

с е т е в о й   н а у ч н ы й   ж у р н а л   ISSN 2409-1634

# НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

R E S E A R C H   R E S U L T

Том 4 | № 4  
Volume 4 | 2018

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ.  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ

RESEARCH RESULTS.  
ECONOMIC RESEARCH

Сайт журнала:  
[reconomic.ru](http://reconomic.ru)

сетевой научный рецензируемый журнал  
online scholarly peer-reviewed journal



# НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ RESEARCH RESULT. ECONOMIC RESEARCH

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)  
Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл. № ФС77-55674 от 28 октября 2013 г.  
Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл. № ФС 77- 69098 от 14 марта 2017 г.

The journal has been registered at the Federal service for supervision of communications information technology and mass media (Roskomnadzor)  
Mass media registration certificate El. № FS 77-55674 of October 28, 2013  
Mass media registration certificate El. № FS 77- 69098 of March 14, 2017



Том 4, № 4. 2018

СЕТЕВОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ  
Издается с 2014 г.  
ISSN 2313-8955



Volume 4, № 4 . 2018

ONLINE SCHOLARLY PEER-REVIEWED JOURNAL  
First published online: 2014  
ISSN 2313-8955

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

### **ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:**

**Тинякова В.И.**, профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры информатики и прикладной математики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный университет» (Москва, Россия).

### **ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА:**

**Ваганова О.В.** профессор, доктор экономических наук, заведующая кафедрой финансов, инвестиций и инноваций Института экономики и управления НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия).

### **ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ:**

**Соловьева Н.Е.**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, инвестиций и инноваций НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия).

### **РЕДАКТОР АНГЛИЙСКИХ ТЕКСТОВ:**

**Ляшенко И.В.**, доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации Институт межкультурной коммуникации и международных отношений НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия).

### **ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:**

**Зимакова Л.А.**, доцент, доктор экономических наук, профессор кафедры учета, анализа и аудита НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия).

**Колесников А.В.**, профессор, доктор экономических наук, проректор по научной работе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина» (Белгород, Россия).

**Пенджиев А.М.**, академик Международной академии наук экологии и безопасности, член-корреспондент и профессор Российской академии естественных наук, кандидат технических наук, доктор сельскохозяйственных наук, доцент кафедры автоматизация производственных процессов Туркменского государственного архитектурно-строительного института (Ашхабад, Туркменистан).

**Саргсян Г.Л.**, профессор, доктор экономических наук, декан факультета экономики и менеджмента Ереванского государственного университета (Ереван, Армения).

**Иванов С.**, профессор, доктор экономики, проректор по международным связям Варненского университета менеджмента (Варна, Болгария).

**Тен Т.Л.**, профессор, доктор технических наук, профессор кафедры «Информационно-вычислительных систем» Карагандинского экономического университета (Караганда, Казахстан).

**Московкин В. М.**, профессор, доктор географических наук, профессор кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»; профессор кафедры экологии и неозологии Харьковского национального университета имени В.Н.Каразина (Харьков, Украина).

**Мамедов Захид Фаррух**, профессор, доктор экономических наук, Азербайджанский государственный экономический университет (Баку, Азербайджан).

**Стрябкова Е. А.** доцент, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и моделирования производственных процессов НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия).

**Ляхова Н. И.** доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и менеджмента, Старооскольского технологического института им. А.А. Угарова (филиал) НИТУ «МИСиС», (Старый Оскол, Россия)

**Флигинских Т. Н.** профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, инвестиций и инноваций НИУ «БелГУ» (Белгород, Россия).

## EDITORIAL TEAM:

### **EDITOR-IN-CHIEF:**

**Viktoriya T. Tinyakova**, Professor, Doctor of Economics, Professor of the Department of informatics and Applied mathematics, Russian state University (Moscow, Russia).

### **DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF:**

**Oksana V. Vaganova** professor, doctor of Economics, head of the Department of Finance, investment and innovation, Institute of Economics and management, BelSU (Belgorod, Russia).

### **EXECUTIVE SECRETARY:**

**Natalia E. Solovjeva**, candidate of economic Sciences, associate Professor, Department of Finance, investment and innovation, Belgu (Belgorod, Russia).

### **ENGLISH TEXT EDITOR:**

**Igor V. Lyashenko**, Associate Professor, candidate of philological Sciences, associate Professor of the Department of English Philology and Intercultural Communication, Belgorod state national research University (Belgorod, Russia).

### **CONSULTING EDITORS:**

**Lilia A. Zimakova**, Associate Professor, Doctor of Economics, Professor, chair of accounting, analysis and audit, Belgorod state national research University (Belgorod, Russia).

**Andrey V. Kolesnikov**, Professor, Doctor of economic Sciences, Vice-rector on scientific work of Federal state budget educational institution of higher professional education "Belgorod state agricultural University named after V. Gorin" (Belgorod, Russia).

**Ahmet M. Pendzhiev**, Academician of the International Academy of Sciences of ecology and safety, corresponding member and Professor of the Russian Academy of estestvoznanii, candidate of technical Sciences, doctor of agricultural Sciences, associate Professor of automation of production processes of the Turkmen state Institute of architecture and construction (Ashgabat, Turkmenistan).

**Gayk Sargsyan**, Professor, Doctor of economic Sciences, Dean of the faculty of Economics and management of Yerevan state University (Yerevan, Bulgaria).

**Stanislav H. Ivanov**, Professor, Doctor of Economics, Vice-rector for international relations, Varna University of management (Varna, Bulgaria).

**Tatiana L. Ten**, Professor, Doctor of technical Sciences, Professor of "Information systems" of the Karaganda economic University (Karagandy, Kazakhstan).

**Vladimir M. Moskovkin**, Professor, Doctor of geographical Sciences, Professor of chair of world economy of the Belgorod state national research University, Professor of ecology and neoeology Kharkiv national University named after V. N. Karazin (Kharkiv, Ukraine).

**Alena V. Vankevich**, Professor, Doctor of economics science, Vice-Rector for Science and Research, Vitebsk State Technological University (Vitebsk, Belarus).

**Mamedov Zahid Farrux**, Professor, Doctor of economics science, Director of the Department of Science, Azerbaijan State University of Economics (UNEC) (Baku, Azerbaijan).

**Stryabkova E.A.** associate Professor, doctor of Economics, Professor, head. Department of Economics and modeling of production processes of BelSU (Belgorod, Russia).

**Lyakhova N. I.** Doctor of Economics, professor, department chair of economy and management, Stary Oskol institute of technology of A.A. Ugarov (branch) of NITU "MISIS", (Stary Oskol, Russia)

**Fliginsky T.N.** Professor, Doctor of economic Sciences, Professor, Department of Finance, investment and innovation, Belgorod state national research University (Belgorod, Russia).

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Издатель: НИУ «БелГУ». Адрес издателя: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85. Журнал выходит 4 раза в год

Founder: Federal state autonomous educational establishment of higher education «Belgorod State National Research University»

Publisher: Belgorod State National Research University  
Address of publisher: 85 Pobeda St., Belgorod, 308015, Russia  
Publication frequency: 4/year

## СТАТЬЯ НОМЕРА

## MAIN FEATURE

<b>Лавриненко Я.Б., Тинякова В.И.</b> Вопросы разработки концепции маркетинга торгового центра в современных условиях	<b>3</b>	<b>Lavrinenko Y. B., Tinyakova V.I.</b> Issues of development of the concept of marketing of the trade center in modern conditions	<b>3</b>
---	----------	--	----------

## МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

## WORLD ECONOMY

<b>Айрапетян Г. Р., Айрапетян В. Л.</b> Коммерческая дипломатия во внешнеэкономических отношениях Армении	<b>13</b>	<b>Hayrapetyan G.R., Hayrapetyan V.L.</b> Commercial diplomacy in Armenia's foreign economic relations	<b>13</b>
<b>Хань Цзяхуэй, Растопчина Ю.Л.</b> Исследование количественных и качественных характеристик образовательного рынка Китая	<b>22</b>	<b>Han Jiahui, Rastophina Yu.L.</b> Issledovaniye kolichestvennykh i kachestvennykh kharakteristik obrazovatel'nogo rynka Kitaya	<b>22</b>

## ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

## BRANCH AND REGIONAL ECONOMY

<b>Паршутич О. А.</b> Формирование стратегии хлебопекарных предприятий на примере ООО Пекарь	<b>29</b>	<b>Parshutich O. A.</b> Formation of strategy of baking predapriyatiya on the example of LLC Pekar	<b>29</b>
<b>Тумаркин О. В., Селищева Т.А.</b> Угрозы и риски развития высокотехнологичного сектора российской экономики (на примере авиационной промышленности)	<b>39</b>	<b>Tumarkin O. V., Selishcheva T.A.</b> Threats and risks of development of the high-tech sector of the russian economy (on the example of the aircraft industry)	<b>39</b>

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И УЧЕТ  
НА ПРЕДПРИЯТИИECONOMICS, MANAGEMENT  
AND ACCOUTING A FIRM

<b>Бондарева Я.Ю., Борзенкова Н. С.</b> Применения интернациональной системы показателей эффективности инвестиционного механизма на генерирующих предприятиях энергетического комплекса	<b>47</b>	<b>Bondareva J.Yu., Borzenkova N.S.</b> Applications of the international system of indicators of the investment mechanism efficiency at the generating enterprises of the energy complex	<b>47</b>
<b>Федотов Д.А.</b> Совершенствование механизма нормирования начальной цены контракта в сфере госзакупок на примере эконометрического моделирования цены ноутбука	<b>53</b>	<b>Fedotov D.A.</b> Improvement of the mechanism of rationing the initial contract price in the field of public procurement on the example of econometric modelling of the price of laptop	<b>53</b>

## ФИНАНСЫ

## FINANCE

<b>Алхассан А. М., Соловьева Н.Е., Быканова Н.И.</b> Анализ системы мониторинга и прогнозирования банковских рисков	<b>66</b>	<b>Alhassan A.-M., Solovjeva N.E., Bykanova N.I.</b> The analysis of the system of monitoring and forecasting of banking risks	<b>66</b>
<b>Ристич Милица, Хлусова В.П.</b> Влияние государственного управления на налоговые поступления в Российской Федерации	<b>74</b>	<b>Ristic Militsa, Khlusova V.P.</b> Influence of public administration on tax income in Russian Federation	<b>74</b>
<b>Шадрина А.Д.</b> Оценка кредитных рисков в коммерческих банках	<b>87</b>	<b>Shadrina A.D.</b> The assessment of credit risks in commercial banks	<b>87</b>

СТАТЬЯ НОМЕРА  
MAIN FEATURE

УДК 339.338

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-1

Лавриненко Я.Б.<sup>1</sup>,  
Тинякова В.И.<sup>2</sup>

ВОПРОСЫ РАЗРАБОТКИ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА  
ТОРГОВОГО ЦЕНТРА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

<sup>1</sup> Воронежский государственный технический университет, ул. 20 лет Октября, 84,  
г. Воронеж, 394006, Россия

<sup>2</sup> Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова, Стремянный пер. 36,  
г. Москва, 117997, Россия

e-mail: yaroslav\_lav1@bk.ru, tviktoria@yandex.ru

**Аннотация**

**Предмет исследования.** В статье дана оценка текущему состоянию рынка торговой недвижимости и на этой основе обоснована необходимость разработки эффективной концепции маркетинга торгового центра; описаны элементы такой концепции и перечислены этапы формирования данной концепции с указанием решаемых задач и ключевых партнеров. Особое внимание уделено вопросам позиционирования торгового центра, в частности, созданию бренда и разработке комплекса маркетинговых коммуникаций.

**Целью исследования** является развитие методологических основ формирования концепции маркетинга для торговых центров и выработка практических рекомендаций по реализации каждого этапа процесса разработки данной концепции.

**Методология.** В рамках проведенного авторами статьи исследования: были проанализированы статистические данные о состоянии российского рынка торговой недвижимости и тенденциях развития торговых центров в современных условиях; на основе обобщения отечественного и зарубежного опыта систематизированы факторы, детерминирующие успешное функционирование торговых центров, а также описаны этапы разработки концепции маркетинга торговых центров, реализация которых обеспечивает увеличение их выручки.

**Результаты.** В ходе выполнения исследования авторами были получены следующие результаты: идентифицирован современный спектр составляющих успешной концепции маркетинга торгового центра; определены и описаны этапы разработки такой концепции; сформулированы основные положения позиционирования торгового центра.

**Заключение.** Выбор концепции маркетинга для успешного функционирования торгового центра является первоочередной задачей. Особенно ярко важность концепции проявляется в текущее кризисное время. Сформулированные в статье рекомендации ориентированы на маркетологов-практиков, работающих в сфере торговой недвижимости.

**Ключевые слова:** торговый центр, маркетинг, концепция маркетинга, позиционирование, брендинг.

Lavrinenko Y.B.,  
Tinyakova V. I.

**ISSUES OF DEVELOPMENT OF THE CONCEPT  
OF MARKETING OF THE TRADE CENTER  
IN MODERN CONDITIONS**

<sup>1</sup>Voronezh state technical University, 20 let Oktyabrya str., 84, Voronezh, 394006, Russia

<sup>2</sup>Russian University of Economics. G. V. Plekhanova, Stremyanny lane 36, Moscow, 117997, Russia  
e-mail: a.lazarewa2010@yandex.ru

**Abstract**

**Subject of study.** The article assesses the current state of the retail real estate market and on this basis justifies the need to develop an effective marketing concept for the shopping center; describes the elements of this concept and lists the stages of the formation of this concept, indicating the tasks to be accomplished and key partners. Particular attention is paid to the positioning of the shopping center, in particular, the creation of a brand and the development of a complex of marketing communications.

**The aim of the research** is to develop the methodological foundations for the formation of the concept of marketing for shopping centers and to develop practical recommendations for the implementation of each stage of the development of this concept.

**Methodology.** Within the framework of the research conducted by the authors: statistical data on the state of the Russian retail real estate market and trends in the development of shopping centers in modern conditions were analyzed; based on the synthesis of domestic and foreign experience, the factors determining the successful functioning of shopping centers are systematized, and also the stages of the development of the concept of marketing of shopping centers, the realization of which ensures an increase in their revenues.

**Results.** In the course of the study, the authors obtained the following results: the modern spectrum of components of the successful marketing concept of the shopping center was identified; the stages of development of such a concept are defined and described; formulated the main provisions of the positioning of the shopping center.

**The conclusion.** The choice of the concept of marketing for the successful operation of the shopping center is a priority. Particularly clearly the importance of the concept is manifested in the current crisis time. The recommendations formulated in the article are aimed at marketers practicing in the field of commercial real estate.

**Keywords:** shopping center, marketing, marketing concept, positioning, branding.

**Введение**

Важность разработки эффективной концепции маркетинга торгового центра обуславливается следующими обстоятельствами:

1. Текущей ситуацией на рынке недвижимости, которая характеризуется снижением посещаемости торговых центров на фоне роста свободных площадей. В настоящее время в среднем незанятыми остаются более 12% всех торговых площадей. Следо-

вательно, фактическая выручка торговых центров ниже потенциально возможной. Снижение уровня инвестиций – как российских, так и зарубежных – сочетается с низкой активностью девелопмента в целом. Кроме того, в последние годы наблюдаются высокие темпы инфляции и закономерное по этой причине катастрофическое снижение уровня жизни и покупательской способности.

2. Прогнозная оценка ситуации. Множество торговых центров, которые выходили на рынок в относительно экономически благополучные 2013-2014 годы оказались в непростой ситуации. Руководствуясь высоким текущим спросом и неправильно прогнозируя спрос, торговые центры не могут найти себя среди действующих торговых центров.

Однако сложности возникают не только у недавно введенных торговых центров, но и уже работающих. Войдя на рынок на фоне всеобщего роста экономики, покупательской способности и уровня жизни, торговые центры, конечно же, не планировали вести свою деятельность в периоды кризиса, упадка, депрессии. Самая большая их ошибка заключается в том, что они не продумывали эффективную концепцию маркетинга во время создания бизнес-плана для периода затяжной депрессии.

Следовательно, сегодня перед маркетологами стоит актуальная задача разработки такой адаптивной маркетинговой концепции, которая обеспечила бы получение максимальной прибыли в разные периоды времени торгового центра.

#### **Основная часть**

Важность разработки эффективной концепции маркетинга торгового центра обуславливается следующими обстоятельствами:

3. Текущей ситуацией на рынке недвижимости, которая характеризуется снижением посещаемости торговых центров на фоне роста свободных площадей. В настоящее время в среднем незанятыми остаются более 12% всех торговых площа-

дей. Следовательно, фактическая выручка торговых центров ниже потенциально возможной. Снижение уровня инвестиций – как российских, так и зарубежных – сочетается с низкой активностью девелопмента в общем. Кроме того, в последние годы наблюдаются высокие темпы инфляции и закономерное по этой причине катастрофическое снижение уровня жизни и покупательской способности.

4. Прогнозная оценка ситуации. Множество торговых центров, которые выходили на рынок в относительно экономически благополучные 2013-2014 годы оказались в непростой ситуации. Руководствуясь высоким текущим спросом и неправильно прогнозируя спрос, торговые центры не могут найти себя среди действующих торговых центров.

Однако сложности возникают не только у недавно введенных торговых центров, но и уже работающих. Войдя на рынок на фоне всеобщего роста экономики, покупательской способности и уровня жизни, торговые центры, конечно же, не планировали вести свою деятельность в периоды кризиса, упадка, депрессии. Самая большая их ошибка заключается в том, что они не продумывали эффективную концепцию маркетинга во время создания бизнес-плана для периода затяжной депрессии.

Следовательно, сегодня перед маркетологами стоит актуальная задача разработки такой адаптивной маркетинговой концепции, которая обеспечила бы получение максимальной прибыли в разные периоды времени торгового центра.



**Рис. 1. Элементы эффективной концепции маркетинга торгового центра**  
**Fig. 1. Elements of an effective shopping center marketing concept**

Заметим, что некоторые из выделенных нами составляющих совпадают с критериями эффективности, указанными в работе [Реутов А., 2018].

#### **Этапы разработки концепции маркетинга для торгового центра**

Для разработки эффективной концепции торгового центра надо четко выполнять следующие этапы:

1. Разработка концепции реализации торгового центра как идеи.
2. Разработка архитектурно-планировочной концепции с подготовкой концепции земельного участка.
3. Разработка детального финансового анализа, анализ потока денежных средств и моделирование.
4. Поиск источников финансирования и привлечение инвесторов.
5. Процесс девелопмента и строительство объекта.
6. Сдача площадей в аренду или продажа их.
7. Управление торговым центром.

Рассмотрим каждый этап разработки более подробно.

На первом этапе разработки концепции реализации торгового центра как идеи происходит анализ рынка: опросы непосредственных арендаторов и будущих посетителей, оценка спроса, потенциальной ве-

личины поглощения площадей, поиск будущих операторов и взаимодействие с ними.

На этом этапе маркетинг должен решать следующие задачи:

- определение цели проекта;
- разработка маркетинговой концепции, на основе полученной в ходе исследований информации;
- подготовка стратегии продажи помещений и (или) сдачи их в аренду. Это позволяет спрогнозировать будущий финансовый поток;
- принятие решения о реализации проекта, корректировке плана или отказа от реализации.

На данном этапе у инвесторов ключевыми партнерами становятся консалтинговые компании и маркетинговые агентства.

На втором этапе разработки архитектурно-планировочных решений происходит анализ возможных планировочных решений с принятием во внимание пожеланий потенциальных арендаторов [Маркетинг торговых центров. Текущая практика, 2018]. На этом этапе происходит создание оптимальных архитектурно-планировочных решений в рамках поставленных бизнес-задач.

Основные задачи на втором этапе:

- формирование технического задания на проектирование с учетом полученной информации на первом этапе;

- проведение тендера и выбор архитектурно-проектное бюро с обязательным успешным опытом проектирование подобных торговых центров;

- включение в договор с архитектурно-проектным бюро условий внесения изменений, различных корректировок в используемые материалы по требованию клиентов.

Ключевые партнеры на данном этапе выступают ведущие архитектурные бюро, специализирующиеся на создании концепции торговых центров.

На третьем этапе технико-экономического обоснования, финансового анализа и моделирования происходит разработка и принятие маркетингового плана проекта. Кроме того, маркетинг здесь отвечает за поиск потенциальных клиентов, переговоры по поводу будущих арендных ставок, их индексации и наличия скидок [Chiffarano, N., 2016]. Маркетинг непосредственно влияет на будущий финансовый анализ путем предоставления информации о текущих и прогнозируемых арендных ставок, прогноза развития рынка и региона в целом.

На данном этапе решаются следующие задачи:

- поиск оптимальной стратегии финансирования проекта: кредит в банке, соинвестирование, продажа части проекта;

- создание детальной финансовой модели на основе проработанных маркетинговых и архитектурно-планировочных концепций.

Ключевыми партнерами на период реализации третьего этапа становятся консалтинговые компании.

На четвертом этапе поиска и привлечения инвесторов ведутся переговоры с будущими «якорными» арендаторами. Формирование заинтересованных арендаторов. Подготовка концепции будущего бренда на основе информации об якорных арендаторах.

Ключевые задачи, реализуемые на данном этапе:

- подготовка обоснования проекта, сбор необходимых документов, включая различные маркетинговые исследования, предоставления в банк заявок, презентации проекта возможным инвесторам;

- определение более точных временных сроков реализации проекта и будущей стратегии при реализации с учетом полученного финансирования.

Ключевые партнеры: банки, инвестиционные компании, финансовые фонды.

На пятом этапе процесса девелопмента и непосредственного строительства объекта происходит возведение объекта и итоговое уточнение будущих планировочных решений в зависимости от предпочтений арендаторов и текущего состояния рынка.

Основные задачи пятого этапа:

- контроль заявленных сроков и качества строительства;

- осуществление комплексного анализа будущих архитектурно-планировочных решений в проекте с точки зрения экономической и рыночной конъюнктуры с учетом мнений инвестора, подрядчика, маркетинговых, консалтинговых и архитектурных компаний [Marr, A., 2012].

Ключевые партнеры: девелоперские компании и профессиональные компании, непосредственно управляющие и контролирующие реализацию проекта.

На шестом этапе сдачи площадей в аренду или продажи происходит работа с клиентскими программами, взаимодействие с арендаторами, подготовка пула арендаторов и подписание соответствующих договоров с ними.

Ключевые задачи данного этапа:

- подготовка договоров аренды, продажи или соинвестирования в соответствии с определенной стратегией реализации и требований инвесторов;

- разработка детализированных коммерческих условия, продумать все финансовые и не финансовые вопросы сдачи в аренду или продажи, а также оценить диапазон торга;

- формирование маркетингового отдела, определение задач и мотивационных



инструментов. Кроме того, здесь отбираются агентства недвижимости и рекламные агентства, с которыми в будущем будет взаимодействие.

Ключевые партнеры: агентства недвижимости, рекламные агентства.

Седьмой этап управления торговым центром начинает участвовать в формировании концепции еще во время проектирования [3].

На этапе проектирования команда управления торговым центром озвучивает следующие задачи:

- выработка рекомендаций по будущему проекту от управляющей компании с точки зрения экономической эффективности размещения инженерных систем и оборудования;
- регламентация нужных площадей для размещения обслуживающего персонала управляющей компании;
- участие управляющей компании в процессе приеме торгового центра от подрядчика.

На этапе эксплуатации задачи распределены по трем направлениям:

- целевые посетители (увеличение известности торгового центра среди целевой аудитории);
- конкуренты (повышение доли лояльных посетителей);
- арендаторы (увеличение объема выручки среди арендаторов).

В качестве ключевых партнеров на данном этапе выступают управляющие компании.

На последнем этапе управления, который продолжается до конца жизни проекта, важнейшим моментом становится деятельность отдела маркетинга управляющей компании. Усилия отдела маркетинга должны быть направлены по двум направлениям:

1. Внутри компании. Здесь на первое место выходит создание маркетинговой информационной базы необходимой для принятия дальнейших эффективных маркетинговых и, самое главное, управленческих решений. В рамках данного направления реализуются следующие задачи:

- оценка потенциальных и текущих позиций торгового центра;
- создание нескольких вариантов стратегического развития и продвижения на рынке в зависимости от этапа проекта и конъюнктуры рынка;
- формирование внешнего вида отчетности о работе торгового центра для учредителей или акционеров в зависимости от их предпочтений.

2. На объектах компании различают свою деятельность на «до открытия» и «после открытия».

2.1. До открытия:

- оценка рынка, формирование концепции и определение позиционирования торгового центра;
- создание образа, бреда фирменного стиля, нейминг;
- разработка эффективной концепции брокериджа, его реализация, контроль и поддержка;
- разработка комплекса маркетинговых мероприятий по выводу торгового центра на рынок.

2.2. После открытия:

- постоянный мониторинг предпочтений арендаторов и посетителей торгового центра, представление отчетности и рекомендаций на основе него;
- формирование мероприятий по продвижению;
- подготовка и активное внедрение дополнительных услуг;
- взаимодействие и постоянная коммуникация с арендаторами, учредителями, соинвесторами;
- предоставление сервисов для покупателей.

### **Позиционирование торгового центра**

Очевидно, что цели и текущие задачи маркетинга определяются целями и задачами, которые стоят перед самой управляющей компанией [Столярова А.Н., Русакович М.В., 2017].

Главной целью управляющей компании является постоянное увеличение при-

были, приносимой торговым центром. Достижение этой цели возможно, с одной стороны, при росте выручки (это задача непосредственно маркетинга), и с другой стороны, при оптимизации затрат (это задача обслуживающей службы).

