзивной экономики, которое плотно вошло в нашу жизнь, и дополняет рыночный механизм не только существующей основной целью получения прибыли, но и дополнительными требованиями со стороны общества. Более того, экономическая инклюзивность все чаще понимается как условие устойчивого прогрессивного развития рыночной экономики. Некоторые авторы, например Михеев Н.Н., предлагают уровень инклюзивности отнести в качестве альтернативы ВВП, как показателя роста.¹

В целом выделяются 4 научно-практических подхода к определению природы и сущности инклюзивной экономики:

- социально ориентированный подход
- предпринимательский подход
- инновационный подход
- психологический подход (учет особенностей личности).²

Однако, чаще всего, говоря об инклюзивности экономики, рассматривают уровень бедности населения и проблему неравенства в обществе. Таким образом, «инклюзивность» понимается как «вовлеченность» каждого члена общества в протекающие экономические процессы и, как следствие, возможность использовать имеющиеся ресурсы в равной степени.

Инклюзивная рыночная экономика обеспечивает каждому, независимо от его пола, места рождения, социально-экономической среды, возраста и других факторов, доступ к рынкам труда, предпринимательству и — в более широком плане — экономическим возможностям.³

Категория «инклюзивная экономика» затрагивает все процессы, происходящие в обществе. Например, инновационное развитие экономики предполагает использование более прогрессивной техники и технологии, которые повышают производительность труда, но и приводят к сокращению рабочих мест и упразднению низкоквалифицированного труда. С точки зрения развития экономики это направление является прогрессивным, но с точки зрения инклюзивности нарушается принцип справедливости, так, низкоквалифицированные участники рынка теряют возможность равноправного труда и участия в жизни общества.

Для того, чтобы давать характеристику, необходимо определить систему координат или критерии, по которым, в нашем аспекте, экономику можно отнести к инклюзивной. Среди существующих методик можно выделить такие как: методические рекомендации Азиатского банка развития, Инициативу Организации Экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по инклюзивному росту, Интегрированную систему показателей бедности и условий жизни (I-POLIS), положения программы «Цели устойчивого развития (ЦУР)». Во всех методиках отражена основная мысль экономического развития посредством реализации социальных положений, проявляющихся в сокращении социального неравенства и несправедливости, равноправии всех членов общества, рациональное использование природных ресурсов. Однако, очевидно, что все рассматриваемые и потенциально разрабатываемые методика несут скорее описательный характер, поскольку многие показатели не могут достичь абсолютных значений. Так, уровень неравенства или несправедливости, кроме того, что не могут получить объективную оценку, поскольку не имеют четких ориентиров, не могут равняться нулю, то есть быть достигнуты в полной мере; равноправие членов общества также носит относительный характер и носит скорее политический характер

¹ Михеева Н. Н. Инклюзивность и устойчивость экономического роста: сравнительная оценка стран ЕАЭС. <https://esfor.ru/wp-content/uploads/2023/01/inklyuzivnyj-ekonomicheskij-rost-v-stranah-eaes.pdf>.

² Скудалова О. В. Перспективы развития инклюзивной экономики в России. Фундаментальные научные исследования как фактор обеспечения конкурентоспособности общества и государства: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 10 апреля 2020 г. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. URL: <https://apni.ru/article/549-perspektivi-razvitiya-inklyuzivnoj-ekonomiki>.

³ Проект Стратегии экономической инклюзивности (СЭИ). <https://www.ebrd.com/documents/policy/economic-inclusion-strategy-russian.pdf>.

для той организации, которая об этом заявляет; равный доступ к общественным благам также носит спорный характер, поскольку именно нехватка тех или иных благ служит двигателем усилий личности для их получения, а для рыночной экономики это является основным источником существования; рациональное использование природных ресурсов, в любом случае, предполагает их использование в объемах, больших, чем их возобновление, а значит, тоже не достижимо в абсолютных значениях.

Таким образом, любая методика даже при попытке вывести некий усредненный коэффициент построена на системе фиксированных понятий, носящих субъективный характер по причине невозможности дать более конкретную оценку. А любой индекс инклюзивности сводится к сравнению стран между собой по принципу лучше-хуже, что тоже носит субъективный характер по методам, институтам сбора информации и заинтересованным участникам.

Кроме социальной ориентированности инклюзивность экономики в какой-то степени становится гарантией дальнейшего существования рыночного ведения хозяйства, ослабляя возможности социально-экономических или социально-политических кризисов. Гонка за прибылью в условиях рынка привела к тому, что реализация положений социальной политики нередко была скорее фиктивной, то есть принципы, которые в ней определялись, независимо от страновой принадлежности, носили скорее декларативный характер. Это привело к неравномерности экономического развития, расслоению населения по уровню доходов и возможности пользования социальными благами. Международная практика показывает, что общество нормально функционирует, когда разрыв между самыми низкими и самыми высокими средними зарплатами находится в пределах от 5 до 8 раз. Децильный коэффициент в России находится на уровне 13, в ЕС — 8,5, в США — 15 раз.⁴

В этом контексте Правительства постоянно принимают решения по снижению уровня бедности населения. Однако это непростая задача, особенно в условиях наличия теневых аспектов. Парадигма всеобщего равенства, как показывает история, является утопией, но отрицание интересов общества — опасная динамика, которая способна привести к нестабильности общества, недовольству населения, структурным кризисам.

Сущность социальной политика определена как деятельность институтов по защите интересов всех членов общества.

Само понятие социальное связано с обществом, то есть существует в интересах общества, но на заре развития рыночных отношений социальный аспект инициировался основными участниками рынка как, в том числе, условия существования рынка. Возникающие проблемы расслоения материального благосостояния и «угнетения» одних слоев общества другими привело к необходимости нивелировать острое противоречие этих взаимоотношений. На стороне гаранта находится государство и реализуемая им социальная политика. С усилением неразрешенных противоречий существующих рыночных отношений появилась предпосылка решения социальных вопросов на новом уровне, и таким уровнем стало провозглашение инклюзивных принципов, или инклюзивной экономики.

