

*Журнал «Научное обозрение.  
Экономические науки»  
зарегистрирован Федеральной службой  
по надзору в сфере связи, информационных  
технологий и массовых коммуникаций.  
Свидетельство ПИ № ФС77-57503  
ISSN 2500-3410*

**Импакт-фактор РИНЦ = 0,600**

*Учредитель, издательство и редакция:  
ООО НИЦ «Академия Естествознания»,  
Почтовый адрес: 105037, г. Москва, а/я 47  
Адрес редакции: 410056, Саратовская область,  
г. Саратов, ул. им. Чапаева В.И., д. 56*

**Founder, publisher and edition:  
LLC SPC Academy of Natural History,  
Post address: 105037, Moscow, p.o. box 47  
Editorial address: 410056, Saratov region,  
Saratov, V.I. Chapaev Street, 56**

*Подписано в печать 29.04.2020  
Дата выхода номера 29.05.2020  
Формат 60×90 1/8*

*Типография  
ООО НИЦ «Академия Естествознания»,  
410035, Саратовская область,  
г. Саратов, ул. Мамонтовой, д. 5*

**Signed in print 29.04.2020  
Release date 29.05.2020  
Format 60×90 8.1**

**Typography  
LLC SPC «Academy Of Natural History»  
410035, Russia, Saratov region,  
Saratov, 5 Mamontovoi str.**

*Технический редактор Байгузова Л.М.  
Корректор Дудкина Н.А.*

*Тираж 1000 экз.  
Распространение по свободной цене  
Заказ НО 2020/1  
© ООО НИЦ «Академия Естествознания»*

Журнал «НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ» выходил с 1894 по 1903 год в издательстве П.П. Сойкина. Главным редактором журнала был Михаил Михайлович Филиппов. В журнале публиковались работы Ленина, Плеханова, Циолковского, Менделеева, Бехтерева, Лесгафта и др.

**Journal «Scientific Review» published from 1894 to 1903. P.P. Soykin was the publisher. Mikhail Filippov was the Editor in Chief. The journal published works of Lenin, Plekhanov, Tsiolkovsky, Mendeleev, Bekhterev, Lesgaft etc.**



**М.М. Филиппов (M.M. Philippov)**

**С 2014 года издание журнала возобновлено  
Академией Естествознания  
From 2014 edition of the journal resumed  
by Academy of Natural History**

**Главный редактор: М.Ю. Ледванов  
Editor in Chief: M.Yu. Ledvanov**

**Редакционная коллегия (Editorial Board)**  
**А.Н. Курзанов (A.N. Kurzanov)**  
**Н.Ю. Стукова (N.Yu. Stukova)**  
**М.Н. Бизенкова (M.N. Bizenkova)**  
**Н.Е. Старчикова (N.E. Starchikova)**  
**Т.В. Шнуровозова (T.V. Shnurovozova)**

---

**НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ • ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

**SCIENTIFIC REVIEW • ECONOMIC SCIENCES**

***www.science-education.ru***

**2020 г.**

---



***В журнале представлены научные обзоры,  
статьи проблемного  
и научно-практического характера***

The issue contains scientific reviews,  
problem and practical scientific articles

---

**СОДЕРЖАНИЕ**
**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ (08.00.00)**
**СТАТЬЯ**

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В БИЗНЕСЕ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ  
И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

*Магомедова А.Х., Магомедова Д.М.* ..... 5

**СТАТЬЯ**

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНЫМ  
РАЗВИТИЕМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Ткаченко Е.В., Сихимбаева Д.Р.* ..... 9

**СТАТЬЯ**

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ ПРАВАМИ ТРЕБОВАНИЯ ПО БАНКОВСКИМ ВКЛАДАМ  
НА БАЗЕ ФИНТЕХ-ПРОЕКТА

*Аникин А.В., Комиссаров В.Г.* ..... 15

**ОБЗОР**

ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БАНКОВ  
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Корсунова Н.Н.* ..... 20

**СТАТЬЯ**

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Егорова Л.Г., Зубкова У.Ю.* ..... 26

**СТАТЬЯ**

НОВЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ РЕЙТИНГА ИНВЕСТИЦИОННОЙ  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ

*Зубова Ю.А., Круглов С.В.* ..... 31

**ОБЗОР**

ОБЗОР ПОДХОДОВ К ТУРИСТСКОМУ РАЙОНИРОВАНИЮ ПЕРМСКОГО КРАЯ

*Ткачев Б.П., Есипова С.А.* ..... 37

---

**CONTENTS**
**ECONOMIC SCIENCES (08.00.00)**
**ARTICLE**

- STRATEGIC PLANNING IN BUSINESS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE  
*Magomedova A.Kh., Magomedova D.M.* ..... 5

**ARTICLE**

- ANALYSIS OF MODERN APPROACHES TO MANAGING THE EFFECTIVE  
 DEVELOPMENT OF A PHARMACEUTICAL ORGANIZATION  
*Tkachenko E.V., Sikhimbaeva D.R.* ..... 9

**ARTICLE**

- ORGANIZATION OF TRADE IN RIGHTS OF CLAIM FOR BANK DEPOSITS  
 ON THE BASIS OF THE FINTECH PROJECT  
*Anikin A.V., Komissarov V.G.* ..... 15

**REVIEW**

- INNOVATION AS THE MAIN TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF BANKING  
 IN THE DIGITAL ECONOMY  
*Korsunova N.N.* ..... 20

**ARTICLE**

- ACCOUNTING OF PRODUCTION WASTE IN THE FOOD INDUSTRY  
*Egorova L.G., Zubkova U.Yu.* ..... 26

**ARTICLE**

- A NEW APPROACH TO FORMING A RATING OF INVESTMENT  
 ATTRACTIVENESS OF REGIONS  
*Zubova Yu.A., Kruglov S.V.* ..... 31

**REVIEW**

- REVIEW OF APPROACHES TO TOURIST ZONING OF THE PERM REGION  
*Tkachev B.P., Esipova S.A.* ..... 37

СТАТЬЯ

УДК 338.12

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В БИЗНЕСЕ:  
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

**Магомедова А.Х., Магомедова Д.М.**

*Дагестанский государственный университет, Махачкала, e-mail: djago1981@mail.ru*

В данной статье авторами рассмотрены особенности моделей бизнес-планирования ряда стран. Исследованиями в данной сфере была отмечена следующая статистика: предприятия, ведущие систематическое долгосрочное планирование, имеют более высокие экономические результаты, в отличие от своих конкурентов, пренебрегающих стратегическим проектированием. В общей истории планирования принято выделять три этапа, различных по своему историческому и экономическому содержанию. Кроме того, под влиянием особенностей в каждой стране создавалась собственная модель бизнес-планирования, адаптированная под специфику экономического, политического, исторического положения. Понятие «бизнес-планирование» является относительно новым для России. Часто в компаниях нет квалифицированного персонала, способного составить грамотный и применимый к реалиям план. Российская экономическая сфера и деловое стратегическое планирование имеют ряд особенностей. Большинство книг, переведенных с иностранного языка, не содержат рекомендаций по ситуациям, как оказалось, не свойственным западным странам, но естественным в России. Одной из причин такого отличия является еще не вполне завершившийся переход российской экономики от планового режима к рыночному, в то время как зарубежная школа бизнес-планирования ушла далеко вперед.

**Ключевые слова:** бизнес-планирование, американская модель, азиатская модель, европейская модель, этапы бизнес-планирования

**STRATEGIC PLANNING IN BUSINESS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE**

**Magomedova A.Kh., Magomedova D.M.**

*Department of Management Dagestan State University, Makhachkala, e-mail: djago1981@mail.ru*

This article discusses the features of business planning models in several countries. Studies in this area have noted statistics: enterprises conducting systematic long-term planning have higher economic results, in contrast to their competitors who neglect strategic design. In the general history of planning, it is customary to distinguish three stages that are different in their historical and economic content. In addition, under the influence of peculiarities, each country formed its own model, adapted to the specifics of the economic, political, and historical situation. This article discusses the features of business planning models in several countries. Studies in this area have noted statistics: enterprises conducting systematic long-term planning have higher economic results, in contrast to their competitors who neglect strategic design. The concept of business planning is relatively new to Russia. Often companies do not have qualified personnel capable of drawing up a plan that is competent and applicable to realities. The Russian economic sphere and business strategic planning have a number of features. This article discusses the features of business planning models in several countries. Studies in this area have noted statistics: enterprises conducting systematic long-term planning have higher economic results, in contrast to their competitors who neglect strategic design. Most books translated from a foreign language did not disclose recommendations on situations that, as it turned out, were not typical in the West, but natural in Russia. One of the reasons for this difference is the transition from the planned to the market regime that has not yet been completed, while the foreign school of business planning has gone far ahead.

**Keywords:** business planning, American model, Asian model, European model, stages of business planning

Планирование определяет действия, которые должна осуществить организация для достижения своих целей.

В настоящее время для рыночной экономики все большую актуальность имеют вопросы формирования источников прибыли, собственных инвестиционных ресурсов. Однако контроль над этими категориями невозможен без грамотного стратегического планирования и последующего контроля. Долгосрочное планирование представляет собой реальную перспективу организации, состоящую из мероприятий, направленных на более эффективную деятельность на протяжении долгого периода. В итоге стратегическое планирование является инструментом до-

стижения желаемого результата, документом, который определяет позицию организации в экономическом пространстве, и средством интеграции действий всех отделов и подразделений.

В данной статье мы разберем этапы развития бизнес-планирования и итоги полученного опыта на примере некоторых стран.

**Материалы и методы исследования**

Источниками для написания данной работы являлись научные статьи, учебная литература, электронные ресурсы. Для выполнения исследовательской части были применены следующие методы: проведение аналогий, классификация, обобщение, изучение и анализ литературы.

### Результаты исследования и их обсуждение

В начале XX в. возникает такое научное направление, как управление фирмой. Однако на начальных этапах применялось лишь краткосрочное планирование. Связано это было с тем, что раньше экономика рассматривалась как система, не подверженная постоянным изменениям, а значит, в долгосрочном планировании не было необходимости.

Во второй половине XX в. начинает развиваться и долгосрочное планирование, основанное на анализе тенденций и их переносе на будущее. Связано это с изменением политических режимов и как следствие – экономических. Основателями теории о стратегическом планировании общепризнано считаются Альфред Д. Чандлер и Кеннет Эндрюс. Поэтому опыт управления российских и постсоветских предприятий во многом схож с концепцией управления зарубежных предприятий-аналогов. Однако стоит отметить, что, несмотря на общее начало, подходы к рассмотрению проектирования сложились разные.

Исследованиями в данной сфере была выделена следующая статистика: предприятия, осуществляющие систематическое долгосрочное планирование, имеют более высокие экономические результаты, в отличие от своих конкурентов, пренебрегающих стратегическим проектированием. Также стоит отметить, что, несмотря на то, что управленческий учет необходим в коммерческой сфере, он активно развивался и в бюджетной сфере, на государственном уровне [1].

В общей истории планирования принято выделять три этапа.

Конец XIX в. – начало XX в.: целью данного этапа было выявление направленности спроса на определенные продукты и общие тенденции производства.

Средством достижения этой цели стало использование методов экспертных оценок и экстраполяции. Первый метод основывался на мнении специалистов в этой сфере и на их прогнозах, базирующихся на научном и практическом опыте, второй – на наложении прошлого опыта и явлений в качестве прогнозов на будущее, а также выявлении некоторых показателей-индикаторов, определяющих изменения экономического климата.

Второй период включает 1929–1959 гг. Мировой экономической кризис 1929–1933 гг., а следом и военные события 1941–1945 гг. показывают мировому обществу, насколько экономика слаба и нестабильна. Поэтому целью данного этапа

являлся выход из тяжелого экономического застоя.

Большой вклад в науку этого периода внесли К. Ландауэр, В.С. Войтинский, Ф. Тарнов, Ф. Бааде. В этот же период появилось планирование бюджетов, включающее финансовую и денежно-кредитную политику, на макроуровне. Основными методами являлись системный анализ, линейное программирование и прогнозирование на основе модели «затраты – выпуск».

Период 1950–1970 гг. характеризуется усилением интеграции производств, загрязнением окружающей среды, экономической неустойчивостью. Появляются первые плановые органы, сфера планирования расширяется [2].

В послевоенные годы большое количество стран перешло на директивный метод управления экономикой. Однако со временем данный вид планирования стал неактуален, и ему на смену пришел индикативный метод.

Рассмотрим три модели планирования (таблица).

Российское законодательство не закрепляет за предприятиями частного сектора обязанность разработки стратегических планов. Данная категория является новой для нашего рынка и не так распространена в этой среде. Кроме того, в противовес новому течению существует позиция, отрицающая необходимость планового бизнеса, делающая упор на мнение о том, что в условиях постоянной смены рыночных условий имеют смысл лишь краткосрочные технические планы, а долгосрочные перспективы могут быть заменены пониманием «внутренней кухни» отечественного бизнеса и интуицией. Понятие «бизнес-планирование» является относительно новым для России. Часто в компаниях нет квалифицированного персонала, способного составить грамотный и применимый к реалиям план [5].

Однако для предприятий, успешно применяющих нововведение, бизнес-план – ключевой документ планирования. Во внутрифирменном документе должны раскрываться следующие вопросы: анализ рынков потенциальных потребителей, конкурентов и ресурсов, анализ инвестиционной, финансовой и производственной деятельности и ее рисков, анализ способов оптимизации производства и вероятности ее внедрения в реалии. Такие планы имеют типологию, одной из самых распространенных является разделение бизнес-планов на общие и локальные. Такая структура имеет иерархию: совокупность локальных бизнес-планов служит доработанным общим планом, разделенным между подразделениями, отделами.

Модели экономического планирования зарубежных стран

Модель	Описание	Страны-представители	Особенности развития
Американская	Характеризуется большой и эффективной долей коммерческого сектора	США	В последние годы в США наибольшее внимание направлено на развитие ценности фирмы. Разработка бизнес-планов в США имеет огромное значение. Нередко потенциальные инвесторы отказывают в рассмотрении заявок на инвестирование, если становится известно, что в процессе долгосрочного планирования не принимали участия менеджеры высшего звена
		Канада	В Канаде, как и в США, распространено стратегическое планирование, возникшее в результате развития частного сектора. Особое внимание уделяется финансовому плану как источнику для составления прогнозов финансовых результатов и определения источников для финансирования
Азиатская	Характеризуется тесной связью частного и государственного секторов	Япония	Основная идея заключается в общности ценностей всех сотрудников и в их индивидуальном вкладе в общее дело. Стратегия компании отражает цели и задачи. Пример-лозунг в 1979 г. компании «Мацусита»: «Прицел на вершины электронной промышленности»
		Южная Корея	Развитие планирования началось в государственном секторе с директивной политики. В 1954 г. Южная Корея стала феноменом в экономической сфере. Планирование перешло и в коммерческую сферу, большую роль здесь играют ценности компании и менталитет жителей страны
Европейская	Отличается большим и хорошо финансируемым госсектором	Франция	Отличием французской модели от американской считается масштабная доля государственного сектора. В конце 1960-х гг. был совершен переход к индикативному планированию, позволяющему координировать позиции приватизированного и частного бизнеса. Широкое распространение получил классический подход к организации планирования: сверху вниз. Подход гласит: планирование – это удел руководителей высшего уровня управления (топ-менеджеров) [3]

В связи с небольшим опытом использования стратегического планирования в частном секторе, в основе которого в основном лежит плановое государственное планирование, имеет смысл обратиться к зарубежной школе. При этом стоит помнить о том, что разные страны имеют разную специфику, поэтому любой применимый опыт стоит пропустить через фильтр необходимых модификаций для адаптации к российской действительности.

Примером для рассмотрения различий может служить США.

1. Первым отличием является непосредственно отношение предпринимателей к собственному бизнесу в двух странах. Если для россиянина бизнес – это в первую очередь способ заработка, то для американца эта категория имеет философский смысл.

Для американцев начать собственный бизнес значит стать независимым, это спо-

соб самореализации. С учетом их менталитета вполне естественен тот факт, что вначале придется «затянуть пояса», уровень жизни снизится, но собственный бизнес есть стиль жизни. Поэтому нередко американцы ассоциируют собственное дело с понятиями о воле и свободе.

Рынок конкуренции в Америке очень сильно развит, и руководители понимают, что несут ответственность за все предприятие, они пытаются не только «продержаться на плаву», но и постоянно найти конкурентные преимущества, что делает политику ведения деятельности более интенсивной и творческой.

В России и США по-разному относятся и к бухгалтерской отчетности. У нас это в первую очередь совокупность информации, требуемой вышестоящими инстанциями, либо способ привлечь потенциальных инвесторов. А в Америке это возможность

анализа и последующего поиска способов увеличения эффективности работы предприятия и наращивания доходности. Кроме того, главной задачей предпринимателя является увеличение продолжительности жизни предприятия. Большое значение в Америке имеет структура баланса. Положительная структура определяется суммарным соотношением стоимости активов и обязательств. В нашей стране соотношение высчитывается между показателями расходов и доходов за отчетный период [4].