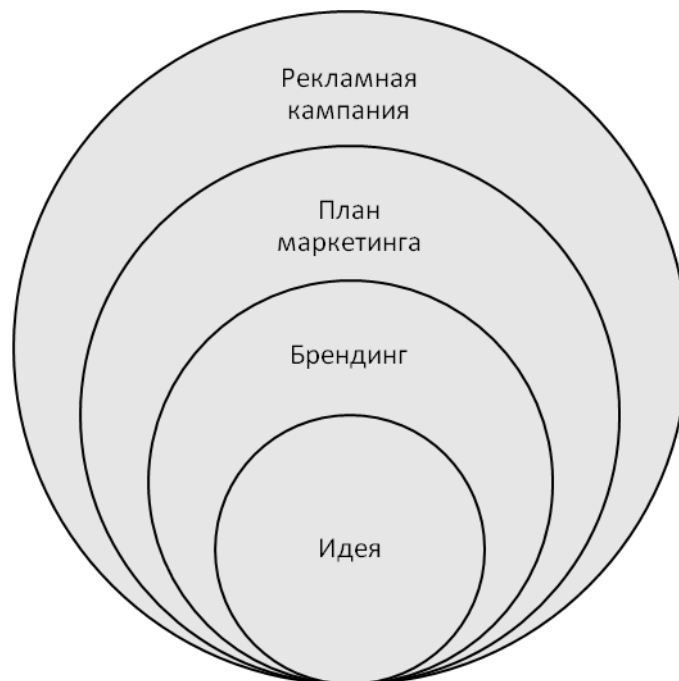
Маркетинговая деятельность может повысить ценность услуг торгового центра для арендаторов и рекламодателей со стороны. Поэтому маркетинг должен быть направлен на обоснование повышенного уровня арендной платы и реализации рекламных площадок арендаторам объекта, так и компаниям со стороны [Иванов Е., 2016].

Таким образом, можно выделить следующие маркетинговые задачи управляющей компании:

- повышение узнаваемости торгового центра среди целевой аудитории;
- увеличение доли лояльных к торговому центру потребителей;
- рост выручки торгового центра.

Заметим, что для эффективной разработки концепции маркетинга следует иметь уникальную идею торгового центра.

В дальнейшем на уникальной идее торгового центра строится позиционирование, составляющие которого отражает рис. 2.



**Рис. 2. Позиционирование торгового центра**  
**Fig. 2. Positioning of the shopping center**

Рассмотрим каждую из составляющих подробнее.

**Идея.** Она отражает суть конкурентных преимуществ торгового центра и отвечает на вопрос: «Почему посетители будут приходить в торговый центр с определенной периодичностью?»

**Брендинг.** Представляет визуально самую суть, четкое дифференцирующее отличие в виде визуальных образов.

**План маркетинга.** Определяет набор инструментов для донесения конкурентных преимуществ данного торгового центра.

**Рекламная кампания.** Реализует план маркетинга, доносит до потребителей выявленные и сформированные преимущества.

Важным моментом в разработке позиционирования и продвижения является создание бренда. Создание бренда ставит следующие задачи:

- необходимость ясного понимания цели самого проекта: реализация на этапе

стройки, реализация уже действующего бизнеса или долгосрочное владение;

- цели задают направление в стратегии бренда;

- выбор стратегии предлагает определенный набор инструментов для реализации конкретной стратегии.

Составляющие или основы для создания бренда:

- капитализация;
- рост устойчивости вне зависимости от текущей ситуации на рынке;

- оптимизация издержек;

- дифференциация;

- прирост добавленной стоимости;

- общественная активность бренда.

Этапы создания бренда:

1. Маркетинговые исследования внешней среды: анализ рынка, оценка конкурентов, прогнозирование развития.

2. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны торгового центра.

3. Подробный анализ и структурирование групп потребителей.

4. Создание стратегии продвижения торгового центра.

5. Создание будущего образа и атрибутов бренда.

Формирование бренда имеет следующие недостатки:

- значительные инвестиции в маркетинг;

- снижение гибкости в выборе стратегий и уровня адаптации к внешней среде;

- вложения на развитие и поддержание бренда.

Преимущества бренда:

- точное воздействие на целевых посетителей, арендаторов;

- создание репутации;

- прозрачность и понятность проекта для будущих и текущих инвесторов;

- лояльность представителей местной власти;

- вероятность коммерческого успеха становится выше.

Брендинг в итоге координирует все процессы: выбор местоположения, аренда-

торов, предлагаемые сервисы, архитектуру и планировочные решения.

### **Маркетинговые коммуникации торгового центра**

Для эффективного продвижения разработанной концепции позиционирования и маркетинга в целом необходимо определить основные компоненты маркетинговых коммуникаций торгового центра [Fosa, A., 2017]:

1. Имидж. Задачи: создание определенного имиджа в сознании целевой аудитории; повышение лояльности целевой аудитории.

Инструменты: реклама, «jingle» и знаки маршрутного ориентирования.

2. Стимулирование сбыта. Задачи: повышение величины среднего чека; стимулирование роста объема продаж у арендаторов.

Инструменты: различные стимулирующие акции, розыгрыши и призы.

3. Массовые мероприятия. Задачи: стимулирование посещений; рост времени пребывания в торговом центре; стимулирование роста продаж; реализация программ партнерского маркетинга; активизация нецелевой аудитории, например, молодежи и подростков.

4. Сервис для покупателей. Задачи: рост уровня сервиса в торговом центре; рост лояльности покупателей;

Инструменты: качественное сезонное оформление; создание дополнительной инфраструктуры; постоянный мониторинг и контроль поведения покупателей.

5. Формирование лояльных посетителей. Задачи: создание пула постоянных посетителей; представление торгового центра в первую очередь как качественный проект.

Инструменты: программы лояльности; подарочные сертификаты.

При реализации указанных выше компонентов маркетинговых коммуникаций следует проводить оценку их эффективности [Стукалова И.Б., Токмачева О.С., 2015.]. Критерием успешности становится выполнение одной из поставленных задач: рост числа посетителей; увеличение объема продаж; рост размера среднего чека.

При разработке концепции маркетинга торгового центра особое внимание следует уделить развлекательной функции. В настоящее время выражается четкая тенденция к увеличению доли развлечений в новых крупных торгово-развлекательных центрах в регионах. Сейчас доля развлекательной составляющей находится в диапазоне 3-15%. Непосредственно на детскую часть развлечений приходится до 4%.

Отметим, что, согласно статистике, 10% посетителей торговых центров приходят с целью посещения развлекательных объектов. Более 50% из них после визита развлекательного центра делают покупки. При этом средний чек покупок не ниже, чем у обычного посетителя. В других исследованиях отмечается, что, если люди выбирают главной целью посещения данный торговый центр как кинотеатр, то 72% из них в дальнейшем выберут его для посещения торговой зоны, поэтому большая важность развлекательной зоны вне всякого сомнения.

#### **Заключение.**

Таким образом, для разработки концепции маркетинга торгового центра необходимо четко следовать рассмотренным этапам. На каждом этапе реализации проекта торгового центра должен присутствовать маркетинг. При этом необходимо учитывать, что важность брэндинга и развлекательной функции в последние годы значительно увеличилась. В разрезе текущей экономической ситуации очень важен грамотный подход к разработке концепции маркетинга как ключевой составляющей успешного торгового центра.

#### **Список литературы**

1. Chiaffarano, N., 2016. How to Turn Your Mailbox Rental and Shipping Store into a Real Money-maker: Making the Transition to a Business Center. Progressive Business Consulting, Inc.
2. Fosa, A., 2017. Designing of an informational network: for V-Continental Business Center. Scholars' Press.
3. Jones, C.W., 2016. Guide to Norfolk as a Business Centre. Forgotten Books.

4. Mapp, A., 2012. Hong Kong: The World City and International Business Centre. Cambridge Academic.

5. Веклова Е.В., Денисова Н.И., Штезель А.Э., Штезель А.Ю., 2012. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации в современных торговых центрах // Экономика устойчивого развития. 2016. № 2 (26). С. 74-84.

6. Иванов Е., 2016. Лучшие торговые центры России. Бизнес-справочник по коммерческой недвижимости. – М.: Стратегия роста, 2016.

7. Козырева О.Н., 2016. Актуальные вопросы развития торговых центров // Science Time. 2016. № 8. С. 55-59.

8. Кублин И., Санинский С., Тинякова В., 2015. Проблемы и противоречия развития маркетинговых исследований в современной рыночной экономике // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 10. С. 113-119.

9. Маркетинг торговых центров. Текущая практика, 2018. URL: [http://pro-conference.ru/wp-content/uploads/2017/03/Shevchuk-Elena\\_GVA-Sawyer.pdf](http://pro-conference.ru/wp-content/uploads/2017/03/Shevchuk-Elena_GVA-Sawyer.pdf) (дата обращения: 12.01.2018).

10. Реутов А., 2018. Девять критериев эффективного ТЦ. URL: [https://shopandmall.ru/articles/9\\_kriteriev\\_effektivnogo\\_TC](https://shopandmall.ru/articles/9_kriteriev_effektivnogo_TC) (дата обращения: 12.01.2018)

11. Столярова А.Н., Русакович М.В., 2017. Профессиональный подход к управлению торговыми центрами // Экономика отраслевых рынков: формирование, практика и развитие. Самозанятость населения: правовое и экономическое регулирование: сборник материалов межвузовской научной конференции и круглого стола, 2017. С. 196-199.

12. Стукалова И.Б., Токмачева О.С., 2015. Торговые центры в РФ: сущность, динамика развития, оценка эффективности // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 11. С. 1637-1648.

#### **References**

1. Chiaffarano, N., 2016. How to Turn Your Mailbox Rental and Shipping Store into a Real Money-maker: Making the Transition to a Business Center. Progressive Business Consulting, Inc.
2. Fosa, A., 2017. Designing of an informational network: for V-Continental Business Center. Scholars' Press.
3. Jones, C.W., 2016. Guide to Norfolk as a Business Centre. Forgotten Books.

4. Mapp, A., 2012. Hong Kong: The World City and International Business Centre. Cambridge Academic.

5. Veklova E.V., Denisova N.I., SHtezel' A.Eh., SHtezel' A.Yu. (2016), "Formation and development of integrated marketing information systems in modern shopping centers", *Ehkonomika ustojchivogo razvitiya*, 2 (26), 74-84.

6. Ivanov E., 2016, Best shopping centers in Russia Business Directory for Commercial Real Estate, M.: Strategiya rosta.

7. Kozyreva O.N., 2016. "Topical issues of shopping centers development" *Science Time*, 8, 55-59.

8. Kublin I., Saninskij S., Tinyakova V., 2015. Problems and contradictions in the development of marketing research in a modern market economy, *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, 10, 113-119.

9. Marketing of shopping centers. Current practice, 2018. URL: [http://pro-conference.ru/wp-content/uploads/2017/03/Shevchuk-Elena\\_GVA-Sawyer.pdf](http://pro-conference.ru/wp-content/uploads/2017/03/Shevchuk-Elena_GVA-Sawyer.pdf)

10. Reutov A., 2018. Nine criteria for an effective shopping center. URL: [https://shopandmall.ru/articles/9\\_kriteriev\\_effektivnogo\\_TC](https://shopandmall.ru/articles/9_kriteriev_effektivnogo_TC)

11. Stolyarova A.N., Rusakovich M.V., 2017, Professional approach to the management of shopping centers, *Ehkonomika otraslevykh rynkov formirovanie praktika i razvitie Samozanyatost naseleniya pravovoe i ehkonomicheskoe regulirovanie*

sbornik materialov mezhvuzovskoj nauchnoj konferencii i kruglogo stola, 196-199.

12. Stukalova I.B., Tokmacheva O.S., 2015, Shopping centers in the Russian Federation: the essence, dynamics of development, evaluation of efficiency, *Rossijskoe predprinimatelstvo*, 16-11, 1637-1648.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Лавриненко Я. Б.** доцент, кандидат экономических наук, доцент Воронежского государственного технического университета, (Воронеж, Россия)

**Lavrinenko Y. B.** Docent, Candidate of Economics, Docent, Voronezh State Technical University, (Voronezh, Russia)

**Тинякова В.И.** профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры информатики и прикладной математики, Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, (Москва, Россия)

**Tinyakova V.I.**, professor, doctor of Economics, professor of the Department of informatics and Applied mathematics, Russian state University (Moscow, Russia).

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА  
WORLD ECONOMY

УДК : 339.9

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-2

Hayrapetyan G.R.<sup>1</sup>  
Hayrapetyan V.L.<sup>2</sup>

COMMERCIAL DIPLOMACY IN ARMENIA'S  
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS

<sup>1</sup>Yerevan State University, Abovyan str. 52, Yerevan, 0025, Armenia

<sup>2</sup>Russian-Armenian (Slavonic) University, O. Emin street 123, Yerevan 0051, Armenia

e-mail: grigor.hayrapetyan@ysu.am, hayrapetyanv@rambler.ru

**Abstract**

Commercial diplomacy widely used among developed countries and it has been started to be used in developing countries. One of the main activities of commercial diplomacy is foreign trade and foreign direct investment promotion. Commercial diplomacy can be viewed a value-creating activity. As well there is some criticism in literature concerning to commercial diplomacy that is stipulated by the possibilities for crossing both public and private interests. Commercial diplomacy can be realized at two levels: national and international. For developing countries like Armenia in international level SME's need at least basic market information which very often differs from their home market structure. In this aspect even productive companies can meet a lot of trade barriers in international trade. Analyzing Armenia's foreign trade and FDI flows we can state that there is a huge potential which is not used yet; and implementation of successful commercial diplomacy can improve the situation.

**Key words:** commercial diplomacy, economic development, Armenia's economy.

Айрапетян Г.Р.<sup>1</sup>,  
Айрапетян В.Л.<sup>2</sup>

КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ ВО  
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ АРМЕНИИ

<sup>1</sup>Ереванский государственный университет, ул. Абовяна, 52,  
г. Ереван, 0025, Республика Армения.

<sup>2</sup>Российско-армянский (славянский) университет, ул. Эмина, 123,  
г. Ереван, 0051, Республика Армения.

e-mail: grigor.hayrapetyan@ysu.am, hayrapetyanv@rambler.ru

**Аннотация**

Одними из главных направлений реализации коммерческой дипломатии являются развитие внешней торговли и привлечение прямых иностранных инвестиций. Коммерческая дипломатия рассматривается в качестве элемента создания стоимости продукции. Вместе с тем применение коммерческой дипломатии имеет определенные критические стороны, обусловленные возможностями срастания государственных и частных интересов. Коммерческая дипломатия

реализуется на двух уровнях: национальном и международном. В Армении, как развивающейся стране с малым внутренним рынком, особенно для малых и средних предприятий актуальна реализация коммерческой дипломатии на международном уровне, что обеспечивает национальные предприятия информацией о мировых рынках. Анализ современной структуры внешней торговли Армении, потоков прямых иностранных инвестиций позволяет сделать вывод о наличии существенного потенциала реализации коммерческой дипломатии.

**Ключевые слова:** коммерческая дипломатия, экономическое развитие, экономика Армении.

### Введение.

The beginning of 21<sup>st</sup> century has witnessed the consolidation of a process of globalization that expanded through the second half of the past century, primarily after the end of the Cold War and the fall of the communist regimes. Today's global economy is in transition from a world led by the United States and other advanced economies, such as Japan and the European Union, to a multipolar system, where emerging economies such as Brazil, Russia, India and China (the so-called BRICS) are increasing their international influence and entering and investing in developed markets. [Гуилермо Вилануева Лоп, 2017] According to World Bank's (WB) World Development Indicators (WDI) data compared with 2007 in 2017 share of developed countries in world's GDP decreased from 74.4% to 62.7%. Most of trade barriers have decreased or removed during last decades. At global level World Trade Organization (WTO) and in regional level the regional economic integration groupings fostered to that. Although formal trade barriers reduced or removed other barriers like "cultural or institutional distance" become more important in international trade relations.

Taking into account the above mentioned we can state that commercial diplomacy is widely used among developed countries and it has been started to be used in developing countries. A universal definition of commercial diplomacy remains absent and it uses various academic fields such as political science, business management, marketing, international relations and political economy. Scholars include different aspects in their definition and commercial

diplomacy is often confused with other activities such as export promotion, economic diplomacy, and trade diplomacy. [Бьорг Илсо Клинкби, 2013] Commercial diplomacy represents the efforts of governments to promote country's business abroad and to attract foreign direct investment (FDI) using diplomatic channels and processes. Commercial diplomacy's final goal is gaining access to new markets and serving the home state economy.

Commercial Diplomacy can be viewed a value-creating activity. By value is meant the utility combination of benefits delivered to the beneficiaries minus the cost of those benefits to business and government. Thus two types of commercial diplomacy services could be distinguished.

1. Primary activities which refers to trade and FDIs, research and technology, tourism and business advocacy.

2. Support activities which provide the inputs needed for the primary activities to occur intelligence, networking, and support for business negotiations, contract implementation and problem solving. [Костецки М. и Нарай О., 2007].

Value chain analysis indicates that most important primary activities of commercial diplomacy are trade promotion and foreign direct investments' attraction. Among the support activities most important are information search and analysis as well as companies information requesting respond time.

### Основная часть.

Thus the aim of our paper is to study the main conceptions of commercial diplomacy and its implementation for Armenia's economy.

As we mentioned above one of the core activities of commercial diplomacy is trade and foreign direct investment promotion. Traditionally trade promotion was performed by the Ministry of Foreign Affairs. Commercial diplomacy can be implemented solely by the Ministry of Foreign Affairs or jointly with Ministry of Trade or Ministry of Economy. In the USA, China and France trade promotion is part of trade policy. Ministry of Trade is responsible for trade promotion and commercial diplomats work with the trade promotion organizations. Ministry of Trade has harmonized work with the Ministry of Foreign Affairs. In Australia, Canada and New Zealand trade promotion activity is separated from trade policy. In this case the responsible ministry (authority) is Ministry of Foreign Affairs which has harmonized work with the Ministry of Trade. In Scandinavian countries (Sweden, Norway, Denmark, Finland and Iceland) trade promotion activity integrated in Ministry of Foreign Affairs which has harmonized work with the Ministry of Trade. [Оливер Нарай, 2008]

There is also some criticism in literature concerning to commercial diplomacy:

- Commercial diplomats will only help their private friends and will therefore only encourage corruption within the diplomatic services.
- There is no need for commercial diplomat activities in a free market economy because buyers and sellers can meet without assistance.
- The quality of the relationship between commercial diplomats and their beneficiaries is highly dependent on the skills and motivation of the individual/team.

According to criticism public diplomacy activity transfers resources from the public sector to commercial activities while is not clear if the private benefits exceed the cost of providing the public service. [Якоп М., ванн Бергейк П., 2009] Taking into account the criticism we assume that for developing countries like Armenia in international level SME's need at least basic market information which very often differs from their home market structure. In this aspect even productive companies can meet a

lot of trade barriers in international trade. Commercial diplomacy can help to overcome trade barriers through diplomatic relations and it can be viewed as a public good which can help domestic economy to grow.

There are some factors that will affect creating and developing commercial diplomacy which can be divided into two groups: national and international. At the international level among the leading factors are trade liberalization, strengthening competition and globalization. At the national level decentralization, market size or domestic demand are the most significant determinants of the investment in commercial diplomacy. It is also important to guarantee the minimum level of knowledge and skill that every single economic diplomat must have. This level relates to:

- maintaining and providing overview of the business needs;
- being familiar with given complex sectors such as bio-tech and IT;
- providing the right networks and contacts;
- being familiar with local regulations, institutions and economic reports;
- searching for potential new business areas;
- attracting investments; and
- promoting positive corporate and country image. [Анна-Мария Боромиса, Сання Тисма, Анастатья Радица-Лейсач, 2012].

Republic of Armenia (RA) is a small open economy with very limited resources. Among the advantages of small states its worth to mention that they are or need to be more flexible and they can take advantage of being a small state because it can be easier to coordinate. It is a fact that the RA's foreign policy has not straight commercial direction. The foreign policy of Armenia is aimed at strengthening the country's external security, maintaining external favourable conditions for the development of the country, presenting the positions of Armenia on the international scene, raising efficiency of protecting the interests of Armenia and its citizens abroad, deepening engagement in the international organizations and processes, strengthening cooperation with the



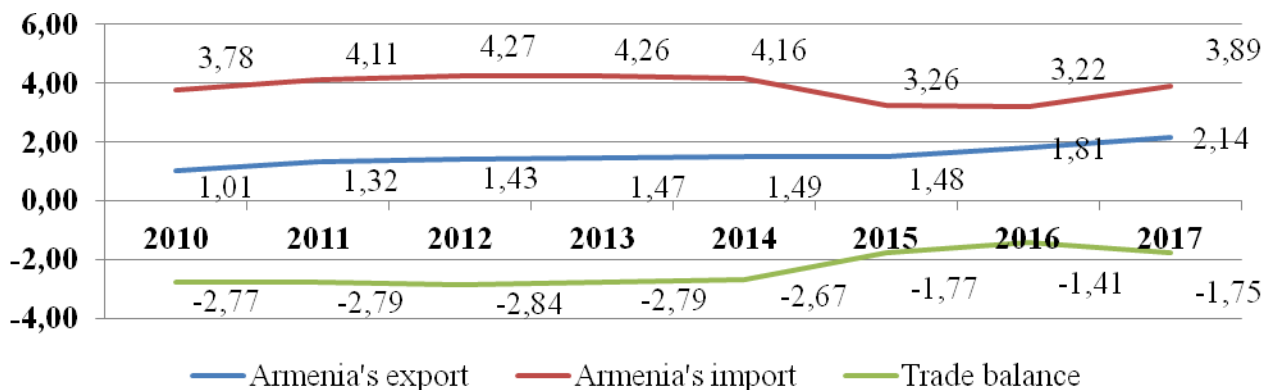
friendly and partner states, as well as resolving regional problems and creating an atmosphere of cooperation. [Министерство иностранных дел Республики Армения, 2018]. Besides this the main priorities of the RA's foreign policy are:

- Armenia is consistent in strengthening and deepening special partnership and allied relationship with Russia, based upon the traditional friendly ties between the two nations.
- Armenia attaches importance to development and deepening of friendly partnership and enhancing cooperation with the United States.
- One of the foreign policy priorities of Armenia is the integration with the European family, on the basis of the commitments, undertaken within the framework of cooperation with

the European structures and organizations, and the common values.

It is obvious that there are not clear economic directions of the RA's foreign trade priorities. In this situation creating and implementing commercial diplomacy can help to solve the problem. Moreover taking into account modern economic situation Armenia needs strong and systematic commercial diplomacy.

According to World Bank Data average economic growth during 2010-2017 amounted almost 4%. The main characteristic of RA's foreign trade flows is the deficit of trade balance. Armenia is a net-importer on the world market. In 2017 RA's export was about 2.14 USD billion, import – 3.89 USD billion. (see Fig 1).

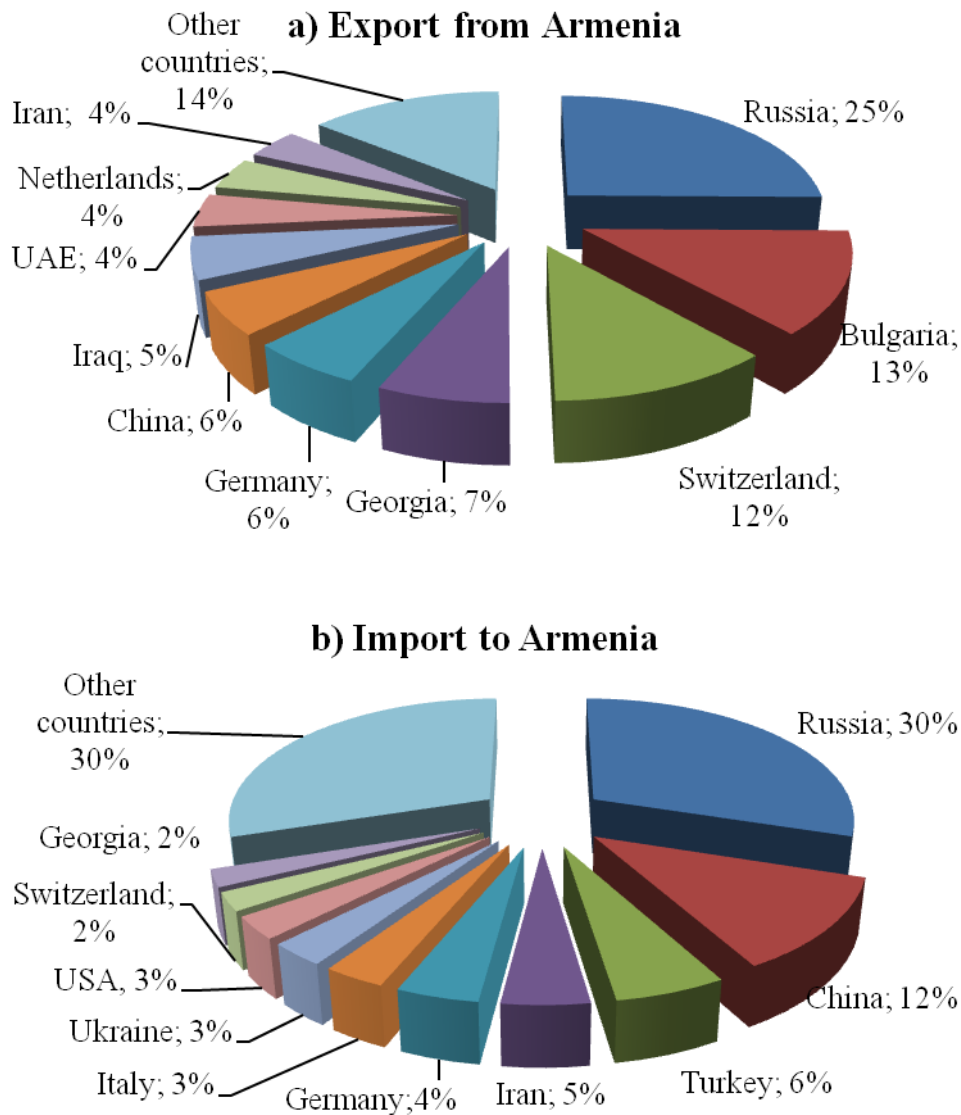


**Figure 1. Foreign trade flows of the Republic of Armenia, billion USD USA [5]**  
**Рисунок 1. Внешнеторговые потоки Республики Армении, млрд. долл. США [5]**

In 2015 Armenia's import comparing to the value in 2014 significantly decreased (-0.9 USD billion) which was result of economic sanctions against Russia. Armenian trade balance deficit for many years has been compensated by the inflows of the transfers. In 2015 the transfers' inflow amounted 1.6 USD billion, while in 2014 the value was about 2.3 USD billion. About 90% of the transfers into Armenian economy come from Russia [Айрапетян В.Л., Айрапетян Г.Р., 2018].