Таким образом, категория инклюзивной экономики появилась как возможность решения противоречий рыночного ведения хозяйства, однако, существующие методики носят не столько прикладной, сколько относительный, субъективный, и в большинстве случаев, декларативный характер. Формулировка эталонной модели также не представляется возможной, поскольку кроме идеальных показателей, которые заявлены в понятии инклюзивной экономики, модель должна учитывать возможность их эффективного сосуществования и прогрессивного развития экономики в целом. Однако рыночная модель ведения хозяйства отличается не только наличием постоянных противоречий, но и динамичным характером развития, а существующие регулирующие механизмы способны только временно нивелировать, но не решить эти противоречия (о чем свидетельствуют кризисы, во времена которых инклюзивные принципы уходят на второй план).

⁴ Разов Павел. Расслоение общества на материальной основе — это нормально, иначе социальные институты не могли бы функционировать. Российская газета — Федеральный выпуск: № 256 (9201) 12.11.2023. rg.ru.

Список литературы

1. Бурганов Р.Т., Ельшин Л.А., Шарапов А.Р. Концепция инклюзивного роста как механизм обеспечения устойчивого развития национальной экономики. Экономика, предпринимательство и право. 2022. Том 12. № 10. С. 2623–2640. doi: [10.18334/epp.12.10.116352](https://doi.org/10.18334/epp.12.10.116352).
2. Герсонская Ирина Валерьевна. Концепция инклюзивного экономического роста: новые возможности для развития российского общества. Вестник ЧелГУ. 2021. № 6 (452). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-inklyuzivnogo-ekonomicheskogo-rosta-novye-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 23.02.2024).
3. Ельшин Л.А., Гафаров М.Р. Стимулирование экономической динамики региона в рамках реализации концепции инклюзивно-креативного роста. Креативная экономика. 2021. Том 15. № 11. С. 4201–4214. doi: [10.18334/ce.15.11.113737](https://doi.org/10.18334/ce.15.11.113737).
4. Кузнецова А.С. Методика отбора перспективных для импортозамещения продуктов на рынке реабилитационного оборудования. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023. Т. 22. № 4. С. 185–193. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-185-193>.
5. Методика оценки инклюзивности экономик государств – членов Евразийского экономического союза. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии от 14 октября 2019 № 32. URL: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/1fb/Protokol-NTS.pdf>.
6. Михеева Н. Н. Инклюзивность и устойчивость экономического роста: сравнительная оценка стран ЕАЭС. <https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2023/01/inklyuzivnyj-ekonomicheskij-rost-v-stranah-eaes.pdf>.
7. Разов Павел. Расслоение общества на материальной основе – это нормально, иначе социальные институты не могли бы функционировать. Российская газета – Федеральный выпуск: № 256 (9201) 12.11.2023. rg.ru.
8. Скудалова О. В. Перспективы развития инклюзивной экономики в России. Фундаментальные научные исследования как фактор обеспечения конкурентоспособности общества и государства: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 10 апреля 2020г. Белгород, ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. URL: <https://apni.ru/article/549-perspektivi-razvitiya-inklyuzivnoj-ekonomiki> (дата обращения: 23.02.2024).
9. Травин Андрей. Инклюзивный рост: трюк неокOLONIALИЗМА? Вольная экономика. <https://dzen.ru/a/XKtx42Q9KACvEzBC>.
10. Проект Стратегии экономической инклюзивности (СЭИ). <https://www.ebrd.com/documents/policy/economic-inclusion-strategy-russian.pdf>.
11. Хаирова Э.А. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНОЙ ЭКОНОМИКИ. Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 11-3. С. 90–94; URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=930> (дата обращения: 23.02.2024).
12. Minty, P., & Lessaer, B. Indicators of inclusive growth to complement GDP growth. Employment and Social Developments in Europe. 2013. Catalog N.: KE-BD-13-001-EN-C. Bruselas. URL: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12781&langId=en>.
13. Report on the OECD. Framework for Inclusive Growth. Meeting of the OECD Council at ministerial level. Paris. 6–7 may 2014. URL: https://www.oecd.org/mcm/ig_mcm_eng.pdf.

References

1. Burganov RT, Yelshin LA, Sharapov AR. The concept of inclusive growth as a mechanism for ensuring the sustainable development of the national economy. Economics, entrepreneurship and law. 2022. Volume 12. № 10. S. 2623-2640. doi: [10.18334/epp.12.10.116352](https://doi.org/10.18334/epp.12.10.116352).
2. Gerson Irina Valerievna. The concept of inclusive economic growth: new opportunities for the development of Russian society. Bulletin of ChelSU. 2021. № 6 (452). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsepsiya-inklyuzivnogo-ekonomicheskogo-rosta-novye-vozmozhnosti-dlya-razvitiya-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 23.02.2024).
3. Yelshin L.A., Gafarov M.R. Stimulating the economic dynamics of the region as part of the implementation of the concept of inclusive-creative growth. Creative economics. 2021. Volume 15. № 11. S. 4201–4214. doi: [10.18334/ce.15.11.113737](https://doi.org/10.18334/ce.15.11.113737).
4. Kuznetsova A.S. Selection method of promising products for import substitution in the market of rehabilitation equipment. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2023. T. 22. № 4. P. 185–193. / <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-185-193>.