2. Второй задачей, которую ставят перед собой предприниматели в США, является наличие денежных средств в кассе. При этом акцент делается не на наличные средства, а на различие между тем, что вам заплатили, и имеющимися обязательствами.

3. Третья задача – это оборот капитала. Перед предпринимателями всегда стоит выбор: инвестировать собственные деньги в свое дело, вложить в банк или инвестировать в стороннюю организацию. При решении данного вопроса необходимо подсчитать, в каком случае вложения окупятся в наибольшей мере. Поэтому возврат капиталовложений тщательно рассчитывается.

4. Еще одной категорией, волнующей бизнесменов, является принадлежащая им доля рынка. Рыночная среда имеет тенденцию к постоянным изменениям, поэтому анализ рынка потребителей, производимого товара занимает важное место в деятельности предпринимателя.

Перечисленные положения волнуют американского предпринимателя в большей степени, чем прибыльность компании. И это в полной мере отражается в бизнес-плане. Начиная предприниматель в США имеет очень активную поддержку со стороны государства, которая выражается в консультировании и информационном обеспечении.

В России есть множество программ по поддержке малого и среднего бизнеса. Специализированные организации могут предложить помощь в оформлении кредита, аренде помещения, в открытии торговой точки, а также предоставить консультацию в сфере юридических, бухгалтерских и кадровых вопросов.

Сложность финансовых обстоятельств большинства российских компаний вынуждает рассматривать бизнес-план как план по оздоровлению предприятия, имеющий антикризисную направленность. В остальных случаях сущность бизнес-плана отражает намерение «держаться на плаву», что характеризует неуверенность в экономической сфере для составления долгосрочных динамичных планов.

Одним из важнейших критериев для составления бизнес-плана является его актуальность. Стратегические планы должны основываться на имеющихся в наличии ресурсах предприятия.

Российская экономическая сфера весьма специфична, и деловое стратегическое планирование имеет ряд особенностей. Поэтому многие российские бизнесмены столкнулись с проблемой адаптации зарубежного опыта к отечественным реалиям. Большинство книг, переведенных с иностранного языка, не раскрывали рекомендаций по ситуациям, как оказалось, не свойственным западным странам, но естественным в России. Одной из причин такого отличия является еще не вполне завершившийся переход экономики от планового режима к рыночному, в то время как зарубежная школа бизнес-планирования ушла далеко вперед [6].

### Выводы

Бизнес-планирование является современной формой планирования на предприятии. Особенностью и сложностью при изучении бизнес-планирования является то, что здесь имеет место творчество, которое тесно перекликается с рутинными операциями: детальными расчетами, интеграцией различных аспектов бизнес-плана и др. Унифицированных методов или способов ведения бизнеса не существует, так как все случаи индивидуальны, но есть большой опыт успешных бизнес-планов. Другими словами, теория предоставляет технологию разработки эффективных бизнес-планов, но выбор инструментов всегда зависит от ситуации, особенностей страны и ее экономического положения.

### Список литературы

1. Сабурова В.Л., Кот Е.М. Развитие мировой практики управленческого учета в бюджетной и коммерческой сферах экономики // *Аграрный вестник Урала*. 2016. № 02 (144). С. 76–79.
2. Сабурова В.Л. История развития планирования за рубежом. [Электронный ресурс]. URL: <https://docplayer.ru/72760874-Istoriya-razvitiya-planirovaniya-za-rubezhom-the-history-of-development-planning-abroad.html> (дата обращения: 20.12.2019).
3. Данилин В.А. Финансовое и операционное планирование в корпорации // *Методы и модели*. М.: Дело, 2014. 616 с.
4. Мотревич В.П. Экономическая история России: учебное пособие для вузов по специальностям: «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». М.: Гуманитарный университет, 2005. 712 с.
5. Халтаева С.Р., Яковлева И.А. Бизнес-планирование. М.: ВСГТУ, 2005. 170 с.
6. Шкурко В.Е., Никитина Н.Ю. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: учебное пособие. М.: Уральский университет, 2016. 168 с.



## СТАТЬЯ

УДК 338.3

**АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ  
ЭФФЕКТИВНЫМ РАЗВИТИЕМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ****Ткаченко Е.В., Сихимбаева Д.Р.***КЭУК «Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза», Караганда,  
e-mail: katya.th-cat@mail.ru, sdinara2007@yandex.ru*

В статье описано значение эффективности управления фармацевтическими оптовыми фирмами и аптеками, указаны определенные пользователи полученных результатов. Проанализированы основные подходы к организации управления эффективным развитием фармацевтической организации. Показано значение эффективности управления и ее оценки фармацевтическими предприятиями и аптеками. На основе систематизации и анализа особенностей фармацевтической отрасли в качестве основного подхода к управлению эффективным развитием фармацевтического предприятия предложено использовать процессный подход. Процессный подход к управлению компанией можно рассматривать как совокупность бизнес-процессов, которые, как правило, имеют цикличность. За основу создания процесса взят цикл Деминга–Шухарта «Plan – Do – Check – Act» (PDCA), что означает «Планирование – Осуществление – Проверка – Действие». Выделенные основные бизнес-процессы управления по своему значению имеют значительный удельный вес в процессе создания экономического результата фармацевтического предприятия. Предложены количественные и качественные показатели определения эффективности управления фирмами и аптеками, которые могут быть использованы в деятельности фармацевтических предприятий. Приведены количественные и качественные критерии успешности управления хозяйствующими субъектами на фармацевтическом рынке. Предложены методический подход и алгоритм оценки эффективности управления выбранными объектами, описаны его отдельные этапы. Обоснован вывод, что для решения проблем управленческой системы наиболее восприимчивыми подходами являются изменение распределения и использования ресурсов (в том числе кадровых), внесение коррективов в финансово-экономическую, ценовую, ассортиментную, сбытовую политику, управление взаимоотношениями с клиентами и т.п.

**Ключевые слова:** эффективность управления, методические подходы, показатели оценки, фармацевтические фирмы, аптеки

**ANALYSIS OF MODERN APPROACHES TO MANAGING THE EFFECTIVE  
DEVELOPMENT OF A PHARMACEUTICAL ORGANIZATION****Tkachenko E.V., Sikhimbaeva D.R.***Karaganda Economy University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda,  
e-mail: katya.th-cat@mail.ru, sdinara2007@yandex.ru*

The value of the effectiveness of management of pharmaceutical wholesale companies and pharmacies, as well as certain users of the results obtained, is described. The main approaches to the organization of management of effective development of the pharmaceutical organization are analyzed. The importance of management efficiency and its evaluation by pharmaceutical companies and pharmacies is shown. Based on the systematization and analysis of the features of the pharmaceutical industry, it is proposed to use the process approach as the main approach to managing the effective development of a pharmaceutical enterprise. The process approach to managing a company can be considered as a set of business processes that are usually cyclical. The process is based on the Deming–Shewhart «Plan – Do – Check – Act» (PDCA) cycle, which means «Planning – Implementation – Verification – Action». The highlighted main business processes of management by their significance constitute a significant share in the process of creating an economic result of a pharmaceutical enterprise. Quantitative and qualitative indicators for determining the effectiveness of management of firms and pharmacies that can be used in the practice of pharmaceutical enterprises are proposed. Quantitative and qualitative criteria for successful management of business entities in the pharmaceutical market are given. A methodological approach and algorithm for evaluating the effectiveness of management of selected objects are proposed, and its individual stages are described. The conclusion is substantiated that to solve the problems of the management system, the most susceptible are changes in the distribution and use of resources (including personnel), making adjustments in the financial and economic, price, assortment, sales policy, customer relationship management, and so on.

**Keywords:** management effectiveness, methodological approaches, evaluation indicators, pharmaceutical companies, pharmacies

Эффективность управления хозяйствующими субъектами фармацевтического рынка в современных условиях получает все большее значение и должна рассматриваться как многоаспектная проблема со значимостью для отдельных предприятий, регионов, отрасли и общества в целом. В обеспечении успешности управления эффективным развитием фармацевтических предприятий прежде всего заинтересованы

их владельцы, обычно имеющие целью увеличение доходности капитала, обеспечение стабильного конкурентного положения на рынке. Для исполнительных директоров и руководителей структурных подразделений оценка эффективности их работы является объективным критерием результативности, успешности во взаимосвязи с определенными факторами, а также способствует поиску новых возможностей раз-

вития предприятия. В случае привлечения инвестиций, кредитов анализ эффективности системы управления способствует установлению угроз и минимизации рисков.

В условиях постоянно растущей конкурентной среды на фармацевтическом рынке повышение эффективности деятельности фармацевтического предприятия становится уже невозможным без использования современных подходов к управлению эффективным развитием организации. Эффективное управление процессами розничных продаж фармацевтических товаров позволяет современному фармацевтическому предприятию ускорять товарооборот за счет уменьшения излишков фармацевтических товаров, снижать риски возможных убытков в связи с истечением сроков годности фармацевтических товаров, минимизировать расходы на хранение динамических запасов фармацевтических товаров, что приведет к росту показателей эффективности его экономической деятельности. Таким образом, знание и использование соответствующих подходов управления эффективным развитием фармацевтических организаций имеет в современных условиях очень важное научно-практическое значение.

Характеристике отдельных составляющих управления эффективным развитием различных типов предприятий посвящен целый ряд публикаций в рамках общего менеджмента в работах О.С. Виханского, А.В. Толмачева, И.Г. Ивановой, Е.М. Кобозевой и иных, а также в рамках работ фармацевтического менеджмента таких авторов, как М.А. Мищенко, С.В. Кононова, И.А. Наркевич. В работах указанных авторов освещены вопросы управления определенными направлениями социально-экономической эффективности организации или в целом управленческой системы. Вместе с тем в профессиональной научной литературе по фармации практически отсутствует комплексная проработка современных подходов к управлению эффективным развитием фармацевтических предприятий.

Цель исследования: обоснование методических подходов к организации управления эффективным развитием фармацевтического предприятия.

#### **Материалы и методы исследования**

Объектом исследования выбрана управленческая деятельность в фармацевтических фирмах и аптечных предприятиях. Информационной базой послужили результаты опроса руководителей, нормативно-правовые документы и научные публикации. В качестве методов исследования использо-

ваны системный, логический методы, метод мониторинга, описательное моделирование.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Управленческий труд руководителей фармацевтических фирм и аптечных предприятий является достаточно сложным и разнообразным: ограничение количества административных подразделений и непрофильных должностных единиц возлагает на руководителей необходимость выполнения функций прогнозирования, планирования, мотивации персонала, контроля за соблюдением законодательства, нормативно-правового регулирования и фармацевтического, внутреннего организационного регламента, маркетинга, управленческого учета и др. Соответственно руководитель фирмы и аптеки выступает в роли организатора, предпринимателя, провизора, маркетолога, экономиста, юриста, информационного работника, психолога, воспитателя и др.

Все это осложняет предоставление однозначной оценки действенности и эффективности управленческой системы (руководителей).

Общие методологические подходы к управлению эффективным развитием предприятия можно разделить на следующие типы: системный; ситуационный; директивный; процессный.

Системный подход рассматривается как цельный объект с множеством элементов внутри объекта с большим числом связей между элементами, взаимоотношений и в совокупности предполагает анализ объекта как системы в целом.

Ситуационный подход основан на том, что пригодность различных методов управления определяется ситуацией. Теория ситуационности в управлении говорит о том, что не может быть одинакового набора принципов управления, в равной степени эффективных. Фирмой в кризисной ситуации нельзя управлять так же, как в момент развития. Таким образом, ситуационный подход позволяет руководителю выбирать управленческие методы, способствующие достижению поставленных целей.

Директивный метод основан на том, что управляющий орган выстраивает директивы команды, распоряжения, которые обязательны к исполнению со стороны объекта управления. В основе директивного подхода лежат методы принуждения, которые основаны на законодательных актах, планах, заданиях.

Процессный подход – единственный метод управления предприятием, который рекомендуется при постановке системы

менеджмента качества (СМК) в международном стандарте ISO 9000:2000. Этот процесс сформирован следующим образом: совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих видов деятельности преобразуют во входы и выходы. Там же приводится положение, что «любая деятельность или виды деятельности, которые используют ресурсы для преобразования входов в выходы, рассматривается как процесс». Процессный подход управления компанией можно рассматривать как систему бизнес-процессов, взаимосвязанных между собой. Каждый бизнес-процесс должен включать последовательность операций, которые нацелены на достижение конечного результата [1]. В этой связи именно данный подход, по нашему мнению, должен быть положен в основу управления эффективным развитием фармацевтическим предприятием.

Процессный подход к управлению компанией можно рассматривать как совокупность бизнес-процессов, которые, как правило, имеют цикличность. В основу создания процесса положен цикл Деминга–Шухарта «Plan – Do – Check – Act» (PDCA), что означает «Планирование – Осуществление – Проверка – Действие» [2].

Анализируя бизнес-процессы фармацевтического предприятия, можно прийти к выводу, что к актуальным задачам управления развитием фармацевтического предприятия относятся следующие.

1. Повышение качества предоставления фармацевтических услуг для создания устойчивой конкурентной среды за счет использования индивидуального подхо-

да и повышения результативности контактов с потребителями фармацевтических товаров.

2. Повышение достоверности прогнозирования продаж фармацевтических товаров с целью оптимизации уровня динамических запасов фармацевтических товаров и структуры ассортиментной матрицы.

3. Увеличение объемов продаж сопутствующих фармацевтических товаров.

4. Диверсификация портфеля фармацевтических товаров за счет включения в ассортиментную матрицу смежных групп фармацевтических товаров (детского питания, лечебной косметики, медицинской техники).

5. Оптимизация процессов маркетингового планирования торгового зала фармацевтического предприятия.

6. Сбор и оптимизация информации о фармацевтических товарах за счет формирования единой электронной базы.

7. Автоматизация функций бизнес-процессов управления фармацевтическим предприятием [3].

Таким образом, на основе систематизации перечисленных основных функций и задач бизнес-процессов управления эффективным развитием фармацевтического предприятия выделим следующие основные бизнес-процессы управления фармацевтическим предприятием, приведенные на рисунке.

В результате реализации рассматриваемых бизнес-процессов управления развитием фармацевтического предприятия формируется определенный экономический результат (таблица).

Экономические результаты бизнес-процессов управления развитием фармацевтического предприятия

№ п/п	Наименование бизнес-процесса	Экономический результат
11	Маркетинговые исследования фармацевтического рынка	Формирование показателей динамики фармацевтического рынка
2	Формирование и управление фармацевтическими услугами	Повышение маржинального дохода фармацевтического предприятия за счет привлечения дополнительных потребителей фармацевтических товаров и росте доли рынка
3	Стратегическое управление динамическим ассортиментом фармацевтических товаров	Формирование маржинального дохода фармацевтического предприятия в результате реализации фармацевтических товаров
4	Управление динамическими запасами фармацевтических товаров	Формирование расходов на хранение фармацевтических товаров
5	Управление системой поддержки принятия решений в управлении фармацевтическим предприятием	Повышение прибыльности фармацевтического предприятия за счет эффективной информационной поддержки бизнес-процессов



*Структура и функциональные связи бизнес-процессов управления развитием фармацевтического предприятия*

Анализируя указанные в таблице экономические результаты бизнес-процессов управления фармацевтическим предприятием, можно прийти к выводу, что бизнес-процесс «Маркетинговые исследования фармацевтического рынка» формирует входную информацию из динамики фармацевтического рынка для других бизнес-процессов и поэтому является обеспечивающим бизнес-процессом. В свою очередь бизнес-процессы управления, которые составляют значительный удельный вес в процессе создания экономического результата фармацевтического предприятия, относятся БП2 – БП5.

Как правило, наиболее объективной считается оценка по количественным показателям работы фирмы, аптечного предприятия или учреждения. Это широко используемые критерии: доход (выручка) от реализации товара, прибыль и рентабельность продаж,

производительность труда, оборот товарных запасов. Значительно реже анализируются результативность (экономичность, эффективность) организации как отношение результата деятельности (объема реализации) к общим или управленческим затратам, платежеспособность предприятия (по показателям ликвидности), рентабельность капитала, в том числе собственного. Однако эти критерии являются результатом работы всех сотрудников предприятия и в большей степени характеризуют эффективность организации в целом, хотя и при значительном участии управленческой команды или отдельного руководителя.

К количественным показателям оценки именно управленческого персонала относят затраты на оплату труда и иные, связанные с командировками, приобретением оргтехники, компьютеров, содержанием автомобилей и офисных помещений и т.д.