As well both geographical and product compositions of foreign trade flows are dramatic issues for the RA's economy. The data

given on Fig. 2 shows that in 2017 five countries covered 63% of the RA's export and five countries covered 57% of its import. Product structure of export witnesses that preliminary Armenia supplies to foreign markets raw materials (their share is about 50%). Although the Herfindahl indexes for export and import are about 0.12 (it means that foreign trade flows are moderately concentrated); the values of this index for some product groups exceed 0.3, thus export of these goods is highly concentrated (Table). High concentration of foreign trade flows means that a limited number of agents are involved in this activity.



**Figure 2. Main Trade Partners of Armenia, as a share of total trade flow, %, 2017**

[База данных Trade Map., 2018]

**Рисунок 2. Основные торговые партнеры Армении, как доля в общем торговом потоке, %, 2017 г.**

Dynamics of foreign direct investments (FDI) in Armenia has demonstrates the decreasing trend for last decade (Fig 3): net inflows of FDI reduced since 944 USD million in 2008 till 250 USD million in 2017.

As we mentioned above the commercial

diplomacy mainly concentrates on promoting of export and attracting of FDI. The given empirical analysis allows concluding that there is a huge potential which is not used yet and implementation of successful commercial diplomacy can improve the situation.

**Table**  
**Product Composition of Armenia's Foreign Trade Flows [База данных Trade Map., 2018]**  
**Таблица**

**Товарная структура внешнеторговых потоков Армении**

<b>EXPORT from Armenia</b>	<b>As a share to total export, %</b>	<b>Concentration of importing countries<sup>1</sup></b>
All products	100	0.12
Ores, slag and ash	28	0.3
Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad ...	12	0.38
Beverages, spirits and vinegar	11	0.69
Tobacco and manufactured tobacco substitutes	11	0.31
Aluminium and articles thereof	5	0.27
Articles of apparel and clothing accessories, not knitted or crocheted	4	0.36
Iron and steel	4	0.8
Copper and articles thereof	4	0.85
Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	3	0.73
Furniture; bedding, mattresses, mattress supports, cushions and similar stuffed furnishings; ...	2	0.96
Others	16	
<b>IMPORT to Armenia</b>	<b>As a share to total import, %</b>	<b>Concentration of supplying countries<sup>1</sup></b>
All products	100	0.12
Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	16	0.55
Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	9	0.09
Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers...	7	0.2
Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad ...	5	0.26
Pharmaceutical products	5	0.12
Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	4	0.12
Plastics and articles thereof	3	0.1
Aluminium and articles thereof	2	0.57
Articles of iron or steel	2	0.15
Iron and steel	2	0.25
Others	45	

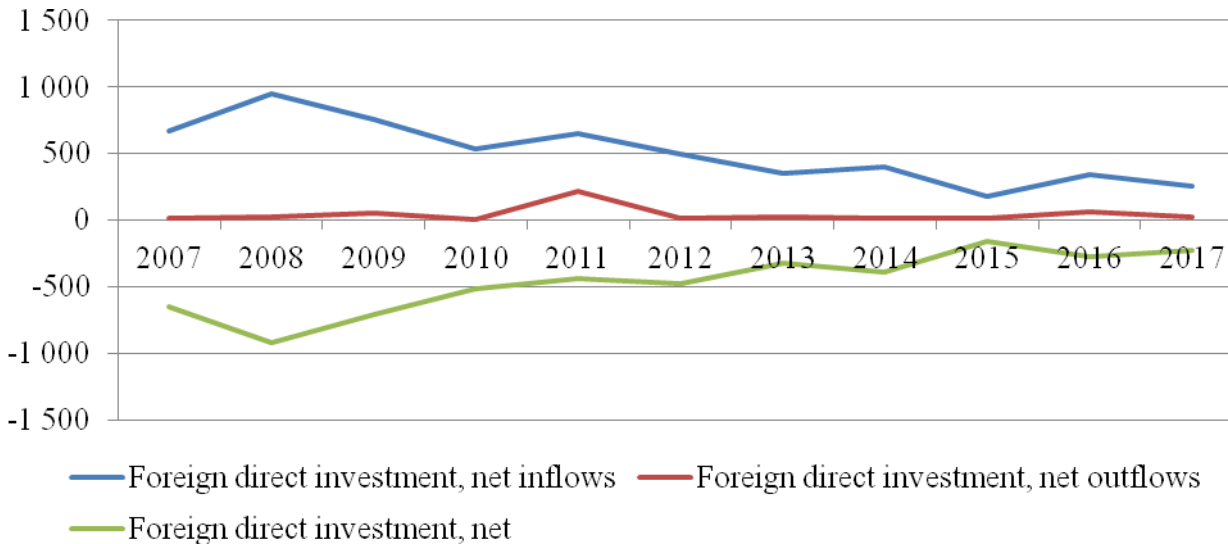
<sup>1</sup> – The concentration is based on the Herfindahl index [База данных Trade Map., 2018]

Commercial diplomacy usually focuses on small and medium enterprises (SMEs), because SMEs need to get basic market information (list of potential buyers, distributors,

importers and etc.). Multinational corporations have or can allocate huge financial resources for their own marketing and market entry strategies and don't need basic market information.

Although multinational corporations can use commercial diplomacy in order to influence relevant policy-making and regulations in the

host country. So implementation of successful commercial diplomacy will help to develop SMEs sector in Armenia.



**Figure 3. Armenia's foreign direct investments, million USD**  
**Рисунок 3. Прямые иностранные инвестиции в Армении, млн. долл. США**  
\*База данных Всемирного банка. Мировые показатели развития, 2018

Besides this governments can benefit from commercial diplomacy services because 'image impact' extends in both directions: successful companies may improve the country's reputation, and 'successful' governments might have a positive impact on a business firm's image. [Оливер Нарай, 2008]. Ambassadors, commercial attachés and other relevant diplomats can have a huge role in developing and maintaining export markets, attracting FDI and creating an image of the host country.

In Armenia commercial diplomacy or economic diplomacy term is not widely used or known. On November 1-2 2016, "Economic Diplomacy" two-day workshop was held at the Ministry of Foreign Affairs of the RA with the support of the International Finance Corporation, a member of the World Bank Group. [Министерство иностранных дел Республики Армения, 2018]

With nothing changed we are passive target for those countries who already successfully implement commercial diplomacy. In case of creating and implementing commercial diplomacy Armenia will become active actor among

other countries. In other words government need to state that promoting Armenia's commercial interests should be central in its foreign policy. Commercial diplomacy has to be central in government program for further economic growth.

There are already some steps to create and implement commercial diplomacy in Armenia. Business Armenia (the rebranded Development Foundation of Armenia) was established by the Government of the RA in 2015, with the mission of promoting the country's economic growth. The aim of the Foundation is to enhance Armenia's rating and competitiveness, attract investments and promote export. Business Armenia promotes cooperation between public authorities and entrepreneurs; implements joint projects, supports foreign investments and provides post investment services [Бизнес Армения, 2018].

Business Armenia has supported exports of over 5 billion 910 million AMD (12.1 million USD dollars) during the months from January to September in 2018. This figure exceeds that of all 12 months of 2017; 5.7 billion AMD

(almost 11.8 million USD dollars). Business Armenia has supported foreign investments of over 17.4 million dollars. MOUs on 28.6 million worth of investments have been signed [Бизнес Армения, 2018].

However it is not sufficient to be succeeded in commercial diplomacy. In order to get maximum benefits Business Armenia needs to work or coordinate its work with Ministry of Foreign Affairs of the RA, RA's embassies in other countries, Ministry of Economic Development and Investments of the RA, and etc.

### Закключение

Summarizing it should be accent that in the long run it is expected that commercial diplomacy has to promote deepen competition and implement government economic program. As for many countries in case of Armenia as well for the first stage it's important to underline whether commercial diplomacy should be conducted only by central government institutions or non government sector can take part and whether it should be bilateral activity or also needs to include multilateral activity. The other question that needs to be underlined at the first stage of creating and implementing successful commercial diplomacy is whether companies need to be highly internationalized or no. As well the selected model of commercial diplomacy should, therefore, respond to the needs of the economy, which in turn depends on the structure of that economy (size of the market and companies, sectors in which they operate and etc.).

### Список литературы

1. Анна-Мария Боромиса, Санья Тисма, Анастасья Радица-Лейсач, 2012. «Коммерческая дипломатия Республики Хорватия или почему Хорватия сегодня отчаянно уждается в сильной и систематической коммерческой дипломатии». Институт Международных отношений ИМО, Загреб.
2. Бьорг Илсо Клинкби, 2013. «Встречи министров – подход коммерческой дипломатии для малых открытых государств». Копенгагенская бизнес школа.
3. Бизнес Армения, 2018. <https://www.businessarmenia.am> (дата обращения 10.10.2018)

4. База данных Всемирного банка. Мировые показатели развития, 2018. URL: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) (дата обращения 26.10.2018).

5. База данных Trade Map., 2018. URL: <http://www.trademap.org> (дата обращения 25.10.2018)

6. Гуилермо Вилануева Лоп, 2017. «Коммерческая дипломатия в глобализованном мире». Пржегляд Стратегичны, №10.

7. Айрапетян В.Л., Айрапетян Г.Р., 2018. Внешняя торговля Армении с основными партнерами // Научный результат. Экономические исследования. – Т. 2, №4, 2016. URL: <http://reconomic.ru/en/economic/article/950/> (дата обращения: 21.10.2018).

8. Костецки М. и Нарай О., 2007. «Коммерческая дипломатия и международный бизнес». Нидерландский институт международных отношений Клингендаел.

9. Министерство иностранных дел Республики Армения, 2018. Внешняя политика URL: <https://www.mfa.am/en/foreign-policy>. (дата обращения 09.10.2018)

10. Министерство иностранных дел Республики Армения, 2018. URL: <https://www.mfa.am/en/press-releases/2016/11/02/eco-dip/6627> (дата обращения 19.10.2018)

11. Оливер Нарай, 2008. «Коммерческая дипломатия: концептуальный обзор». 7-ая международная конференция организаций по продвижению торговли, Гаага, Нидерланды

12. Якоп М., ванн Бергейк П., 2009. «Роль экономической и коммерческой дипломатии», Международный институт социальных наук. Working Paper, No. 478.

### References

1. Ana-Maria Boromisa, Sanja Tišma, Anastasya Raditya-Ležaić, 2012 “Commercial Diplomacy of the Republic of Croatia or Why Croatia Today Desperately Needs a Strong and Systematic Commercial Diplomacy”, Institute for International Relation IMO, Zagreb
2. Bjorg Iiso Klinkby, 2013. “Minister Meetings- a Commercial Diplomacy Approach for Small Open States”, Copenhagen Business School.
3. Business Armenia. Available at, 2018: <https://www.businessarmenia.am> (Accessed 10 October 2018)
4. Database of the World Bank. World Development Indicators. Available at, 2018: URL: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) (Accessed 26 October 2018)

5. Database Trade Map. Available at, 2018.  
URL: <http://www.trademap.org> (Accessed 25 October 2018)

6. Guillermo Villanueva Lop, 2017. “Commercial Diplomacy in a Globalized World”, *Przeegląd Strategiczny*, nr 10.

7. Hayrapetyan, G, Hayrapetyan, V, 2016. “The Foreign Trade of Armenia with Main Partners”, *Научный результат. Экономические исследования*, 4(2) Available at: <http://reconomic.ru/en/economic/article/950/> (Accessed 21 October 2018).

8. Kostecki M. and Naray O., 2007. “Commercial Diplomacy and International Business”, *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael.

9. Ministry of Foreign affairs of the Republic of Armenia. Available at, 2018: <https://www.mfa.am/en/foreign-policy>. (Accessed 09 October 2018)

10. Ministry of Foreign affairs of the Republic of Armenia. Available at, 2018.: <https://www.mfa.am/en/press-releases/2016/11/02/eco-dip/6627> (Accessed 19 October 2018)

11. Oliver Naray, 2008. “Commercial Diplomacy: Conceptual Overview” , 7<sup>th</sup> World Conference of TPO’s, The Hague, The Netherlands

12. Yakop M., van Bergeijk P., 2009, “The Weight of Economic and Commercial Diplomacy”, *International Institute of Social Studies Working Paper*, No. 478.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Айрапетян Г.Р.** доцент кафедры международных экономических отношений, Ереванский государственный университет, кандидат экономических наук.

**Hayrapetyan G.R.**, Associate Professor of Department of International Economic Relations, Yerevan State University, PhD in Economics.

**Айрапетян В. Л.**, старший преподаватель научно-образовательного центра «Глобальное развитие и мегаэкономика» Института экономики и бизнеса РАУ, кандидат экономических наук

**Hayrapetyan V.L.**, Senior Lecturer, Scientific-Educational Center “Global Development and Megaeconomics” Institute of Economics and Business RAU, PhD in Economics

УДК : 37.013.46

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-3

Хань Цзяхуэй<sup>1</sup>,  
Растопчина Ю.Л.<sup>2</sup>**ИССЛЕДОВАНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ  
И КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО РЫНКА КИТАЯ**<sup>1</sup>г. Дэчжоу, Китайская Народная Республика<sup>2</sup>Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
ул. Победы, 85, г. Белгород,

e-mail: rastopchina@bsu.edu.ru

**Аннотация**

В статье рассматриваются теоретические и методологические основы формирования системы образования Китайской Народной Республики, которая должна соответствовать современным требованиям к оценке эффективности деятельности образовательного учреждения. Проанализирован инновационный механизм управления образованием в Китае, а также обоснованы инструменты которые используются и адаптируются к вековым культурным традициям, что позволяет быстро развиваться государству в сфере образования. В статье предложены направления по совершенствованию образовательной деятельности которые не только ориентированы на повышение грамотности граждан, но и эффективности функционирования образовательного процесса в целом по стране Китая.

**Ключевые слова:** образование в Китае, образовательная статистика, обучение, группы студентов, школьники.

Han Jiahui,  
Rastophina Yu.L.**ISSLEDOVANIYE KOLICHESTVENNYKH I  
KACHESTVENNYKH KHARAKTERISTIK  
OBRAZOVATEL'NOGO RYNKA KITAYA**<sup>1</sup> Dezhou City, People's Republic of China<sup>2</sup>Belgorod state national research University  
st. Pobedy, 85, Belgorod, 308015, Russia

e-mail: rastopchina@bsu.edu.ru

**Abstract**

The article discusses the theoretical and methodological foundations of the formation of the education system of the People's Republic of China, which must meet modern requirements for evaluating the performance of an educational institution. The innovative mechanism of education management in China has been analyzed, and the tools used and adapted to the age-old cultural traditions have been substantiated, which allows the state to develop rapidly in the field of education. The article suggests directions for improving educational activities that are not only focused on improving citizens' literacy, but also on the effectiveness of the educational process in the whole country of China.

**Key words:** education in China, educational statistics, training, student groups, schoolchildren.

**Введение.**

В Китае формируется особое отношение к образованию. Просвещение представляет важную значимость в мире, обществе, и в государстве. Школьная система образования в Китае является прямым отражением государственной политики, а Вузы предназначены для решения основных задач: обучения, научного исследования и общественной работы.

Общие проблемы образования и развития анализировали такие ученые-экономисты, как: Акимов, Ю.П., Боровская Н.Е., Карамурзов Р.Б., Томских А.А. Су Сяохуань, Фридман Л.А. и др.

Цель работы. Изучение и дальнейшее совершенствование образовательной деятельности в Китае.

Материалы и методы исследования. В процессе исследования использовались общенаучные эмпирические методы, сравнительный анализ, метод научной абстракции. Используемые в совокупности методы позволили обеспечить достоверность проведенного исследования количественных и качественных характеристик образовательного рынка Китая и обоснованность сделанных выводов.

**Основная часть.**

Китайская Народная Республика (КНР) за последние годы признана лидером среди динамично развивающихся стран и достигла значительных экономических успехов. К 2030 г. Китай сможет обогнать США по такому показателю как «объем ВВП» (из доклада «Глобальные тренды 2030», Национальный разведывательный совет США) [Global education Digest, 2016].

В Китае более 20 лет продолжается реформа высшего образования. Она началась в 1993 году, а в 1998 году был принят новый закон об образовании.

Перед Китаем стоит задача, с которой не сталкиваются другие страны, – создать эффективную систему образования, соединяющей в себе качественное обучение и

многовековую, многонациональную культуру.

Китай успешно внедряет инновационные механизмы управления образованием, использует их инструментально и адаптирует к вековым культурным традициям, что позволяет ему быть быстро развивающимся государством в сфере образования.

Признав образование стратегически важным для социально-экономического и политического развития страны, на начало 21 века в стране уже существовало множество многопрофильных и многоуровневых образовательных организаций:

«– 1137 вузов, где обучается 5,62 млн. человек, в том числе 2,19 млн. первокурсников;

– в 983 вузах открыты отделения аспирантуры, где обучается 219 тыс. соискателей, из них 79,62 тыс. были приняты в 2003 г., и в 2008 г. две трети выходят на защиты;

– открыто 1027 вузов для взрослых, где обучаются 3,91 млн. человек, в том числе 1,79 млн. новичков;

– в стране насчитывается 14198 общеобразовательных средних школ высшей ступени, где обучаются 19,38 млн. человек;

– открыто 19121 средних профессиональных школ всех типов и уровней, в которых насчитывается 12,41 млн. учащихся (включая 1,73 млн. студентов техникумов);

– в средних школах первой ступени всей страны обучается 63,7 млн. человек, 92,7 % окончивших начальные школы поступают в средние школы;

– число учащихся в начальных школах страны достигло 207,12 млн., т.е. 99,61 % детей школьного возраста ходят в школу;

– школьники, по той или иной причине прервавшие учебу в общеобразовательных средних школах первой ступени и в начальных школах, составили в конце 2007 г., соответственно, 2,32 % и 0,67 % от общего числа учащихся;

– в средних профессиональных школах для взрослых обучается 3,61 млн. человек, а



число людей, проходивших курсы технической подготовки для взрослых, составило 89,54 млн.» [Education Counts. Benchmarking Progress in 19 WEI Countries. World Education Indicators, 2017].

При этом Китай далеко не первый на 2016 год по уровню грамотности в азиатском регионе. Процент грамотных, то есть людей, умеющих читать и писать, составляет порядка 83%, что значит, что около 240 миллионов китайцев – письменно не свяжут двух слов. В тоже время Китай занимает первое место в мире по количеству образо-

вательных учреждений – около 1 миллиона и количеству студентов, обучающихся за рубежом. Образование в Китае, в свете своей малодоступности крайне престижно и дорого. Родители часто копят деньги с самого рождения ребенка на ВУЗ, окончание которого гарантирует и им, и их чаду безбедную жизнь и старость [Акимов, Ю.П., 2018].

На сегодняшний день образовательная статистика выглядит следующим образом (таблица 1):

Таблица 1

**Образовательная статистика в Китае**

Table 1

**Educational Statistics in China**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Дошкольное образование</b>										
Количество учеников на одного учителя										
Соотношение ученик / учитель	22,38	22,71	24,04	23,15	23,01	22,27	21,04	19,93	19,08	...
<b>Начальное образование</b>										
Валовой коэффициент потребления в первом классе первичных (%)										
Всего	113,26	109,73	106,05	106,68	...	106,03	103,9	100,81	104,11	...
женский	112,14	109,03	105,07	106,76	...	106,76	104,53	101,18	104,87	...
мужчина	114,24	110,33	106,89	106,61	...	105,41	103,37	100,49	103,45	...
Выживание последнего класса первичных (%)										
Всего	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
женский	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
мужчина	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Валовой коэффициент потребления в последний класс первичных (%)										
Всего	103,23	105,67	106,32	103,6	...	99,89	...	...	...	...
женский	102,8	105,08	105,49	102,71	...	99,23	...	...	...	...
мужчина	103,61	106,19	107,06	104,38	...	100,46	...	...	...	...
Количество учеников на одного учителя										
Соотношение ученик / учитель	17,55	17,22	16,84	16,79	16,85	16,85	16,23	16,29	16,55	...
<b>Среднее образование</b>										
Первичная к вторичной скорости перехода (%)										
Всего	99,36	99,21	99,15	...	97,93	...	...	...	...	...
женский	100	100	100	...	98,83	...	...	...	...	...
мужчина	98,79	98,52	98,42	...	97,16	...	...	...	...	...

Зачисление в техническое и профессиональное образование и обучение (ТПОП) в% от общего числа учащихся в среднем образовании										
Всего	42,64	44,26	45,52	45,49	44,48	45,99	44	42,08	41,03	...
женский	44,12	45,43	43,95	43,65	42,5	43,98	41,75	39,77	38,05	...
мужчина	41,24	43,15	46,9	47,13	46,25	47,83	46,07	44,22	43,76	...
Количество учеников на одного учителя										
Соотношение ученик / учитель	15,99	15,72	15,46	15,15	14,5	15,14	14,28	13,82	13,5	...
Высшее образование										
Валовой коэффициент окончания. МСКО 6 и 7. Первые градусы (%)										
Всего	...	...	...	...	...	18,22	23,75	27,36	30,49	...
женский	...	...	...	...	...	19,13	25,77	30,06	33,94	...
мужчина	...	...	...	...	...	17,39	21,91	24,95	27,41	...

В 2017 году в стране насчитывалось 2914 колледжей и университетов, из которых: 2631 институт (в том числе 265 независимых колледжей) и 283 взрослых высших учебных заведения.

Китай в рейтинге ARWU (Академический рейтинг университетов мира – 2015) представлен 44 университетами, которые вошли в число 500 лучших вузов мира. Среди них Пекинский университет (на 2015 – 101–150), Шанхайский университет Цзяо Тун, Университет Цинхуа, Чжэцзянский

университет и др. [Высшее образование в Китае, 2018].

Министерство образования КНР, а именно Управление интернационального сотрудничества и обменов, отвечает за реализацию интернационального образовательного сотрудничества. В высших учебных заведениях Китая работают центры интернационального обмена и сотрудничества.

Преимущества и недостатки получения образования в Китае представлены в таблице 2:

Таблица 2

**Преимущества и недостатки получения образования в Китае**

Table 2

**Advantages and disadvantages of education in China**

Плюсы	Минусы
Изучение оригинального китайского языка	Требуется много времени и сил на изучение языка
Высокие требования к дисциплине, стабильности посещения занятий	Учебные группы часто перенасыщены студентами
Хорошие условия проживания в студенческих общежитиях	Достаточно высокая стоимость проживания в студенческих общежитиях
Обычный режим занятий – до обеда, затем свободное время	Практически всё свободное время необходимо затрачивать на изучение языка
Выпускники вузов получают образование высокого уровня	Сложно устроиться на работу в Китае по специальности, не имея практики

Высокая потребность в квалифицированных специалистах заставила китайское руководство стимулировать повышение качества обучения при одновременном увеличении их количества.

По мнению представителей Министерства образования КНР, причиной растущего интереса к обучению в Китае, является феноменальный рост экономики страны и понимание того, что знание

китайского языка значительно расширяет карьерные возможности. Увеличившийся поток иностранных студентов отражает и возросший интерес к Китаю как к историческому и культурному центру Азии [Официальный сайт министерства образования КНР].

Общую стоимость обучения в высших учреждениях Китая следует разделить на регистрационный взнос и непосредственно плату за обучение. В зависимости от вида и престижа заведения обе суммы могут быть разными. В большинстве случаев сумма регистрационного взноса варьируется в пределах \$90–200, а годовая оплата за обучение в пределах \$3300–9000.

Естественно, к этим суммам необходимо добавить расходы на жизнь. Для студентов стоимость жизни в городах – Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, составит примерно \$700–750 в месяц. Для других населённых пунктов Китая стоимость проживания варьируется в пределах \$250–550 в месяц.

В целях содействия мобильности зарубежных студентов Министерство образования Китая организует выставки «Образование в Китае», которые были развернуты в разных странах. Правительство Китая добилось интернационального признания теста на уровень владения китайским языком – The Chinese Proficiency Test (HSK), который необходим для того, чтобы проходить обучение на китайском языке [Тянь Сююань., 2015].

Важным событием стало появление глобальной сети институтов Конфуция (Confucius Institute) – сети международных культурно-образовательных центров, создаваемых Государственной канцелярией по распространению китайского языка за рубежом. Министерство образования Китая подписало договоры о признании дипломов с 32 странами, включая Россию, Германию, Англию, Францию, Австралию, Новую Зеландию, Австрию.