5. Methodology for assessing the inclusivity of the economies of the member states of the Eurasian Economic Union. Recommendation of the Board of the Eurasian Economic Commission of October 14, 2019 No. 32. URL: <https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/1fb/Protokol-NTS.pdf>.
6. Mikheeva N. N. Inclusivity and sustainability of economic growth: a comparative assessment of the EAEU countries. <https://ecfor.ru/wp-content/uploads/2023/01/inklyuzivnyj-ekonomicheskij-rost-v-stranah-eaes.pdf>.
7. Razov Pavel. Stratification of society on a material basis is normal, otherwise social institutions could not function. Russian newspaper - Federal issue: No. 256 (9201) 12.11.2023. rg.ru.
8. Skudalova O.V. Prospects for the development of an inclusive economy in Russia. Fundamental scientific research as a factor in ensuring the competitiveness of society and the state: a collection of scientific works based on the materials of the International Scientific and Practical Conference on April 10, 2020. Belgorod, LLC Agency for Advanced Scientific Research (APNI), 2020. URL: <https://apni.ru/article/549-perspektivi-razvitiya-inklyuzivnoj-ekonomiki> (accessed date: 23.02.2024).
9. Andrey Travin. Inclusive growth: the trick of neo-colonialism? Free economics. <https://dzen.ru/a/XKtx42Q9KACvEzBC>.
10. Draft Economic Inclusion Strategy (SEI). <https://www.ebrd.com/documents/policy/economic-inclusion-strategy-russian.pdf>.
11. Khairova E.A. METHODOLOGY FOR DETERMINING AN INCLUSIVE ECONOMY. Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law. 2019. № 11-3. S. 90-94; URL: <https://vae1.ru/ru/article/view?id=930> (accessed date: 23.02.2024).
12. Minty, P., & Lessaer, B. Indicators of inclusive growth to complement GDP growth. Employment and Social Developments in Europe. 2013. Catalog N.: KE-BD-13-001-EN-C. Bruselas. URL: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12781&langId=en>.
13. Report on the OECD. Framework for Inclusive Growth. Meeting of the OECD Council at ministerial level. Paris. 6–7 may 2014. URL: https://www.oecd.org/mcm/ig_mcm_eng.pdf.

**Факторы, влияющие на цифровое неравенство
в сфере физической культуры и спорта, в контексте сопоставления
крупных городов и удаленных малонаселенных местностей**

Н. В. Филоненко

*кандидат педагогических наук, доцент
кафедра общегуманитарных наук и массовых коммуникаций,
Московский международный университет,
Москва, Россия
nyfilonenko.67@mail.ru*

Н. А. Ушакова

*кандидат педагогических наук, доцент
кафедра менеджмента и экономики спортивной индустрии им. В.В. Кузина,
Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»,
Москва, Россия
tetyamotya@mail.ru*

Аннотация: В статье актуализируется проблема цифрового неравенства в сфере физической культуры и спорта между крупными городами и удаленными малонаселенными местностями. По мнению авторов, для устранения цифрового неравенства при стратегическом планировании мероприятий и установлении сроков для внедрения цифровых технологий необходимо учитывать такие факторы, как: наличие высокоскоростного интернета, либо его отсутствие или медленная скорость в населенном пункте, географические, природно-климатические особенности конкретной местности, процесс урбанизации в предполагающейся местности для внедрения цифровых технологий, социально-демографическую характеристику местных граждан, конкуренцию на рынке спортивно-физкультурных, спортивно-зрелищных и фитнес-услуг, экономическую, политическую обстановку в регионе, уровень владения цифровыми компетенциями специалистами по физической культуре и спорту. Учет этих факторов при стратегическом планировании позволит устранить цифровое неравенство между крупными городами и удаленными малодоступными местностями, что будет способствовать достижению глобальной цели — увеличению доли россиян, систематически занимающихся физической культурой и спортом до 70% к 2030 г.

Ключевые слова: цифровизация, цифровое неравенство, крупные города, удаленные и малонаселенные местности, стратегическое планирование.

Для цитирования: Филоненко Н.В., Ушакова Н.А. Факторы, влияющие на цифровое неравенство в сфере физической культуры и спорта в контексте сопоставления крупных городов и удаленных малонаселенных местностей. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 1. С. 107–115. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-107-115>.

**Factors influencing the digital divide
in the field of physical education and sports in the context of comparing
large cities and remote sparsely populated areas**

N. V. Filonenko

*Cand. Sci. (Ped.)
Department of General Humanities and mass communications,
Moscow International University,
Moscow, Russia
nyfilonenko.67@mail.ru*

N. A. Ushakova

Cand. Sci. (Ped.)

*V.V. Cousin Department of Management and Economics of the sports industry,
Russian University of Sports «GTSOLIFK»,*

Moscow, Russia

tetyamotya@mail.ru

Abstract: *The article updates the problem of digital inequality in the field of physical culture and sports between large cities and remote sparsely populated areas. According to the authors, in order to eliminate the digital divide, when strategically planning activities and setting deadlines for the introduction of digital technologies, it is necessary to take into account such factors as the presence of high-speed Internet, or its absence or slow speed in a populated area, geographical, natural and climatic features of a particular area, the process of urbanization in suggesting areas for the introduction of digital technologies, socio-demographic characteristics of local citizens, competition in the market of sports, recreational, sports, entertainment and fitness services, economic and political situation in the region, level of digital competencies among specialists in physical culture and sports. Taking these factors into account in strategic planning will eliminate the digital divide between large cities and remote, inaccessible areas, which will contribute to achieving the global goal of increasing the proportion of Russians systematically involved in physical education and sports to 70% by 2030.*

Keywords: *digitalization, digital divide, large cities, remote and sparsely populated areas, strategic planning.*

For citation: *Filonenko N.V., Ushakova N. A. Factors influencing the digital divide in the field of physical education and sports in the context of comparing large cities and remote sparsely populated areas. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 1. P. 107–115. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-1-107-115>.*

В настоящее время без преувеличения можно сказать, что ситуация связанная с цифровизацией отрасли физической культуры и спорта является реальной необходимостью. Ввиду этого ученые, теоретики и практики уделяют большое внимание научным исследованиям и публикациям в области применения цифровых технологий, искусственного интеллекта при организации соревнований разного масштаба, в тренировочном процессе спортсменов высокого класса, производстве экипировки, секторе фитнеса, профессионального и любительского спорта.¹ Вместе с тем стоит отметить, в научных публикациях аспект цифрового неравенства в сфере физической культуры и спорта в контексте сопоставления крупных городов и удаленных малонаселенных местностей рассматривается крайне редко, что актуализирует проведение детального теоретического анализа для решения проблемы общедоступности внедрения цифровых технологий повсеместно на всей территории Российской Федерации.