Рекомендуется определять соотношение объема дохода (выручки от реализации) к административным расходам [4]. Стоит отметить, что на практике при отсутствии управленческого учета на фирме или в аптеке подсчеты затрат на управление достаточно трудоемки, поэтому при условии систематического отслеживания успешности управления можно использовать данные счета «Административные расходы». Сложнее оценивать качественные показатели эффективности управления, даже с учетом их влияния на количественные критерии. К качественным составляющим с использованием данных литературы [5, 6] и собственных исследований нами отнесены:

1) обеспечение процесса управления фирмой (аптекой):

- достижение целей;
- диверсификация (расширение целей, номенклатуры товара, услуг) деятельности предприятия;
- адаптивность (приспособление к изменениям внешней среды);
- гибкость системы управления;
- оперативность;
- надежность (стабильное функционирование системы управления);
- рациональность организационной структуры;
- уровень использования информационных технологий;
- качественное маркетинговое управление;
- инновационная политика;

2) принятие управленческих решений:

- обоснованность;
- информационно-аналитическая проработка;
- привлечение ведущих специалистов к обсуждению решений;
- организация выполнения;
- контроль исполнения решений;

3) работа с клиентами:

- наличие клиентской базы;
- лояльность клиентов и способность фирмы (аптеки) удержать их;
- уровень сервиса, консультативного обслуживания;
- использование стандартов обслуживания клиентов аптеки или фирмы;

4) социальная эффективность управления:

- организационная культура;
- мотивация сотрудников;
- удовлетворенность членов коллектива различными аспектами работы (отношениями с коллегами и руководителями, условиями труда, заработной платой и др.);
- социальная ответственность;
- надлежащие условия труда и быта сотрудников;

- отсутствие конфликтов;
- 5) личность руководителя (руководителей):
- уровень квалификации (профессиональная компетенция);
- авторитет руководителя (руководителей) в коллективе;
- организаторские способности;
- психологические особенности;
- 6) работа с персоналом:
- четкость квалификационных требований к персоналу;
- соответствие работы с персоналом требованиям законодательства о труде;
- наличие системы подготовки и повышения квалификации кадров;
- определение критериев, процедур и методов оценки и аттестации персонала.

Стоит отметить, что в предложенном перечне критериев, кроме показателей сугубо внутреннего управления, присутствуют признаки эффективного изучения, установления связи и адаптации фармацевтической организации к изменениям во внешней среде. Это фактически вся первая группа показателей, а также обоснованность и информационно-аналитическая проработка управленческих решений, наличие клиентской базы и достижение лояльности клиентов, социальная ответственность, соблюдение требований трудового законодательства в работе с персоналом.

Во время практической проработки приведенных качественных показателей эффективности управления они могут быть адаптированы к работе конкретной фармацевтической фирмы или аптеки экспертным путем. Перечень и весомость используемых количественных критериев могут зависеть от цели анализа и состояния дел в организации. В частности, для установления степени угрозы банкротства должны обязательно рассчитываться показатели платежеспособности и имущественного положения [7].

По результатам проведенной оценки эффективности управления фармацевтической фирмой или аптекой должны быть определены направления повышения ее эффективности. Для решения проблем управленческой системы наиболее восприимчивыми являются изменение распределения и использования ресурсов (в том числе кадровых), внесение коррективов в финансово-экономическую, ценовую, ассортиментную, сбытовую политику, управления взаимоотношениями с клиентами и т.п. Завершается такая работа прогнозированием возможного эффекта от принятых решений.

Таким образом, в целом оценка эффективности системы управления фармацевтическим оптовым предприятием или аптекой

состоит из анализа количественных и качественных показателей эффективности, установления отклонений от оптимальных (избранных) критериев и влияющих факторов, разработки программ дальнейших корректирующих действий.

### Выводы

Проведенное в настоящей работе исследование позволило сделать следующие выводы.

1. Проанализированы основные подходы к организации управления эффективным развитием фармацевтической организации. Показано значение эффективности управления и ее оценки фармацевтическими предприятиями и аптеками.

2. На основе систематизации и анализа особенностей фармацевтической отрасли в качестве основного подхода к управлению эффективным развитием фармацевтического предприятия предложено использовать процессный подход. Выделенные основные бизнес-процессы управления по своему значению имеют значительный удельный вес в процессе создания экономического результата фармацевтического предприятия.

3. Предложены количественные и качественные показатели определения эффек-

тивности управления фирмами и аптеками, которые могут быть использованы в деятельности фармацевтических предприятий.

### Список литературы

1. Губин М.М. Эффективные методы управления фармпредприятием с использованием процессного подхода // Фармацевтические технологии и упаковка. 2013. № 4. С. 24–26.
2. Блохина Д.А., Кошкарева Н.В., Замиралова Е.В. Применение процессного подхода в организации, оказывающей фармацевтические услуги // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 8–2. С. 119–126.
3. Управление и экономика фармации: учебник / Под ред. И.А. Наркевича. М.: ГЭОТАР\_Медиа, 2019. 915 с.
4. Демченко В.А., Ткаченко Н.А., Червоненко Н.М., Заричная Т.П. Менеджмент в фармации. Модуль 1: учебно-методическое пособие для подготовки к практическим занятиям и выполнению самостоятельной работы для студентов иностранных граждан фармацевтических факультетов специальности «Фармация». Запорожье: ЗГМУ, 2017. 192 с.
5. Кивва В.Н., Давидов С.Б., Харахашян А.А. Микроэкономика фармацевтических организаций, контроллинг и финансовый менеджмент. Ростов н/Д.: Ростовский государственный медицинский университет, 2016. 152 с.
6. Дегтярев А. Оценка состояния и перспективных направлений развития фармацевтического менеджмента в международных фармацевтических компаниях // Актуальные вопросы экономического развития регионов: сборник материалов V Всероссийской заочной научно-практической конференции. 2016. С. 42–48.
7. Корецкая Л.В., Кузнецов Д.А. Кадровый менеджмент в фармацевтической организации: учебное пособие. Рязань: Рязанский государственный медицинский университет им. академика И.П. Павлова, 2014. 205 с.

## СТАТЬЯ

УДК 336.76

**ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ ПРАВАМИ ТРЕБОВАНИЯ  
ПО БАНКОВСКИМ ВКЛАДАМ НА БАЗЕ ФИНТЕХ-ПРОЕКТА****Аникин А.В., Комиссаров В.Г.***ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Нижний Новгород, e-mail: alexan801@mail.ru, vk2303@bk.ru*

Статья посвящена проблеме досрочного изъятия вкладов физических лиц. Авторы отмечают, что данная проблема связана с сокращением процентного дохода вкладчиков и увеличивает издержки банков из-за нестабильности ресурсной базы. В рамках статьи для решения данной проблемы авторы предлагают внедрение специального механизма, позволяющего обеспечить вторичную продажу прав требования по банковскому вкладу на организованном рынке. Реализация предложения представляется возможной на базе финтех-проекта. Суть проекта заключается в реализации маркетплейса, призванного объединить банки, вкладчиков, желающих продать права требования по договору вклада, и инвесторов, желающих приобрести подобные права. Ключевая цель описываемого проекта состоит в автоматизации процессов взаимодействия, упрощении процедур покупки и продажи банковских продуктов, повышении удобства пользователей по поводу совершения сделок и осуществления сопутствующих расчетов и транзакций. В работе раскрываются предпосылки, обуславливающие необходимость и актуальность реализации подобного проекта. Авторы, используя системный подход, детально описывают субъектный состав участников, основные бизнес-процессы и функции предлагаемого финансового механизма. Выгоды участников проиллюстрированы примером реализации торгового взаимодействия. В статье прорабатываются варианты запуска проекта как на базе крупнейшего банка страны, так и в качестве автономной организации. В работе публикуются результаты анкетирования потенциальных клиентов данного сервиса. По итогам анкетирования формулируются выводы о востребованности проекта со стороны общества.

**Ключевые слова:** банковский вклад, вкладчик, маркетплейс, права требования, сберегательный сертификат**ORGANIZATION OF TRADE IN RIGHTS OF CLAIM FOR BANK DEPOSITS  
ON THE BASIS OF THE FINTECH PROJECT****Anikin A.V., Komissarov V.G.***Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod», Nizhny Novgorod, e-mail: alexan801@mail.ru, vk2303@bk.ru*

The article is devoted to the problem of early withdrawal of deposits of individuals. The authors note that this problem is associated with a reduction in the interest income of depositors and that this problem increases the costs of banks due to the instability of the resource base. In the article, to solve this problem, the authors propose the introduction of a special mechanism to ensure the secondary sale of claim rights for bank deposits in the organized market. The implementation of the proposal seems possible on the basis of a fintech project. The essence of the project is to implement a marketplace designed to bring together banks, depositors who want to sell claim rights under a deposit agreement, and investors who want to acquire such rights. The key objective of the described project is to automate the processes of interaction, simplify the procedures for buying and selling banking products, increase user convenience regarding transactions and the performance of related calculations and transactions. The paper reveals the preconditions for the necessity and relevance of the implementation of such a project. The authors, using a systematic approach, describe in detail the subject composition of the participants, the main business processes and the functions of the proposed financial mechanism. The benefits of the participants are illustrated by the example of the implementation of trade interaction. The article explores options for launching a project both on the basis of the largest bank in the country and as an autonomous organization. The work publishes the results of a survey of potential customers of this service. Based on the results of the survey, conclusions are drawn about the relevance of the project on the part of society.

**Keywords:** bank deposit, depositor, marketplace, rights of claim, savings certificate

Сегмент банковских вкладов российского рынка капитала остается одним из ключевых элементов современной финансовой системы. Так, величина средств физических лиц, привлеченных банками РФ в виде вкладов и депозитов, с 13 трлн рублей в 2015 г. выросла до 23 трлн рублей в 2019 г. (при этом доля вкладов физических лиц составила примерно 50% от всех средств клиентов) [1]. Несомненно, взаимодействие вкладчиков и коммерческих банков можно

считать эффективным, когда достигается компромисс между обеспечением стабильности ресурсной базы кредитной организации и доходностью вкладных продуктов. На микроуровне депозитная политика кредитной организации с целью обеспечения стабильности ресурсной базы банка включает вкладные продукты, побуждающие вкладчиков соблюдать сроки договора через механизм санкций, выражаемый в уменьшении процентной ставки при досрочном

изъятии вклада. С другой стороны, досрочное изъятие вкладов – это объективный процесс, обусловленный возникновением у вкладчика дополнительной потребности в денежных ресурсах под влиянием непредвиденных обстоятельств. В результате этого вкладчик несет убытки от пересчета договорной процентной ставки на минимальную в отношении пройденного срока вклада, что приводит к снижению процентного дохода вкладчика. Банк также несет потери, так как должен формировать резервы ликвидности для таких случаев. Кроме того, отток клиентских ресурсов по данной причине приводит к сокращению финансового потенциала банка.

В рамках данного исследования, используя методы системного анализа, абстрагирования, аналогии, моделирования, анкетирования, авторы обосновывают поиск компромисса между экономическими интересами вкладчика и банка в ситуации с досрочным изъятием вклада за счет появления возможности вторичной продажи на организованном рынке банковского вклада как особого финансового инструмента. Организационно реализовать возможность купли-продажи прав требования по такому финансовому инструменту, как банковский вклад, авторы предлагают на базе финтех-инновации, а именно на основе автоматизированной платформы-маркетплейса.

#### **Материалы и методы исследования**

Современная научная мысль исследует рассматриваемую нами проблему с различных позиций. А.Б. Афанасьев в своей работе [2] отмечает, что новации в современном законодательстве позволяют ограничивать права вкладчика на досрочное изъятие по определенным вкладным продуктам, что может ухудшить положение вкладчика как субъекта на рынке капитала, не обладающего достаточными финансовыми и юридическими знаниями. П.С. Малахов в своей статье [3] касается юридических и организационных аспектов переуступки прав требования по договору банковского вклада.

Функционированию комплексной системы дистанционной розничной дистрибуции банковских и финансовых продуктов (услуг), а также механизму регистрации финансовых сделок посвящены исследования Семеко Г.В. [4], Понаморенко В.Е. [5] и Леонова М.В. [6]. Семеко Г.В. в работе «Цифровые технологии на службе у финансового сектора: проблемы и риски», исследуя современные тренды в индустрии финтех-проектов, отмечает, что «... участвуя в различных операциях на рынке финансирования, финтехи отдают пред-

почтение посредничеству и организации прямой связи (через интернет-платформу) между людьми, нуждающимися в деньгах, и потенциальными инвесторами» [4, с. 63]. Леонов М.В. в своей работе формулирует следующий возможный функционал финансового маркетплейса: «...ближайшим этапом развития универсальной электронной площадки мог бы стать обязательный переход на возможность открытия вкладов и перевода денежных средств между банками с использованием данного сайта. При этом вкладчик мог бы получать средства в любом банке по желанию, а комиссию оплачивал бы банк, в котором размещался вклад» [6, с. 152]. Однако приведенный научный анализ по рассмотренным тематикам выявил отсутствие исследований, разрабатывающих заявленную в настоящей статье научную проблему в комплексе, что свидетельствует об актуальности выбранной темы для данной работы.

Современному банковскому рынку вкладов требуется организованный механизм взаимодействия между банками, вкладчиками, желающими продать права требования по договору вклада, и инвесторами, желающими подобные права приобрести. Реализовать подобный механизм можно на базе платформы, способной действовать в сети Internet, со специализированным программным обеспечением, которая будет предоставлять клиентам коммуникационные, юридические и финансовые услуги. Также данная платформа должна позволять вкладчикам и инвесторам осуществлять и проводить операции, связанные с покупкой и продажей прав требования по вкладам. Условно такую платформу-маркетплейс назовем «Биржа вкладов». По мере модернизации и популяризации данной системы возможна разработка и внедрение мобильных приложений для более быстрого и удобного использования всех возможностей платформы. Основная идея платформы – автоматизация процессов взаимодействия, упрощение процедур покупки и продажи вкладных банковских продуктов, повышение удобства пользователей по поводу совершения сделок и осуществления сопутствующих расчетов и транзакций. В свою очередь банку это будет выгодно, потому что при вероятном оттоке средств вкладчиков в силу различных обстоятельств он не будет терять этот денежный ресурс и в дальнейшем снижать свою платежеспособность и ликвидность для досрочной оплаты обязательств перед вкладчиками. Банк будет обязан вернуть сумму вклада с причитающимися по нему процентами иному лицу, которое приобрело право требования по вкладу.



Рассмотрим объективные предпосылки, обуславливающие необходимость и актуальность реализации подобного проекта. Во-первых, в настоящий момент клиенты не могут быстро реализовать и переоформить права требования по сберегательным сертификатам, по которым ограничена возможность досрочного расторжения договора, так как в России отсутствует организованный рынок «купли-продажи» вкладов и понятный клиентам правовой механизм по реализации подобных услуг. Во-вторых, необходимость создания данной платформы обусловлена массовым характером в масштабе страны случаев расторжения срочных вкладов по желанию вкладчика из-за различных жизненных обстоятельств, в рамках которых у него возникает экстренная потребность в денежных средствах. Это влечет потери как самих вкладчиков, так и банка. В-третьих, финтех-проект удовлетворяет запросы различных участников рынка: частные инвесторы получают финансовый инструмент с гарантированным доходом; вкладчики российских коммерческих банков, разместившие срочные вклады (в том числе на безотзывной основе через сберегательные сертификаты) и испытывающие экстренную потребность в денежных средствах, могут продать свое право требования другому лицу.

Основная цель финтех-проекта заключается в создании единой организационной системы, призванной обеспечить понятную и организованную торговлю правами требования по депозитным сертификатам, банковским вкладам. Фактически осуществляется «продажа» вклада (сертификата) путем легальной замены личности вкладчика без расторжения договора. Применяв метод системного анализа, выявим основной объект и субъект предлагаемого финтех-проекта. Объектом купли-продажи в рамках действия данной системы выступают права требования по депозитным сертификатам, банковским вкладам. Субъектом, способным организовать и реализовать услуги по осуществлению купли-продажи прав требования, может выступить ПАО «Сбербанк» (как крупнейший банк страны), на базе которого может быть создан данный маркетплейс. Возможность осуществлять операции с депозитными сертификатами и банковскими вкладами в дальнейшем может быть доступна и клиентам других коммерческих банков. Либо ключевой субъект будет автономен от коммерческих банков и будет выступать организатором электронной торговой площадки со специализированным программным обеспечением. Он будет предоставлять клиентам коммуника-

ционные, юридические и финансовые услуги для организации перехода прав требования по вкладам и сертификатам в массовом порядке в рамках системы электронных торгов. В дальнейшем для минимизации рисков часть функций финансового посредника может быть передана специальному субъекту финансовой инфраструктуры – центральному контрагенту.

На первоначальном этапе проект может быть реализован на базе крупнейших коммерческих банков РФ. В дальнейшем после стандартизации и унификации процедур, связанных с перерегистрацией прав требований по вкладам, планируется привлечь к проекту малые и средние банки.

С учетом современных трендов развития финансовых сервисов, применив методы анализа, абстрагирования, аналогии, выделим основные бизнес-процессы, реализация которых предполагается в рамках финтех-проекта:

1. Коммуникационное взаимодействие между продавцом прав требований по вкладу, покупателем и финансовым посредником. В качестве приоритетного канала взаимодействия предлагается использовать электронную торговую площадку, реализованную в виде интернет-сайта.

2. Юридическое и организационное сопровождение сделки по переоформлению прав требования. Данный бизнес-процесс предполагает взаимодействие финансового посредника, продавца и покупателя с банком по поводу переоформления прав требования по вкладу с первоначального вкладчика в пользу покупателя. С учетом необходимости упрощения, унификации и повышения скорости процесса переоформления необходимо выбрать эффективные варианты потенциальных юридических схем.