По данным Китайской ассоциации высшего образования, 2017 г. в стране обучалось 195 503 иностранных студента из 188 стран и регионов.

Большинство из желающих получить высшее образование в Китае приезжают из Южной Кореи (33%), далее следуют Япония (9,5%), США (7,5%), Вьетнам (5%) и Таиланд (3,7%). Россиян – около 3,5%, или около 7000 студентов, включая тех, кто закончил языковые курсы (в 2016 г. их было 5035 человек), говорится в отчете ежегодника «Китайское образование». Большинство русских предпочитает учить китайский в Пекине или Шанхае. Северо-восток Китая – следующий по популярности, констатирует Канцелярия иностранных дел провинции Гуандун [Фридман Л.А. Карамурзов Р.Б., 2017].

### **Заключение**

По данным Министерства образования КНР, за последние 20 лет Китай отправил в более чем 100 стран мира около 350 000 своих граждан и принял более 380 000 иностранцев [Официальный сайт министерства образования КНР].

Что касается российско-китайских взаимоотношений в сфере образования, то здесь стоит обратить внимание на рекомендации, представленные Смирновой Л.Н., кандидатом политических наук, старшим научным сотрудником ЦЭМИ РАН, экспертом РСМД в Аналитической записке «Научно-образовательное сотрудничество – основа инновационной модели отношений России и Китая» [Боревская, Н.Е., 2015]:

1. Для повышения приоритетности академического сотрудничества между РФ и КНР представляется целесообразным объявить серию перекрестных годов «годами науки, образования и инноваций».

2. Для привлечения китайских студентов в Россию и российских студентов в Китай необходимо: сместить акцент с количества на качество студентов и программ обучения; сосредоточиться на привлечении студентов на неязыковые специальности и направления; проявлять гибкость в использовании языков обучения – русского, китайского, английского или их сочетания.

3. Для расширения академической мобильности среди российско-китайских преподавателей необходимо: поощрять ученых

двух стран в налаживании рабочих контактов с ориентиром на совместные НИОКР; расширить возможности постоянного и временного трудоустройства для российских и китайских специалистов в научно-образовательных учреждениях двух стран; наладить грантовую поддержку преподавателей.

4. Для развития совместных университетов: оказывать приоритетную поддержку уже существующим проектам; ориентироваться на одного китайского престижного партнера, выстраивая с ним стратегическое партнерство, а не распыляться; проявлять гибкость в вопросах образовательных программ и стандартов, учитывая культурные различия между Россией и Китаем.

#### Список литературы

1. «Китай», 2017. Ежемесячный журнал. – М.: «Жэньминь Хуабao», 2017.
2. Atlas of International Student Mobility, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atlas.iienetwork.org>
3. Education and the Asian Surge, 2017. RAND Center for Asian Pacific Policy, 2017.
4. Education Counts. Benchmarking Progress in 19 WEI Countries. World Education Indicators, 2017. Institute for Statistics, UNESCO.
5. Education Law of the People's Republic of China, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.chinastudy.ru/university/info\\_for\\_students](http://www.chinastudy.ru/university/info_for_students) Institute of International Education [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iienetwork.org>
6. Global education Digest 2016. Comparing Education Statistics Across the World. Institute for Statistics, UNESCO.
7. Акимов, Ю.П., 2018. Система образования КНР [Электронный ресурс] / Ю.П. Акимов // Министерство образования и науки РФ. Российское образование для иностранных граждан. – Режим доступа: <http://www.russia.edu.ru/information/met/edusys/1206/>
8. Боровская, Н.Е., 2015. Россия – Китай: образовательные реформы на рубеже XX-XX I вв. – М.: Российская Академия образования, Центральная Академия педагогических исследований КНР, 2015.

9. Высшее образование в Китае, 2018 [Электронный ресурс] // Коммерческий компас. – Режим доступа: <http://www.allchina.ru/rus/edu/highedu.php> Русско-китайский фонд развития культуры и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chinastudy.ru>

10. Официальный сайт министерства образования КНР, 2018: [www.moe.edu.cn](http://www.moe.edu.cn)

11. Сайт Негосударственного фонда поддержки образования в Китае The Zigen Fund, 2018: [www.zigen.org](http://www.zigen.org)

12. Су Сяохуань, 2014. Образование в Китае – реформы и новшества. – Пекин: Межконтинентальное изд-во Китая, 2014.

13. Томских А.А., 2015. Формирование региональных трансграничных научно-образовательных систем в условиях глобализации. – Пермь: 2015 г.

14. Тянь Сюеюань., 2015. Народонаселение Китая. – Пекин: Межконтинентальное изд-во Китая, 2015.

15. Фридман Л.А. Карамурзов Р.Б., 2017. Проблемы международных экономических сопоставлений (Китай, Россия и другие страны в геоэкономической картине мира). – М.: Журнал Россия XXI, № 4, 2017, С. 20-57.

#### References

1. "China", 2017. Monthly magazine. – М.: "Renmin Huabao", 2017.
2. Atlas of International Student Mobility, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atlas.iienetwork.org>
3. Education and the Asian Surge, 2017. RAND Center for Asian Pacific Policy, 2017.
4. Education Counts. Benchmarking Progress in 19 WEI Countries. World Education Indicators, 2017. Institute for Statistics, UNESCO.
5. Education Law of the People's Republic of China, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.chinastudy.ru/university/info\\_for\\_students](http://www.chinastudy.ru/university/info_for_students) Institute of International Education [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iienetwork.org>
6. Global education Digest 2016. Comparing Education Statistics Across the World. Institute for Statistics, UNESCO.
7. Akimov, Yu.P., 2018. Education system of the PRC [Electronic resource] / Yu.P. Akimov // Ministry of Education and Science of the Russian Federation. Russian education for foreign citizens. – Access mode:

<http://www.russia.edu.ru/information/met/edusys/1206/> (in Russian)

8. Borevskaya, N.E., 2015. Russia – China: educational reforms at the turn of the XX-XX centuries. – Moscow: Russian Academy of Education, Central Academy of Pedagogical Research of China, 2015. (in Russian)

9. Higher education in China, 2018 [Electronic resource] // Commercial compass. – Access mode: <http://www.allchina.ru/rus/edu/highedu.php>

10. Russian-Chinese Foundation for the Development of Culture and Education [Electronic resource]. – Access Mode: <http://www.chinastudy.ru>

11. Official website of the Ministry of Education of China, 2018: [www.moe.edu.cn](http://www.moe.edu.cn) Website of the Non-State Fund for the Support of Education in China The Zigen Fund, 2018: [www.zigen.org](http://www.zigen.org)

12. Su Xiaohuan, 2014. Education in China – reforms and innovations. – Beijing: Intercontinental Publishing House of China, 2014.

13. Tomskikh AA, 2015. Formation of regional cross-border research and educational systems in the context of globalization. – Perm: 2015. (in Russian)

14. Tian Xueyuan., 2015. Population of China. – Beijing: Intercontinental Publishing House of China, 2015.

15. Friedman, L.A. Karamurzov RB, 2017. Problems of international economic comparisons (China, Russia and other countries in the geo-economic picture of the world). – М.: Magazine Russia XXI, No. 4, 2017, pp. 20-57. (in Russian)

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Хань Цзяхуэй** выпускник Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Дэчжоу, Китайская Народная Республика

**Han Jiahui**, graduate of the Belgorod State National Research University, Dezhou City, People's Republic of China

**Растопчина Ю. Л.** кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономика Института экономики и управления, НИУ «БелГУ», г. Белгород, Россия

**Rastopchina Yu.L.** Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of World Economy, Institute of Economics and Management, Belgorod State University, Belgorod, Russia

**ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА  
BRANCH AND REGIONAL ECONOMY**

УДК 658.8

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-4

Паршутич О. А.

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ХЛЕБОПЕКАРНЫХ  
ПРЕДАПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПЕКАРЬ»**

Полесский государственный университет, ул. Днепровской флотилии, 23, Пинск,  
225710, Брестская область, Республика Беларусь

e-mail: olgaketko@mail.ru

**Аннотация**

Организация сбытовой политики является одним из самых важных аспектов деятельности любого предприятия. От правильно организованной сбытовой политики зависит конкурентоспособность предприятия. Управление каналами сбыта, управление ассортиментом, управление закупками и поставками, все это оказывает непосредственное влияние на финансово-экономические показатели деятельности предприятия. Учитывая это, следует понимать, что разработка маркетинговых стратегий не может идти в отрыве от сбытовой политики фирмы. Эти два процесса сильно взаимосвязаны, поэтому один без другого они теряют свой смысл. Актуальность данной работы состоит в том, что возможности сбытовой деятельности и виды инструментов сбыта, применяемые к конкретному предприятию не универсальны. Не существует единой формулы формирования и совершенствования сбытовой деятельности, следуя которой каждое предприятие могло бы быть доминирующим в своем сегменте рынка. Для организации и совершенствования сбытовой деятельности предприятия, нужно иметь четкое представление о подходах и инструментах, которые могут быть применимы в рамках конкретной рыночной ситуации.

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, товарная политика, конкуренция, продвижение продукции, сбыт.

Parshutich O. A.

**FORMATION OF STRATEGY OF BAKING  
PREDAPRIYATIYA ON THE EXAMPLE OF LLC PEKAR**

Polesie State University, ul. Dnieper flotilla, 23, Pinsk, 225710, Brestskaya obl., Belarus

e-mail: olgaketko@mail.ru

**Abstract**

Organization of sales policy is one of the most important aspects of any enterprise. Competitiveness of an enterprise depends on properly organized sales policy. Management of distribution channels, assortment management, procurement and supply management, all this has a direct impact on the financial and economic performance of

the enterprise. Given this, it should be understood that the development of marketing strategies can not go in isolation from the marketing policy of the company. These two processes are highly interrelated, so they lose their meaning without the other. The relevance of this work lies in the fact that the possibilities of sales activity and the possibilities and types of sales tools applied to a specific enterprise are not universal. There is no single formula for the formation and improvement of sales activities, following which every enterprise could be dominant in its market segment. In order to organize and improve the sales activity of an enterprise, you need to have a clear understanding of the approaches and tools that can be applied in a specific market situation.

**Keywords:** marketing strategy, product policy, competition, product promotion, sales.

### Введение

Развитие рыночных отношений в стране сопровождается качественными изменениями в экономической жизни. Производство ориентируется на запросы потребителей, ускорение НТП ведет к появлению новых отраслей, производств, технологий, резкому сокращению жизненного цикла товаров, возрастают требования к качеству и престижности товара, его торговой марки, репутации фирмы-производителя. Параллельно увеличивается степень неопределенности рыночной конъюнктуры. В этих условиях требуются серьезные перемены на микроуровне, имеющие целью переориентацию хозяйствующих субъектов на новые подходы, методы и формы работы. Среди них важнейшее место занимает разработка и обоснование стратегии маркетинга.

Вопросы обоснования стратегии маркетинга освещены как в переводной, так и в отечественной литературе. Из переводных монографий, безусловно, наибольший вклад в развитие данного направления маркетинга внесли работы Ф. Котлера, Б.Бермана и Дж.Р.Эванса, Е. Дихтля и Х. Хершгена, Б. Карлоффа, Ж-Ж. Ламбена, С. Рэппа, М. Портера, А. Дайана и Ф. Букереля. Среди отечественных авторов следует отметить А.А.Бравермана, Е.П.Голубкова, А.П. Дурович, С.В. Никифорову, А.Ю. Юданова, А. Гольцова, Б.А. Соловьева.

Однако, несмотря на все эти факты, большинство отечественных предприятий не имеет четко обоснованной стратегии маркетинга. Недостаток отечественных раз-

работок, обеспечивающих возможность обоснования маркетинговой стратегии, разнообразие подходов и неоднозначность толкования терминов в этой области, а также аномальные явления в экономике (всеобщие неплатежи, бартер, взаимозачеты и т.п.), стереотипы экономического мышления хозяйственных руководителей старого поколения, дефицит квалифицированных кадров и другие объективные факторы во многом являются причинами того, что сегодня в нашей стране предприятия не имеют четко сформулированной и обоснованной стратегии своего развития. В таких условиях наличие соответствующего теоретико-методического обеспечения процесса обоснования маркетинговой стратегии является предпосылкой для ее разработки на практике. Однако, анализ литературы показывает, что значительная часть источников имеет учебный или популярный характер, в то время как серьезных научных трудов в данной области недостаточно. Кроме того, вопросы маркетинга в нашей стране исследованы неравномерно: при относительно хорошо представленных разделах маркетинга, таких как, например, рекламная политика, есть направления, разработанные в значительно меньшей степени. К их числу, в первую очередь, можно отнести разработку маркетинговой стратегии предприятия.

### Основная часть

Маркетинговая стратегия связана с анализом конкурентов, с разработкой целей и прогноза долгосрочных перспектив развития предприятия и рынка, анализа потреб-

ностей покупателей, оценки ресурсов и возможностей предприятия.

Анализ конкурентов и выработка конкретных действий в отношении главных соперников помогают предприятию занять более прочную позицию на рынке. Проведение анализа деятельности конкурентов связано с систематическим накоплением информации. Прежде всего, выявлены основные конкуренты, которые оказывают значительное влияние на осуществление деятельности предприятия – Пинский копром; сетевые магазины, такие как “Евроопт”, “Алми”, которые существенно наращивают объемы производства; КУП “Минскхлебпром”, Ивацевичское РайПО, Иваново ЧУП “Светлан”.

43,4% от общего объема рынка хлебобулочных изделий г. Пинска и Пинского района занимают конкуренты. К ним относятся: пекарня Пинского РАЙПО (г. п. Логишин, д. Погост) – выпускают хлебобулочную и кондитерскую продукцию, ОАО “Надзея” г. Пинск – хлебобулочную и кондитерскую продукцию, супермаркет и универсам “Алми” (ЗАО “Юнифуд”), гипермаркет и супермаркет “Евроопт” – производство хлебобулочной и кондитерской продукции в собственных пекарнях, Ивановское РАЙПО и ЧТУП “Светлана” – хлебобулочные изделия и кондитерские изделия, магазины ООО “Санта Ритейл” – производство хлебобулочной и кондитерской продукции в собственных пекарнях, ЧУП “ДМК-хлеб” г. Берёза, ЧТУП “Бася”, ОАО Берестейский пекарь Брестский хлебо завод.

Для выявления причин уменьшения объемов производства был проведен мониторинг торговой сети г. Пинска. В результате анализа цен конкурентов, присутствующих на рынках, где реализуется кондитерская и хлебобулочная продукция Пинского хлебозавода, выявлено, что ценовой уровень кондитерской продукции нашего предприятия является приемлемым, хлебобулочные изделия находятся в высшей ценовой категории.

Общее падение объемов реализации продукции предприятия вызвано

увеличением производства и реализации хлебобулочных изделий самими торговыми предприятиями (увеличили производство ЧУП “Гудьер”, ОАО “Бакалея-Пинск” (продукция реализуется во своей сети магазинов “Бакалея –Пинск”, выпечка производится в магазинах ООО “Санта Ритейл” : “Санта-18”, “Санта-1”, “Санта-47”, “Санта-66”, и распределяется между близ лежащими магазинами ОАО “Санта”, в 2-х магазинах “АЛМИ”, в гипермаркете “Евроопт”).

Конкуренция на рынке наблюдаются как со стороны других хлебозаводов и пекарен, так и со стороны крупных товаропроводящих сетей с собственным производством: ТЦ ”Корона“, ООО ”Юнифуд“ (АЛМИ), ОАО ”Продтовары“, ОАО ”Рестр-эйд“, ”Евроторг“, ”МартИннФуд“.

Гипермаркет “Евроопт”, супермаркеты “Алми”, привлекающие покупателей широчайшим ассортиментом товаров всех групп и ценовых уровней, систематическими акциями по снижению цен на большое количество товаров, наличием большого кулинарного отдела, своей работой привели к перераспределению покупателей в городе Пинске и произошёл отток большого числа покупателей из городской сети в эти крупные торговые объекты.

Аудит текущих конкурентов – одна из форм маркетингового контроля. Большинство компаний не в состоянии предпринять всесторонний анализ своих конкурентов, их преимуществ и недостатков. Но отдельные конкуренты заслуживают пристального внимания, поскольку становится очевидным, что именно они претендуют на захват существующей рыночной доли компании.

На основе анализа конкурентов используется два вида товарной (ассортиментной) политики: концентрическая – когда работники предприятия ведут поиск новых товаров, которые соответствуют специализации предприятия и требованиям рынка и горизонтальная – когда новый товар предприятия является продолжением вы-



пускаемого продукта без изменения технологии производства.

Более успешному продвижению продукции на рынок способствуют также проведение выставок – продаж, выставок ярмарок с обязательным проведением на них дегустаций продукции. Всего за 2017 год проведено более 128 дегустаций, что способствовало увеличению реализации продукции. Проведение таких мероприятий дает положительный результат, особенно при внедрении в производство новых видов изделий. Способствует увеличению продаж, изучению покупательского спроса, улучшению качества продукции, более тесному контакту с торговлей и с покупателями.

Стратегической задачей по развитию внешнеэкономической деятельности филиала ОАО “Берестейский пекарь” Пинский хлебозавод является обеспечение прогно-

зных темпов роста объема экспорта хлебобулочных и кондитерских изделий за счет освоения новых видов продукции с повышенными потребительскими свойствами, улучшения качества выпускаемых изделий, сокращения затрат, проведение целенаправленной ценовой политики, стимулирования развития дилерской сети для продвижения белорусского товара в Россию.

В 2017 году Пинский хлебозавод принимал участие в выставках-ярмарках за пределами Республики Беларусь.

Продолжена работа по трём договорам с торговыми предприятиями Российской Федерации на поставку продукции Пинского хлебозавода, по ним осуществлялась отгрузка продукции на экспорт.

Сумма поставок на экспорт в 2017 году представлена в таблице 1.

**Таблица 1**

**Выполнение доведенного задания по экспорту за 2017 год**

**Table 1**

**Performance of the finished export task for 2017**

Наименование филиала	2017 год	Плановое значение на 2017 год	Выполнение плана	2016 год	Темп роста 2017 к 2016 гг., +/-
Пинский хлебозавод	284,11	276,3	+7,8	247,80	+114

Высокие показатели по экспорту достигнуты благодаря возобновлению работы с прежними партнерами и заключением новых договоров. Кроме того, проведена работа по анализу ассортимента продукции, реализуемой в рамках выставок-ярмарок.

**Средства продвижения продукции на рынок.**

При продвижении товаров на рынок специалисты Пинского хлебозавода применяют различные методы:

- информирование потребителей о товаре (где можно купить товар, какова его цена и другая информация о характеристиках товара);

- убеждение в достоинствах товара, мотивация к покупке данной продукции;

- напоминание о товаре, необходимое для стимулирования дополнительного спроса.

Средства продвижения продукции на рынок, используемые специалистами ОМТСиС:

- **Личная (персональная) продажа.** Она представляет собой регулярные контакты продавца с потребителем. Специалисты отдела сбыта дают квалифицированную и полную информацию о продукции, производимой на предприятии, о ее качественных характеристиках и свойствах, отражая ее достоинства, убеждая покупателя в целесообразности приобретения именно нашей продукции;

- **Общественные связи.** Успеху большинства предприятий способствуют

благоприятные отношения с общественностью. Большинство потребителей предпочитают предприятия с хорошей репутацией, сумевших создать себе благоприятный образ уважаемой фирмы. Работниками Пинского хлебозавода ведется работа по поддержанию репутации надежного партнера, производителя качественной продукции;

- **Стимулирование сбыта.** Это средство повышает эффективность рекламы и персональной (личной) продажи. Стимулирование сбыта на Пинском хлебо-

заводе включает следующие виды деятельности:

1. Поощрение продавцов за хорошую работу;
2. Бесплатное приложение небольшого сувенира к товару;
3. Оптовым покупателям предоставляются скидки;
4. Организация выставок – продаж, дегустаций.

Результаты выставочной деятельности ОАО "Берестейский пекарь" за 2017 год представлены в таблице 2.

**Таблица 2**  
**Выставочная деятельность ОАО "Берестейский пекарь" в 2017 году**

**Table 2**

**- Exhibition activity of Beresteysky Baker OJSC in 2017**

Наименование выставки	Количество договоров, шт.	Средний доход по договору, у.е.	Затраты на выставку, у.е.	Эффективность выставки
"Белпродукт" в г. Минск	3	2840	800	3 · 800/2840
				10,65
"Беллепром" г. Минск	5	2940	840	5 · 840/2940
				17,5
"Продэкспо – 2017" г. Москва	6	3917	950	6 · 950/3970
				24,74
				7,22

Из таблицы 2 видно, что наиболее затратной оказалась выставка "Продэкспо – 2017" в г. Москве, а наименее затратной – выставка в г. Минске "Белпродукт", однако наибольшая эффективность была у выставки "Беллепром" в г. Минске (17,5). Максимальное число заключённых договоров равно 6.

- **Сервис.** Удовлетворение запросов покупателей, качественное обслуживание клиентов может гарантировать новые заказы в будущем. Сервис создает доверие к фирме. Примером сервиса на Пинском

хлебозаводе может служить установление возможности возврата или обмена товара.

- **Создание положительного общественного мнения.** Этот метод представляет собой бесплатное сообщение о производителе или его продукции с помощью средств массовой информации.

Специалистами Пинского хлебозавода используются различные виды рекламных обращений.

Затраты и темпы роста затрат на рекламные мероприятия представлены в таблице 3.

**Таблица 3**

**Затраты на рекламные мероприятия 2016-2017 гг.**

**Table 3**

**The cost of promotional activities 2016-2017**

Наименование	2016 год	2017 год	Темп роста 2017 к 2016 гг., %
Реклама и PR в прессе	68,9	97	140,78
Наружная реклама в т.ч. и на транспорте	24	45,5	189,58
Рекламно-подарочная продукция	16	36	225,00
Дегустации (продукция)	30	42	140,00
Выставки	144	137	95,14
Реклама на радио	96	60	62,50
<b>ИТОГО:</b>	<b>378,9</b>	<b>417,5</b>	<b>110,19</b>

Из таблицы 3 видно, что наблюдается рост затрат на рекламные мероприятия, это говорит об усовершенствовании коммуникационной политики предприятия.

Одной из весомых статей затрат на рекламные мероприятия являются затраты на проведение выставок и ярмарок, которые позволяют не только представить продукцию хлебозавода, но и наладить новые контакты с поставщиками сырья и потенциальными покупателями.

Одним из носителей рекламы, используемой Пинским хлебозаводом, являются средства массовой информации (СМИ). Пинский хлебозавод размещает информационные статьи в местных газетах. Такая реклама является одной из самых удобных, так как можно не только дать рекламное объявление общепринятого формата, но и дать в интервью руководителя, специалиста предприятия скрытую рекламу или просто статью о предприятии или продукции. Основным факторам, влияющими на выбор издания, является тираж. По данному показателю наиболее целесообразным является размещение рекламы в местных газетах “Пинский вестник” и “Варяг”.

**Участие в выставках** дает возможность продемонстрировать свой продукт. Также на стенде будут проводиться дегустации продукции, раздачи сувениров (ру-

чек с логотипом фирмы, календарей), прайс-листов с ценами, буклетов с контактными телефонами и ассортиментом.

**Ассортиментная политика.** Одним из главных направлений работы отдела сбыта является разработка ассортиментной политики. Специалистами отдела сбыта Пинского хлебозавода производится анализ ассортимента продукции, включающий в себя анализ объема производства каждого наименования, учет возвратов данного вида, анализ цен аналогов конкурентов, анализ целесообразности затрат на продвижение товара.

Результатом данной деятельности является реформирование ассортимента: замена нерентабельных и не пользующихся спросом изделий, разработка плана продвижения наименования продукции на рынок, внедрение в производство новых видов продукции. Кроме того, огромное внимание уделяется ассортименту продукции, на которую существует временный спрос – это постные изделия, пасхальные куличи. Продукция для покупателей с ограничениями в питании (диета, диабет) так же занимает немаловажное место в ассортименте продукции Пинского хлебозавода.

Основными элементами (или фазами) планирования ассортимента продукции на Пинском хлебозаводе являются:

1. Выявление текущих и потенциальных (неудовлетворенных) потребностей покупателей; особенностей поведения покупателей (потребителей) в данном сегменте рынка (например, для покупателей Пинска немаловажное значение имеет форма изделия);

2. Критическая оценка собственных товаров;

3. Оценка конкурирующих изделий-аналогов тем же углом зрения;

4. Анализ потребительских оценок качества вырабатываемых изделий, т.е. определение степени их соответствия запросам покупателей (потребителей) с точки зрения способности удовлетворить конкретную потребность в функциональном и эстетическом отношении (анкетирование);

5. Определение того, какими изделиями должен быть пополнен вырабатываемый ассортимент продукции и какие изделия следует исключить из него по причинам недостаточной рентабельности, моральной старости, снижения конкурентоспособности;

6. Рассмотрение предложения об освоении новых изделий, усовершенствовании освоенной продукции;

7. Разработка технических заданий на новые или улучшенные изделия в соответствии с требованиями покупателей;

8. Изучение с помощью специалистов перспектив производства новых или усовершенствованных изделий, включая вопросы цен, себестоимости и рентабельности;

9. Тестирование продукции с привлечением потенциальных потребителей для выявления ее соответствия покупательскому спросу по всему кругу основных показателей: качеству, внешнему виду, упаковке, цене, потребительской ценности;

10. Разработка специальных рекомендаций для работников лаборатории в отношении ее качества, размера, формы, веса, наименования, цены, упаковки;

11. Подготовка мероприятий по сбыту продукции, включая: разработку плана проведения дегустаций и других мероприятий по стимулированию сбыта.