В связи с вышеизложенными обстоятельствами *целью и задачей* исследования является: выявление факторов, влияющих на цифровое неравенство в сфере физической культуры и спорта в контексте сопоставления крупных городов и удаленных малонаселенных местностей.

Методы исследования: теоретический анализ научной, научно-популярной литературы, нормативно-правовых актов, анализ и синтез.

Результаты исследования. Создавшиеся быстроменяющиеся социально-экономические политические обстоятельства, антироссийские санкции подтолкнули отрасль к инновационному цифровому вектору развития, ключевая роль в котором отводится интернету.

По данным ведущего делового издания «Ведомости», в 2023 г. в России ежедневно пользовались интернетом около 100 млн. человек. Наша страна «занимает первое место в Европе по количеству пользователей всемирной сети, у нас самый доступный по стоимости интернет в мире»².

¹ Войнова А.А., Иванова Ю.О. Актуальность развития цифровых технологий в спорте. Вопросы студенческой науки. 2022. Вып. № 1(65). С. 7–10. Зубков Д.А. Современные тенденции цифровой трансформации спортивной подготовки. Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 2021. № 11(201). С. 151–156. Зарубина М.С. Использование цифровых технологий, как методов исследования в тренировочном процессе. Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2019. № 10(176). С. 142–146. Сомова А.Е. Цифровизация физической культуры и спорта. Актуальные проблемы педагогики и психологии. 2022. Т. 3. № 4. С. 30–35. Петров П.К. Информационные технологии в физической культуре и спорте: учебное пособие / П.К. Петров. – Саратов: Вузовское образование. 2020. 377 с.

² Ежедневная интернет-аудитория в России выросла до почти 100 млн. человек – Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/news/2023/09/30/998068-ezhednevnyaya-internet-auditoriya-rossii-virosla> (дата обращения: 30 сентября 2023, 12:48).

Учитывая тенденцию последних лет увеличения пользователей домашним и мобильным интернетом, Министерством спорта РФ было разработано ряд официальных документов для внедрения цифровых технологий в отрасль физической культуры и спорта. К ним, в частности, относятся Ведомственная программа цифровой трансформации (ВПЦТ) от 26.04.2021, Концепция создания и функционирования государственной информационной системы «Единая цифровая платформа «Физическая культура и спорт» от 26.04.2021³, Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2024 г. № 264-р «Об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации физической культуры и спорта до 2030 г.»⁴.

Если коротко обобщить материал, изложенный в вышеупомянутых официальных документах, то можно конкретизировать, что основными задачами являются: создание единой цифровой среды в области физической культуры и спорте, внедрение технологий искусственного интеллекта и новых электронных сервисов для граждан, также для оперативного продуктивного взаимодействия федеральных и местных органов власти по физической культуре и спорту. Все эти мероприятия вводятся в действие для того, чтобы достигнуть глобальной стратегической цели — увеличение доли россиян, систематически занимающихся физической культурой и спортом до 70% к 2030 г.⁵

Предполагается к 2028 г. произвести полномасштабный переход записи детей в спортшколы и другие спортивные организации в электронный формат посредством портала Госуслуг. Планируется к 2027 г. повсеместно «внедрить электронные паспорта для спортсменов, к 2030 г. присваивать спортивные звания и разряды при помощи электронного документооборота, в этом же 2030 г. в единую цифровую среду включить все российские спортивные организации и учреждения». Кроме того, в планах совершенствование сервисов Госуслуг для удобства сдачи нормативов ГТО, также для подачи заявок к участию в спортивно-массовых мероприятиях.

Конечно же, планировать, предполагать, предусматривать, выдвигать гипотезы можно и даже нужно, но при этом необходимо учитывать обстоятельства и факторы, способствующие проникновению цифровых технологий, и наоборот препятствующие этому процессу.

Учитывая немалый масштаб нашей страны, к территориальному, географическому и природно-климатическому фактору нужно относиться с особой тщательностью. В России существует проблема покрытия высокоскоростным интернетом, сотовой связью удаленные малодоступные местности. В соответствии с контрактом решением этой проблемы занимается Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ совместно с провайдером цифровых услуг и решений ПАО «Ростелеком» посредством реализации проекта «Устранение цифрового неравенства». В основе проекта заложена цель к 2030 г. обеспечить жителей населенных пунктов с численностью населения от 100 до 500 человек мобильной связью и провести высокоскоростной качественный интернет. На данный момент «более 4,7 тыс. сел и деревень стали цифровыми. Для подключения базовых станций проложено более 17 тыс. км. новых волоконно-оптических линий связи, это обеспечивает высокую скорость мобильного интернета»⁶. Стоит подчеркнуть, что путь доставки сетевого оборудования к месту установки был «дорогим» и отнюдь нелегким, «использовались вертолеты, вездеходы и сани, суда ледокольного класса и катера»⁷.