3. Расчетные операции. Покупатель должен зарезервировать денежные средства у посредника или предоставить гарантии перечисления денежных средств посреднику. Посредник производит перечисление денежных средств продавцу прав требования после переоформления вклада.

Промоделировав параметры разовой сделки, для большей наглядности попробуем оценить величину экономической выгоды участников. Рассмотрим конкретный пример того, сколько денежных средств получит клиент, если досрочно расторгнет договор или если продаст права требования по депозиту другому лицу. Гражданин П. открыл в ПАО Сбербанк вклад «Сохраняй» на 1 млн рублей на 1 год под ставку 6,5%. По истечении 5 месяцев накопленная сумма при условии, что клиент не будет

изымать досрочно вклад, должна составить 1027085,5 рубля. В случае если Клиент П. обратится в банк с досрочным расторжением, то он получит 1000041,67 рубля за 5 месяцев – проценты по ставке 0,01% годовых плюс сумма первоначального вклада. Предположим, что функционирует проект «Биржа вкладов» в виде электронной торговой площадки. Клиент П. выставляет заявку по продаже прав требования по вкладу сроком 1 год (из которого 5 месяцев уже прошли), с первоначальной суммой 1 млн рублей, ставкой 6,5% годовых. На данную заявку отзываются два потенциальных покупателя. Первый покупатель предлагает приобрести права требования по данному вкладу за 1 015 000 рублей. Второй покупатель – за 1 020 000 рублей. Клиент П. выбирает второго покупателя и предоставляет торговой площадке право на оформление сделки. Посредник взимает комиссии с участников сделки. Электронная торговая площадка осуществляет юридическое и организационное сопровождение сделки по переоформлению прав требования, взаимодействуя с банком. Одновременно она списывает зарезервированные средства второго покупателя, предназначенные для расчетов,

в размере 1020000 рублей и перечисляет их на счет гражданина П. Право требования по данному вкладу переходит ко второму покупателю. Выгода первичного вкладчика составит 19958,33 рубля (без учета комиссии), которые он бы не получил при досрочном расторжении. Выгода покупателя вклада составит 7085,5 рубля (без учета комиссии), так как он приобрел вклад с накопленным капиталом в размере 1027085,5 рубля за 1020000 рублей. Банк не понес экономические убытки из-за изъятия вклада в сумме 1000041,67 рубля.

По нашему мнению, целевая аудитория проекта будет включать: 1) частных инвесторов, желающих приобрести финансовый инструмент с гарантированным доходом; 2) вкладчиков российских коммерческих банков, разместивших срочные вклады (в том числе на безотзывной основе через сберегательные сертификаты), испытывающих экстренную потребность в денежных средствах. В целях исследования обратной связи авторы провели анкетирование физических лиц для выяснения их отношения к данному проекту. Всего было опрошено 32 человека. Результаты опроса опубликованы в таблице.

#### Результаты анкетирования респондентов

1. Как Вы относитесь к созданию подобной интернет-платформы?		
Полностью поддерживаю	Не нужна такая платформа	Затрудняюсь ответить
62,5%	15,6%	21,9%
2. Готовы ли Вы получить доход меньше, чем при сохранении срока вклада, но больше чем в случае досрочного расторжения договора по вкладу при продаже права требования по депозиту другому лицу?		
Готов	Не готов	Затрудняюсь ответить
71,8%	15,6%	12,6%
3. Готовы ли Вы для этого пройти регистрацию в системе проекта с последующей идентификацией и оформить заявку с целью дальнейшего обслуживания Вас как участника данной платформы?		
Готов	Не готов	Затрудняюсь ответить
53%	31%	16%
4. На Ваш взгляд, нужна ли такая интернет-платформа в России и будет ли она востребована в дальнейшем?		
Да, давно назрело создание подобной системы	Нет, думаю не будет популярна	Не могу ответить однозначно
21,8%	31,2%	47%
5. Платформу предполагается создать на базе одного из крупнейших банков. Повысит ли это обстоятельство доверие к платформе со стороны потенциальных клиентов?		
Однозначно, да	Не имеет значения	Затрудняюсь ответить
84,3%	6,3%	9,4%
6. Какую комиссию за осуществление операций, связанных с продажей и приобретением финансовых продуктов, а также возможных услуг по консультированию, Вы считаете приемлемой?		
До 1%	От 1–3%	От 3–7%
68,8%	28,1%	3,1%

### Результаты исследования и их обсуждение

Как видно из таблицы, по результатам опроса можно сделать вывод о том, что большинство опрошенных позитивно отнеслось к созданию подобного механизма взаимодействия (62,5%). При этом вопрос по поводу перспектив функционирования такого проекта вызвал неоднозначные реакции (вопрос 4). Не смогли определиться с ответом 47% опрошенных. Пессимистично отреагировали 31,2%. Тем не менее в рамках второго вопроса 71,8% опрошенных продемонстрировали потребность в максимизации своего дохода в случае досрочного расторжения вклада. Готовность зарегистрироваться в системе подтвердили 53% респондентов (третий вопрос) против 31% опрошенных, отказавшихся от возможной регистрации. 84,3% респондентов согласны, что реализацию такого проекта необходимо осуществлять на базе крупнейших российских банков (пятый вопрос). Более половины ответивших на шестой вопрос (68,8%) полагают, что комиссия финансового посредника не должна превышать 1% от суммы, при этом 28,1% респондентов готовы к комиссии в диапазоне 1–3%.

### Заключение

Таким образом, можно сделать вывод, что создание общей площадки для проведения операций по купле-продаже прав требования по банковским вкладам и сберегательным сертификатам является перспективным и актуальным финтех-проектом. Проведенное в рамках данного исследования анкетирование выявило инте-

рес со стороны физических лиц к подобному механизму минимизации рисков банков и физических лиц. Предлагаемое авторами решение позволяет добиться компромисса между экономическими интересами вкладчика и банка в случаях, связанных с досрочным истребованием средств по вкладу, путем вторичной продажи банковского вклада как особого финансового инструмента на организованном рынке.

*Исследование было выполнено в рамках гранта РФФИ № 18-010-00909А. Тема: «Инновационное развитие национальной финансовой системы с учетом волатильности мирового рынка капитала в условиях экономики знаний». Руководитель: д.э.н., профессор Яшина Н.И.*

### Список литературы

1. Средства организаций, банковские депозиты (вклады) и другие привлеченные средства юридических и физических лиц с 01.02.2012. [Электронный ресурс]. URL: [https://cbr.ru/vfs/statistics/BankSector/Borrowings/02\\_01\\_Funds\\_all.xlsx](https://cbr.ru/vfs/statistics/BankSector/Borrowings/02_01_Funds_all.xlsx) (дата обращения: 18.01.2020).
2. Афанасьев А.Б. Практические аспекты реализации права вкладчика на получение вклада по первому требованию // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2012. № 3. С. 57–61.
3. Малахов П.С. Проблемы передачи прав по договору банковского вклада // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 297. С. 217–220.
4. Семёко Г.В. Цифровые технологии на службе у финансового сектора: проблемы и риски // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Сер. 2. Экономика: Реферативный журнал. 2018. № 1. С. 61–70.
5. Понаморенко В.Е. Концепция «открытого банкинга» в регуляторном ландшафте России // Юридическая наука. 2018. № 3. С. 126–132.
6. Леонов М.В. Актуальные вопросы совершенствования регулирования рынка вкладов населения в России // Московский экономический журнал. 2018. № 5 (3). С. 146–153.

## ОБЗОР

УДК 336.01

**ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БАНКОВ  
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ****Корсунова Н.Н.***ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ),  
Ростов-на-Дону, e-mail: nadegdacorsunova2@gmail.com*

На современном этапе основным фактором успешной работы банков является политика нововведений, связанная с выходом банков на новый этап развития. Внедрение инноваций в работу банков обусловлено развитием цифровой экономики. Инновационный банковский процесс направлен на повышение качества обслуживания, развитие и совершенствование банковских технологий. Главной особенностью инноваций выступает процесс реализации нововведения в условиях конкурентной среды. Инновации могут быть классифицированы по различным классификационным признакам. Понятия инноваций и их классификация имеют ряд проблем, поскольку данное понятие является многоаспектным и может содержать несколько классификационных признаков. Становление процесса банковских инноваций прошло четыре этапа. В результате развития банковских инноваций производится реорганизация банковских бизнес-процессов. Развитие банковских инноваций обеспечивает смену парадигмы создания новых банковских технологий. Следовательно, банковские инновации представляют собой процесс создания новых технологических инструментов, направленных на удовлетворение потребностей корпоративных клиентов. В результате развития банковских инноваций возникает новая модель банковского обслуживания, которая отличается высокой скоростью и гибкостью обслуживания, возможностью круглосуточного доступа к необходимой услуге. В результате этого одной из ключевых мер банка является переход на качественно новый этап развития банковских технологий, который способен изменить привычные стандарты банковской деятельности, а также обеспечить переход на автоматизацию банковских операций.

**Ключевые слова:** инновации, банк, корпоративные клиенты, цифровизация экономики, результат**INNOVATION AS THE MAIN TOOL FOR THE DEVELOPMENT  
OF BANKING IN THE DIGITAL ECONOMY****Korsunova N.N.***Rostov State economic University (RINH), Rostov-on-Don, e-mail: nadegdacorsunova2@gmail.com*

At the present stage, the main factor of successful operation of banks is the policy of innovations associated with the entry of banks to a new stage of development. The introduction of innovations in the work of banks is due to the development of the digital economy. The innovative banking process is aimed at improving the quality of service, development and improvement of banking technologies. The main feature of innovation is the process of implementing innovation in a competitive environment. Innovations can be classified according to various classification criteria. The concepts of innovation and their classification have a number of problems, since this concept is multidimensional and may contain several classification features. The development of the banking innovation process has gone through four stages. As a result of the development of banking innovations, the Bank's business processes are being reorganized. The development of banking innovations provides a paradigm shift in the creation of new banking technologies. Therefore, banking innovations are a process of creating new technological tools aimed at meeting the needs of corporate clients. As a result of development of Bank innovations, a new model of banking, which is characterized by high speed and flexibility of service, round-the-clock access to needed services. As a result, one of the key measures of the Bank is the transition to a qualitatively new stage of development of banking technologies, which can change the usual standards of banking activity, as well as ensure the transition to automation of banking operations.

**Keywords:** innovation, Bank, customers, digitalization of the economy, result

В настоящее время банковские инновации играют ключевую роль в развитии банковского обслуживания клиентов в условиях цифровой экономики. Цель исследования состоит в определении роли инноваций как ключевого направления развития банков в условиях цифровой экономики. Представлен обзор научных публикаций по заявленной тематике. Методы исследования: анализ, синтез и сравнение.

Термин «цифровая экономика» появился более двадцати лет назад. Автором данного термина является канадский пред-

приниматель Дон Тэпскотт. Он является автором книги, описывающей виртуальную хозяйственную систему. Данная книга была издана в 1994 г. «Годом позднее американский ученый Николас Негропonte из Массачусетского университета сформулировал концепцию электронной экономики. Он представил ее в форме перехода от движения атомов к движениям битов, характеризуя понятия веса, сырья и транспорта – недостатками прошлого, и ставя им в противовес понятия отсутствие веса товаров, виртуальность, мгновенное глобальное

перемещение – как преимущества будущего». В последние годы термин «цифровая экономика» стал исследоваться многими авторами, использоваться в научных докладах и статьях. Несмотря на достаточную изученность данного термина, его содержание остается достаточно размытым [1, с. 13].

Становление инновационных банковских процессов обусловлено появлением финансовых факторов [2, с. 1162].

В настоящее время главным направлением развития экономики нашей страны выступает внедрение инноваций [3, с. 43].

Ключевым фактором развития банковской деятельности является проведение государством инновационной политики [4, с. 76].

В своей работе банки начинают активно использовать новые банковские продукты и технологии [5, с. 1].

Развитие конкурентных преимуществ является главным стимулом работы банков на современном этапе [6, с. 128].

По мнению И.М. Подложенова, банки, которые перешли на онлайн-обслуживание клиентов, смогут выстоять в новой технологической революции [7, с. 382].

На современном этапе банки осваивают новые и банковские продукты, и технологии их предоставления с целью удержания клиентов [8, с. 154].

А.А. Тимченко отмечает, что инновационные банковские процессы обусловлены финансовыми факторами. От них зависят возможности банка привлекать и использовать дополнительные источники финансирования. В случае недостаточного внешнего финансирования могут возникнуть трудности в развитии новых банковских продуктов [2, с. 1162].

Развитие банковских инноваций в РФ прошло четыре этапа. На первом этапе (1991–1997 гг.) произошло формирование инновационной банковской среды. Второй этап (1998–2001 гг.) характеризовался как переходный. На данном этапе доминирующие позиции занимало кредитование. На третьем этапе (2002–2007 гг.) произошло бурное внедрение инноваций и инновационных технологий. Четвертый этап (с 2008 г. по настоящее время) можно охарактеризовать как выход из мирового финансово-экономического кризиса, адаптацию банковских технологий к новым реалиям [9, с. 18–19].

Как отмечает В.А. Кондрашов, первый этап становления банковских инноваций характеризуется проведением операций с иностранной валютой и расчетных операций юридических лиц. Второй этап пришелся на внутрисоссийский экономический кризис и выход из него. В 1998 г. клиентам банков были предложены зарплатные проекты. На

банковском рынке, начиная с 2000 г., стали появляться кредитные карты. Третий этап характеризуется становлением и развитием банковских инноваций. Четвертый этап стал переломным моментом в развитии банковских инноваций, поскольку пришелся на волну мирового финансово-экономического кризиса [10, с. 101–104].

По мнению В.А. Альберт, первый этап развития банковских инноваций характеризовался воздействием макроэкономических факторов. На втором этапе внутренний экономический кризис стал причиной работы с населением и кредитования реального сектора экономики. На третьем этапе произошло внедрение инновационных кредитных продуктов, ориентированных на частных клиентов. Четвертый этап развития банковских инноваций характеризуется увеличением конкуренции и развитием банковских инноваций [11, с. 357–360].

Процесс развития банковских инноваций неразрывно связан с ИТ-технологиями [9, с. 18].

В настоящее время инновации стали ключевым направлением развития экономики нашей страны, совершенствования работы банков [12, с. 266].

Кроме того, банки должны быть гибкими к новым изменениям [13, с. 443].

По мнению А.А. Шустова, появление новых продуктов и технологий может быть представлено как инновация [14, с. 269].

Рассмотрим понятие «инновация» с позиции различных авторов (табл. 1).

Анализ различных определений понятия «инновация» (табл. 1) показал, что наиболее обоснованной является точка зрения К.В. Названова, поскольку автором инновация определяется как конечный результат от реализации определенного новшества с целью изменения объекта управления, а также достижения определенного эффекта.

Исходя из проведенного анализа, автором была предложена собственная формулировка определения инновации. Под инновацией можно понимать результат технологических преобразований, который носит радикальный характер и основной целью которого является достижение конкурентных преимуществ.

По нашему мнению, понятие инновации можно рассматривать с двух подходов: процессного и результативного.

По данным табл. 2 понятие инноваций является многоаспектным. Инновации могут рассматриваться как результат и как процесс.

Согласно предметно-содержательной структуре инновации можно классифицировать по шести признакам (рис. 1).

Таблица 1

Определения понятия «инновация», предложенные различными авторами

А.В. Сурин, О.П. Молчанова	«инновация (нововведение) – это конечный результат реализации новых идей и знаний в целях их практического использования для удовлетворения определенных запросов потребителей»	в данном определении авторы хотят подчеркнуть, что инновация является конечным результатом новых идей и знаний
К.В. Названова	«инновации – это конечный результат деятельности (процесса) по внедрению новшества (идеи, продукта, технологии) в целях изменения качественных характеристик объекта управления для получения научно-технического, коммерческого или иного вида эффекта»	в данном определении автор хочет показать, что инновация является процессом по введению технологического новшества
Л.С. Бляхман	«инновации – целенаправленное изменение, сознательно внедряемое в процесс производства для обеспечения более эффективного удовлетворения имеющейся общественной потребности»	в данном определении автор отмечает, что внедрение инноваций связано с изменениями
А.С. Кулагин	«инновации – новая или улучшенная продукция, способ или технология, нововведение или усовершенствование в сфере экономики и организации производства, улучшающие потребительские свойства продукции»	в данном определении автор отмечает прогрессивный характер инноваций
В.Г. Медынский	«инновации – закономерный объективный процесс совершенствования общественного производства, обновления основных производственных фондов или производимой продукции путем внедрения достижений науки и техники»	в данном определении автор характеризует инновации как процесс совершенствования производства путем внедрения достижений науки и техники

Примечание. Составлено авторами по [15, с. 5; 16, с. 253, 255].