Задача ассортиментной политики – соотношение выпускаемого товара со спросом по качественным характеристикам и объемам, т.е. приведение предложения в соответствие со спросом. Система формирования ассортимента:

- такая продукция как заварные хлеба, багеты, бездрожжевые хлеба, элитный хлеб, хлеб консервированный спиртом пользуется популярностью не только в Пинске, но и в Столине, Иваново, Ивацевичах, Ганцевичах и других городах и районах;

- кремовые кондитерские изделия (торты и пирожные), заказные торты нашли своих покупателей в Столинском районе, в г. п. Телеханы, г. Ганцевичи и других городах и районах.

В 2017 году на предприятии практически полностью обновился ассортимент хлебобулочных изделий и значительно расширился ассортимент кондитерских изделий.

При запуске в производство новых видов продукции на предприятии проводятся совместные совещания с руководителями торговых организаций города, с обязательным проведением дегустации новых изделий. Это позволяет быстрее ознакомить торговлю с новой продукцией и, соответственно, увеличить ее сбыт в краткие сроки.

Большое внимание уделяется упаковке продукции. Упаковка не только удлиняет сроки реализации, но и придает эстетически красивый вид изделию, а также является определенной рекламой продукции. Разработан и внедрен в производство новый дизайн упаковки на хлебобулочные и кондитерские изделия.

**Товарная политика.** Реализация товарной политики на предприятии обеспечивается следующими мероприятиями:

- Модификация изготавливаемых товаров (примеры – разработка новой формы сухарей рецептурных, внедрение современной отработки тортов “принт”, разработка и внедрение новой упаковки и т.д.);

- Разработка и освоение новых видов продукции;
- Снятие с производства устаревших товаров;
- Оптимизация ассортимента продукции;
- Создание необходимой упаковки;
- Послепродажные контакты с покупателями (как розничными продавцами (контрагентами) так и непосредственными потребителями продукции).

Основная цель товарной политики предприятия заключается в том, чтобы выпускать конкурентоспособную продукцию. На сегодняшний день на предприятии выпускается широкий ассортимент хлебобулочных и кондитерских изделий, которые удовлетворяют спрос разных групп населения.

**Ценовая стратегия.** При формировании ценовой стратегии Пинского хлебозавода учитывается, что цена наряду с другими параметрами продукта (качество, внешний вид, упаковка и т.п.) создает определенный “образ”, имидж продукта в глазах потребителей. Главной задачей при выборе ценовой политики на Пинском хлебозаводе является максимизация доли рынка. Для решения данной задачи изучается зависимость между ценой и спросом (эластичность спроса), определение максимальной цены, которую можно установить, анализ цен конкурентов.

На новую продукцию цены, как правило, всегда значительно выше, чем на изделия, находящиеся в стадии развития или зрелости. Дело не только в том, что у новых изделий выше потребительские свойства, но и в том, что высоки накладные расходы, в том числе на сырье, энергоносители, рекламу и продвижение продукта.

С учетом экономической ситуации в стране следует производить товар различной социальной направленности: как для покупателей с низким уровнем доходов, так и для покупателей со средним и высоким уровнем дохода (для последних кроме основных факторов, влияющих на выбор товара немаловажным является престижность

марки или продукта, которая формируется в том числе и высокой ценой).

Специалисты ОМТСиС анализируют ассортимент и цены конкурентов и составляют техническое задание для работников ЦПТЛ на разработку рецептур новых видов кондитерских изделий, впоследствии новое наименование просчитывается и анализируется приемлемость цены. Новые виды изделий должны соответствовать следующим требованиям: современное, оригинальное и привлекательное оформление и форма, высокие вкусовые качества, цена не выше лучших аналогов конкурентов. Данная стратегия позволяет без лишних потерь продвигать продукцию на рынок и завоевать собственную нишу среди представленной в торговой сети продукции данной группы.

Для оптовых покупателей разрабатывается положение по скидкам за большой объем закупок. Выбор поставщиков сырья, упаковочных материалов и этикеток производится на конкурсной основе, благодаря чему закупка осуществляется по наиболее низким ценам при равном качестве, что снижает себестоимость продукции, а соответственно и цену в розничной торговле.

#### **Заключение**

Таким образом, проведение анализа деятельности конкурентов связано с систематическим накоплением информации. Выявлены основные конкуренты – Пинский копром; сетевые магазины, такие как “Евроопт”, “Алми”, которые существенно наращивают объемы производства; КУП “Минскхлебпром”, Ивацевичское райопо, Иваново ЧУП “Светлан”. В основных крупных торговых сетях города Бреста, таких как “Ресттрэйд”, “Санта Ритейл”, “Евроторг”, “Март Инн Фуд”, “Юнифуд”, “Корона”, “Продтовары”. ОАО “Берестейский пекарь” занимает в среднем 45% объема общей доли товарной полки, это говорит о стабильном положении предприятия на рынке. В 2017 году Пинский хлебозавод принимал участие в выставках-ярмарках за пределами Республики Беларусь.

При продвижении товаров на рынок специалисты Пинского хлебозавода

применяют различные методы: информирование потребителей о товаре, убеждение в достоинствах товара, мотивация к покупке данной продукции, напоминание о товаре. Наблюдается рост затрат на рекламные мероприятия, это говорит об усовершенствовании коммуникационной политики предприятия. Реализация товарной политики на предприятии обеспечивается следующими мероприятиями: модификация изготавливаемых товаров; разработка и освоение новых видов продукции; снятие с производства устаревших товаров; оптимизация ассортимента продукции.

#### Список литературы

1. Адилова Д.А., Адилов А., 2015. Конкурентные преимущества компании как основа развития рынка // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сборник статей по материалам XLV междунар. науч.-практ. конф. № 1(45), Новосибирск: СибАК, Россия, С. 5-7.
2. Белова Н.Н., Пономарев Ю.В., Назарова Д.С., 2016. Продвижение товара в современных условиях // Институциональный и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 октября 2016 г., г. Нижний Новгород), Уфа, Россия, С. 14-16.
3. Роганян С.А., Сосницкая Е.Е., Бургун Н.В., 2017. Маркетинговая стратегия и ее роль в развитии организации // Научно-практический журнал «Управление и экономика в XXI веке». 2017. №2. С. 25-28.
4. Сербова Е.С., 2013. Современная модель системы стимулирования сбыта продукции предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 5 (051). С.1-5.
5. Соколова Т.В., 2018. Как развивать продажи на производственном предприятии // Управление продажами. 2018. №1. С. 20-28.
6. Стратегия развития продаж: от теории до практики, 2018 г. URL: <https://practicum-group.com/blogs/stati/strategii-razvitiya-prodazh> (дата обращения: 19.09.2018).
7. Хасенова, А.А., 2017. Современная концепция повышения эффективности сбытовой деятельности предприятия // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. №6-7. С. 231-234.

8. Шаталов Д.С., Хамидова О.М., 2016. Стратегия развития маркетинга торгового предприятия // Интерактивная наука. 2016. №2. С.155-157.

9. Шилько И.С., 2013. Совершенствование управления системой сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия маркетинга и логистики // Перспективы науки и образования. 2013. № 2. С.1-8.

10. Щекотихина Е.А., 2012. Стратегический анализ конкурентов организации // Интернет-журнал «Науковедение», 2012. №4. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/100ergsu412.pdf> (дата обращения: 19.09.2018).

#### References

1. Adilova DA, Adilov A., 2015. Competitive advantages of the company as the basis of market development // Economy and modern management: theory and practice: a collection of articles on materials of the XLV Intern. scientific-practical conf. № 1 (45), Novo-Siberian: SibAK, Russia, p. 5-7.
2. Belova N.N., Ponomarev Yu.V., Nazarova D.S., 2016. Promotion of goods in modern conditions // Institutional and infrastructure aspects of the development of various economic systems: a collection of articles of the International Scientific and Practical Conference (October 10, 2016, Nizhny Novgorod), Ufa, Russia, P. 14-16.
3. Roganyan S.A., Sosnitskaya E.E., Burgun N.V., 2017. Marketing strategy and its role in the development of the organization // Scientific-practical journal "Management and Economics in the XXI century". 2017. №2. P. 25-28.
4. Serbova E.S., 2013. The modern model of the system of sales promotion of products of an enterprise // Social and economic phenomena and processes. 2013. No. 5 (051). С.1-5.
5. Sokolova T.V., 2018. How to develop sales in a manufacturing enterprise // Sales Management. 2018. №1. Pp. 20-28.
6. Sales development strategy: from theory to practice, 2018 URL: <https://practicum-group.com/blogs/stati/strategii-razvitiya-prodazh> (appeal date: 09/19/2018).
7. Khasenov, A.A., 2017. The modern concept of improving the effectiveness of the marketing activities of the enterprise // Humanitarian, socio-economic and social sciences. 2017. № 6-7. Pp. 231-234.

8. Shatalov DS, Khamidova O.M., 2016. Marketing development strategy of a commercial enterprise. Interactive science. 2016. №2. P.155-157.

9. Shilko I.S., 2013. Improving the management of the sales system of the enterprise based on the interaction of marketing and logistics // Prospects of science and education. 2013. No. 2. С.1-8.

10. Schekotihina E.A., 2012. Strategic analysis of the organization's competitors // Internet magazine "Naukovedenie", 2012. №4. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/100ergsu412.pdf> (appeal date: 09/19/2018).

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Паршутич О. А.**, доцент кафедры экономической теории, кандидат экономических наук, доцент

**Parshutich O. A.**, Associate Professor of the Department of Economic Theory, PhD in Economics, Associate Professor

УДК 342.2

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-5

Тумаркин О. В.,  
Селищева Т. А.**УГРОЗЫ И РИСКИ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО  
СЕКТОРА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ  
(НА ПРИМЕРЕ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ)**

Санкт-Петербургский государственный экономический университет.  
Санкт-Петербург, улица Садовая, дом 21.

e-mail: tumarkin.oleg@yandex.ru

**Аннотация**

Статья посвящена проблемам развития авиационной промышленности в РФ. В настоящий момент государства с развитой экономикой особое внимание уделяют наращиванию инвестиций в отрасли высоких технологий, позволяющих быть в авангарде мировых экономик. В связи с этим в данной статье автор считает целесообразным провести исследование развития высокотехнологического сектора в РФ на примере авиационной промышленности. В ходе исследования проводится анализ формирования технологического уклада как основного катализатора экономического развития. Представлена классификация отраслей высокотехнологического сектора. На основе статистических данных проводится анализ развития авиационной промышленности как отрасли высокотехнологического сектора. Выявляются основные угрозы и риски развития гражданского и военного сектора авиационной промышленности. Также автором даны рекомендации по решению проблем авиационной промышленности.

**Ключевые слова:** авиационная промышленность, высокотехнологичный сектор, диспропорции в развитии, угрозы и риски развития.

Tumarkin O. V.,  
Selishcheva T. A.**THREATS AND RISKS OF DEVELOPMENT OF THE HIGH-TECH  
SECTOR OF THE RUSSIAN ECONOMY  
(ON THE EXAMPLE OF THE AIRCRAFT INDUSTRY)**

St. Petersburg state University of Economics, 21 Garden St., St. Petersburg, 191023, Russia

e-mail: tumarkin.oleg@yandex.ru

**Abstract**

The article is devoted to the problems of aviation industry development in Russia. At the moment, the state with a developed economy pays special attention to increasing investment in high-tech industries, allowing being at the forefront of the world economy. In this regard, in this article the author considers it appropriate to conduct a study of the development of the high-tech sector in the Russian Federation on the example of the aviation industry. The study analyzes the formation of technological structure as the main catalyst for economic development. The classification of high-tech sectors is presented. On the basis of statistical data, the analysis of the development of the aviation industry as a high-tech sector is carried out. The main threats



and risks of development of civil and military sector of the aviation industry are revealed. Also, the author gives recommendations on solving the problems of the aviation industry.

**Key words:** aviation industry, high-tech sector, disproportions in development, threats and risks of development.

**Введение.**

Достижение устойчивого экономического роста является одной из ключевых задач экономической политики государства. Увеличение производства продукции высокого качества при условии ограничения ресурсов – ключ к процветанию экономики.

Развитие отраслей высокотехнологического сектора является одним из факторов устойчивого экономического роста. Нарастание инвестиций в высокие технологии позволяет быть в числе лидеров развитых экономик, обеспечить экономический суверенитет страны.

Актуальностью данного исследования является то, что в результате многолетнего структурного перекаса в сторону «сырьевых» отраслей произошла деградация высокотехнологического сектора.

Целью настоящей работы является анализ развития высокотехнологического сектора в РФ на примере авиационной промышленности.

В процессе исследования были использованы материалы научных журналов, посвящённых данной тематике. Кроме того, были взяты материалы из открытых Интернет-ресурсов.

В настоящей работе был проведён теоретический анализ научной литературы, а также статистический анализ развития авиационной промышленности.

**Основная часть**

В соответствии со Стратегией экономической безопасности РФ до 2030 г. одной из основных угроз для непрерывного экономического роста является отставание в области внедрения передовых технологий [Указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г].

На настоящий момент отечественная экономика не имеет устойчивого развития.

За годы постреформенного периода (1990-2018 гг.) в экономике произошли три кризисных удара (1998 г., 2008 г., 2014 г.), последствия которых ощущаются и сегодня. Основной причиной является многолетняя зависимость от цен на энергоресурсы [Названы основные структурные проблемы экономики РФ, 2018]. Во времена высоких мировых цен на нефтересурсы (так, например, в середине 2014 г. стоимость нефти доходила до отметки 114 \$ за баррель) отечественные производители не вкладывали средства в развитие новых технологий [Мукайдех Е.А., 2015].

Таким образом, в течение очень длительного периода в России происходила деградация высокотехнологического сектора. В связи с этим, основной задачей государства на перспективу является проведение целенаправленной структурной политики, обеспечивающей развитие отраслей высокотехнологического сектора. Одним из решения обозначенной задачи является развитие авиационной промышленности.

Основным катализатором экономического развития выступают технологические прорывы, следствием которых является формирование нового технологического уклада (ТУ). В результате происходят структурные перестройки в экономике в виде образования новых отраслей, повышение удельного веса высокотехнологического сектора, способствующего более качественно-му экономическому росту [Сазонова, Г.А., 2002].

В основе формирования технологического уклада лежат длинные волны Н.Д. Кондратьева, когда технологии господствующего технологического уклада (ТУ) исчерпывают себя (затраты на их обновление не окупаются в производстве). В результате в экономике возникает тенденция к

свёртыванию производства. Тогда кризисные явления толкают предпринимателей к поиску новых технологических решений, к поиску инноваций, способствующих сократить издержки производства и увеличить реализацию продукции. Другими словами, вследствие инновационной активности фирм, освободившиеся средства, не востребованные для технологий данного ТУ, направляются в развитие новых технологий [Кондратьев, Н. Д., 2002].

Благодаря развитию инфраструктуры, институциональной среды, а также общественной системе, позволяющей нововведению распространиться во все сферы жизнедеятельности, предоставляется возможность говорить о новом технологическом укладе [Перес, К., 2011].

В настоящее время общество с развитой экономикой стоит на пороге формирования 6-ого технологического уклада. Основу 5-ого ТУ составляют электронная и микроэлектронная промышленность, ИКТ-технологии, программное обеспечение, роботостроение, связь и телекоммуникации. В рамках 5-ого уклада произошли качественные изменения в энергопотреблении за счёт перехода к ресурсосберегающим технологиям. Также произошла интеллектуализация производства, переход к непрерывному инновационному процессу в ключевых отраслях [Селищева, Т. А., 2005].

В основе 6-ого технологического уклада лежат микроэлектронные компоненты, нанотехнологии и ядерная энергетика. Ключевыми отраслями уклада являются: образование, здравоохранение, химико-металлургический комплекс, атомная промышленность, ядерная энергетика, солнечная энергетика, электронная промышленность, ракетно-космическая промышленность, авиа-, судо-, автомобиле-, приборо-, станкостроение, оптоэлектроника, радио- и робототехника, ИКТ-сектор, связь, и т. д. [Глазьев, С. Ю., 2010].

Таким образом, переход к 6-ому технологическому укладу повлечёт за собой качественную перестройку структуры эко-

номики в виде повышения доли высокотехнологического сектора.

Существуют три наиболее авторитетные и признанные классификации высокотехнологических отраслей [Наукоёмкие и высокотехнологические отрасли, 2018].

1. В соответствии с классификацией организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в состав высокотехнологического сектора включаются четыре отрасли промышленности: авиакосмическая промышленность, электронная промышленность, фармацевтическая промышленность, а также производство коммуникационного оборудования.

2. Научный фонд США (National Science Foundation) разбивает высокотехнологический сектор на следующие отрасли: производство ЭВМ, средств связи, научных приборов, медицинских препаратов, авиационно-космической техники, пластмасс и продуктов неорганической химии, включая химикаты для сельского хозяйства, и др.

3. Классификация Организации объединённых наций (в рамках Стандартной международной торговой классификации – Standard International Trade Classification – SITS) к высокотехнологическим секторам относит авиационную и ракетно-космическую промышленность, компьютеры и телекоммуникации, электронику, ядерные технологии, производство оружия и военной техники, биотехнологии, оптоэлектронику, разработку новых материалов, «науку о жизни»; производства, связанные с компьютеризацией и т. д.

Фролов И. Э., научный сотрудник Центра фундаментальных исследований, к высокотехнологическому сектору относит отрасли, в которых преобладают наукоёмкие производства, а затраты на научные исследования и разработки превышают среднее значение этого показателя в других отраслях экономики [Бедников, М. А., Фролов И. Э., 2007.].

В РФ классификация отраслей высокотехнологического сектора во многом совпадает с вышеперечисленными классификациями.

Повышение доли выпуска высокотехнологической продукции является стратегически важным этапом в обеспечении устойчивого экономического развития России, достижении экономической безопасности. В 2017 г. был утверждён план по переходу к передовым производственным технологиям (ППТ). В соответствии с целью данного плана приоритетом проведения государственной структурной политики является поддержка отраслей высокотехнологического сектора, в том числе, авиационной промышленности, которую можно подразделить на

военный и гражданский сектор [Распоряжение Правительства РФ от 23 марта 2018 г. № 482-р].

На основе отчёта Межведомственного аналитического центра был проведён анализ развития авиационной промышленности РФ за период 2007-2017 гг. За основу анализа взята динамика выручки от реализации авиационной продукции, включая гражданскую продукцию и продукцию военного назначения (см. таблицу 1). Стоит отметить, что других более полных данных автор не смог получить.

**Таблица 1**

**Выручка от реализации вертолётов и самолётов за период 2007-2017 гг. (млрд. руб.) [19]**

**Table 1**

**Proceeds from the sale of helicopters and aircraft for the period 2007-2017. (billion rubles)**

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
15,5	15,8	30,3	18,4	21,9	34,6	51,5	52,1	46,3	48,0	49,4
43,0	47,9	52,8	104,7	141,4	151,5	190,0	224,6	200,2	196,8	206,1

По данным таблицы 1 видно, что в развитии авиационной промышленности наблюдается нарастание диспропорции в пользу продукции военного назначения. Если по сравнению с 2007 годом в 2017 году выручка от реализации военной продукции АП увеличилась на 161,1 млрд. руб. или на 379,3%, то за аналогичный период выручка от реализации гражданской продукции выросла только на 33,9 млрд. рублей или на 218,71 %.

Из таблицы можно заметить, что в 2015 году в авиационной промышленности наблюдался некоторый спад производства. Так по сравнению с 2014 годом выручка от реализации гражданской продукции уменьшилась на 5,8 млрд. руб. или на 11,13 %. В следующем, 2016 году наблюдается повышательная тенденция.

Исходя из проведённого анализа, можно заключить, что основной угрозой в авиационной промышленности является увеличение диспропорции развития гражданского и военного секторов. Если в 2007

году военная продукция превалировала над гражданской продукцией в 2,8 раза, то к концу 2017 году разрыв увеличился более чем в 4 раза.

Несколько иная ситуация наблюдается в военном секторе. По данным таблицы 1 можно обнаружить, что понижительная динамика наблюдается в 2015 и 2016 гг. Если по сравнению с 2014 годом в 2015 году объём выручки снизился на 4,4 млрд. руб. или на 1,96 %, то через год выручка уменьшилась на 23,4 млрд. руб. или на 10,63 %. Только на конец 2017 года выручка снова увеличилась на 9,3 млрд. руб. или на 4,73 %.

К основным рискам развития военного сектора авиационной промышленности следует отнести геополитическую нестабильность [Критская, С.С., Ключков, В.В., 2014]. Введённые в 2014 году западными странами санкции привели к замораживанию контрактов с партнёрами. В результате произошло снижение объёма экспорта военной авиатехники.

**Таблица 2**

**Стоимость поставок российских ВВТ за рубеж за период 2011-2015 гг.  
(млн. руб.) [18]**

**Table 2**

**The cost of supplies of Russian weapons and military equipment abroad  
for the period 2011-2015. (million rubles.) [18]**

2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015г.
13200	15130	15700	15000	14500

По данным таблицы 2 видно, что, начиная с 2014 г., динамика экспорта ВВТ (вооружений и военной техники) демонстрирует понижательную динамику. Так по сравнению с 2013 годом в 2014 году объём экспорта ВВТ сократился на 700 млн. руб. или на 4,46 %. Через год объём экспорта военной авиатехники сократился ещё на 500 млн. руб. или на 3,33 %.

Таким образом, начиная с 2014 года, в авиационной промышленности наметились кризисные явления.

В проекте «Стратегия развития авиационной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года» перечислены проблемы, мешающие устойчивому развитию авиационной промышленности [Стратегия развития авиационной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года]:

1. Частичная утрата научного потенциала, низкая результативность НИОКР, обусловленная отсутствием механизмов коммерциализации полученных результатов.

2. Низкая производительность труда вследствие высокой доли устаревшей авиатехники.

3. Снижение государственной поддержки на развитие отрасли в сложившихся макроэкономических условиях.

4. Недостаточно развито послепродажное сервисное обслуживание, что обуславливает низкий спрос на авиапродукцию.

5. Несовершенство правовой системы, касающееся процессов создания, производства, сертификации и эксплуатации авиационной техники.

К основным рискам развития авиационной промышленности в гражданском сек-

торе следует отнести увеличение доли устаревшей авиатехники. Так в 2015 г. по данным ОАК состав воздушных судов, возраст которых превышает 30 лет, достиг отметки 30,3 %, что намного выше, чем в 2008 г. (в 2008 г. 19 %) [Объединённая авиастроительная корпорация, 2018. // Официальный сайт ПАО]. Данная тенденция вызывает угрозу конкурентоспособности отечественных авиакомпаний на мировом рынке, следствием которой является потеря доли рынка авиаперевозок.

Увеличение доли устаревшей авиатехники связывают с невозможностью предприятий проводить модернизацию в связи с падением спроса на авиаперевозки [Базикова, И.В., 2018]. Данная проблема становится наиболее значимой, поскольку собственных средств у предприятий не хватает на обновление своего авиапарка.

Специалисты Avia.pro связывают недостаточность финансирования на проведение модернизации авиатехники с невозможностью мониторинга, связанной с ограничением доступа к данным отчётности. По их мнению, такая ситуация влечёт за собой угрозу, поскольку выделенные со стороны государства денежные средства не доходят по назначению [Проблемы российского авиастроения, 2018].

Введённые западными странами против России санкции вызывают угрозу поставок высокотехнологичных комплектующих для гражданского авиастроения. Кроме того, существует угроза замораживания планов сотрудничества с иностранными партнёрами по производству авиатехники [Критская, С.С., Ключков, В.В., 2014].

Возникновение дефицита специалистов высокой квалификации стоит также

отнести к рискам развития авиационной промышленности. Так доля молодых специалистов в общей численности лётного состава составляет всего 7 % [Соболь, Л.С., 2013]. Такая ситуация вызывает угрозу развития национального рынка авиаперевозок.

Таким образом, главной проблемой развития авиационной промышленности в гражданском секторе является сдерживание обновления авиатехники. Также существует проблема с кадровым составом.

В связи с ограниченностью авиакомпаний самостоятельно проводить модернизацию авиапарка необходимо проводить целенаправленную государственную поддержку посредством предоставления субсидий. Также следует предоставить налоговые льготы авиакомпаниям, которые уже провели обновление своего авиапарка.

Необходимо проводить разумную денежно-кредитную политику, направленную на комплексную поддержку авиакомпаний посредством рефинансирования коммерческих банков под их спрос. В этом случае сначала коммерческие банки предоставляют кредит авиакомпаниям, получают от них вексель и под залог векселя получают кредит в ЦБ.

Необходимо на государственном уровне создать стимулы для конкуренции в авиакомпаниях, способствующие продвижению наилучших условий для авиаперевозок.

Для привлечения потребителей необходимо также проводить комплексную маркетинговую политику под формирование групп потребителей. Например, для потребителей, пользующихся услугами одной авиакомпании, необходимо предоставлять скидки и бонусы на следующие авиарейсы.

Очень важно проводить комплексную подготовку и переподготовку кадрового состава, способного демонстрировать свои навыки на высочайшем уровне.

В ноябрьском заседании по развитию оборонно-промышленного комплекса Президент РФ В.В. Путин провёл совещание по развитию оборонной отрасли страны. По его мнению, стратегической задачей перед Пра-

вительством является проведение диверсификации ОПК, увеличение доли гражданской продукции до 50% к 2030 году. Президент также подчеркнул, что решение вопроса по диверсификации ОПК обеспечит устойчивое развитие экономики страны в целом [Макаров А., 2018].