К тому же имеет место быть еще одна существенная проблема импортозамещения оборудования. В 2023 году антироссийские санкции притормозили поставку комплектующих из-за рубе-

³ Цифровая трансформация в сфере ФКиС. URL: <https://www.minsport.gov.ru/activity/digital-transformation/> (дата обновления: 1 августа 2023).

⁴ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2024 г. № 264-р об утверждении стратегического направления в области цифровой трансформации физической культуры и спорта до 2030 г. | ГАРАНТ. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/408416419/> (дата обращения: 12 февраля 2024).

⁵ Указ о национальных целях развития России до 2030 года. Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/63728> (дата обращения: 21 июля 2020 года 11:25).

⁶ Более 4,7 тыс. сел и деревень стали цифровыми: «Ростелеком» подвел итоги реализации проекта УЦН 2.0 в 2023 году. Официальный информационный сайт Ростелеком. URL: https://www.company.rt.ru/projects/uus/uus_news/d469589/ (дата обращения: 15.02.2024).

⁷ Там же: https://www.company.rt.ru/projects/uus/uus_news/d469589/ (дата обращения: 15.02.2024).

жа. Заменить импортное сетевое оборудование на российское в короткий срок оказалось дорого и непросто, что чинит серьезные препятствия для повсеместной цифровизации на всей территории России и, соответственно, отражается на отрасли физической культуры и спорта.

Следующий фактор, который нужно учитывать при планировании мер для цифровизации — это урбанизация. «Россия замыкает тройку лидеров среди высокоурбанизированных государств. Показатель у нашей страны довольно высок и составляет 74%»⁸. Присоединение малых населенных пунктов к городам-миллионникам, расширение пригородной территории, распространение городского образа жизни, создание рабочих мест — это все признаки урбанизации,⁹ которые способствуют быстрому развитию и распространению цифровых технологий. Для России характерна тенденция расширения границ больших городов за счет присоединения к ним близлежащих малых территорий, также миграция сельского населения в города с численностью более 1,0 млн. чел.¹⁰ Вместе с тем «эксперты отмечают, что, несмотря на относительно высокий уровень урбанизации в России, она крайне неравномерна в регионах и колеблется от 83% в центре и северо-западе до 30% — на востоке страны».¹¹ В связи с этим при планировании внедрения цифровых технологий в область физической культуры следует учитывать фактор урбанизации по территориальному признаку.

При разработке проектов по цифровому преобразованию стоит иметь в виду социально-демографическую составляющую местного населения, в частности возрастную структуру и доход. Преобладание молодежного сегмента в крупных городах отражается на большей степени вероятности проникновения цифровых технологий. И наоборот, превалирование населения пенсионного возраста в селах, деревнях, аулах других удаленных малодоступных, малонаселенных местностях может притормаживать развитие цифровизации. «Детерминация цифрового развития в сельских территориях также определяется более низкой востребованностью в силу отсутствия необходимости (желания, интереса) и специфического уклада жизни местных граждан».¹² Нежелание местных жителей менять сложившийся столетиями спокойный уклад жизни отрицательно влияет на проникновение цифровых технологий в вышеупомянутые местности. Для того, чтобы мягко, аккуратно переломить менталитет местных граждан в нужное «цифровое русло» понадобится время, и скорей всего немалое.

Что касается дохода, здесь очевидна взаимосвязь доходов населения и цифровизации. Это объясняется уровнем реальных доходов. Чем выше заработки населения, тем больше возможностей для интервенции мобильного интернета за счет покупок смартфонов и других современных «умных» гаджетов, соответственно и для развития цифровизации. По причине низкой заработной платы жители малодоступных малонаселенных местностей первостепенно вынуждены удовлетворять свои базовые потребности в еде, одежде, тепле, в связи с чем затраты на интернет, в том числе на мобильный, отодвигаются далеко на задний план. Поэтому в зависимости от социально-демографического и географического факторов нужно осмысленно подходить к выбору приоритетов покрытия широкополосным интернетом и формирования цифровой грамотности у мест-

⁸ На смену мегаполисам придут города нового формата — Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы. URL: <https://stroi.mos.ru/articles/na-smienu-mieghapolisam-pridut-ghoroda-novoghoformata?from=cl> (дата обращения 7 дек. 2023 г. 15:00).

⁹ Нефедова Т.Г., Трейвиш А.И. Перестройка расселения в современной России: урбанизация или дезурбанизация? Региональные исследования. 2017. № 2(56). С. 12–23. Ёлшина А.А. Процесс урбанизации в России: история и тенденции. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: ЭКОНОМИКА и ПРАВОВО. 2015. № 05-06. С. 6–9.

¹⁰ Петрушина О.В., Сергеева Н.М., Власова О.В., Зюкин Д.А. Влияние урбанизации на социально-экономическое развитие региона. Международный сельскохозяйственный журнал. 2023. Т. 66. № 3(393). С. 251–254.

¹¹ На смену мегаполисам придут города нового формата — Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы. URL: <https://stroi.mos.ru/articles/na-smienu-mieghapolisam-pridut-ghoroda-novoghoformata?from=cl> (дата обращения 7 дек. 2023 г. 15:00).

¹² Шабунова А.А., Груздева М.А., Калачикова О.Н. Поселенческий аспект цифрового неравенства в современной России. Проблемы развития территории. Вып. 4(108). 2020. С. 7–17. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Цифровизация и креативность российских регионов. Социологические исследования. 2020. № 5. С. 66–88.

ных граждан труднодоступных малонаселенных регионов, в том числе у специалистов по физической культуре и спорту.