Таблица 2

Понятие инновации согласно процессному и результативному подходам

Автор	Название подхода
Б. Санто	Результативный
Й. Шумпетер	Процессный
Р. Фаткутдинов	Результативный
А.В. Сурин, О.П. Молчанова	Результативный
Д.И. Кокурин, В.С. Волков, Е.И. Сафиуллина и К.Н. Назин	Процессный
К.В. Названова	Результативный
Л.С. Бляхман	Процессный
Ф. Валента	Процессный
Л. Водачек, О. Водачкова	Процессный
Ю.В. Яковец	Процессный
Н.И. Лапин	Процессный
В.Г. Медынский	Процессный
Л.М. Гахберт	Результативный
Л.В. Канторович	Результативный
А.С. Кулагин	Процессный

Примечание. Составлено автором по материалам статьи [17, с. 255].

В данной классификации автор хочет показать технологический и социально ориентированный характер инноваций.

По мнению Ф.Ф. Бездудного, Г.А. Смирновой, О.Д. Нечаевой, инновации можно рассматривать согласно срокам их реализации: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные [18, с. 89].

По мнению И.Т. Балабанова, «банковская инновация представляет собой часть финансовых инноваций (инновации, функционирующие в финансовой сфере)». По мнению А.В. Муравьевой, термин «банковские инновации» можно понимать «как совокупность принципиально новых банковских продуктов и услуг – это синтетическое понятие о цели и результате деятельности банка в сфере новых технологий, направленных на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи внедрения нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли» [19, с. 169].

Л.В. Кох, Б. Санто, М. Березовская отмечают, что развитие банковских инноваций приводит к изменениям в работе банков и связано с получением прибыли [19, с. 170].

Исходя из вышеизложенного, автором была предложена собственная формулировка понятия «банковская инновация». Банковская инновация представляет собой завершённый процесс модернизации банковского обслуживания клиентов.



Рис. 1. Классификация инноваций со стороны их предметно-содержательной структуры, по А. Морозовой [18, с. 87]

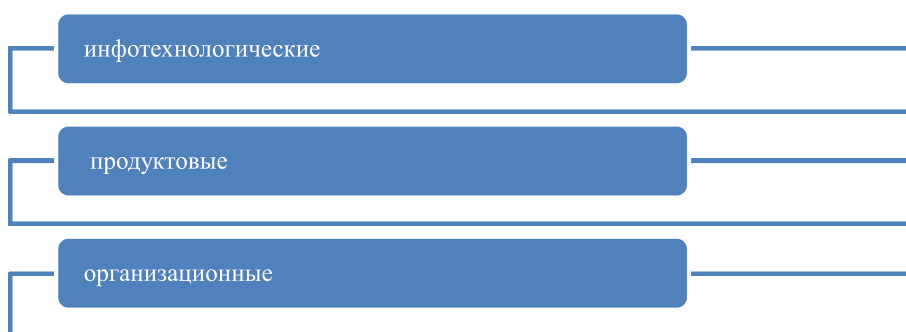


Рис. 2. Классификация банковских инноваций в зависимости от сферы их внедрения в банке [19, с. 172]

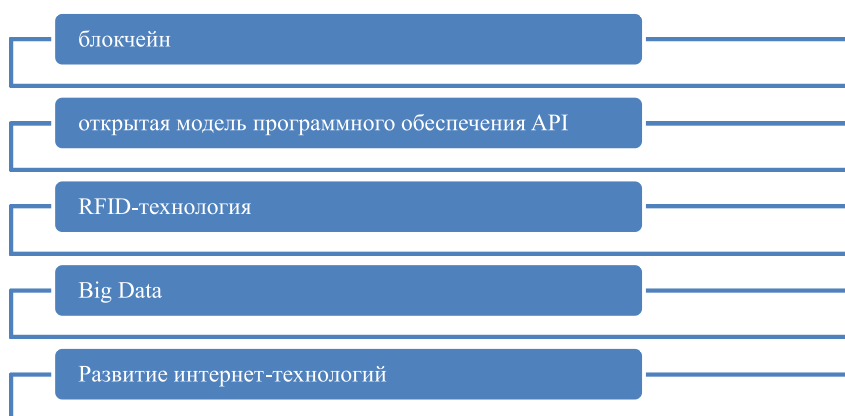


Рис. 3. Ключевые банковские технологии [24; 25]

Инновации можно классифицировать в зависимости от сферы их внедрения в банке (рис. 2).

Согласно данным рис. 2 можно сделать вывод о том, что инновации оказывают воздействие на деятельность банка.

На современном этапе выделяют три уровня развития банков: рост инновационных технологий, расширение банковской продуктовой линейки, создание новых сегментов банковского рынка для совершенствования обслуживания клиентов [20, с. 20–22].

Развитие инноваций обуславливает переход к интернет-банкингу [21, с. 585].

В настоящее время процесс становления интернет-банкинга достаточно реализован в плане регулирования и носит организованный характер [22, с. 28].

Его развитие способствует автоматизации банковских бизнес-процессов, использованию банками новых технологий, повышению качества обслуживания [23, с. 5].

Развитие банковских инноваций способствует совершенствованию банковских технологий (рис. 3).



Рис. 4. Сущность понятия «банковская инновация» [26, с. 302]

Развитие банковских инноваций способствует модернизации банковского обслуживания, развитию конкурентных преимуществ, экономическому росту нашей страны [24].

Исходя из вышеизложенного, рассмотрим сущность понятия «банковская инновация» (рис. 4).

Согласно данным рис. 4 развитие банковских инноваций представляет собой процесс, направленный на совершенствование технологического развития банка.

### Заключение

Таким образом, инновации выступают ключевым инструментом в работе банков. Понятие «инновация» является многоаспектным. По нашему мнению, инновация – это результат технологических преобразований, ключевой особенностью которого выступает радикальный характер преобразований с целью достижения конкурентных преимуществ. Инновации можно рассматривать со стороны процессного и результативного подходов. В ходе исследования нами было установлено, что инновации можно классифицировать по различным классификационным признакам. Автором была произведена классификация инноваций со стороны их предметно-содержательной структуры согласно срокам их реализации.

Было рассмотрено понятие банковских инноваций с позиции различных авторов. В ходе исследования автором была предложена собственная формулировка понятия банковской инновации, под которой понимается завершённый процесс модернизации банковского обслуживания клиентов. Автором была рассмотрена классификация банковских инноваций в зависимости от сферы их внедрения в банке. На современном этапе банковские инновации способствуют преобразованию банковской системы в области управления, их развитие позволяет совершенствовать процесс предоставления банковских продуктов и оказания банковских услуг. Банковские инновации на современном этапе обеспечивают создание инновационных банковских технологий.

### Список литературы

1. Зайченко И.М., Смирнова А.М. Анализ инновационных стратегий в условиях цифровой трансформации бизнеса // Научный вестник ЮИМ. 2019. № 2. С. 12–17.
2. Флигинских Т.Н., Тарасова Т.Ю. Факторы, определяющие развитие инноваций в виде новых банковских продуктов // Креативная экономика. 2016. Т. 10. № 10. С. 1157–1168. DOI: 10.18334/ce.10.10.36906.
3. Яковенко С.Н. Генезис финансовых инноваций в деятельности коммерческих банков // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. № 5 (239). С. 42–52.
4. Зиновьева Н.М., Юрина Е.В. Банковские инновации в России на современном этапе развития // Территория науки. 2016. № 3. С. 76–80.
5. Родин Д.Я., Ткаченко Т.С. Позиционирование финансовых инноваций на рынке банковских услуг // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 133 (09). С. 1–21.
6. Гадисова Т.М. Роль финансовых инноваций в формировании конкурентных преимуществ коммерческих банков России // Креативная экономика. 2011. № 9. С. 127–131.
7. Подложенов И.М. Коммерческие банки: новые услуги и инновационные технологии коммуникации // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 378–382.
8. Самородова И.А., Медведенко А.В. Инновационные технологии бесконтактных платежей как фактор роста конкурентного преимущества коммерческого банка // Проблемы экономики и менеджмента. 2016. № 5 (57). С. 151–154.
9. Сериков С.Г. Банковские инновации и направления их развития в Российской Федерации // Economics. 2017. № 3 (24). С. 17–20.
10. Кондрашов В.А. Тенденции развития банковских инноваций в современной России // Российское предпринимательство. 2012. Т. 13. № 8. С. 101–105.
11. Альберт В.А. Тенденции и реалии инновационного развития банковского сектора // Фундаментальные исследования. 2015. № 5–2. С. 357–360.
12. Друзь В.К. Новые услуги и инновационные технологии коммуникации в банковском секторе // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 266–271.
13. Кудрявцева Ю.В. Рынок банковских услуг: от настоящего к будущему // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2017. Т. 10. № 4 (334). С. 435–448.
14. Шустов А.А. Инновационная деятельность в банковской сфере. Электронные инновации // Молодой ученый. 2013. № 9. С. 269–275.
15. Круглов В.Н., Пауков С.А. Эволюция теории инноваций в зарубежной и отечественной науке // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 5. С. 4–22.
16. Названова К.В. Инновации как инструмент современной трансформации экономики: теоретический аспект // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. Вып. 2. С. 251–259.



17. Составлено автором по материалам статьи Названовой К.В. Инновации как инструмент современной трансформации экономики: теоретический аспект // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. Вып. 2. С. 251–259.
18. Полянский С.Н. Некоторые аспекты к вопросу классификации инноваций // Вестник ТГУ. 2013. Вып. 7 (123). С. 86–91.
19. Просалова В.С., Никитина А.А. Понятие банковских инноваций и их классификация // Науковедение. 2013. № 1. С. 168–173.
20. Гриценко С.Е., Бурцева С.Г. Электронные банковские инновации // Инновации в науке. 2017. № 8 (69). С. 20–22.
21. Винникова И.С. Социально-экономические барьеры развития интернет-банкинга в России // Russian Journal of Education and Psychology. 2015. № 6 (50). С. 584–591.
22. Кудряшов В.С., Загоскина Е.О. Интернет-банкинг в российской федерации: проблемы и перспективы развития // Juvenis scientia. 2017. № 4. С. 27–31.
23. Куликов Н.И., Кудрявцева Ю.В. Банки уходят в сеть интернета // Финансы и кредит. 2016. № 29 (701). С. 2–10.
24. Рычов И.Д. Применение инновационных технологий в банковской сфере // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. LXXXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1 (85). [Электронный ресурс]. URL: [https://sibac.info/archive/economy/1\(85\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/1(85).pdf) (дата обращения: 30.01.2020).
25. Казанская Е.А. Инновации в банковской сфере // Молодой ученый. 2016. № 15. С. 297–301.
26. Швырева О.В. Инновационная банковская конкуренция: сущность и особенности // Научный вестник НЛТУ Украины. 2014. Т. 24. № 3. С. 301–309.

## СТАТЬЯ

УДК 657.1

**БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ОТХОДОВ ПРОИЗВОДСТВА  
В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ****Егорова Л.Г., Зубкова У.Ю.***ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Оренбург,  
e-mail: egorowa70@mail.ru, u\_zubkova@mail.ru*

Пищевая промышленность характеризуется побочным процессом образования отходов при производстве готовой продукции. Учет и контроль данных ресурсов является важным аспектом повышения эффективности хозяйственной деятельности любого экономического субъекта перерабатывающей отрасли. В статье дается характеристика понятию «отходы», установленному в нормативных актах для учета. Анализируются различные подходы бухгалтерского учета, которые применяются к группировке производственных отходов пищевой промышленности. Характеризуются предлагаемые варианты оценки образующихся возвратных ресурсов в бухгалтерском и налоговом учете. Показывается необходимость оперативного определения дальнейшего направления движения отходов производства с целью установления оптимального варианта оценки данных активов. Предложен порядок отражения возвратных ресурсов на счетах бухгалтерского учета в разрезе их группировки согласно этапам производственного процесса на предприятиях пищевой промышленности. В исследовании выявлена необходимость детализации учетных данных по отходам, образующихся на предприятиях пищевой промышленности в разрезе информации аналитических счетов. Данные показатели являются базой для оптимизации мер контроля и принятия управленческих решений по отходам. В работе обозначены пути оптимизации результатов производственной деятельности предприятий пищевой промышленности в части совершенствования учета отходов, требующие дальнейших исследований в области бухгалтерского учета данных активов.

**Ключевые слова:** производственные отходы, учет, оценка, возвратные ресурсы, группировка, пищевая промышленность

**ACCOUNTING OF PRODUCTION WASTE IN THE FOOD INDUSTRY****Egorova L.G., Zubkova U.Yu.***Orenburg State University, Orenburg, e-mail: egorowa70@mail.ru, u\_zubkova@mail.ru*

The food industry is characterized by a side process of waste generation in the production of finished products. Accounting and control of these resources is an important aspect of improving the efficiency of economic activity of any economic entity of the processing industry. The article describes the concept of «waste» established in regulatory enactments for the purpose of accounting. Various accounting approaches that apply to the grouping of industrial waste from the food industry are analyzed. The proposed options for assessing the resulting returnable resources in accounting and tax accounting are characterized. The necessity of promptly determining the further direction of movement of production waste in order to establish the best option for valuing these assets is shown. The procedure for reflecting returnable resources on accounting accounts in the context of their grouping according to the stages of the production process at food industry enterprises is proposed. The study revealed the need to detail the waste credentials that formed at food industry enterprises in the context of information from analytical accounts. These indicators are the basis for optimizing control measures and making management decisions on waste. The study identifies ways to optimize the results of production activities of food industry enterprises in terms of improving waste accounting, requiring further development in the field of accounting for these assets.

**Keywords:** industrial waste, accounting, valuation, returnable resources, grouping, food industry

У любого предприятия пищевой промышленности, независимо от направления деятельности, могут образовываться остатки и отходы сырья, материалов, полуфабрикатов, иных изделий или продуктов, а также товаров (продукции), утративших свои потребительские свойства. С момента их поступления у хозяйствующего субъекта возникает необходимость оперативного управления появившимися активами [1], что предъявляет определенные требования к организации их производственного учета. В частности, однородное по своему составу сырье, но с разными характеристиками

и сортностью, к которому можно отнести и ряд отходов, вызывает необходимость ведения сортового учета на производстве.

В то же время практика показывает, что учет отходов должным образом на предприятиях не организовывается из-за увеличения трудоемкости учетных работ и нежелания уменьшать расходы в целях налогообложения [2].

Однако новые эколого-экономические подходы к производству предъявляют иные требования к использованию отходов, позволяющие вовлекать дополнительные источники сырьевых ресурсов в хозяйствен-

ный оборот, увеличивая рентабельность продукции и снижая нагрузку на экологическую систему.

На сегодняшний день проблема учета отходов и возвратных материалов на различных производственных предприятиях является актуальной. Данному вопросу посвящены труды Ю.А. Васильева, В.И. Горло, А.С. Хан, Ф.Т. Хот и др. [3–6].

В то же время остаются недостаточными рассмотрены вопросы квалификации и оценки появляющихся отходов, а также их отражения в системе счетов бухгалтерского учета на предприятиях пищевой промышленности.

Целью исследования является выявление путей совершенствования учета отходов при переработке сырья и материалов на предприятиях данной отрасли.

#### **Материалы и методы исследования**

В статье были использованы теоретические методы исследования: сравнение и анализ; эмпирические: наблюдение, описание; а также элементы метода бухгалтерского учета: счета и двойная запись.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Под отходами понимают остатки сырья, основных материалов, полуфабрикатов и других ресурсов, которые образовались в результате производства готовой продукции (например, обрат и сыворотка в молочной промышленности, косточки и выжимки при консервации плодов и ягод, мука, хлебные крошки, горбушки в хлебопечении и т.д.) [7]. При этом отходы нельзя отнести к сырью и материалам, так как они утрачивают полностью или частично потребительные качества исходного материала, а также могут использоваться, как правило, с повышенными затратами или со сниженным выходом продукции, или вовсе не использоваться по прямому назначению.

К отходам не относят остатки материалов, которые в соответствии с установленной технологией передаются в другие цеха организации в качестве полноценного материала для изготовления других деталей или изделий основного производства. Не относят и сопряженную продукцию (шкуры, кишечное сырье – в мясожировом производстве; глицерин – в масложировой промышленности и т.д.) (данный перечень устанавливается в различных отраслевых инструкциях) [6].

Для организации учета и получения достоверной и полной информации, позволяющей принимать своевременные решения об использовании отходов, в первую оче-

редь, необходима четкая квалификация данных активов [8].

В зависимости от дальнейшего использования в учете отходы пищевого производства традиционно подразделяют на:

– возвратные, возможность применения которых предполагается в основном, во вспомогательном производстве или для хозяйственных нужд, а также для продажи на сторону [2; 3; 6]. В частности, в хлебопекарном производстве к данной подгруппе относят: горбушки хлеба, обрезки коржей при изготовлении тортов. В молочном производстве – это обрат и пахта, применяемые в производстве продуктов из молока и т.д. Особенностью учета данного вида отходов является исключение их стоимости из затрат по изготовлению продукции и, как следствие, снижение стоимости выпуска;

– безвозвратные, которые не могут использоваться при данном состоянии научно-технического прогресса: технологические потери, смывы, угары, усушка, испарение, улетучивание и т.д. Бухгалтерский учет данной группы отходов не осуществляется, не отражается в первичной документации и на счетах синтетического и аналитического учета из-за невозможности выполнения точной количественной и стоимостной их оценки.