### **Заключение**

В среднесрочной перспективе развитие отраслей высокотехнологического сектора является необходимым условием устойчивого роста экономики. Нарастивание инвестиций в отрасли высоких технологий позволяет обеспечить экономическую независимость и стабильность.

В настоящее время в нашей стране развитие авиационной промышленности как отрасли высокотехнологического сектора происходит на недостаточно высоком уровне, недостаточно внимание уделяется гражданской авиации. Основной проблемой развития в гражданском секторе является недостаточность собственных средств предприятий на проведение обновления авиапарка. Также присутствует проблема подбора кадрового состава высокой квалификации.

В связи с этим основной задачей государства является предоставление поддержки в области гражданского сектора, обеспечение мер по продвижению отечественной продукции на мировой рынок.

В военном секторе авиационной промышленности существует риск геополитического напряжения. Введённые в 2014 году санкции привели к снижению экспорта военной авиатехники (данных за 2016 и 2017 гг. не выявлено).

### **Список литературы**

1. Распоряжение Правительства РФ от 23 марта 2018 г. № 482-р «О плане мероприятий ("дорожной карте") по совершенствованию законодательства и устранению административных барьеров в целях обеспечения реализации Национальной технологической инициативы по направлению "Технет" (передовые производственные технологии)».

2. Стратегия развития авиационной промышленности Российской Федерации на период

до 2030 года. [Электронный ресурс] [https://aviatp.ru/files/strategicaccents/Strategiya\\_svod.pdf](https://aviatp.ru/files/strategicaccents/Strategiya_svod.pdf) (дата обращения: 09.11.2018)

3. Указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

4. Анализ выполнения Стратегии развития авиационной промышленности до 2015 г. [Электронный ресурс] <http://www.iacenter.ru/publication-files/237/189.pdf?795%20Kb> (дата обращения: 09.11.2018).

5. Базикова, И. В., 2018. Основные проблемы конкурентоспособности авиационной промышленности России / Развитие отраслевого и регионального управления. 2018. № 7, С. 49-52.

6. Бедников, М. А., Фролов И. Э., 2007. Высокотехнологичный сектор промышленности России: Состояние, тенденции, механизмы инновационного развития. – М.: Наука, 2007.

7. Глазьев, С. Ю., 2010. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. – М.: Экономика, 2010. 387 с.

8. Годовые отчеты. 2018. ОАК [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.uacrussia.ru/ru/investors/open-information/godovye-otchety/>. (Дата обращения: 22.11.2018).

9. Критская, С. С., Ключков, В. В., 2014. Анализ перспектив развития авиационной промышленности с учетом угрозы введения санкций против российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 40. С. 12-25.

10. Кондратьев, Н. Д., 2002. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. 767 с.

11. Макаров А., 2018. Путин обсудил с правительством будущее российского ОПК. // Официальный сайт Звезда ТВ. [Электронный ресурс] <https://tvzvezda.ru/> (дата обращения: 24.11.2018)

12. Мукайдех Е. А., 2015. Проблема зависимости российской экономики от конъюнктурных колебаний мирового рынка нефти и перспективы её решения. // Вестник Брянского государственного университета, 2015.

13. Названы основные структурные проблемы экономики РФ, 2018. [Электронный ресурс] // URL: <https://wek.ru/nazvany-osnovnye-strukturnye-problemy-yekonomiki-rf> (дата обращения: 19.03.2018)

14. Научные и высокотехнологичные отрасли, 2018. [Электронный ресурс] <http://cines.ru/main> (дата обращения: 08.11.2018)

15. Объединённая авиастроительная корпорация, 2018. // Официальный сайт ПАО. [Электронный ресурс] <http://www.uacrussia.ru/ru/> (дата обращения: 09.11.2018)

16. Перес, К., 2011. Технологические революции и финансовый капитал: динамика пузырей и периодов процветания. – М.: Дело, 2011. 231 с.

17. Проблемы российского авиастроения, 2018. Бесконечен ли кризис отечественной гражданской авиации? // Официальный сайт Avia.pro. [Электронный ресурс] <http://avia.pro/> (дата обращения: 09.11.2018)

18. Российский экспорт вооружений и военной авиатехники, 2016. [Электронный ресурс] [http://cast.ru/For\\_pdf/2016\\_rus.pdf](http://cast.ru/For_pdf/2016_rus.pdf) (дата обращения: 27.11.2018)

19. Российское авиастроение – вчера, сегодня, завтра., 2018. Минпромторг РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.aex.ru/docs/3/2013/2/27/1746/>. (Дата обращения: 22.11.2018).

20. Сазонова, Г. А., 2002. Теория и практика структурных трансформаций экономических систем. СПб., 2002. 347 с.

21. Селищева, Т. А., 2005. Трансформация структуры российской экономики [Электронный ресурс] / Т. А. Селищева. – СПб.: СПбГИЭУ, 2005. 303 с.

22. Соболев, Л. С., 2013. К вопросу развития гражданской авиации в России // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. 2013. С. 138-143.

## References

1. Analysis of implementation of the aviation industry development Strategy until 2015 [Electronic resource] <http://www.iacenter.ru/publication-files/237/189.pdf?795%20Kb> (date of application: 09.11.2018).

2. Annual report, 2018. Oak [Electronic resource]. – URL: <http://www.uacrussia.ru/ru/investors/open-information/godovye-otchety/>. (Date accessed: 22.11.2018).

3. Baikova, I. V., 2018. Basic problems of competitiveness of the Russian aviation industry / Development of sectoral and regional management. 2018. № 7, P. 49-52.

4. Bednikov, M. A., Frolov, I. E., 2007. The high-Tech sector of Russia: Status, trends, mechanisms of innovative development. – Moscow: Science, 2007.

5. Decree of the President of the Russian Federation of may 13, 2017 № 208 "on the Strategy of economic security of the Russian Federation for the period up to 2030".

6. Glazyev, S. Y., 2010. Strategy of priority development of Russia in conditions of global crisis. – Moscow: Economy, 2010. 387 p.

7. High-tech industry, 2018. [Electronic resource] <http://cinec.ru/main> (date accessed: 08.11.2018)

8. Kondratyev, N. D., 2002. Large cycles of conjuncture and the theory of foresight. – Moscow: Economy, 2002. 767 p.

9. Kritskaya, S. S., Klochkov, V. V., 2014. Analysis of prospects of development of the aviation industry taking into account the threat of sanctions against the Russian economy // National interests: priorities and security. 2014. No. 40. P. 12-25.

10. Makarov, 2018. Putin discussed with the government the future of the Russian defense. // The official website of Star TV. [Electronic resource] <https://tvzvezda.ru/> (accessed: 24.11.2018)

11. Mukaide, E. A., 2015. The Problem of dependence of the Russian economy from fluctuations in world oil market and prospects of its solution. // Bulletin of Bryansk state University, 2015.

12. Order of the Government of the Russian Federation of March 23, 2018 № 482-p "on the action plan ("road map") to improve legislation and eliminate administrative barriers in order to ensure the implementation of the National technological initiative in the direction of "TechNet" (advanced production technologies)".

13. Peres, K., 2011. Technological revolutions and financial capital: dynamics of bubbles and periods of prosperity. – M.: Business, 2011. 231 p.

14. Problems of the Russian aircraft industry, 2018. Is the crisis of domestic civil aviation endless? // Official website Avia.pro. [Electronic resource] <http://avia.pro/> (accessed: 09.11.2018)

15. Russian aircraft industry – yesterday, today, tomorrow, 2018. Ministry of industry and trade [Electronic resource]. – URL: <https://www.aex.ru/docs/3/2013/2/27/1746/>. (Date accessed: 22.11.2018).

16. Russian exports of arms and military aircraft, 2018. [Electronic resource]

[http://cast.ru/For\\_pdf/2016\\_rus.pdf](http://cast.ru/For_pdf/2016_rus.pdf) (date of application: 27.11.2018)

17. Sazonova, G. A., 2002. The Theory and practice of structural transformations of economic systems. SPb., 2002. 347 p.

18. Selishcheva, T., 2005. The structure of the Russian economy [electronic resource] Transformation. – SPb.: SpbgieU, 2005. 303 p.

19. Sobol, L. S., 2013. On the development of civil aviation in Russia // scientific Bulletin of the Moscow state technical University of civil aviation. 2013. P. 138-143.

20. Strategy of development of the aviation industry of the Russian Federation for the period up to 2030. [Electronic resource] [https://aviatp.ru/files/strategicaccents/Strategiya\\_svod.pdf](https://aviatp.ru/files/strategicaccents/Strategiya_svod.pdf) (date accessed: 09.11.2018)

21. The main structural problems of the Russian economy are named, 2018.. [Electronic resource] // URL: <https://wek.ru/nazvany-osnovnyestructurnye-problemy-yekonomiki-rf> (date accessed: 19.03.2018)

22. United aircraft corporation, 2018. // Official website of PAO. [Electronic resource] <http://www.uacrussia.ru/ru/> (accessed: 09.11.2018)

#### **Информация о конфликте интересов:**

авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Тумаркин О.В.** – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Санкт-Петербург, улица Садовая, дом 21.

**Tumarkin O. V.** – master student St. Petersburg state University of Economics, 21 Garden St., St. Petersburg, 191023, Russia

**Селищева Т. А.** – профессор, доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Санкт-Петербург, улица Садовая, дом 21.

**Selishcheva T. A.** – professor, doctor of Economics, professor, St. Petersburg state University of Economics, 21 Garden St., St. Petersburg, 191023, Russia

**ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И УЧЕТ НА ПРЕДПРИЯТИИ  
ECONOMICS, MANAGEMENT AND ACCOUNTING A FIRM**

УДК :

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-6

Бондарева Я. Ю.,  
Борзенкова Н.С.**ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
НА ГЕНЕРИРУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ  
ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА**Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
ул. Победы, 85, г. Белгород,

e-mail: bondareva\_ya@bsu.edu.ru, borzenkova@bsu.edu.ru

**Аннотация**

В статье рассмотрены основные концепции по проблеме исследования, где одним из главных направлений реализации признается система ключевых показателей эффективности на генерирующих предприятиях энергетического комплекса. Эффективность ключевых показателей позволяет проведения специального исследования для дальнейшей реализации стратегии организаций и предприятий. При помощи ключевых показателей эффективности выявляют степень трудовых ресурсов персонала, повысить уровень вовлеченности и активности каждого отдельного служащего, улучшить активность в технической, технологической, информационной среде и на основе этого создать стратегию и цели для дальнейшего развития.

Проведен анализ и выделены принципы формирования системы ключевых показателей эффективности. Авторами сделан вывод, что разработанная система финансового управления на базе КПЭ дает возможность для более широких возможностей в области финансового анализа предприятия.

**Ключевые слова:** генерирующие предприятия, инвестиционный механизм, финансовое управление, энергетический комплекс.

Bondareva Ya.Yu.,  
Borzenkova N.S.**THE EFFECTIVENESS OF THE SYSTEM  
OF INDICATORS AT THE GENERATING ENTERPRISES  
OF THE ENERGY COMPLEX**Belgorod state national research University  
st. Pobedy, 85, Belgorod, 308015, Russia

e-mail: bondareva\_ya@bsu.edu.ru, borzenkova@bsu.edu.ru

**Abstract**

The article discusses the basic concepts of the research problem, where one of the main directions of implementation is recognized as a system of key performance in-



dicators at generating enterprises of the energy complex. The effectiveness of key indicators allows for a special study to further implement the strategy of organizations and enterprises. Using key performance indicators, identify the degree of human resources of the staff, increase the level of involvement and activity of each individual employee, improve activity in the technical, technological, and information environment and create strategies and goals for further development on the basis of this. The analysis and highlighted the principles of formation of a system of key performance indicators. The authors concluded that the developed system also has a financial relationship management based on accounting KPIs that allows for a longer period of extensive accounting possibilities in the field of which financial analysis is enterprise methodologies.

**Key words:** generating enterprises, investment mechanism, financial management, energy complex.

### **Введение.**

В настоящее время каждый хозяйствующий субъект имеет взаимосвязь с большим количеством финансово-инвестиционных затруднений, и для того чтобы избежать таких проблем или снизить их отрицательное влияние на предприятие, важно понимать, какие проблемы являются главными для предприятий и какие причины их возникновения [Репин С.С., 2009]. Для этого необходим подробный анализ зависимости различных показателей друг от друга в деятельности предприятия [Быханов Е.Н., 2004].

Цель работы является совершенствования применения специальной системы показателей эффективности инвестиционного механизма на генерирующих предприятиях энергетического комплекса.

**Методы исследования.** Методика исследования базируется на теоретических разработках зарубежных и отечественных ученых экономистов по исследуемой проблеме и включает совокупность всеобщих методов научного исследования, статистического анализа; монографического анализа.

Основным моментом формирования системы показателей эффективности, в любом комплексе отрасли экономики, является подборка показателей. Российскими специалистами выборе этих показателей важно понимать, на каких принципах основана система КПЭ.

Принципы формирования системы

ключевых показателей эффективности:

- концентрация, чем меньше количество показателей, тем лучше;
- ориентация на стратегию, т.е. на долгосрочную перспективу;
- интерактивность, для которых показатели эффективности должны быть такими, чтобы их можно было проанализировать: в прошлом, в настоящем, в будущем;
- ориентация на интересы акционеров, инвесторов, клиентов; всеобщий охват, для которого показатели эффективности должны быть представлены на всех уровнях предприятия;
- обобщенность, в которой критерии оценок должны быть систематизированы где была возможность делать обобщенные выводы;
- гибкость, в которой показатели эффективности могут изменяться в зависимости от условий внешней и внутренней среды предприятия;
- ориентация на реальность, в которой показатели эффективности должны контролироваться с помощью целевых значений, случайные критерии проверки недопустимы.

### **Основная часть**

Учет вышеизложенных принципов дает возможность сформировать грамотную систему качественных показателей эффективности для решений существенных

вопросов на уровне управления предприятием и достижения главных финансовых целей. Разработанная система финансового управления на базе КПЭ дает возможность для более широких возможностей в области финансового анализа предприятия.

Все КПЭ должны рассчитываться в динамичной форме (по суткам, месяцам, кварталам, годам) и предоставляться для оценки в систематизированном виде (графики, диаграммы, таблицы). Консультант ГК «Современные технологии» предлагает Мухамяров Т.Ш. предлагает выделить следующие КПЭ, которые могут быть полезны для энергетического комплекса [Вайчулис А.Ю., 2017].

1. КПЭ, предоставляющие информацию об уровне достижения заданной надежности в исследуемом периоде:

- средняя производственная мощность по факту (ТМф).
- средний коэффициент уровня подготовки производственной мощности (Кгм);
- случаи неисполнения графика диспетчеров, а также невыработанных МВт в количественном выражении;
- уровень аварийных ремонтов объекта ОПФ (Кар) для однотипных объектов в количественном выражении или средняя частота аварийных ремонтов (Чаре);
- уровень внеплановых ремонтов объекта ОПФ (Квр) для однотипных объектов в количественном выражении или средняя частота внеплановых ремонтов (Чврс);
- уровень отказов и дефектов (Код) для однотипных объектов в количественном выражении или средняя частота отказов и дефектов (Чодс);
- период аварийного ремонта объекта ОПФ (Тар) для однотипных объектов;
- период внепланового ремонта объекта ОПФ (Твр) для однотипных объектов;

- период ликвидации отказов и дефектов (Тод) для однотипных объектов.

2. КПЭ, предоставляющие информацию об уровне достижения заданной безопасности в исследуемом периоде: уровень нарушений техники безопасности в количественном выражении;

- уровень несчастных производственных случаев в количественном выражении;
- уровень несчастных случаев со смертельным исходом в количественном выражении;
- уровень нарушений экологических требований в количественном выражении.

3. КПЭ, предоставляющие об уровне расходов для обеспечения надежности и безопасности в исследуемом периоде:

- расходы на содержание объекта ОПФ (Ссг) для однотипных объектов и всех объектов ОПФ;
- расходы на обеспечение техники безопасности (Стб).

4. КПЭ, предоставляющие информацию о деятельности подрядных организаций в исследуемом периоде:

- уровень отказов и дефектов, возникших из-за некачественной работы подрядной организации, в количественном выражении (Кодп);
- уровень отказов и дефектов, возникших из-за некачественной работы подрядной организации, в количественном выражении в расчете на чел/час;
- средний период неустраненности дефектов;
- уровень нарушений подрядной организацией техники безопасности в количественном выражении в исследуемом периоде;

- уровень нарушений подрядной организацией в количественном выражении технологии производства работ;

- средний уровень стоимости работы подрядной организации (чел/часа).

5. Показатели экономической :

- фондорентабельность (Фр);
- фондоемкость (Фе);

- фондоотдача (Фо).
- 6. Показатели обновления ОПФ:
  - показатель обновления ОПФ;
  - показатель выбытия ОПФ;
  - показатель прироста ОПФ.

Предложенный план качественных показателей эффективности может стать удобной системой управленческого учета в энергетическом комплексе для достижения поставленных целей энергетических предприятий [Вишняков О., 2018].

В качестве примера можно представить качественные показатели, которые были сформулированы для ОГК-4 ОАО «ГидроОГК»:

- открытые и закрытые рабочие задания;
- просроченные и выполненные профилактические работы;
- отношения открытых работ к выполняемым;
- простаивающее оборудование;
- доступное оборудование;
- среднее время выполнения работ;
- распределение работ по подрядным организациям и т.д. [Канлан Р. С., 2013]

Что касается сбалансированной системы показателей, то следует отметить, что, несмотря на то, что в Европе и США данная система очень популярна и широко используется, в России, но она распространена достаточно мало. Одной из причин этого факта является запаздывание в России получения и появления новых международных систем управленческого учета. Тем не менее, в современных российских условиях с началом проведения энергетической реформы для сбалансированной системы показателей появились широкие перспективы и большой потенциал, что дает возможность предприятиям энергетического комплекса перейти на более качественный уровень управленческого учета. Существенным препятствием на пути распространения ССП является специфичное для российских предприятий отсутствие стратегического

планирования функционирования организации. Профессиональный взгляд высшего руководства на долгосрочную перспективу существования предприятия обычно отсутствует. Однако следует отметить, что грамотность и квалификация высшего менеджмента с каждым годом растет, поэтому стандартные для западных предприятий системы бизнес – планирования и стратегического управления все больше распространяются в среде российского бизнес [Хабибрахманов Р.Р., 2006].

Важно понимать, что применение сбалансированной системы показателей для оценки эффективности предприятий энергетического комплекса должно опираться на различные методы анализа. Единый подход ко всем энергетическим организациям невозможен.

Период внедрения ССП обычно составляет от трех месяцев до двух лет в зависимости от методики управления на предприятии, особенностей корпоративной культуры, наличия бизнес-планов и стратегических планов, размеров предприятия и других специфических факторов [Мухарямов Т.Ш., 2015].

#### **Заключение**

В итоге возникновения специальной системы показателей для оценки эффективной деятельности энергетической отрасли в современных условиях российской экономики признается определенным шагом к формированию высокоорганизованной системы управленческого учета, а также создания системы количественных показателей эффективности предприятий энергетического комплекса. Для этого необходимо использовать опыт применения мировых современных технологий создания системы КПЭ на практике.

#### **Список литературы**

1. Балабанова Т., Владыка М., Кучерявенко С., Ваганова О. В., 2015. Оценка эффективности интеграционного взаимодействия субъектов инновационного процесса // управ-

ление международным бизнесом, 2015, 9(5): 959-962.

2. Быханов Е.Н., 2004. Риски в энергетике: прогнозирование и управление. / Е.Н. Быханов. – М.: Институт профессиональных директоров, 2004.

3. Вайчулис А.Ю., 2017. К вопросу об инвестиционной политике в электроэнергетическом комплексе/ А.Ю. Вайчулис // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика, 2017, С. 112-119.

4. Вишняков О., 2018. Внедрение технологии Balanced Scorecard на российских предприятиях. / О. Вишняков, В. Грачев, М. Молодов. [Электронный ресурс]. – Электрон, дан. – Режим доступа: [www.consult.ru](http://www.consult.ru), свободный.

5. Канлан Р. С., 2013. Организация, ориентированная на стратегию. Пер. с англ. / Р.С. Каплан, Д.П. Норшн. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013.-416 с.

6. Каралкин М.В., 2011. Методы стратегического управления ТЭК на основе сбалансированной системы показателей // Российское предпринимательство. – 2011. – Том 12. – № 5. – С. 108-113.

7. Карлов С., 2004. Новый маркетинг энергетических предприятий. / С. Карлов. // Энергорынок. 2004. – №12. – С. 67-69.

8. Мухарьямов Т.Ш., 2015. Контрольные показатели эффективности. От теории к практике. / Т.Ш. Мухамьяров. // Prev. Next. – 29.10.2015.

9. Толокнева А.П., 2016. Оценка эффективности инвестиционных проектов на примере добывающей промышленности // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 2./URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=1468>

10. Хабибрахманов Р.Р., 2006. Методические основы формирования системы показателей для оценки эффективности инвестиционной деятельности энергетических предприятий Проблемы энергетики, 2006, №9-10. – С. 63-69.

11. Филимонова А.В., 2015. Управление по КРІ в многоуровневых компаниях. / А.В. Филимонова. // Менеджмент сегодня. – 2015. – №2. – С. 32-37.

#### References:

1. Balabanova T., Vladika M., Kucheryavenko S., Vaganova O.V., 2015. Evaluation of Integration Interaction Effectiveness for Innovation Process Subjects //International Business Management, 2015, 9(5): 959-962.

2. Bykhanov E.N., 2004. Risks in power: forecasting and management. / E.N. Bykhanov. – М.: Institute of professional directors, 2004. •

3. Vaychulis A.Yu., 2017. To a question of investment policy in an electrical power complex / A.Yu. Vaychulis//the Messenger of the Astrakhan state technical university. Series: Economy, 2017, Page 112-119.

4. Vishnyakov O., 2018. Implementation of Balanced Scorecard technology at the Russian enterprises. / O. Vishnyakov, V. Grachev, M. Molodov. [Electronic resource]. – The +electron, is given. – the access Mode: [www.consult.ru](http://www.consult.ru), free.

5. Kanlang R. S., 2013. The organization focused on strategy. The lane with English / P.C. Kaplan, D.P. Norshn. – М.: CJSC Oлимп-Business, 2013.-416 pages.

6. Karalkin M.V., 2011. Methods of strategic management of energy industry on the basis of the balanced system of indicators//the Russian business. – 2011. – Volume 12. – No. 5. – Page 108-113.

7. Karlov S., 2004. New marketing of the power enterprises / S. Karlov.//Power market. 2004. – No. 12. – Page 67-69.

8. Mukharyamov T.Sh., 2015. Control indicators of efficiency. From the theory to practice. / T.Sh. Mukhamyarov.//Prev. Next. – 29.10.2015.

9. Tolokneva A.P., 2016. Assessment of efficiency of investment projects on the example of mining industry//the International student's scientific bulletin. – 2016. – No. 2./URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=1468>

10. Habibrakhmanov R.R., 2006. Methodical bases of formation of a system of indicators for assessment of efficiency of investment activities of the power enterprises of the Problem of power, 2006, No. 9-10. – Page 63-69.

11. Filimonova A.V., 2015. Management on KPI in the multilevel companies. / A. V. Filimonova.//Management today. – 2015. – No. 2. – Page 32-37. Russian)

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Бондарева Я.Ю.** – доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов НИУ «БелГУ»

**Bondareva J.Yu.** – associate Professor, candidate of economic Sciences, associate Professor of Economics and modeling of production processes, national research university «BelSU»

**Борзенкова Н. С.** – старший преподаватель кафедры экономики и моделирования производственных процессов НИУ «БелГУ»

**Borzenkova N.S.** – senior lecturer of the Department of Economics and modeling of production processes, national research university «BelSU»

УДК : 330.4

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-7

Федотов Д.А.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА НОРМИРОВАНИЯ  
НАЧАЛЬНОЙ ЦЕНЫ КОНТРАКТА В СФЕРЕ ГОСЗАКУПОК  
НА ПРИМЕРЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО  
МОДЕЛИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НОУТБУКА**

Челябинский государственный университет, ул. Братьев Kashirinyh 129, Челябинск,  
454001, Россия,  
e-mail: federer25@mail.ru

**Научный руководитель:** Любожева Лионелла Николаевна-доцент факультета лингвистики  
и перевода Челябинского государственного университета, кандидат филологических наук

**Аннотация**

В статье рассмотрены проблемы формирования начальной (максимальной) цены контракта в сфере госзакупок на примере поставки ноутбуков. Для обоснования начальной цены использовались методы эконометрического моделирования. Выявлены основные факторы, которые влияют на цену ноутбуков, то есть при увеличении: объема оперативной памяти, количества пикселей, производительности видеокарты, количество usb-портов цена ноутбука будет резко расти. Результаты исследования могут быть использованы в сфере контроля за расходованием бюджетных средств.

**Ключевые слова:** эконометрическое моделирование, государственные закупки, начальная цена контракта, бюджетный контроль

Fedotov D.A.

**IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF RATIONING  
THE INITIAL CONTRACT PRICE IN THE FIELD  
OF PUBLIC PROCUREMENT ON THE EXAMPLE  
OF ECONOMETRIC MODELLING OF THE PRICE  
OF LAPTOP**

Chelyabinsk State University, 129 Bratev Kashirinyh St., Chelyabinsk,  
454001, Russia

e-mail: [federer25@mail.ru](mailto:federer25@mail.ru)

**Academic adviser:** Lubozheva Lionella Nikolaevna – Associate Professor, Faculty of Linguistics  
and Translation of Chelyabinsk State University, Candidate of Philology

**Abstract**

The article deals with the problems of formation of the initial (maximum) price of the contract in the field of public procurement on the example of laptop supply. Methods of econometric modeling were used to justify the initial price. The main factors that affect the price of laptops are revealed, that is, with an increase in: the amount of RAM, the number of pixels, the performance of the video card, the num-

ber of usb ports, the price of the laptop will grow sharply. The results of the study can be used in the field of control over budget spending.