В эпоху стремительного развития цифровизации фактор конкуренции в спортивной отрасли играет ключевую роль. Сегодня большинство ученых склоняются к тому, что для того, чтобы быть конкурентноспособной спортивной организацией как на мировом поприще в спорте высших достижений, так и на отечественном рынке услуг любительского, профессионального спорта и фитнеса без цифровых технологий не обойтись.¹³ Но есть ли в этом необходимость абсолютно для всех российских городов, сел, деревень, поселений, аулов, кишлаков? Ответ — скорее всего, нет. По мнению авторов, чем острее конкуренция на рынке услуг физической культуры и спорта, тем возникает больше необходимости внедрения цифровых технологий, что характерно в большей степени для городов-миллионников и несвойственно для удаленных малонаселенных местностей, где в основном наблюдается отсутствие конкуренции как таковой. Соответственно до начала внедрения цифровых инноваций в сектор услуг физической культуры и спорта, в планировании мероприятий нужно предусматривать фактор наличия острой конкуренции в крупных городах или ее отсутствие в удаленных малонаселенных местностях.

Фактор экономической обстановки в регионе напрямую влияет на проникновение IT-инноваций.¹⁴ Высокий валовый региональный продукт, стабильное финансовое положение региона, инвестиционная активность, отсутствие безработицы, высокие реальные денежные доходы населения, темпы и показатели экономического роста, «государственно-частное, муниципально-частное партнерство»¹⁵, в совокупности все эти составляющие положительно влияют на проникновение цифровизации. И наоборот, отсутствие этих составляющих препятствует введению в действие цифровых программ, в том числе и в области физической культуры и спорта.

Благоприятная или напротив неблагоприятная политическая ситуация в регионе непосредственно сказывается на развитии и применении цифровых технологий в повседневной жизни людей, производственных и профессиональных сферах деятельности, влияет на политические институты. Политические институты играют ключевую роль в обеспечении стабильности, порядка и справедливости в обществе, а также в защите прав и свобод граждан.¹⁶ Нестабильная политическая обстановка выводит на первый план урегулирование конфликтов и отводит на второй план работу, связанную с введением инновационных цифровых инструментов в менеджмент частных и государственных структур по физической культуре и спорту. В то время как спокойная политическая обстановка создает благоприятные условия для внедрения этих инструментов в физкультурно-спортивную сферу.

В повсеместном проникновении цифровых технологий немаловажный аспект имеет наличие цифровых компетенций у специалистов по физической культуре и спорту, или наоборот низкий уровень, либо вообще их отсутствие.¹⁷ Повышение квалификации по вопросам цифровой грамотности посредством проведения вебинаров сегодня востребовано специалистами во многих россий-

¹³ Жапаров Е.С., Ляшенко А.А. Цифровизация в спорте: состояние и перспективы. Молодой ученый. 2020. № 48(338). С. 462–463. Солнцев И.В. Применение инновационных цифровых продуктов в индустрии спорта. Стратегические решения и риск-менеджмент. 2021. № 12(2). С. 184–189.

¹⁴ Махотаева М.Ю., Николаев М.А., Гусарова В.Н. Анализ влияния процессов цифровизации на экономическое развитие регионов. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2020. Т. 13. № 4. С. 46–56.

¹⁵ Найда М.С. Цифровизация физической культуры и спорта в России. Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». 2021. С. 1297–1304.

¹⁶ Пузиков В.Г., Шмунк Д.В. Влияние цифровых технологий на политические институты. Научный лидер. 2023. № 43(141). URL: <https://scilead.ru/article/5145-vliyanie-tsifrovikh-tekhnologij-na-politiches> (дата публикации: 03.11.2023).

¹⁷ Петров П.К. Цифровые тренды в сфере физической культуры и спорта. Теория и практика физической культуры. 2021. № 12. С. 6–8. Стеценко Н.В., Широбакина Е.А. Цифровизация в сфере физической культуры и спорта: состояние вопроса. Наука и спорт: современные тенденции. 2019. № 1. Т. 22. С. 35–40.

ских регионах. Но для того, чтобы качественно проводить онлайн-занятия нужен высокоскоростной интернет, смартфоны, «умные» гаджеты, которые зачастую встречаются редко у граждан малонаселенных удаленных местностей. Например, жителям регионов Северо-Кавказского и Дальневосточного федерального округа (в Чечне средняя скорость составляет 32 Мбит/с, в Тыве — 40 Мбит/с, в Ненецком автономном округе — 48 Мбит/с, в Карачаево-Черкесии — 49 Мбит/с, в Магаданской области — 50 Мбит/с.)¹⁸, в которых зафиксирован самый медленный интернет в России, будет проблематично обучаться в дистанционном формате (см. табл.).

Таблица

Факторы, влияющие на цифровое неравенство в сфере физической культуры и спорта в контексте сопоставления крупных городов и удаленных малонаселенных местностей¹⁹

Факторы	Разъясняющий комментарий
Наличие широкополосного интернета, либо его отсутствие или медленная скорость в населенном пункте	Наличие, широкополосного интернета и качественной сотовой связи. Существует проблема, связанная с покрытием качественным интернетом и сотовой связью удаленные малодоступные местности РФ, что отражается не лучшим образом на повсеместном распространении цифровизации.
Географические (численность населения), природно-климатические особенности населенного пункта	Чем больше город и численность населения, тем больше вероятность проникновения цифровых технологий по сравнению с селами, деревнями, аулами, также другими удаленными, малодоступными, малонаселенными местностями РФ.
Процесс урбанизации в предполагающей местности для внедрения цифровых технологий	Присоединение малых населенных пунктов к городам-миллионщикам. Характерные признаки такие как расширение пригородной территории, распространение городского образа жизни, создание рабочих мест, способствуют быстрому распространению цифровых технологий.
Социально-демографическая характеристика местного населения	Возрастная структура населения. Преобладание молодежного сегмента населения отражается на большей вероятности проникновения цифровых технологий. И наоборот, превалирование населения пенсионного возраста может притормаживать развитие цифровизации в регионе. Нежелание местных жителей удалённых малонаселенных местностей менять сложившийся столетиями спокойный уклад жизни отрицательно влияет на проникновение цифровых технологий. Доход. Чем выше доходы населения, тем больше возможностей для интервенции мобильного интернета за счет покупки смартфонов и других современных «умных» гаджетов, соответственно и для цифровизации. По причине низкой заработной платы жители малодоступных малонаселенных местностей первоначально вынуждены удовлетворять свои базовые потребности в еде, одежде, тепле, в связи с чем затраты на интернет, в том числе на мобильный отодвигаются далеко на задний план.
Конкуренция на рынке спортивно-оздоровительных, спортивно-зрелищных и фитнес-услуг	Чем острее конкуренция на рынке услуг физической культуры и спорта, тем больше необходимость внедрения цифровых технологий, что характерно в большей степени для городов-миллионников и не свойственно для сел, деревень, аулов, кишлаков и других удаленных малонаселенных местностей, где в основном наблюдается отсутствие конкуренции как таковой.