Кроме традиционной вышеупомянутой классификации, в соответствии со стадиями кругооборота продукта отходы предлагается делить на группы по иным критериям, например экономистом Ф.Т. Хот предложено группировать отходы в зависимости от стадий производственного процесса [6].

Представленная классификация, по нашему мнению, может быть использована для детального анализа, контроля и по возможности устранения причин появления отходов, так как охватывает по стадиям кругооборота продукта не только способ, но и место и время, а что особенно важно, дальнейшее направление полученных активов. Так как от этого зависит порядок оценки отходов и отражения на счетах учета [9].

Оценка, необходимая для дальнейшей регистрации образовавшихся отходов, зависит от их качественного состояния и цели учета: бухгалтерского или налогового (табл. 1).

Кроме того, отраслевая специфика переработки сырья может также влиять на порядок определения стоимости отходов. В частности, в молокоперерабатывающем производстве в основу оценки таких активов закладывается пищевая ценность жира или белка [2].

По нашему мнению, для цели бухгалтерского учета более рациональна оценка отходов по цене исходного ресурса, так как цена реализации может значительно меняться в зависимости от экономических условий.

## Оценка отходов в бухгалтерском и налоговом учете

Оценка отходов в учете	
бухгалтерском	налоговом
По цене возможного использования (продажи), исходя из рыночных цен, сложившихся на аналогичные ТМЦ [10]	Два метода оценки отходов [11]: 1) если отходы могут быть использованы для основного или вспомогательного производства, но с повышенными расходами (пониженным выходом продукции) – по пониженной цене исходного материального ресурса (по цене возможного использования); 2) если отходы реализуются на сторону – по цене реализации

При этом необходимо отметить отсутствие в бухгалтерском учете зависимости оценки отходов от целей дальнейшего их использования. В налоговом учете, наоборот, это прямая зависимость [8]. Если отходы применяются для производственных нужд, то они могут оцениваться только по цене исходного ресурса.

Поэтому, если предприятия пищевой промышленности в бухгалтерском учете выберут оценку по ценам реализации, то возникнут разницы в стоимости отходов, так как в налоговом учете право выбора оценки отсутствует. Для сближения данных налогового и бухгалтерского учета необходимо знать заранее направление их использования, что на практике не всегда возможно. Например, при переработке молока образуется сыворотка, которая может быть реализована потребителям без значительной доработки либо может быть отпущена на производство иного вида продукции, а если отсутствует покупатель на данный вид продукции, то сыворотка становится безвозвратным отходом.

Зачастую момент отражения в учете производственных отходов не совпадает по времени с моментом их образования. Отходы оцениваются и отражаются в учете только после установления факта их использования или реализации, а не в момент получения в производственном процессе, что может вызывать разногласия с налоговыми органами по их оценке [3].

По нашему мнению, невозможность получения точной стоимости отходов для цели налогового учета дает право оценки возвратных отходов при продаже на сторону, исходя из действующих рыночных цен на момент оприходования.

Отсутствие достаточной информации об отходах также может привести к потере контроля за сохранностью и правильным отражением движения отходов по производственным подразделениям и виновникам. Поэтому необходимо собирать обстоятельную информацию о количестве и стоимости отходов по их видам, а также ассортименту продукции, из которых они получены, и ме-

стам возникновения. Это можно обеспечить с помощью использования первичных документов и учетных регистров по движению отходов на предприятиях пищевой промышленности [12].

После оценки учет возвратных производственных отходов ведется в системе счетов бухгалтерского учета, где общая информация о наличии и движении вторичного сырья должна обобщаться в соответствии с регламентирующей инструкцией по применению плана бухгалтерских счетов на субсчете 10/6 «Прочие материалы».

В соответствии с группировкой отходов по этапам производственного процесса нами предложен порядок отражения образования возвратных ресурсов и отходов на счетах бухгалтерского учета в табл. 2.

Применение аналитических счетов к субсчету 6 «Прочие материалы» синтетического счета 10 «Материалы», по нашему мнению, является обязательным условием при организации учета отходов и вторичных ресурсов, так как позволяет точнее устанавливать их влияние на себестоимость выпускаемой продукции, а также способствует усилению контроля за движением материальных ресурсов на предприятии. В частности, образование отходов в момент заготовления ценностей свидетельствует о несовершенстве работы лаборатории или нарушении технологии приемки, что требует дальнейшего анализа причин и их устранения.

Использование предложенной схемы позволит более точно квалифицировать актив и отразить на счетах учета в зависимости от направления дальнейшего применения образовавшихся продуктов переработки пищевого сырья.

Кроме того, четкая организация возвратных ресурсов по классификационным группам поможет избежать претензий налоговых органов, зачастую вменяющих налогоплательщикам необходимость продажи продуктов переработки молока, которые по существу относятся к безвозвратным отходам [3].

Таблица 2

Рекомендуемая схема отражения в учете возвратных ресурсов на бухгалтерских счетах по этапам производственного процесса на предприятиях пищевой промышленности

Образование возвратных ресурсов			Содержание операции		Проводка	
источник	причина	время			Дт	Кт
заготовление сырья и материалов	недостаточная организация работы лаборатории нарушение технологии хранения внешние	периодические	Переведено в состав возвратных отходов основное сырье в результате изменения физико-химических свойств для дальнейшей переработки собственными силами		10/6	10/1
		периодические			отходы заготовки	
		периодические				
производство	технологические	в течение процесса	Оприходована побочная продукция при производстве из основного вида сырья (материалов) для продажи		43/побочная продукция	20/1
		по окончании процесса	Оприходованы возвратные (используемые) материалы (сырье), полученные при производстве основного вида продукции для дальнейшей переработки собственными силами		10/6	20/1
		в течение процесса	Учтены используемые отходы готовой продукции для переработки собственными силами или продажи на сторону		10/6 отходы производства	43
продажа	нарушение технологии хранения, экономические	периодические	Отражены технологические (нормируемые) потери в составе выпускаемой продукции		20	10/1
		периодические	Оприходованы возвратные (используемые) материалы при производстве основного вида продукции при изменении физико-химических свойств основного сырья для дальнейшей переработки собственными силами или продажи на сторону		10/6 отходы производства	20/1
		периодические	Оприходованы возвратные (используемые) материалы со склада готовой продукции при невозможности своевременной продажи или потере товарного вида для дальнейшей переработки собственными силами или продажи на сторону		10/6 отходы потребления внутренние	43
	внешние, организационные	периодические, после продажи продукции	Учтены возвратные (используемые) материалы при возврате продукции с истекающим сроком годности или потере товарного вида для переработки собственными силами (продажи)		10/6 отходы потребления внешние	43

### Выводы

Оптимизация результатов производственной деятельности предприятий пищевой промышленности в части совершенствования учета отходов при переработке сырья и материалов возможна при комплексном решении ряда вопросов:

– дальнейшей систематизации появляющихся при изготовлении продукции ресурсов вследствие наличия в каждом производстве широкого диапазона видов отходов и разносторонности их применения;

– нахождения способов сокращения в технологическом процессе любых видов отходов;

– разработки и внедрения в процесс производства новых норм образования отходов;

– обеспечения максимально возможного вовлечения отходов в производство [8];

– внедрения малоотходных технологий или использования безотходных производств;

– оптимизации информационной базы первичного учета отходов, направленной на получение точных, полных, достоверных и своевременных данных по их движению;

– разработки первичных документов, позволяющих контролировать и анализировать движение отходов по каждому этапу производственного процесса.

Таким образом, в пищевой промышленности как совокупности различных производств, использующих разнообразные способы обработки сырья, технологии и получающих на исходе неидентичную продукцию, учет отходов является одним из важных аспектов для формирования необходимой информации с целью повышения эффективности функционирования предприятий.

### Список литературы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142) (дата обращения: 10.02.2020).

2. Саяпина Е.Н. Возвратные отходы: организация бухгалтерского учета, оценка и налогообложение // Пищевая промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. 2012. № 8. С. 5–22.

3. Васильев Ю.А. Поговорим о побочных молочных продуктах // Промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. 2017. № 11. С. 6–14.

4. Горло В.И. Целесообразность планирования возвратных отходов и их учет при промышленной переработке молока // Состояние и перспективы развития учета, анализа и аудита на современном этапе: Сборник научных трудов по материалам Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции с международным участием. 2015. С. 32–35.

5. Хан А.С., Матвеева В.С. Возвратные отходы: организация бухгалтерского учета и их оценка // Проблемы и перспективы развития бухгалтерского учета, анализа и аудита. 2014. С. 83–85.

6. Хот Ф.Т. О некоторых вопросах отражения отходов производства // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2011. № 2. С. 130–137.

7. Об отходах производства и потребления: федер. закон, принят Гос. Думой 22 мая 1998 г. № 89-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19109](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109) (дата обращения: 10.02.2020).

8. Туякова З.С., Егорова Л.Г. Группировка продуктов переработки молока как объектов бухгалтерского учета // Вестник ИПБ (Вестник профессиональных бухгалтеров). 2019. № 6. С. 34–41.

9. Егорова Л.Г. Роль и значение учета продуктов переработки молока в условиях импортозамещения // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч.-метод. конф. (с междунар. участием), 23–25 янв. 2019 г., Оренбург: ОГУ, 2019. С. 3004–3008.

10. Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов: приказ Минфина РФ от 28 декабря 2001 г. № 119Н // СПС Консультант-Плюс. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_35543](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_35543) (дата обращения: 10.02.2020).

11. Налоговый кодекс Российской Федерации: приказ ГД ФС РФ от 16 июля 1998 г. № 146-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671) (дата обращения: 10.02.2020).

12. Егорова Л.Г. Первичный учет движения запасов в системе экономической безопасности молокоперерабатывающего предприятия // Развитие и взаимодействие реального и финансового секторов экономики в условиях цифровой трансформации: электрон. сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., 6–7 нояб. 2019 г., Оренбург / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Оренбург. гос. ун-т». Электрон. дан. Оренбург: ОГУ, 2019. С. 150–154.

СТАТЬЯ

УДК 330.322

**НОВЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ РЕЙТИНГА  
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ**

**Зубова Ю.А., Круглов С.В.**

*ФГКВООУВО «Саратовский военный ордена Жукова Краснознаменный институт войск национальной гвардии Российской Федерации», Саратов, e-mail: osier703@yandex.ru*

Проанализированы публикуемые в открытом доступе рейтинги инвестиционной привлекательности регионов. Исследованы методические подходы к формированию этих рейтингов, выявлены их недостатки. Предложен новый подход к формированию рейтинга региональной инвестиционной привлекательности. Отличительной особенностью данного подхода является критерий ранжирования регионов по их инвестиционной привлекательности. В качестве такого критерия предлагается использовать показатели, характеризующие величину инвестиций в основной капитал, фактически осуществленных на территории региона. Преимущество данного критерия состоит в том, что он отражает мнение состоявшихся инвесторов, «проголосовавших» за тот или иной регион своими деньгами, а не мнение экспертов, отвечающих за результаты своей работы в лучшем случае своей репутацией. В качестве методического инструментария практической реализации предложенного подхода рекомендовано использовать кластерный анализ. Произведена практическая апробация предложенного подхода. Исходными данными для апробации послужила величина внебюджетных инвестиций в основной капитал на душу населения за 2017 год (по субъектам Российской Федерации). В результате апробации предложенного подхода был получен рейтинг, в котором было выделено девять кластеров. Преимуществами данного рейтинга по сравнению с другими, публикуемыми в настоящее время, являются возможность определять номер позиции каждого конкретного региона относительно остальных регионов Российской Федерации, а также относительно регионов одного с ним кластера; отслеживать количественные изменения в инвестиционной привлекательности регионов с течением времени; количественно оценивать степень дифференциации российских регионов по уровню их инвестиционной привлекательности.

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность, регион, рейтинг, инвестиции в основной капитал, кластерный анализ

**A NEW APPROACH TO FORMING A RATING OF INVESTMENT  
ATTRACTIVENESS OF REGIONS**

**Zubova Yu.A., Kruglov S.V.**

*Saratov Military Institute for the Internal Troops of Ministry of the Interior of Russian Federation, Saratov, e-mail: osier703@yandex.ru*

The ratings of investment attractiveness of regions published in the open access are analyzed. Methodological approaches to the formation of these ratings have been studied, and their shortcomings have been identified. A new approach to forming a rating of regional investment attractiveness is proposed. A distinctive feature of this approach is the criterion for ranking regions by their investment attractiveness. As such, it is proposed to use indicators that characterize the amount of investments in fixed capital actually made in the region. The advantage of this criterion is that it reflects the opinion of established investors who «voted» for a particular region with their money, and not the opinion of experts who are responsible for the results of their work, at best, by their reputation. It is recommended to use cluster analysis as a methodological tool for practical implementation of the proposed approach. The proposed approach was tested in practice. The initial data for testing was the amount of extra-budgetary investments in fixed assets per capita for 2017 (for the subjects of the Russian Federation). As a result of testing the proposed approach, a rating was obtained, in which nine clusters were allocated. The advantages of this rating compared to other currently published ones are the ability to determine the position number of each specific region relative to other regions of the Russian Federation, as well as relative to the regions of the same cluster; to track quantitative changes in the investment attractiveness of regions over time; to quantify the degree of differentiation of Russian regions by their level of investment attractiveness.

**Keywords:** investment attractiveness, region, rating, fixed capital investment, cluster analysis

Объективная, достоверная и точная оценка инвестиционной привлекательности региона приобретает в современных условиях все большую значимость.

Во-первых, она служит ориентиром для инвесторов, помогая им принимать взвешенные и обоснованные решения. Зная показатели инвестиционной привлекательности региона, инвестор может оценить его сильные и слабые стороны, взвесить риски,

связанные с реализацией инвестиционных проектов на его территории.

Во-вторых, оценку инвестиционной привлекательности региона можно считать одним из показателей эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации. В качестве такого показателя она может быть интересна и рядовым жителям, и высшим должностным лицам региона. Первым –

для принятия электоральных решений, вторым – для разработки и корректировки своей инвестиционной, промышленной, финансовой, социальной, институциональной политики.

На сегодняшний день в нашей стране на регулярной основе составляется несколько рейтингов инвестиционной привлекательности регионов. Так, Агентство стратегических инициатив ежегодно разрабатывает Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ; Национальное рейтинговое агентство – Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России; рейтинговое агентство «РА-ЭКС-Аналитика» – обзор «Инвестиционная привлекательность регионов». Своего рода рейтингом инвестиционной привлекательности регионов можно считать и Рейтинг социально-экономического положения субъектов Российской Федерации, подготавливаемый рейтинговым агентством «РИА Рейтинг».

Несмотря на то что работа по ранжированию регионов в соответствии с их инвестиционной привлекательностью ведется в нашей стране достаточно давно, несмотря на то что в этой области накоплен достаточно большой опыт, отдельные аспекты методики составления региональных инвестиционных рейтингов нуждаются в совершенствовании.

Рассмотрим, к примеру, обзор рейтингового агентства «РАЭКС-Аналитика» за 2017 год. В этом обзоре Челябинская область отнесена к группе регионов, имеющих средний потенциал – умеренный риск (2В), тогда как Саратовская область отнесена к менее привлекательной с инвестиционной точки зрения группе регионов, имеющих пониженный потенциал – умеренный риск (3В1). Между тем доля инвестиций в основной капитал в ВРП Саратовской области (21,7%) существенно превысила аналогичный показатель Челябинской области (14,8%), то же самое можно сказать и об инвестициях в основной капитал на душу населения: в Саратовской области их величина составила 58 744 руб., а в Челябинской – 56 892 руб. Таким образом, регион с более низким рейтингом оказался более привлекательным для инвесторов, чем регион с более высоким рейтингом.

Аналогичный парадокс наблюдается и при сравнении Саратовской и Новгородской областей. Последняя отнесена к группе регионов с более низким, чем у Саратовской области рейтингом инвестиционной привлекательности, а именно, к группе регионов, имеющих незначительный потенциал – умеренный риск (3В2). Несмотря

на это, доля инвестиций в основной капитал в ВРП Новгородской области (26,3%) и величина инвестиций в основной капитал на душу населения (116 213 руб.) превысили аналогичные показатели Саратовской области.

Причина подобных парадоксов кроется в применяемой в настоящее время методике составления рейтингов инвестиционной привлекательности. Согласно этой методике позиция региона в рейтинге есть функция факторов инвестиционной деятельности, «каждый из которых может быть оценен с помощью подбора для него специального набора показателей» [1]. При этом вклад каждого из этих показателей в итоговый индикатор «оценивается на основе анкетирования представителей экспертного, инвестиционного и банковского сообществ» [2]. То есть позиция региона в рейтинге инвестиционной привлекательности определяется в конечном счете экспертами (представители инвестиционного сообщества тоже выступают в данном случае в качестве экспертов).

Цель исследования: разработка нового подхода к составлению рейтингов инвестиционной привлекательности регионов.