**Keywords:** econometric modelling, state procurements, initial contract price, budget control.

**Введение**

In recent years, the number of public contracts for the purchases of laptops has increased. Due to the increasing number of disruptions in the public procurements system, a large number of scientific researches are being conducted into the background causes and for avoiding negative effects of an inefficient use of budgetary funds. Single and clear mechanism of monitoring activities during the state tenders has not yet been developed in Russia. So Rybnikova G.I. states that it is important «to study those stages of public procurement at which the supervisory authorities have difficulties» [Rybnikova G.I., Tevosyan K.M., 2016].

One of the key stages of any public procurement is planning in which the major diffi-

cult lies in analysis the price calculation and justification of proposed procurements. Therefore, the purpose of this article is to analyze the factors affecting the initial (maximum) price of laptops at the planning stage of state and municipal procurements with subsequent econometric model specification.

**Основная часть**

The core of any econometric analysis is based on the correct determining of model parameters which are more likely accounted for estimated value.

Modern laptops are delicate pieces of technology that consist of many elements. The significant factors affecting the laptop’s price are listed in Table 1.

**Table 1**

**Data, their designations and units of measurement**

**Таблица 1**

**Данные, их обозначения и единицы измерения**

Factor	Designation in Gretl	Units of measurement
<b>1. Quantative variables</b>		
CPU frequency	CPU	Number of GHz
Core	Core	Core count
Random access memory (RAM)	memory	Number of GB
Hard disk drive	HDD	Number of GB
Solid state driver	SSD	Number of GB
Monitor inch	screen_size	Number of inches
Pixels	pixel	Number of pixels
Performance of video card	videocard_performance	As the percentage of the best Nvidia Titan V video card at 24.10.2018 [6]
USB port 2.0	usb2	Number of pieces
Usb port 3.x	usb3	Number of pieces
Battery	baterry	Number of hours
<b>2. Dummy variables</b>		
Operation System (OS)	OS	1 – Windows 0 – other Os
DVD-drive	DVDRW	1 – yes 0 – no
Keyboard lightning	keyboard	1 – yes 0 – no

Factor	Designation in Gretl	Units of measurement
Laptop's material	material	1 – metal 0 – plastic
AMD video card	AMD	1 – yes 0 – no
Nvidia video card	Nvidia	1 – yes 0 – no
Intel video card	Intel	1 – yes 0 – no

For this study, 102 laptops were randomly selected from the official websites of the largest Russian online retailers of digital and home appliances: M.Video, DNS, TechnoPoint, Eldorado, Citilink. Laptops were selected into

all price categories for accurate and reliable conclusions. The model was specified by Ordinary Least Squares (OLS-model) based on the data obtained using the GRETL program.

```

Модель 1: МНК, использованы наблюдения 1-102
Зависимая переменная: price
Пропущены из-за совершенной коллинеарности: Intel

```

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-26977,6	14984,2	-1,800	0,0754	*
CPU	1916,66	2361,97	0,8115	0,4194	
core	-1000,27	1189,55	-0,8409	0,4028	
memory	3128,92	377,769	8,283	1,65e-012	***
HDD	-6,66356	2,97879	-2,237	0,0279	**
SSD	-5,81346	9,99607	-0,5816	0,5624	
screen_size	800,893	931,236	0,8600	0,3922	
pixel	0,00714860	0,00109095	6,553	4,30e-09	***
videocard_perfor~	778,756	164,676	4,729	9,00e-06	***
OS	-5890,85	2526,20	-2,332	0,0221	**
DVDRW	1854,28	2417,29	0,7671	0,4452	
keybord	6598,27	2872,22	2,297	0,0241	**
material	10206,2	2556,17	3,993	0,0001	***
battery	352,483	467,304	0,7543	0,4528	
AMD	-3095,83	3616,93	-0,8559	0,3945	
Nvidia	-6406,31	2896,84	-2,211	0,0297	**
usb2	4744,72	1468,48	3,231	0,0018	***
usb3	8223,12	1945,79	4,226	6,01e-05	***

ВНИМАНИЕ: матрица данных близка к сингулярной!

Среднее зав. перемен	50998,50	Ст. откл. зав. перемен	39647,29
Сумма кв. остатков	6,81e+09	Ст. ошибка модели	9006,376
R-квадрат	0,957083	Испр. R-квадрат	0,948397
F(17, 84)	110,1917	P-значение (F)	5,87e-50

Fig. 1. Multiple Linear Regression (MLR) model with all variables

Рис. 1. Модель множественной линейной регрессии (МЛР) со всеми объясняющими переменными

It is necessary to assess the quality of the resulting model for further analysis.

1. The significance of the coefficients of the explanatory variables. It is considered in the Gretl program that coefficient is significant at a significance level of 10%», if the achieved level of significance (*p-value*) of the coefficient is

less than 0.1 [Econometrics. Regression analysis using the package Gretl: Laboratory Workshop, 2014]. This requirement is satisfied by the variables *const*, *memory*, *HDD*, *pixel*, *videocard\_performance*, *OS*, *keyboard*, *material*, *Nvidia*, *usb2* and *usb3* satisfy. For the other variables, the *p-value* of the coefficients has



turned out to be greater than 0.1, they were insignificant and therefore were excluded from further analysis.

2. t-statistics. Since the sample was 102 observations, so t-critical by t-Student is equal to 1.659 at a significance level of 10%. Comparing the obtained values, it appeared that the coefficients of *const*, *memory*, *HDD*, *pixel*, *videocard\_performance*, *OS*, *keyboard*, *material*, *Nvidia*, *usb2* and *usb3* have t-statistics modulo more than t-critical, which indicates their statistical significance. And the remaining coefficients of CPU, core, SSD, screen\_size, DVDRW, battery and AMD have t-statistics less than t-critical, it means they are not significant.

3. The significance of the regression equation in general according to Fisher's F-test (P-value (F)). «If the P-value (F) is less than 0.01, the equation is significant at a significance level of 1% (at an assurance level of 99%)» [Econometrics. Regression analysis using the package Gretl: Laboratory Workshop, 2014]. Because of the  $P\text{-value}(F)=2.33e-26 < 0.01$ , the regression equation is significant and it can be used in further analysis.

4. Standard error of the estimate is 9006.38 RUB with an average laptop's price at 50998.5 RUB (or 17.66%), which indicates the satisfactory accuracy of the model.

5. Goodness of fit to selected data by the adjustable coefficient of determination (adj. R-squared). Using the coefficient of determination, one can be defined «the matching rate of the found equation to the actual data. Adj. R-squares in this model was 0.9484, so the factor of laptop's price change is explained sum of squares by 94.84%. Thus, the quality of the fit equation is very accurate.

6. Goodness of fit to selected data by the mean absolute percentage error (MAPE). In this regression equation was 16.4%. «If the model is fitted with high accuracy, so  $MAPE < 10\%$ , good –  $10\% < MAPE < 20\%$ , satisfactory –  $20\% < MAPE < 50\%$ , unsatisfactory –  $MAPE > 50\%$ ». That was, the goodness of fit is good [Absolute approximation error, 2018].

The MLR model after eliminating insignificant explanatory variables is presented in Figure 2.

Модель 2: МНК, использованы наблюдения 1-102					
Зависимая переменная: price					
	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-14295,1	4004,31	-3,570	0,0006	***
memory	3015,16	322,166	9,359	5,60e-015	***
HDD	-4,74393	2,17351	-2,183	0,0316	**
pixel	0,00667310	0,000882544	7,561	3,07e-011	***
videocard_perfor~	685,802	130,763	5,245	1,01e-06	***
OS	-6207,89	2447,57	-2,536	0,0129	**
keybord	5971,24	2503,69	2,385	0,0192	**
material	9596,99	2434,56	3,942	0,0002	***
Nvidia	-5902,24	2474,71	-2,385	0,0192	**
usb2	5216,64	1415,97	3,684	0,0004	***
usb3	10099,6	1663,05	6,073	2,86e-08	***
Среднее зав. перемен	50998,50	Ст. откл. зав. перемен	39647,29		
Сумма кв. остатков	7,25e+09	Ст. ошибка модели	8923,054		
R-квадрат	0,954363	Испр. R-квадрат	0,949348		
F(10, 91)	190,2982	P-значение (F)	1,84e-56		
Лог. правдоподобие	-1066,744	Крит. Акаике	2155,488		
Крит. Шварца	2184,363	Крит. Хеннана-Куинна	2167,181		

Fig. 2. MLR model after eliminating insignificant explanatory variables

Рис. 2. Модель МЛР после исключения незначимых объясняющих переменных

Adj. R-squared improved from 0.9484 to 0.9493. Thus, the eliminating insignificant explanatory variables has turned out to be true. All coefficients were significant (p-value less than 0.1).

At the next stage, «the existence of the strong correlation between explanatory variables» was determined [Econometrics. Regression analysis using the package Gretl: Labora-

tory Workshop, 2014], so multicollinearity test was performed (Fig. 3).

All values of variance inflation factors (VIF) of explanatory variables were less than 10; it has shown the absence of multicollinearity between these variables.

Further, the data were checked for the unequal spread (heteroscedasticity), to the White test for heteroscedasticity was carried out (Fig. 4).

Значения > 10.0 могут указывать на наличие мультиколлинеарности	
memory	2,853
HDD	1,696
pixel	1,991
videocard_performance	3,561
OS	1,066
keyboard	1,995
material	1,711
Nvidia	1,886
usb2	2,106
usb3	4,405

Fig. 3. Multicollinearity test

Рис. 3. Тест на мультиколлинеарность

Тестовая статистика:  $TR^2 = 82,693952$ ,  
p-значение =  $P(\text{Хи-квадрат}(61) > 82,693952) = 0,033706$

Fig. 4. White test for heteroscedasticity

Рис. 4. Тест Вайта на гетероскедастичность

Since the p-value was equal to 0.0337 and it was less than 0.05; this indicated the presence of heteroscedasticity. Therefore, calculations of robust errors were conducted, which has corrected the values of standard errors of the coefficient estimates. The MLR model adjusted on heteroscedasticity is shown in Figure 5.

Thus, from an economic point of view the interpretation of all coefficients of the explanatory variables was correct. All coefficients were significant. The standard error of the model was 8923.05 with a mean of 50998.5 (or

17.5%). Adjusted R-square has increased to 0.9484 (more than 0.9 is considered to be highly accurate) [Afanasev V.N., Semenychev E.V., 2014].

At the final stage, it was important to understand whether the specification of the model was correct or whether it was switching from a linear to a non-linear model. To this end, Regression Equation Specification Error Test (RESET-test Ramsey) was carried out on the correctness of the linear specification. RESET-test is shown in Figure 6.

Модель 3: МНК, использованы наблюдения 1-102  
Зависимая переменная: price  
Робастные оценки стандартных ошибок (с поправкой на гетероскедастичность), вариант HC1

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-14295,1	3798,60	-3,763	0,0003	***
memory	3015,16	390,561	7,720	1,45e-011	***
HDD	-4,74393	1,89609	-2,502	0,0141	**
pixel	0,00667310	0,00107690	6,197	1,65e-08	***
videocard_perfor~	685,802	112,826	6,078	2,80e-08	***
OS	-6207,89	2844,68	-2,182	0,0317	**
keyboard	5971,24	2143,88	2,785	0,0065	***
material	9596,99	2335,47	4,109	8,67e-05	***
Nvidia	-5902,24	2148,21	-2,748	0,0072	***
usb2	5216,64	1332,18	3,916	0,0002	***
usb3	10099,6	1695,75	5,956	4,80e-08	***

ВНИМАНИЕ: матрица данных близка к сингулярной!

Среднее зав. перемен	50998,50	Ст. откл. зав. перемен	39647,29
Сумма кв. остатков	7,25e+09	Ст. ошибка модели	8923,054
R-квадрат	0,954363	Испр. R-квадрат	0,949348
F(10, 91)	193,0951	P-значение (F)	9,77e-57
Лог. правдоподобие	-1066,744	Крит. Акаике	2155,488
Крит. Шварца	2184,363	Крит. Хеннана-Куинна	2167,181

Fig. 5. The model adjusted on heteroscedasticity  
Рис. 5. Модель МЛР с поправкой на гетероскедастичность

Вспомогательная регрессия для теста Рамсея  
МНК, использованы наблюдения 1-102  
Зависимая переменная: price

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-2513,36	6238,91	-0,4029	0,6880	
memory	2316,56	426,459	5,432	4,70e-07	***
HDD	-2,67481	2,28382	-1,171	0,2446	
pixel	0,00531517	0,00102678	5,177	1,37e-06	***
videocard_perfor~	495,931	149,628	3,314	0,0013	***
OS	-5935,64	2387,42	-2,486	0,0148	**
keyboard	7567,27	2527,02	2,995	0,0035	***
material	8611,90	2406,76	3,578	0,0006	***
Nvidia	-2840,67	2722,94	-1,043	0,2996	
usb2	2216,16	1854,90	1,195	0,2353	
usb3	7386,80	1970,35	3,749	0,0003	***
yhat^2	9,52363e-07	3,93536e-07	2,420	0,0175	**

Тестовая статистика: F = 5,856467,  
p-значение = P(F(1,90) > 5,85647) = 0,0175

Fig. 6. RESET-test

Рис. 6. RESET тест

Since p-value was equal to 0.0175 and less than 0.05; the MLR model in Figure 5 was presented in the wrong functional form (with a 95% assurance level). Therefore, non-linear terms were added to this regression equation, so a polynomial was considered (Fig. 7).

Polynomial model. Adding squared variables haven not helped to improve the goodness of the model: all variables were insignificant. As for the multiplication of explanatory variables, there were several significant coefficients

(in this case, quantitative variables were multiplied by dummy):

1. Multiplication of battery (quantitative) and Intel (dummy): battery\_OS;
2. Multiplication of SSD (quantitative) and Intel (dummy): SSD\_Intel;
3. Multiplication of CPU (quantitative) and OS (fictitious): CPU\_OS;

4. Multiplication of screen\_size (quantitative) and Intel (dummy): screen\_size\_Intel.

When non-linear terms were introduced, it was also necessary to introduce the desired variables into the model, so as not to disturb the economic interpretation. The model with new non-linear variables (polynomial model) is presented in Figure 7.

```

Polinom: МНК, использованы наблюдения 1-102
Зависимая переменная: price
Робастные оценки стандартных ошибок (с поправкой на гетероскедастичность), вариант НС1

```

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-112491	21744,3	-5,173	1,54e-06	***
memory	2462,94	407,816	6,039	4,07e-08	***
pixel	0,00716890	0,00113523	6,315	1,23e-08	***
videocard_perfor~	429,525	161,609	2,658	0,0094	***
OS	34994,6	13530,2	2,586	0,0114	**
keybord	5636,04	2735,55	2,060	0,0425	**
material	6510,67	2462,76	2,644	0,0098	***
usb2	5233,82	1345,18	3,891	0,0002	***
usb3	9261,76	1629,82	5,683	1,87e-07	***
battery_OS	-3258,75	1018,68	-3,199	0,0019	***
battery	3330,49	1053,12	3,163	0,0022	***
Intel	59380,6	21900,8	2,711	0,0081	***
SSD	46,9937	15,6622	3,000	0,0035	***
SSD_Intel	-45,8205	17,7638	-2,579	0,0116	**
CPU	11206,7	3989,39	2,809	0,0062	***
CPU_OS	-8591,80	4196,80	-2,047	0,0438	**
screen_size	3094,64	1226,40	2,523	0,0135	**
screen_size_Intel	-3397,57	1379,81	-2,462	0,0158	**

ВНИМАНИЕ: матрица данных близка к сингулярной!

Среднее зав. перемен	50998,50	Ст. откл. зав. перемен	39647,29
Сумма кв. остатков	5,55e+09	Ст. ошибка модели	8131,815
R-квадрат	0,965013	Испр. R-квадрат	0,957932
F(17, 84)	145,6543	P-значение (F)	8,02e-55

Fig. 7. Polynomial model

Рис. 7. Полиномиальная модель

From an economic point of view the interpretations of all coefficients of the explanatory variables have turned out to be correct. Compared to the model in Figure 5, all coefficients were significant; the standard error of the estimate decreased from 8923.05 RUB to 8131.81 RUB (or 15.94%); adj. R-squared increased to 0.9579, which means the inclusion of new variables has turned out to be true. MAPE was evaluated to be 14.44% that was a little better than 16.4% in Figure 5. That was, the goodness of fit to selected data was good [Absolute approximation error, 2018].

Because of the result of RESET-test, the hypothesis of a well-chosen model specification has declined, models in nonlinear forms were considered: exponential, logarithmic, power-law, semi-logarithmic.

1. Exponential model: the dependent variable was represented by the logarithm, and the independent variables were in the original form. Verification of all problems: multicollinearity, heteroscedasticity, equality of coefficients. After their recovering the following model was obtained (Fig. 8).

Экспорт: МНК, использованы наблюдения 1-102  
Зависимая переменная: l\_price

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	8,69552	0,237334	36,64	2,87e-056	***
CPU	0,159719	0,0463449	3,446	0,0009	***
memory	0,0194380	0,00750123	2,591	0,0111	**
SSD	0,000450035	0,000200036	2,250	0,0269	**
screen_size	0,0564409	0,0168817	3,343	0,0012	***
pixel	4,29085e-08	2,33069e-08	1,841	0,0689	*
OS	-0,102005	0,0573663	-1,778	0,0787	*
keybord	0,314172	0,0607564	5,171	1,37e-06	***
material	0,280529	0,0568903	4,931	3,66e-06	***
Nvidia	0,125090	0,0543187	2,303	0,0236	**
usb3	0,125623	0,0328594	3,823	0,0002	***
Среднее зав. перемен	10,62606	Ст. откл. зав. перемен	0,640266		
Сумма кв. остатков	4,037548	Ст. ошибка модели	0,210639		
R-квадрат	0,902484	Испр. R-квадрат	0,891768		
F(10, 91)	84,21824	P-значение (F)	1,49e-41		

**Fig. 8. Exponential model**  
**Рис. 8. Экспоненциальная модель**

All coefficient were significant. The standard error of estimate was low: 0.2106 with a mean of 10.6261 (or 2%). Adj. R-squared was equal to 0.8918 (about 0.9 is considered to be highly accurate) [Afanasev V.N., Semenychev E.V., 2014]. MAPE was 1.55%, that was significantly lower than 10%, therefore it indicat-

ed a high accuracy fit of the model to the sample data.

2. The logarithmic model: the dependent variable was presented in its original form, and the independent variables were represented by the logarithm (Fig. 9).

Logarifm: МНК, использованы наблюдения 1-102  
Зависимая переменная: price  
Робастные оценки стандартных ошибок (с поправкой на гетероскедастичность), в

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-452619	93388,1	-4,847	4,77e-06	***
l_memory	38116,3	7126,49	5,349	5,90e-07	***
l_pixel	27774,8	6319,38	4,395	2,83e-05	***
l_videocard_perf~	8339,72	2100,04	3,971	0,0001	***
l_battery	10322,3	4388,69	2,352	0,0207	**
Среднее зав. перемен	50998,50	Ст. откл. зав. перемен	39647,29		
Сумма кв. остатков	3,52e+10	Ст. ошибка модели	19043,20		
R-квадрат	0,778434	Испр. R-квадрат	0,769297		
F(4, 97)	20,76482	P-значение (F)	2,19e-12		

**Fig. 9. Logarithmic model**  
**Рис. 9. Логарифмическая модель**

All coefficient were significant. The standard error of estimate was high: 19043.20 RUB with a mean of 50998.50 RUB (or 37.34%). Adj. R-squared was equal to 0.7693 (about 0.75 is considered to be the lower acceptable value) [Afanasev V.N., Semenychev

E.V., 2014]. MAPE was 34.33%, so the model fit was satisfactory.

3. The power-law model: dependent and independent variables were presented in logarithm (Fig. 10).

```

степен: МНК, использованы наблюдения 1-102
Зависимая переменная: l_price

```

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	4,37504	0,858471	5,096	1,73e-06	***
l_core	-0,190388	0,0772941	-2,463	0,0156	**
l_memory	0,657717	0,0707091	9,302	4,71e-015	***
l_pixel	0,306454	0,0652644	4,696	8,84e-06	***
l_videocard_perf~	0,245423	0,0358586	6,844	7,23e-010	***
l_battery	0,210947	0,0657475	3,208	0,0018	***
Среднее зав. перемен	10,62606	Ст. откл. зав. перемен	0,640266		
Сумма кв. остатков	5,859630	Ст. ошибка модели	0,247058		
R-квадрат	0,858477	Испр. R-квадрат	0,851106		
F(5, 96)	116,4669	P-значение (F)	3,61e-39		

Fig 10. The power-law model

Рис. 10. Степенная модель

All coefficient were significant. The standard error of estimate was low: 0.2471 with a mean of 10.6261 (or 2.32%). Adj. R-squared was equal to 0.8511 (less than 0.9 indicates a lack of high accuracy). MAPE was 1.87%, that

was significantly lower than 10%, therefore it indicated a high accuracy fit of the model to the sample data.

4. The semi-logarithmic model is shown in Figure 11.

```

polulog: МНК, использованы наблюдения 1-102
Зависимая переменная: l_price

```

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	6,43668	0,716681	8,981	4,11e-014	***
l_memory	0,412848	0,0578832	7,132	2,52e-010	***
l_pixel	0,163844	0,0482918	3,393	0,0010	***
l_videocard_perf~	0,0979744	0,0314642	3,114	0,0025	***
keyboard	0,239628	0,0537784	4,456	2,42e-05	***
material	0,189603	0,0488636	3,880	0,0002	***
AMD	-0,118747	0,0587931	-2,020	0,0464	**
usb3	0,100179	0,0271164	3,694	0,0004	***
CPU	0,0989105	0,0430834	2,296	0,0240	**
X11_X12	0,000291091	0,000113619	2,562	0,0121	**
HDD	-0,000374044	0,000114036	-3,280	0,0015	***
OS	-0,206083	0,0708899	-2,907	0,0046	***
screen_size	0,0379929	0,0160810	2,363	0,0203	**
Среднее зав. перемен	10,62606	Ст. откл. зав. перемен	0,640266		
Сумма кв. остатков	2,623745	Ст. ошибка модели	0,171698		
R-квадрат	0,936631	Испр. R-квадрат	0,928087		
F(12, 89)	109,6222	P-значение (F)	7,05e-48		

Fig 11. The semi-logarithmic model

Рис. 11. Полулогарифмическая модель

All coefficient were significant. The standard error of estimate was low: 0.1717 with a mean of 10.6261 (or 1.62%). Adj. R-squared was equal to 0.9281 (more than 0.9 is considered to be highly accurate). MAPE was 1.21%, that was significantly lower than 10%, therefore it indicated a high accuracy fit of the

model to the sample data.

The next stage, the comparison of the resulting models was carried out. Comparison is possible only if the models are presented in the same type of dependent variables, so in the same units of measurement. The comparative Table 2 is below.

Table 2

Comparative table on models

Таблица 2

Сравнительная таблица моделей

Model/Criterion	Adj. R-squared	Standard error of the estimate	Mean absolute percent-age error (MAPE)
1. The dependent variable is in rubles			
Multiple Linear Regression	0.9493	8923.05	16.95%
Polynomial	<b>0.9579</b>	<b>8131.81</b>	<b>14.44%</b>
Logarithmic	0.7693	19043.20	34.33%
2. The dependent variable is presented in logarithm-rubles			
Exponential	0.8918	0.2106	1.55%
Power-law	0.8511	0.2471	1.87%
Semi-logarithmic	<b>0.9281</b>	<b>0.1717</b>	<b>1.21%</b>

Thus, according to all indicators the polynomial model was better in the first case and the semi-logarithmic – in the second case. The choice of the best model was carried out to the non-nested models test (PE-test). Figure 12 shows the models with predictions of a competing model.

For the PE-test, the coefficient of the variable *lin* (the difference between the logarithm of the forecast of the polynomial model and the forecast of the semi-logarithmic model) and *log* (the difference between the forecast of the polynomial model and the exposed forecast of the semi-logarithmic) were calculated [Econometrics. Regression analysis using the package Gretl: Laboratory Workshop, 2014]. For the

polynomial model, the coefficient for the variable *lin* has turned out to be significant (the p-value was 0.0041), so the model can be improved.

For the semi-log model, the coefficient of the variable *log* has also turned out to be significant (the p-value was 0.0009), so the model can be improved too. Since the coefficients in the both models are significant, it was not possible to make a definite conclusion. Therefore the models were compared by the value of significance. Since the p-value (0.0041) was larger in the polynomial model than in the semi-logarithmic model (0.0005), then the coefficient in the polynomial was less significant.