¹⁸ Скорость интернета по регионам и городам России. URL: <https://journal.tinkoff.ru/fast-internet-stat/> (дата обращения: 04.12.2023. со ссылкой на источник Speedtest).

¹⁹ Разработано авторами.

Продолжение таблицы

Факторы	Разъясняющий комментарий
Экономическая обстановка в регионе	Высокий валовый региональный продукт, стабильное финансовое положение региона, инвестиционная активность, отсутствие безработицы, высокие реальные денежные доходы населения, темпы и показатели экономического роста, государственно-частное, муниципально-частное партнерство положительно влияют на проникновение цифровизации. И наоборот, неблагоприятная экономическая обстановка препятствует введению в действие цифровых программ, в том числе, и в области физической культуры и спорта.
Политическая ситуация в регионе	Нестабильная политическая обстановка в регионе выводит на первый план урегулирование конфликтов и отводит на второй план работу, связанную с введением инновационных цифровых инструментов в менеджмент частных и государственных структур по физической культуре и спорту. В то время как спокойная политическая обстановка создает благоприятные условия для внедрения этих инструментов в физкультурно-спортивную сферу.
Цифровые компетенции специалистов по физической культуре и спорту	Наличие цифровых компетенций у специалистов по физической культуре и спорту или, наоборот, низкий уровень, либо вообще их отсутствие по причине нежелания и невозможности повышения квалификации в онлайн-формате из-за медленного интернета или его несуществования в удаленных, труднодоступных, малонаселенных местностях отражается на темпах развития цифровых технологий и устранения повсеместном цифрового неравенства.

Заключение. Из вышеизложенного материала следуют, что при стратегическом планировании мероприятий по внедрению цифровых технологий в сферу физической культуры и спорта необходимо учитывать следующие факторы: наличие высокоскоростного интернета либо его отсутствие или медленная скорость в населенном пункте; географические (численность населения), природно-климатические особенности конкретной местности; процесс урбанизации в предполагающей определенной местности для внедрения цифровых технологий; социально-демографическую характеристику местных граждан; конкуренцию на рынке спортивно-оздоровительных, спортивно-зрелищных и фитнес-услуг, экономическую, политическую обстановку в регионе, уровень владения цифровыми компетенциями специалистами по физической культуре и спорту. Также нужно понимать, что есть существенная разница в среде проживания местных граждан между городами-миллионниками и селами, деревнями, станицами, аулами, кишлаками, которую следует иметь в виду при планировании и установлении сроков цифровизации в области физической культуры и спорта.

Учет вышеуказанных аспектов позволит устранить цифровое неравенство между крупными городами и удаленными малонаселенными местностями, что будет способствовать достижению глобальной цели — увеличению доли россиян, систематически занимающихся физической культурой и спортом до 70% к 2030 г.

Список литературы

1. Войнова А.А., Иванова Ю.О. Актуальность развития цифровых технологий в спорте. Вопросы студенческой науки. 2022. Вып. № 1(65). С. 7–10.
2. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Цифровизация и креативность российских регионов. Социологические исследования. 2020. № 5. С. 66–88.
3. Ёлшина А. А. Процесс урбанизации в России: история и тенденции. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: ЭКОНОМИКА и ПРАВО. 2015. № 05-06. С. 6–9.
4. Жапаров Е.С., Ляшенко А.А. Цифровизация в спорте: состояние и перспективы. Молодой ученый. 2020. № 48(338). С. 462–463.