#### **Материалы и методы исследования**

Ранжирование регионов в рамках этого подхода предлагается осуществлять по величине уже состоявшихся инвестиций в основной капитал, что и отличает предлагаемый подход от общепринятой методики формирования инвестиционных региональных рейтингов, разрабатываемой в трудах А.А. Антиловой [3], Ю.С. Емельянова и Ю.Ю. Леоновой [4], К.А. Озеровой и Н.С. Ивашиной [5], Р.С. Уталиевой и Э.М. Адиевой [6], Д.С. Юва [7] и других авторов.

Преимущество предлагаемого подхода состоит в том, что сформированный на его основе рейтинг будет отражать мнение состоявшихся инвесторов, «проголосовавших» за тот или иной регион своими инвестиционными вложениями, своими деньгами, а не мнение экспертов, отвечающих за результаты своей работы в лучшем случае репутацией, а то и вовсе анонимных.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

В рамках апробации предлагаемого подхода нами был составлен рейтинг инвестиционной привлекательности регионов за 2017 год с применением кластерного анализа. Этот метод позволяет разделить совокупность каких-либо объектов (например, регионов) на кластеры (например, на кла-



стеры высокой, средней и низкой инвестиционной привлекательности).

При этом кластеризируемые объекты представляются как точки в пространстве признаков. Задача кластерного анализа – выделить сгущения этих точек, разбить их совокупность на подмножества. При этом внутри каждого подмножества должны оказаться регионы, незначительно различающиеся между собой по признакам кластеризации, но существенно отличающиеся по этим признакам от регионов другого подмножества. Мерой сходства (различия) между регионами является геометрическое расстояние между точками, соответствующими величине выбранных признаков кластеризации.

Очевидно, что для цели настоящего исследования в качестве признака кластеризации необходимо подобрать показатель, характеризующий величину инвестиций в основной капитал, произведенных на территории региона, пригодный при этом для межрегиональных сравнений. В качестве такого показателя нами была взята величина инвестиций в основной капитал на душу населения, уменьшенная на величину бюджетных инвестиций. Последние были исключены из расчета потому, что их осуществление не является подтверждением инвестиционной привлекательности объекта вложений. В самом деле, государство редко производит инвестиции в высокопривлекательные проекты, напротив, оно финансирует не интересные частному бизнесу направления. Цель государства как инвестора не в том, чтобы получить доход от инвестиционных вложений, а в том, чтобы восполнить дефицит частных инвестиций в неприбыльные, но стратегически важные объекты, например в объекты транспортной, энергетической или социальной инфраструктуры. Именно поэтому в качестве исходных данных в работе были взяты инвестиционные вложения, произведенные из внебюджетных источников.

Обработка указанных данных осуществлялась в статистическом пакете SPSS Statistics в два этапа.

На первом этапе было определено оптимальное количество кластеров. Программа SPSS позволяет сделать это по двум критериям: либо по Байесовскому информационному критерию, либо по информационному критерию Акаике. Кроме того, для определения оптимального количества кластеров можно использовать две меры расстояния между объектами: Евклидову меру и меру Log-правдоподобия. Таким образом, путем комбинирования двух критериев кластеризации и двух мер расстояния можно

получить четыре способа определения оптимального количества кластеров. Применение всех четырех способов дало одинаковый результат: оптимальное количество кластеров для разбиения исследуемой совокупности равно двум. При этом во всех четырех случаях качество разбиения было оценено как хорошее.

На втором этапе кластерного анализа было произведено непосредственное разбиение на 2 кластера 82 регионов Российской Федерации (Ненецкий автономный округ был учтен в составе Архангельской области, а Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа – в составе Тюменской области). В качестве метода разбиения был использован метод Варда.

В результате был выделен кластер с экстремально высокой инвестиционной привлекательностью, в который вошло 4 региона (Республика Саха (Якутия), Тюменская, Магаданская и Сахалинская области), и кластер, в который вошли остальные регионы.

Полученные кластеры существенно отличались друг от друга по показателю кластеризации. Так, среднее значение величины внебюджетных инвестиций в основной капитал на душу населения в первом кластере составило 411,9 тыс. руб., тогда как во втором – 48,6 тыс. руб. Однако мера сходства между регионами внутри кластеров оказалась низкой, так как ни один из полученных кластеров не был однородным (коэффициент вариации показателя кластеризации превышал 33%). Поэтому процедуру кластеризации было решено повторить для каждого из двух выделенных кластеров. Новые кластеры, полученные в результате повторной кластеризации, проверялись на однородность и снова подвергались кластеризации в случае, если условие однородности не выполнялось (если коэффициент вариации внебюджетных инвестиций в основной капитал на душу населения превышал 33%). В результате было получено 9 кластеров (таблица).

Как видим, полученный рейтинг позволяет определить номер позиции каждого конкретного региона относительно остальных регионов Российской Федерации, а также относительно регионов одного с ним кластера. Этим данный рейтинг выгодно отличается от упомянутых выше рейтингов, например, от Рейтинга инвестиционной привлекательности регионов Национального рейтингового агентства. Последний позволяет судить только о принадлежности региона к тому или иному кластеру, например к кластеру регионов с высоким, средним или умеренным уровнем инвестиционной привлекательности.

## Инвестиционная привлекательность регионов Российской Федерации в 2017 г.

Рейтинг	Кластер / Регион	Внебюджетные инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб. (по субъектам Российской Федерации)	Внебюджетные инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб. (по кластерам)	
			среднее значение, тыс. руб.	коэффициент вариации, %
Кластер 1. Регионы с экстремально высокой инвестиционной привлекательностью				
1	Тюменская область	586,1	586,1	–
Кластер 2. Регионы с инвестиционной привлекательностью, близкой к экстремально высокой				
2	Сахалинская область	474,5	353,9	32,1
3	Республика Саха (Якутия)	338,0		
4	Магаданская область	249,2		
Кластер 3. Регионы с высокой инвестиционной привлекательностью				
5	Архангельская область	169,3	148,9	12,0
6	Амурская область	162,8		
7	Чукотский автономный округ	162,2		
8	Ленинградская область	145,7		
9	Алтайский край	143,0		
10	Республика Коми	142,9		
11	Астраханская область	116,3		
Кластер 4. Регионы с повышенной инвестиционной привлекательностью				
12	Мурманская область	97,3	59,7	23,8
13	Вологодская область	87,5		
14	г. Москва	83,6		
15	Забайкальский край	77,8		
16	Республика Татарстан	76,9		
17	Республика Хакасия	72,6		
18	г. Санкт-Петербург	70,3		
19	Пермский край	66,4		
20	Калининградская область	65,7		
21	Липецкая область	65,2		
22	Хабаровский край	64,3		
23	Красноярский край	62,9		
24	Воронежская область	60,4		
25	Курская область	59,2		
26	Камчатский край	59,1		
27	Новгородская область	56,9		
28	Тульская область	56,8		
29	Московская область	55,7		
30	Иркутская область	54,1		
31	Самарская область	52,3		
32	Оренбургская область	50,8		
33	Краснодарский край	49,6		
34	Калужская область	49,3		
35	Тамбовская область	49,1		
36	Свердловская область	47,5		
37	Еврейская автономная область	45,3		
38	Белгородская область	45,2		
39	Республика Тыва	44,0		
40	Волгоградская область	43,2		
41	Республика Карелия	42,6		
42	Ярославская область	40,6		

<b>Окончание таблицы</b>				
Рейтинг	Кластер / Регион	Внебюджетные инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб. (по субъектам Российской Федерации)	Внебюджетные инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб. (по кластерам)	
			среднее значение, тыс. руб.	коэффициент вариации, %
<b>Кластер 5. Регионы со средней инвестиционной привлекательностью</b>				
43	Нижегородская область	37,1	31,9	12,2
44	Приморский край	36,7		
45	Республика Башкортостан	36,2		
46	Омская область	35,9		
47	Рязанская область	35,7		
48	Челябинская область	35,3		
49	Тверская область	34,9		
50	Республика Мордовия	33,8		
51	Ростовская область	32,4		
52	Саратовская область	31,8		
53	Удмуртская Республика	30,0		
54	Орловская область	28,9		
55	Кемеровская область	28,8		
56	Смоленская область	28,1		
57	Кировская область	27,4		
58	Владимирская область	27,3		
59	Брянская область	26,6		
60	Ульяновская область	26,6		
<b>Кластер 6. Регионы с пониженной инвестиционной привлекательностью</b>				
61	Пензенская область	23,9	19,2	12,8
62	Новосибирская область	22,4		
63	Чеченская Республика	21,8		
64	Чувашская Республика	20,1		
65	Республика Бурятия	19,6		
66	Ставропольский край	18,9		
67	Томская область	17,9		
68	Республика Калмыкия	17,8		
69	Республика Марий Эл	17,8		
70	Республика Алтай	17,4		
71	Псковская область	16,3		
72	Костромская область	16,2		
<b>Кластер 7. Регионы с низкой инвестиционной привлекательностью</b>				
73	Курганская область	14,2	11,3	17,6
74	Республика Северная Осетия-Алания	12,9		
75	Республика Адыгея	12,7		
76	Карачаево-Черкесская Республика	11,6		
77	Кабардино-Балкарская Республика	11,0		
78	Ивановская область	10,5		
79	Республика Крым	10,0		
80	г. Севастополь	7,8		
<b>Кластер 8. Регионы с инвестиционной привлекательностью, близкой к экстремально низкой</b>				
81	Республика Ингушетия	3,3	3,3	–
<b>Кластер 9. Регионы с экстремально низкой инвестиционной привлекательностью</b>				
82	Республика Дагестан	1,9	1,9	–

Потенциально предлагаемый рейтинг даст возможность отслеживать количественные изменения в инвестиционной привлекательности регионов с течением времени. То есть он позволит судить не только о направлении изменения инвестиционной привлекательности региона от года к году (ее повышении или снижении), что позволяют делать и другие составляемые в настоящее время рейтинги. В отличие от них предлагаемый рейтинг позволит судить еще и о том, насколько в количественном выражении изменилась инвестиционная привлекательность региона.

Кроме того, предлагаемый рейтинг дает возможность оценить степень дифференциации российских регионов по уровню их инвестиционной привлекательности, причем оценить ее количественно, например путем расчета показателей, аналогичных тем, что применяются для оценки степени дифференциации населения по уровню доходов, например аналогичных децильному и квинтильному коэффициентам.

### Заключение

Итак, в ходе апробации предлагаемого в настоящей работе подхода к ранжированию регионов по их инвестиционной привлекательности был сформирован рейтинг, состоящий из девяти кластеров. Данный рейтинг был получен без процедуры экспертной оценки, что обуславливает его большую объективность по сравнению с рейтингами, полученными с применением традиционной методики ранжирования регионов по степени их инвестиционной привлекательности.

Предполагается, что сформированный в настоящей работе рейтинг будет полезен инвесторам, осуществляющим выбор региона для инвестиционных вложений. Кроме того, данный рейтинг можно использовать для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации: чем выше рейтинговая позиция кластера, в которую вошел тот или иной регион, чем больше удалось привлечь в этот регион инвестиций, тем результативнее проводимая в этом регионе инвестиционная, промышленная, финансовая, социальная, институциональная политика.

### Список литературы

1. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России по итогам 2018 года / Национальное рейтинговое агентство. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ranational.ru/sites/default/files/analytic\\_article/IPR-6-06112018.pdf](http://www.ranational.ru/sites/default/files/analytic_article/IPR-6-06112018.pdf) (дата обращения: 10.02.2020).
2. Инвестиционная привлекательность регионов – 2017 / РАЭК-Аналитика. [Электронный ресурс]. URL: <https://raex-a.ru/ratings/regions/2017> (дата обращения: 10.02.2020).
3. Антилогова А.А. Оценка инвестиционной привлекательности региона // Вестник современных исследований. 2017. № 1–2 (4). С. 10–19.
4. Емельянов Ю.С., Леонова Ю.Ю. О показателях оценки инвестиционной привлекательности регионов России // Управленческие науки в современном мире. 2016. Т. 2. № 2. С. 501–506.
5. Озерова К.А., Ивашина Н.С. Оценка инвестиционной привлекательности регионов на основе синтетического интегрального индикатора // Корпоративная экономика. 2017. № 3 (11). С. 30–40.
6. Уталиева Р.С., Адиетова Э.М. Факторы, формирующие инвестиционную привлекательность региона // Национальная Ассоциация Ученых. 2015. № 6–1 (11). С. 156–159.
7. Юва Д.С. Экономическая оценка инвестиционной привлекательности регионов // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2017. Т. 2. № 1. С. 210–214.

ОБЗОР

УДК 338.48

**ОБЗОР ПОДХОДОВ К ТУРИСТСКОМУ РАЙОНИРОВАНИЮ  
ПЕРМСКОГО КРАЯ**

**Ткачев Б.П., Есипова С.А.**

*ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», Ханты-Мансийск, e-mail: btkachev@mail.ru*

В статье представлен анализ существующих подходов к туристскому районированию на примере Пермского края. Значимость обеспечения рентабельности туристско-рекреационной системы в экономике постоянно растет. Роль районирования как пространственной классификации в условиях формирования в регионе рекреационно-туристского кластера и выхода туристских продуктов Пермского края на глобальные рынки первостепенна. Анализ методов районирования показывает, с одной стороны, комплексность исследований (А.И. Зырянов), а с другой – подчеркивает значимость традиционно применяемых природных подходов к районированию (бассейнового, ландшафтного). Авторами предложено туристское районирование на примере Пермского края на основе ландшафтного подхода в гидрологии, что позволит подчеркнуть значимость традиционных природных и социально-экономических факторов и даст возможность корректировать уже имеющиеся подходы к районированию в других регионах. Карта-схема туристского районирования выполняет функцию картографического сценария, основы для дальнейшего развития туристско-рекреационной системы. Предложенная статья способствует более полному развитию географического образа Пермского края и станет определенным вкладом в повышение его имиджа. Представленные подходы к туристскому районированию направлены на оптимизацию пространственного размещения объектов туристской инфраструктуры, что обеспечивает приоритеты государственной региональной политики в области развития туризма.

**Ключевые слова:** Пермский край, районирование, район, бассейн, кластер, ландшафтный подход

**REVIEW OF APPROACHES TO TOURIST ZONING OF THE PERM REGION**

**Tkachev B.P., Esipova S.A.**

*Yugra State University, Khanty-Mansiysk, e-mail: btkachev@mail.ru*

The article presents an analysis of existing approaches to tourist zoning on the example of the Perm region. The importance of ensuring the profitability of the tourist and recreational system in the economy is constantly growing. The role of zoning as a spatial classification in terms of establishing a regional recreation and tourist cluster and exit tourist products in Perm region to global markets is paramount. Analysis of zoning methods shows on the one hand the complexity of research (A.I. Zyryanov), and on the other hand emphasizes the importance of traditional natural approaches to zoning (basin, landscape). The authors proposed tourist zoning on the example of the Perm region based on the landscape approach in hydrology, which will emphasize the importance of traditional natural and socio-economic factors, and will make it possible to adjust existing approaches to zoning in other regions. The map-scheme of tourist zoning performs the function of a cartographic scenario, the basis for further development of the tourist and recreational system. The proposed article contributes to a more complete development of the geographical image of the Perm region and will make a certain contribution to improving its image. The presented approaches to tourist zoning are aimed at optimizing the spatial placement of tourist infrastructure objects, which ensures the priorities of the state regional policy in the field of tourism development.

**Keywords:** Perm region, zoning, district, basin, cluster, landscape approach

Для ряда субъектов нашей страны туризм как достаточно значимая отрасль дает возможность при относительно малых инвестициях обеспечить рентабельное использование местных рекреационных ресурсов – как природного, так и антропогенного происхождения.

Туристское районирование – это важная в научном и прикладном отношении проблема, решающая вопросы пространственного распределения туристско-рекреационных ресурсов и позволяющая определять неравномерность развития территориальной туристско-рекреационной системы.

Одним из регионов России, сосредоточившим на своей территории значительную часть населения и ресурсов, является Пермский край. Площадь его территории состав-

ляет чуть больше 160 тыс. кв. км. Одним из главных ресурсов Пермского края являются водные, прежде всего поверхностные водотоки, годовой объем поверхностного стока края превышает 60 куб. км [1, с. 22].

Цель статьи – обзор методологических подходов к туристскому районированию с учетом ландшафтного подхода в гидрологии на примере Пермского края.

В.Б. Сочава считал пространственную классификацию природных условий – районированием. Он указывал, что районирование различно, имеет множество региональных географических полей, со своими закономерностями. Районирование – одно из фундаментальных понятий в географии. Но в то же время не вызывает сомнений тот факт, что проблема районирования –

одна из самых сложных и запутанных в географии [2].

Разработкой методологических подходов к туристскому районированию занимался ряд исследователей, среди которых: А.Ю. Александрова [3], М.Б. Биржаков [4], А.И. Зырянов [5], И.В. Зорин [6], В.И. Кружалин [7], А.С. Кусков [8], Д.В. Николаенко [9], Н.С. Мироненко [10], В.С. Преображенский [11], N. Morgan [12], А.М. Morrison [13] и др.