5. Зарубина М.С. Использование цифровых технологий, как методов исследования в тренировочном процессе. Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2019. № 10(176). С. 142–146.
6. Зубков Д.А. Современные тенденции цифровой трансформации спортивной подготовки. Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. 2021. № 11(201). С. 151–156.
7. Махотаева М.Ю., Николаев М.А., Гусарова В.Н. Анализ влияния процессов цифровизации на экономическое развитие регионов. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2020. Т. 13. № 4. С. 46–56.
8. Найда М.С. Цифровизация физической культуры и спорта в России. Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов: Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». 2021. С. 1297–1304.
9. Нефедова Т.Г., Трейвиш А.И. Перестройка расселения в современной России: урбанизация или дезурбанизация? Региональные исследования. 2017. № 2(56). С. 12–23.
10. Петров П.К. Информационные технологии в физической культуре и спорте: учебное пособие / П.К. Петров. – Саратов: Вузовское образование. 2020. 377 с.
11. Петров П.К. Цифровые тренды в сфере физической культуры и спорта. Теория и практика физической культуры. 2021. № 12. С. 6–8.
12. Петрушина О.В., Сергеева Н.М., Власова О.В., Зюкин Д.А. Влияние урбанизации на социально-экономическое развитие региона. Международный сельскохозяйственный журнал. 2023. Т. 66. № 3(393). С. 251–254.
13. Пузиков В.Г., Шмунк Д.В. Влияние цифровых технологий на политические институты. Научный лидер. 2023. № 43(141). URL: <https://scilead.ru/article/5145-vliyanie-tsifrovikh-tekhnologij-na-politiches> (дата публикации: 03.11.2023).
14. Сомова А.Е. Цифровизация физической культуры и спорта. Актуальные проблемы педагогики и психологии. 2022. Т. 3. № 4. С. 30–35.
15. Солнцев И.В. Применение инновационных цифровых продуктов в индустрии спорта. Стратегические решения и риск-менеджмент. 2021. № 12(2). С. 184–189.
16. Стеценко Н.В., Широбакина Е.А. Цифровизация в сфере физической культуры и спорта: состояние вопроса. Наука и спорт: современные тенденции. 2019. Т. 22. № 1. С. 35–40.
17. Филоненко Н.В., Кулькова И.В. Проблемы и пути развития физкультурно-оздоровительной отрасли в условиях международных санкций. Путеводитель предпринимателя. 2023. Т. 16. № 2. С. 50–55. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-2-50-55>.
18. Шабунова А.А., Груздева М.А., Калачикова О.Н. Поселенческий аспект цифрового неравенства в современной России. Проблемы развития территории. Вып. 4(108). 2020. С. 7–17.

References

- 1 Voinova A.A., Ivanova Yu.O. Relevance of the development of digital technologies in sports. Questions of student science. 2022. Issue. No. 1(65). P. 7–10.
- 2 Groshev I.V., Krasnoslobodtsev A.A. Digitalization and creativity of Russian regions. Sociological Research. 2020. No. 5. P. 66–88.
- 3 Yolshina A. A. The process of urbanization in Russia: history and trends. Modern science: current problems of theory and practice. Series: ECONOMICS and LAW. 2015. No. 05-06. P. 6–9.
- 4 Zhaparov E.S., Lyashenko A.A. Digitalization in sports: state and prospects. Young scientist. 2020. No. 48(338). P. 462–463.
- 5 Zarubina M.S. The use of digital technologies as research methods in the training process. Uchenye zapiski universiteta im. P.F. Lesgafta. 2019. No. 10(176). P. 142–146.
- 6 Zubkov D.A. Modern trends in the digital transformation of sports training. Scientific Notes of the University named after P.F. Lesgafta. 2021. No. 11(201). P. 151–156.
- 7 Makhotaeva M.Yu., Nikolaev M.A., Gusarova V.N. Analysis of the influence of digitalization processes on the economic development of regions. Scientific and Technical Gazette of the St. Petersburg State Polytechnic University. Economic Sciences. 2020. T. 13. No. 4. P. 46–56.
- 8 Naida M.S. Digitalization of physical culture and sports in Russia. Current problems, current trends in the development of physical culture and sports, taking into account the implementation of national projects: Materials of the III All-Russian scientific and practical conference with international participation. Moscow: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «REU im. G.V. Plekhanov». 2021. P. 1297–1304.

9. Nefedova T.G., Treyvish A.I. Reorganization of settlement in modern Russia: urbanization or deurbanization? *Regional studies*. 2017. No. 2(56). P. 12–23.
10. Petrov P.K. *Information technologies in physical culture and sports: textbook* / P.K. Petrov. – Saratov: University education. 2020. 377 p.
11. Petrov P.K. Digital trends in the field of physical culture and sports. *Theory and practice of physical culture*. 2021. No. 12. P. 6–8.
12. Petrushina O.V., Sergeeva N.M., Vlasova O.V., Zyukin D.A. The influence of urbanization on the socio-economic development of the region. *International Agricultural Journal*. 2023. T. 66. No. 3(393). P. 251–254.
13. Puzikov V.G., Shmunk D.V. The influence of digital technologies on political institutions. *Scientific leader*. 2023. No. 43(141). URL: <https://scilead.ru/article/5145-vliyanie-tsifrovikh-tekhnologij-na-politiches> Date of publication: 11/03/2023.
14. Somova A.E. Digitalization of physical culture and sports. *Current problems of pedagogy and psychology*. 2022. Vol. 3. No. 4. P. 30–35.
15. Solntsev I.V. Application of innovative digital products in the sports industry. *Strategic decisions and risk management*. 2021. No. 12(2). Pp. 184–189.
16. Stetsenko N.V., Shirobakina E.A. Digitalization in the field of physical culture and sports: the state of the issue. *Science and sport: modern trends*. 2019. No. 1. Vol. 22. P. 35–40.
17. Filonenko N.V., Kulkova I.V. Problems and ways of development of the sports and recreation industry in the context of international sanctions. *Entrepreneur's Guide*. 2023. T. 16. № 2. P. 50–55. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-16-2-50-55>.
18. Shabunova A.A., Gruzdeva M.A., Kalachikova O.N. Settlement aspect of digital inequality in modern Russia. *Problems of territory development*. Vol. 4(108). 2020. P. 7–17.

Ученые записки Российской академии предпринимательства. Научно-практическое издание. Т. 23, № 1. — М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2024. — 116 с.

Научно-практический журнал «Ученые записки Российской академии предпринимательства» учрежден Российской академией предпринимательства в 2002 г. На его страницах представлены теоретические и научно-практические материалы, обзоры и статьи по актуальным вопросам и проблемам современной экономики и предпринимательства.

Журнал индексируется в РИНЦ.

Журнал включен в Перечень ведущих российских рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования России, в котором должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук по следующим научным специальностям и соответствующим им отраслям науки, по которым присуждаются ученые степени:

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки),

5.2.4. Финансы (экономические науки),

5.2.5. Мировая экономика (экономические науки),

5.2.6. Менеджмент (экономические науки).