Рассматриваемые подходы к районированию опираются на базовые географические исследования В.Б. Сочавы [цит. по: 2], М.Д. Шарыгина [1], П.С. Ширинкина [14], Л.М. Корытного [15], Б.П. Ткачева [16], С.Н. Соколова [17].

Данные подходы могут использоваться при проведении туристского районирования Пермского края. В качестве основной таксономической единицы туристского районирования признан район.

Любое районирование начинается с выбора объекта, цели, метода и масштаба, для чего осуществляется определенная процедура. К сожалению, о районировании в географии сложилось неоднозначное мнение в силу его традиционности в географии, но оно остается важным на начальном и заключительном этапе большинства исследований.

Процедура туристского районирования опирается в первую очередь на оценку туристского потенциала территории, выделение каркаса территории: ядер и связывающих их линий.

«Каркас лежит в основе организации всякой территории. Составляющие каркаса обладают следующими функциями:

Ядра или узлы каркаса, поддерживающие равновесие.

Коммуникативные и вспомогательные элементы, усиливающие функциональную роль ядер» [18, с. 112].

Наряду с определением объекта и цели при районировании следует учитывать выбор методов районирования. Наиболее важные из них:

*1. Метод сопряженного анализа компонентов.* Суть районирования методом сопряженного анализа компонентов заключается в совместном (сопряженном) учете экономико- и физико-географических особенностей территории [19, с. 48].

«Такой метод характерен в первую очередь для мелкого масштаба, например для туристского районирования Пермского края, представленного в работе Ю.А. Худеньких (2006). В результате этого районирования на территории Пермского края выделено девять туристских районов: Колво-Вишерский, Коми-Пермяцкий, Соли-

камский, Чусовской, Очерский, Пермский, Кунгурский, Ижевско-Чайковский, Иренско-Тулвинский» [20, с. 17–18]. Границы районов не совпадают с существующими административными границами края и муниципальных районов.

«Предложенное районирование отражает современный этап развития туризма и может использоваться не только в познавательных целях, но и как инструмент территориального планирования и управления туристской сферой региона. При этом он указывает, что, учитывая выраженный интерес части туристов к периферийным районам, границы могут быть очерчены и по природным рубежам (речные водоразделы)» [20, с. 18].

«Сочетание часто совершенно разнородных признаков в туристском районировании (гравитационное экономическое тяготение, административные границы или природные рубежи) приводит на деле к проведению границ на основании учета одного или двух-трех основных показателей» [19, с. 48]. Примерами разнородного туристского районирования Пермского края служат выделенные на основе природного разнообразия туристические ареалы, зоны транспортной доступности территорий, города Пермского края, которые являются полюсами роста туристического потенциала и одновременно центрами формирующихся кластеров.

А.И. Зырянов предлагает в туристском районировании Пермского края использовать принципы, примененные в выделении туристских регионов в провинциях Канады. При этом указывается, что для густо заселенных территорий актуальность туристского районирования возрастает [21, с. 48].

Учитывая важность названий района, А.И. Зырянов присваивал выделенным районам названия по следующим признакам: административно-территориальное деление, аттракция физико-географических районов или природных объектов, культурно-историческая достопримечательность, основной туристский маршрут [21, с. 50].

Исходя из современных задач развития туризма, А.И. Зырянов считает: «Учитывая канадский опыт дробного туристского районирования и собственные разработки, целесообразно делить Пермский край на 7 туристских районов: Северный Урал (North Ural); Парму (Parma); Горнозаводский Урал (Mining Ural); Предуралье (Preduralje); Верхнюю Каму (Upper Kama); Среднюю Каму (Mid Kama); Нижнюю Каму (Lower Kama). Дробное туристское районирование является путем к пространственному развитию туризма в крае» [21, с. 50]. Фактически А.И. Зырянов придал широко существую-

щим географическим образам туристских районов международное звучание.

Отдавая должное бассейновому подходу при туристском районировании, А.И. Зырянов предлагает считать социально-экономический регион бассейновым, «если его главный (наибольший) город располагается на берегах крупнейшей реки, вторые по величине города находятся на ее притоках, меньшие населенные пункты – на притоках второго порядка и так далее, если границы социально-экономического региона в целом соответствуют границам речного бассейна. При этом важно положение главного города в наиболее гидрографически разнообразном месте, а именно в том месте, где главная река принимает главный приток или серию притоков, где главная река меняет свое генеральное направление или характер водотока, долины» [22, с. 18]. Вполне очевидно, что, согласно данному подходу, Пермский край является бассейновым. Таким образом, А.И. Зырянов не отрицает, а, наоборот, указывает на присутствие бассейнового подхода в предложенном туристском районировании.

Также А.И. Зырянов в своем районировании перешел на позиции кластеризации, сетка контуров туристского районирования Пермского края у него совпадает с выделенными им в работе [23] кластерами региона. На территории РФ уже сложилось несколько туристско-рекреационных кластеров.

«В Пермском крае формируется самостоятельный рекреационно-туристский кластер, объединяющий объекты природного, производственного и культурно-исторического наследия. Выявление и оценка кластерного потенциала позволили существенно повысить не только аттрактивность территории, но и рекреационно-туристский имидж Прикамья. Край все ярче позиционирует себя как территория, привлекательная для отдыхающих и туристов, способная удовлетворить разнообразные их интересы» [1, с. 28].

На основе анализа позиционирования Пермского края можно выделить основные конкурентные преимущества развития туризма: выгодное географическое положение, богатейший природно-ресурсный потенциал, быстрорастущий и емкий внутренний рынок, государственная поддержка инвестиционных проектов в области туризма, реализация программ повышения конкурентоспособности туристского сектора, снижение налоговой нагрузки, наличие научно-технического и инновационного потенциала, развитие инфраструктуры на территории края.

Выгодное расположение Пермского края вместе с наличием высокоразвитой

транспортной инфраструктуры будет способствовать развитию туризма.

*2. Метод ведущего фактора.* Этот метод в районировании представлен в первую очередь бассейновым подходом, известным в Европе с XVIII века и нашедшим свою реализацию в трудах сибирских географов: Л.М. Короткого [15], Б.П. Ткачева [16] и других.

В настоящее время бассейновый подход не требует доказательств своей универсальности. Бассейновые управления активно работают в России уже ряд лет, множество экономических, управленческих вопросов немислимы без учета хозяйствования в бассейнах крупных рек. Остается значимой и природная, природно-антропогенная роль бассейнов, определяющая ресурсную и экологическую значимость транзитных вод рек. Не составляет исключения и бассейн р. Камы, главной водной артерии Пермского края.

«Бассейн – интегральная природно-хозяйственно-демографическая система. Всего в рамках наиболее перспективно решать проблемы организации, рационализации, оптимизации, районирования, моделирования, картографирования, контроля природопользования и управления его процессами» [15].

«Водосбор (бассейн) – это система различных по структуре ландшафтных образований, объединенных в единое целое направленным по градиенту силы тяжести потоком воды и транспортируемого ею вещества» [24, с. 85].

Традиционно природные рубежи, в том числе и границы речных бассейнов, использовались в качестве административных рубежей. Так, например, границы Ханты-Мансийского округа – Югры на 95% представлены водоразделами, для Пермского края их величина достигает 50%. Водоразделами представлены в первую очередь северо-западные, северные и северо-восточные границы Пермского края. Исключение составляет транзитная река Кама.

Районирование на основе ландшафтного подхода в гидрологии также можно отнести к методу ведущего фактора, оно находит себе применение, главным образом, для решения прикладных проблем.

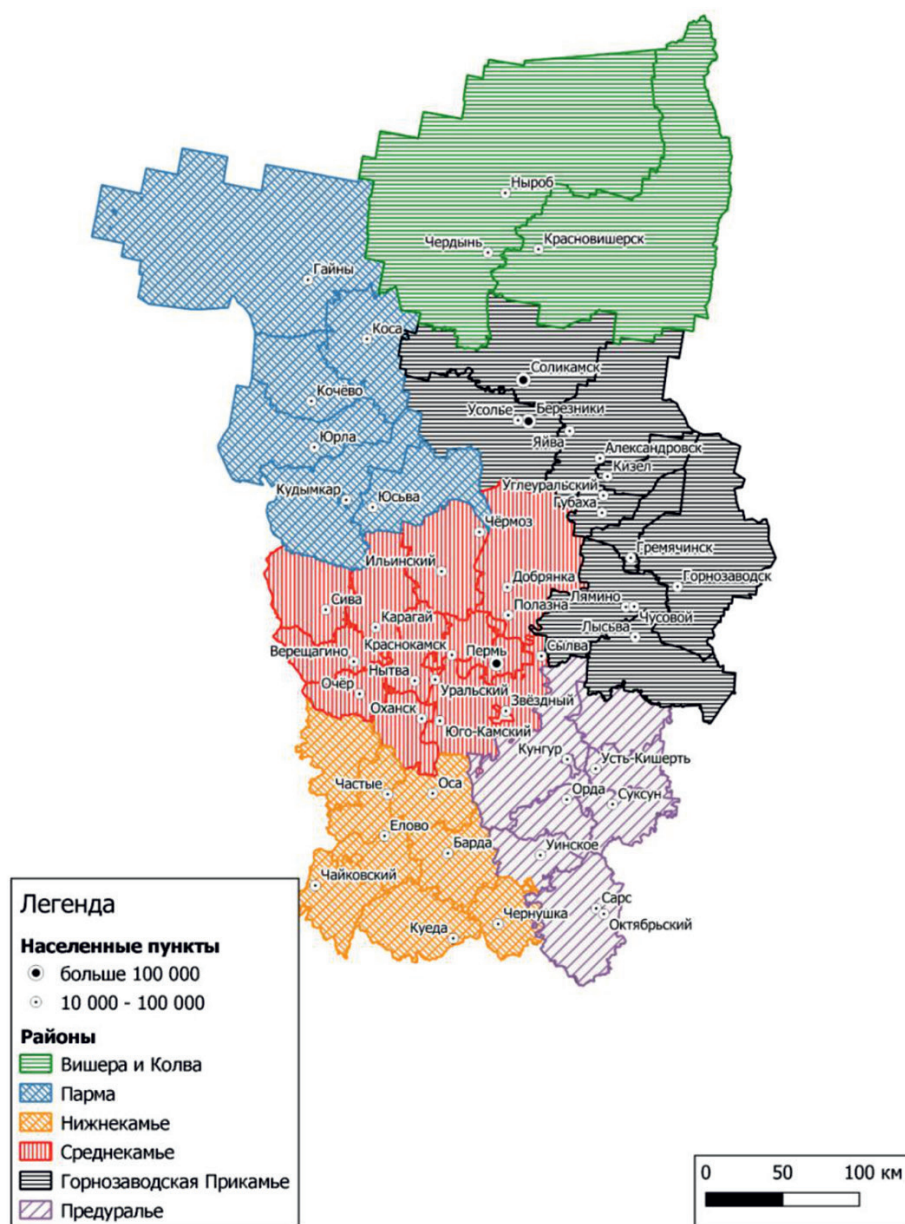
Б.П. Ткачевым был проанализирован ряд подходов к проблеме комплексного районирования, в результате были разработаны принципы и методика ландшафтно-гидрологического районирования. Методика была отработана на бассейне р. Обь [2]. В регионах со слабой гидрологической изученностью она часто является единственным инструментом получения гидрологически значимых рубежей. В освоенных районах

со значимой сетью гидрологических наблюдений, таких как Пермский край, предложенная методика районирования наиболее актуальна в среднем и крупном масштабе.

Среди прикладных проблем географии М.Д. Шарыгин указывал, что «в последние годы наиболее востребованным стал рекреационно-туристский потенциал, включающий разнообразие ландшафты, природные, архитектурно-этнографические и культурно-исторические памятники» [1, с. 23].

В ходе исследований, проведенных в 2019 г. в Югорском госуниверситете на основе ландшафтного подхода в гидрологии и с учетом хозяйственных, исторических и природных свойств территории, Перм-

ский край в туристском отношении был разделен на 6 частей (рисунок). В общем виде предложенное районирование близко к районированию А.И. Зырянова, только Горнозаводское Прикамье объединяет два выделенных им района: Верхняя Кама и Горнозаводской Урал, и нет полного совпадения границ в западной части районов Средней и Нижней Камы. Причина – определение ведущего фактора как природного. В то же время каждый из этих туристских районов обладает собственным туристским потенциалом, индивидуальными особенностями и укладом экономики, что может обладать потенциалом для дальнейшей кластеризации.



Туристическо-географическое районирование Пермского края



Туристское районирование обычно предполагает, что в этом процессе учитываются как социально-экономические, так и природные факторы, однако мы считаем, что в первую очередь необходимо исследовать ландшафтно-гидрологические рубежи, в рамках которых социально-экономические условия населенных пунктов и транспортная инфраструктура, обеспечивающие туристский комплекс, будут развиваться комплексно. Границы ландшафтов, в том числе и границы бассейнов, выступают ведущими природными рубежами при туристском районировании, предложенном сотрудниками Югорского госуниверситета.

### Выводы

В настоящее время наиболее востребованным остается сценарный подход развития регионов. Туристское районирование регионов как нельзя лучше характеризует приоритеты государственной региональной политики в области развития туризма, так как наглядно демонстрирует (выполняет функцию сценария) территориальное размещение объектов туристской и сопутствующей инфраструктуры. Регионы России вступили в конкурентную борьбу за выход туристских продуктов на глобальные рынки. Пермскому краю при формировании самостоятельного рекреационно-туристского кластера необходимо направить усилия на дифференциацию развития туризма и дальнейшую специализацию востребованных туристских продуктов. Таким образом, обсуждение подходов к туристскому районированию и построению территориальной туристско-рекреационной системы остается актуальным.

### Список литературы

1. Шарыгин М.Д. Позиционирование Пермского края в социально-экономическом пространстве Российской Федерации // Географический вестник. 2014. № 4 (31). С. 22–28.
2. Ткачев Б.П. Функциональные основы пространственной организации геосистем: На примере бессточных территорий юга Западной Сибири: дис. ... докт. геогр. наук. Ишим, 2002. 308 с.
3. Александрова А.Ю. Современные особенности пространственного развития туризма // География и Туризм. 2018. № 2. С. 12–16.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник. СПб.: Герда, 2010. 192 с.
5. Зырянов А.И. Теоретические аспекты географии туризма. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2013. 158 с.
6. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2014. 365 с.
7. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма: учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 143 с.
8. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география: учебно-методический комплекс. М.: МГПУ, 2010. 120 с.
9. Николаенко Д.В. Рекреационная география. М.: Владос, 2003. 224 с.
10. Мироненко Н.С., Эльдаров Э. М. Тенденции и перспективы развития рекреационной географии в России // География и природные ресурсы. 2016. № 2. С. 12–18.
11. Преображенский В.С. Теория рекреологии и рекреационной географии. М., 1992. 172 с.
12. Morgan N. Destination brands. Manage place reputation, N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride. (3d ed.). Routledge. Abingdon, Oxon, England, 2011. 392 p.
13. Morrison A.M. Marketing and managing tourism destinations. Routledge. Abingdon, Oxon, England, 2013. 632 p.
14. Ширинкин П.С. Туристское ресурсоведение: региональные аспекты (Пермский край): учеб.-справ. пособие. Пермь, 2011. 323 с.
15. Корытный Л.М. Бассейновая концепция: от гидрологии к природопользованию // География и природные ресурсы. 2017. № 2. С. 5–16.
16. Ткачев Б.П. Основы организации геосистем бессточных территорий. М.: Изд-во «Нобель-Пресс», 2012. 113 с.
17. Соколов С.Н. Туристско-рекреационные кластеры и их конкурентоспособность // Туризм в глубине России. Сборник трудов международного научного семинара (Пермь, 19–25 июля 2010 г.). Пермь: Изд-во ПГУ. 2010. С. 10–16.
18. Ткачев Б.П. Экологический каркас г. Ханты-Мансийска // Город как система: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию основания поселения в Нижневартовске (Нижневартовск, 10–13 ноября 2009 г.) / Отв. ред. О.Ю. Вавер, И.Е. Клемина. Нижневартовск: НГГУ, 2010. С. 112.
19. Ткачев Б.П. Малые реки: современное состояние и экологические проблемы. Аналитический обзор / ГПНТБ СО РАН. Новосибирск, 2002. 114 с.
20. Худеньких Ю.А. Туризм в Пермском крае: территориальная организация и региональное развитие: автореф. дис. .... канд. геогр. наук. Пермь, 2006. 24 с.
21. Зырянов А.И. Дробное районирование и площадное развитие туризма // Вестник Московского университета. Серия 5. География. 2018. № 5. С. 44–50.
22. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества: автореф. дис. докт. геогр. наук. Пермь, 2007. 42 с.
23. Зырянов А.И., Мышлянцева С.Э. Туристские кластеры Пермского края // Известия российской академии наук. Серия географическая. 2012. № 2. С. 13–20.
24. Ткачев Б.П. Проблемы водопользования Западной Сибири на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югра // Альтернативная энергетика и экология. 2005. № 10 (30). С. 84–88.