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-114949	21875,3	-5,255	1,13e-06	***
memory	2262,53	373,981	6,050	4,01e-08	***
pixel	0,00775341	0,00100198	7,738	2,16e-011	***
videocard_perfor~	467,163	129,704	3,602	0,0005	***
OS	42566,7	10164,7	4,188	6,98e-05	***
keybord	4685,35	2366,98	1,979	0,0511	*
material	6706,07	2326,43	2,883	0,0050	***
usb2	5246,92	1181,76	4,440	2,75e-05	***
usb3	9373,13	1426,37	6,571	4,12e-09	***
battery_OS	-3784,24	745,255	-5,078	2,31e-06	***
battery	4076,93	761,822	5,352	7,59e-07	***
Intel	39901,7	20917,1	1,908	0,0599	*
SSD	48,1242	13,5567	3,550	0,0006	***
SSD_Intel	-45,1367	15,7974	-2,857	0,0054	***
CPU	13085,8	3499,36	3,739	0,0003	***
X2_X7	-10411,4	3562,02	-2,923	0,0045	***
screen_size	2639,72	1136,47	2,323	0,0226	**
screen_size_Intel	-2097,31	1314,45	-1,596	0,1144	
lin	-19889,9	6729,88	-2,955	0,0041	***

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	7,10665	0,704300	10,09	2,35e-016	***
l_memory	0,443669	0,0553911	8,010	4,43e-012	***
l_pixel	0,101632	0,0490655	2,071	0,0413	**
l_videocard_perf~	0,102991	0,0297480	3,462	0,0008	***
keybord	0,251649	0,0509041	4,944	3,64e-06	***
material	0,199354	0,0462298	4,312	4,21e-05	***
AMD	-0,128047	0,0555851	-2,304	0,0236	**
usb3	0,106707	0,0256768	4,156	7,50e-05	***
CPU	0,102227	0,0406957	2,512	0,0138	**
X11_X12	0,000325709	0,000107764	3,022	0,0033	***
HDD	-0,000444604	0,000109626	-4,056	0,0001	***
OS	-0,195801	0,0670092	-2,922	0,0044	***
screen_size	0,0480784	0,0154666	3,109	0,0025	***
log	9,19642e-06	2,67650e-06	3,436	0,0009	***

Fig. 12. PE-test results

Рис. 12. Результаты PE-теста

### Заключение

Thus, the polynomial model was chosen or further econometric analysis (Fig. 7). Let us give an economic interpretation of the coefficients of the explanatory variables in the total influence of all factors:

1. If the amount of RAM is increased by 1GB, the laptop's price will increase on average by 2,462.94 RUB, other things being equal.

2. If the number of pixels is increased by 1000000, the laptop's price will increase on

average by 7168.90 RUB, other things being equal

3. If the performance of the video card is increased by 1% the laptop's price will increase on average by 429.53 RUB, other things being equal.

4. If the number of usb-ports 2.0 is increased by 1 unit, the laptop's price will increase on average by 5233.82 RUB, other things being equal.



5. If the number of usb-ports 3.x is increased by 1 unit, the laptop's price will increase on average by 9,261.76 RUB, other things being equal.

6. If the battery life is increased by 1 hour, the laptop's price will increase on average by 3330.49 RUB.

7. If the CPU's frequency is increased by 1 GHz, the laptop's price will increase on average by 11206.7 RUB.

8. The laptops with keyboard lightning will cost more on average by 5636.04 RUB than laptops with non-lightning.

9. The laptops with a metal case will cost more on average by 6,510.67 RUB than laptops with a plastic case.

10. The price of the laptops with the Windows OS is on average by 34994.60 RUB higher than other operating systems, provided that:

– if the battery life is increased by 1 hour, the price of the laptops with Windows OS will grow less on average by 3,258.75 RUB than laptops with another OS;

– if the CPU's frequency is increased by 1 GHz, the price of the laptops with Windows OS will grow less on average by 8591.80 RUB than laptops with another OS;

11. If the volume of solid-state drive (SSD) is increased by 1 GB, the laptop's price will increase on average by 46.99 RUB;

12. If the diagonal of the screen is increased by 1 inch, the laptop's price will increase on average by 3094.64 RUB;

13. The price of the laptops with Intel graphics card will cost more on average by 59380.60 RUB higher than laptops with AMD and Nvidia under two conditions:

–if the value of SSD is increased by 1 GB, the price of the laptops with Intel graphics cards will grow less on average by 45.82 RUB less than laptops with AMD and Nvidia videocards;

– if the diagonal of the screen is increased by 1 inch, the price of the laptops with Intel graphics cards will grow less on average by 3397.57 less than laptops with AMD and Nvidia videocards.

So during the research the model was built based on econometric analysis which allowed to draw the conclusion on the optimal laptop's price under the influence of various factors. These factors were explained the laptop's price by 95,79%.

The model has an error of 15,95%. The error can be reduced by increasing the number of observations and the number of factors. If an econometric model is built for using in practice, we can add factors such as laptop weight, processor generation, battery capacity, RAM frequency, display matrix type, memory card support, the presence of Kensington lock slot, etc.

Use the resulting econometric model on a specific example. Take from official website of the State Procurement the Purchase №31807033837 to deliver the computers and one laptop, posted on 10.23.2018 [5]. Under the contract, one laptop is purchased with a stated initial contract price of 134750.49 RUB. These terms of purchase are suitable for the resulting econometric model as the delivery is carried out at retail. According to the information that is specified in the technical project, it is expected to purchase a laptop model Dell XPS15 15.6". In this laptop model uses the following parameters, listed in Table 3.

**Table 3**

**Dell XPS15 15.6" laptop settings shown in the information card**

**Таблица 3**

**Параметры ноутбука Dell XPS15 15.6", указанные в информационной карте**

<b>Factor</b>	<b>Measurement</b>
CPU frequency	2,5 GHz
Core	4 cores
Random access memory (RAM)	8 GB
Hard disk drive	1000 GB
Solid state driver	128 GB
Monitor inch	15,6
Pixels	2073600

Factor	Measurement
Performance of video card	26,9%
USB ports 2.0	0
USB ports 3.x	4
Battery	10 hours
Operation System (OS)	Windows OS (1)
DVD-drive	No (0)
Keyboard lightning	Yes (1)
Laptop's material	Metal (1)
Nvidia video card	Yes (1)

Substituting these data into the econometric model, the average price of a laptop was 80906.75 RUB. Taking into account the standard error of regression, the maximum contract price should not exceed 93807.33 RUB. The stated contract price of 134750.49 RUB significantly exceeds the optimal price of the laptop by 40943.16 RUB.

Thus, using the econometric model allows to create a rationing mechanism for initial (maximum) contract price of purchases and to increase the efficiency of budget spending.

#### Список литературы

1. Афанасьев В.Н., Семеньев Е.В., 2014. Критерии качества моделей экономической динамики // Вестник Самарского муниципального института управления. 2014. №2 (29). С. 7-17.
2. Рыбникова Г.И., Тевосян К.М., 2016. Контроль государственных закупок в системе повышения эффективности бюджетного процесса // Территория наук. Экономика и экономические науки. 2016. №5. С. 168-173.
3. Эконометрика. Регрессионный анализ с использованием пакета Gretl: Лабораторный практикум, 2014. / Т.Б. Багильдеева, Е.А. Постников // Центр научного сотрудничества. 2014. – 80 с.
4. Абсолютная ошибка аппроксимации, 2018. [Электронный ресурс] // URL: <https://math.semestr.ru/trend/prim3.php> (дата обращения 24.10.2018).
5. Единая информационная система в сфере закупок. Закупка №31807033837 // URL: <http://zakupki.gov.ru/223/purchase/public/purchase/info/common-info.html?regNumber=31807033837> (дата обращения 24.10.2018).
6. Рейтинг производительности видеокарт, 2018. // URL: <https://technical.city/ru/video/rating> (дата обращения 24.10.2018).

#### References

1. Afanasev V.N., Semenychev E.V., 2014. Performance Criteria of Models of Economic Dynamic // *Bulletin of Samara Municipal Institute of Management.* 2014. No. 2 (29). P. 7-17. (in Russian)
2. Rybnikova G.I., Tevosyan K.M., 2016. Control of the state purchases in the system of increasing the efficiency of the budget process // *Territory of Sciences. Economics and Economic Sciences.* 2016. No 5. P. 168-173. (in Russian)
3. Econometrics. Regression analysis using the package Gretl: Laboratory Workshop, 2014 / Т.Б. Bagildeeva, Е.А. Postnikov // *Center for Scientific Cooperation.* 2014. 80 p. (in Russian)
4. Absolute approximation error, 2018 [Electronic resource] // URL: <https://math.semestr.ru/trend/prim3.php> (date of access: October, 24 2018).
5. The official website of the Unified Procurement Information System. Purchase No 31807033837 // URL: <http://zakupki.gov.ru/223/purchase/public/purchase/info/common-info.html?regNumber=31807033837> (date of access: October, 24 2018). (in Russian)
6. Video card performance rating, 2018. // URL: <https://technical.city/ru/video/rating> (date of access: October, 24 2018). (in Russian)

#### Информация о конфликте интересов:

авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Федотов Д.А.** – студент Челябинского государственного университета, директор ООО Финансовый центр «Кредитная линия»

**Fedotov Danil Aleksandrovich** – student Chelyabinsk State University, director of «Credit Line» Financial Center LLC

**ФИНАНСЫ  
FINANCE**

УДК : 336.71

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-8

**Alhassan Abdul-Mumin,  
Solovjeva N.E.,  
Bykanova N.I.**

**THE ANALYSIS OF THE SYSTEM OF MONITORING  
AND FORECASTING OF BANKING RISKS**

Belgorod state national research University  
st. Pobedy, 85, Belgorod, 308015, Russia

e-mail: solovjeva@bsu.edu.ru, bykanova@bsu.edu.ru

**Аннотация**

Credit risk is recognized as the most common type of risk that has a significant impact on the stability of both individual commercial banks and the banking system as a whole. The activity of commercial banks in modern conditions is associated with the emergence of a large number of risks and the interrelation of various types of banking risks within a separate commercial bank. The scale of risk throughout the banking sector has also become more intense. Due to the potentially dangerous effects of credit risk, it is important to constantly conduct a comprehensive assessment.

The article describes the types of risks and describes the main goals and objectives of the bank's risk management system. Bringing banking risks into the system and analyzing coefficients and indicators of credit risk make it possible to better structure the bank's work to minimize risk.

**Ключевые слова:** credit risk, credit risk management, monitoring credit risks, bank, market, Basel committee.

**Алхассан Абдул Мумин,  
Соловьева Н.Е.,  
Быканова Н.И.**

**АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА  
И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКОВСКИХ РИСКОВ**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия

e-mail: solovjeva@bsu.edu.ru, bykanova@bsu.edu.ru

**Abstract**

Кредитный риск признается наиболее распространенным видом риска, оказывающим существенное влияние на устойчивость, как отдельных коммерческих банков, так и банковской системы в целом. Деятельность коммерческих банков в современных условиях связана с возникновением большого количества рисков и взаимосвязью различных видов банковских рисков в рамках отдельного коммерческого банка. Масштаб рисков во всем банковском секторе также стал

более интенсивным. В связи с потенциально опасными последствиями кредитного риска важно постоянно проводить комплексную оценку.

В статье рассмотрены виды рисков и описаны основные цели и задачи системы управления рисками банка. Приведение в систему банковских рисков и анализ коэффициентов и индикаторов кредитного риска позволяют лучше выстроить работу банка по минимизации риска.

**Key words:** Кредитный риск, Управление кредитными рисками, мониторинг кредитных рисков, рыночный риск, Базельский комитет.

### **Введение**

The purpose of this article is to study the main causes of changes in the level of risk of Sberbank, where the probability of risks in the financial market in recent years has increased significantly due to the unstable economic situation. The relevance and need to study the process of occurrence of risks allows to take into account the peculiarities of Sberbank, to make changes in the management process in relation to Finance, to make timely decisions on financial policy. Materials and methods of research. The research methodology is based on the theoretical aspects and practices of Russian economists on the topic, which includes a number of methods: statistical analysis, mathematical, monographic, graphic.

The article analyzes the modern financial market on the example of Sberbank in the conditions of international sanctions, which identified the actual problems and identified the main risks. This work is the result of studies based on an analytical review of the risks of the Russian banking sector, as well as the calculations of the authors, allowing to draw conclusions and propose a set of measures to reduce their regulatory nature. As a result of the conducted research the actual directions of increasing the competitiveness of domestic state-owned banks in order to strengthen their positions in the in-

ternational financial markets are proposed [Solovjeva N.E., 2018].

### **Основная часть.**

PJSC Sberbank manages all significant risks for the bank, which are determined as a result of annual assessment of the significance of risks and procedures for their identification. In recent times, the following types of risks are considered significant to the bank: credit risk, market risk, operational risk, liquidity risk and others (compliance risk, tax risk, strategic risk, business risk, regulatory risk, model risk and reputation risk). The main goals and objectives of the risk management system of the bank are:

- providing a common understanding of risks at the group level and strategic planning taking into account the level of risks accepted.
- identification, assessment, aggregation and forecasting of the level of significant risks of the bank as well as control over their level;
- ensuring and maintaining an acceptable level of risk and capital adequacy ratio to cover significant risks;
- ensuring efficient allocation of resources to optimize the risk factor or profitability of the bank [Systematic approach to comprehensive monitoring of Bank risks, 2018].

The dynamics of the main types of risks of Sberbank in 2015-2017 are presented in table 1.

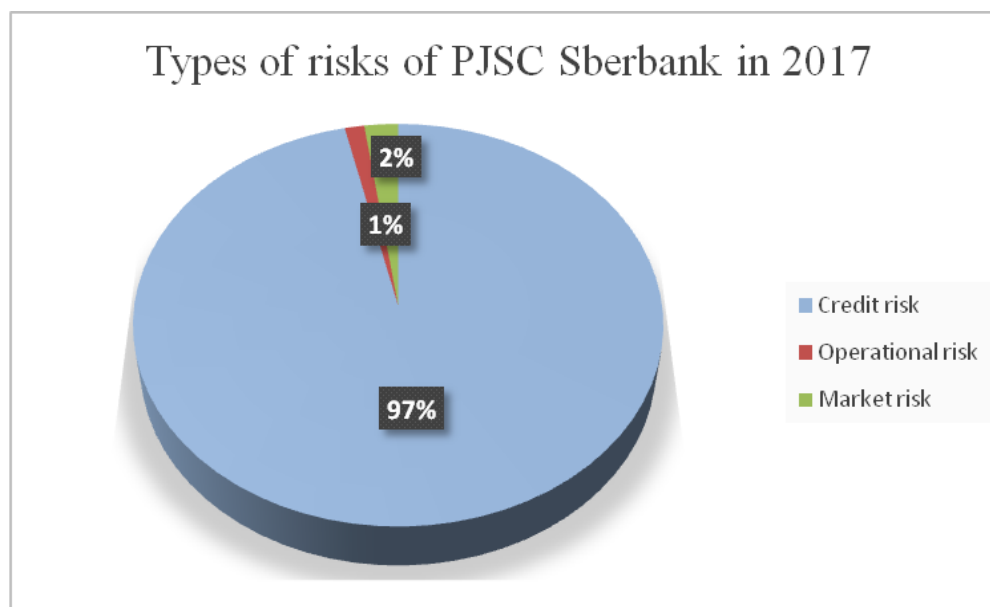
**Table 1**  
**The dynamics of the main types of risks of Sberbank of Russia in the years 2015-2017**  
**In billion rubles**

**Таблица 1**  
**Динамика основных видов рисков Сбербанка России в 2015-2017 годах в млрд. рублей**

Type of risk	Period			2017/2016	
	2015	2016	2017	absolute deviation	Growth rate, %
Credit risk	17929	16426	15739	-687	95,8
Operational risk	163	182	213	31	117,0
Market risk including;	240	205	368	163	179,5
Interest risk	11,0	16,0	13,0	-3,0	81,3
Stock risk	0,0	0,3	0,0	-0,3	0,0
Currency risk	99,0	0,0	8,8	8,8	-
Commodity risk	0,0	0,5	7,0	6,5	1400,0

The Bank's credit risk decreased in 2016 and 2017 with a negative growth rate of 8.4% and 4.7% respectively. From the table above, it is noticeable that the growth rate of operational and interest risk declined in 2016

and 2017 (117.0% and 179% respectively at the end of 2017). A clearer picture of the analysis in the table above is illustrated in the chart below [Public joint-stock company Sberbank, 2018].



**Figure 1. Structure of the main types of risks of Sberbank in 2017**  
**Рисунок 1. Структура основных видов рисков Сбербанка в 2017 году**

Referring to the figure illustrated above, one can conclude that the Bank's risk structure is quite simple. The main type of risk of Sberbank is credit risk, which accounts for 96.4% of

the Bank's risks. One can also conclude that credit risk is the main type of risk in most commercial banks. In light of this, we conducted a comprehensive analysis of credit risk of

the bank for a 4 year period [Управление рисками и эффективность бизнеса в условиях кризиса, 2018]. The structure and Dynamics

of loans and credit risks of Sberbank in 2014-2017 are presented in the table.2.

**Table 2**

**Dynamics of bank loans and credit risks of Sberbank Russia for the period of 2014-2017 In millions**

**Таблица 2**

**Динамика банковских кредитов и кредитных рисков Сбербанка России за период в 2014-2017 млн.**

Activities	At the end of the period				Decline , +/-	
	2014	2015	2016	2017	2016 к 2015	2017 к 2016
Total loans including:	16690583	17880623	17260343	18235656	-620280	975313
Debts overdue (arrears)	700540	871424	626278	615071	-245146	-11207
Share of loans in assets, %, %	76.70%	78.70%	79.50%	78.70%	0.01	-0.01
Loans to legal entities including:	11648210	12248763	11327452	11769864	-921311	442412
Overdue debts	442418	567974	331593	302500	-236381	-29093
Loans to individuals including:	4069937	4134771	4337385	4925822	202614	588437
Overdue debts	253007	303386	282275	257938	-21111	-24337
Loans to banks including:	972436	1497089	1595506	1539970	98417	-55536
Overdue debts	5315	64	12410	54633	12346	42223
Share of overdue debts, %						
loans in total	4,2	4,9	3,6	3,4	-1,2	-0,3
loans to legal entities	3,8	4,6	2,9	2,6	-1,7	-0,4
loans to individuals	6,2	7,3	6,5	5,2	-0,8	-1,3
loans to banks	0,5	0	0,8	3,5	0,8	2,8
Provisions for possible losses on loans	801204	1010819	1038721	1094186	27902	55465
% to loans	4,80	5,65	6,02	6,00	0,36	-0,02

The tendency to improve the quality of assets and minimize risks has become one of the main tasks of the Bank. The financial and economic sanctions in 2014 led to an increase in credit risks hence an increase in the share of overdue debt in this period. The Bank is forced

to significantly increase reserves for possible loan losses, which negatively affected the financial results of their activities. Since 2015, there has been an increase in credit risks and a fall in the share of the Bank's overdue debt.

An asset is recognized as overdue in full in case of violation of the terms established by the Agreement on payment of at least one payment on the principal debt and (or) interest. As of the end of 2017, the share of overdue loans in total assets amounted to 2.7% (as of January 1, 2017 – 2.9%) [Risk management and business performance in crisis, 2018].

Restructuring – is making changes to the original essential conditions of the loan agreement concluded with the debtor in a more favorable way for him not provided by the original essential terms of the loan agreement.

In the course of settlement of problematic or overdue debts of legal entities and individuals, the Bank sells assets previously taken to the Bank's balance sheet as collateral. During 2017, property was sold for 707 million rubles, in 2016 – for about 569 million rubles. The vast majority of realized objects are in the real estate sector (apartments, land plots, non-residential premises).

In 2015, the volume of restructured loans of legal entities amounted to 2,907.5 billion rubles, their share in assets was 12.8% (2014 – 2,212.0 billion rubles and 10.2%, respectively). As of January 1, 2018, the amount of restructured loans to legal entities amounted to 3 402 584.0 million rubles, their share in the assets of the balance sheet was 14.7% (January 1, 2017: 3 285 711,8 million RUB and 15.1%, respectively).

At the beginning of 2016, the volume of restructured loans to individuals in the loan portfolio amounted to 149.2 billion rubles, their share in assets – 0.7% (January 1, 2015 – 72.5 billion rubles and 0.3%, respectively). As of January 1, 2018, the volume of restructured loans of individuals in the loan portfolio amounted to 277 943.0 million rubles, their share in assets – 1.19% (as of January 1, 2017: 204 042.9 million rubles and 0.9%, respectively). Typical options for restructuring involve an increase in the term of use of credit, change in the order of repayment of debt on a loan, re-

fusal of charging penalties in whole or in part, change of the currency of credit.

The bank pays close attention to controlling the concentration of large credit risks. In accordance with internal regulatory documents, the Bank has implemented the procedure for monitoring of major credit risks and forecasting compliance with the requirements set forth in the standards of H6 "maximum risk amount per borrower or Group of related borrowers" and H7 "maximum size of major credit risks". For this purpose the list of the bank's large and related borrowers is monitored.

We will calculate the main coefficients (key ratios), which allow us to determine the degree of risk activity of the bank in 2015-2017 (table 3). Calculations used in the process of determining the degree of credit risk of the Bank include;

- Reserve ratio- allows you to determine the degree of protection of the Bank from non-repayment (return) of loans.

- Risk ratio- allows you to assess the quality of the bank's loan portfolio in terms of credit risk.

- Ratio of default or overdue debt- shows the share of problematic loans in the total amount of debt owed the bank.

Based on the data in table 3, all credit risk ratios of Sberbank are within acceptable limits for the entire period under review. The decreasing reserve ratio in 2017 means that the Bank's degree of protection against possible loan defaults has decreased at the reporting date. In terms of repayment, the quality of the loan portfolio is closer to the optimal in 2017 – this shows a risk factor of 0.94. The ratio of problematic loans decreased in 2017, which indicates a decrease in the share of problematic loans in the total amount of debt. In general, the structure of the loan portfolio does not exceed the permissible level of default loans [Systematic approach to comprehensive monitoring of Bank risks, 2018].

**Table 3**

**Credit risk ratios of Sberbank of Russia for 2015-2017**

**Таблица 3**

**Коэффициенты кредитного риска Сбербанка России на 2015-2017 годы**

Coefficient	Significance				Correspondence to the optimal
	2015	2016	2017	Optimal	
Reserve ratio	5,75	6,14	6,13	Not higher than 15	Correspond
Risk ratio	0,94	0,93	0,94	Should strive towards 1	Correspond
Ratio of default or overdue debt	5,62	4,38	4,21	Not higher than 10	Correspond

One of the main methods of market risk assessment in recent times is the Value at Risk (VaR) method. This method is an estimate of the maximum portfolio loss over a given period of time with a given probability (confidence level) in a "normal" market. "Normal" market is recognized as the dynamics of market factors (interest rates and currency quotations) in the absence of a systemic crisis in the banking sector or the economy of the country or a group of countries or negative facts that can cause a significant change in market factors, and, as a consequence, the value of positions in financial instruments.

The Bank uses the Value at Risk (VaR) method to calculate interest rate risk on trading positions, stock and currency risks. This technique allows us to estimate the maximum amount of expected financial losses for a certain period of time with a given level of confidence [Frolova, N.E., 2009]. The Bank estimates VaR with a confidence level of 99%, the holding period is assumed to be equal to 10 working days.

It should be noted that the Basel Committee on banking supervision (within the framework of the internal models approach) does not allow banks to use models with a short-term (less than 250 days) observation period to calculate capital adequacy. Based on the covariance method, the VaR calculation model (in accordance with the criteria of the Basel Committee on banking supervision) is insufficient to estimate the expected losses in the conditions of sustainable market development and in the periods of crisis. Another advantage of the new approaches to risk assessment (especially operational risk) is their ability to provide accurate probabilistic estimates even in the absence of statistical data.

Taking into account the shortcomings of the VaR method, in order to obtain more complete and accurate information on the amount of market risk, the Bank supplements the calculation of VaR with market risk assessments using scenario analysis and stress testing methodology.

The results of calculations by types of risk using the VaR method at the end of 2015-2017 are given in the table below:



**Table 4**

**Market risk indicators using the VaR method from 2015 to 2017**

**Таблица 4**

**Индикаторы рыночного риска по методу VaR с 2015 по 2017 год**

Types of risks	The value of Market risk, In billion rubles			Effect on net profit, %		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Interest risk on debt securities	85	37,5	24,8	36,00%	6,90%	3,30%
Stock risk	0,3	0,1	0,2	0,10%	0,00%	0,00%
Currency risk	11,7	3,3	5,8	4,90%	0,60%	0,80%
Commodity risk	0,2	0,1	0,2	0,10%	0,00%	0,00%
Market risk (taking into account diversification)	96,4	40,1	29,6	40,80%	7,60%	4,00%
The effect of diversification	0,6	0,9	1,4	0,20%	0,20%	0,20%

The table above shows that in 2015 the Bank's net profit was strongly affected by the level of interest and market risk. Subsequently, the effect on the bank's net profit reduced in 2016 and 2017. The most dangerous type of risk for the Bank in terms of its impact on the Bank's net profit are interest and market risks. In its risk management strategy, the Bank should pay special attention to their minimization, of course, along with other risks, because each of them worsens the financial condition of the Bank upon occurrence.

**Заключение**

Thus, feature of development of a banking system of the Russian Federation is recently the increased instability which is followed by sanctions regimes which significantly influence development of economy in certain directions of minimization of risks of a banking system of Russia and in its stable functioning and regulation.

**Список литературы**

1. Быканова Н.И., 2017. Пути минимизации рисков банковской системы России и особенности их регулирования в условиях экономических санкций/ Н.И. Быканова, Н.Е. Соловьева, М.С. Зинченко // Современная экономика: проблемы и решения. – 2017. – № 8 (92). – С. 54-63.
2. Киреева, Т.С., 2010. Ссудные операции коммерческого банка / Киреева Т.С. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 81 с.

3. Лобач И.С., 2016. Банковские риски: теория и существенные характеристики.// Новые технологии.- 2016. <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-riski-teoriya-i-suschnostnye-harakteristiki>

4. Панова, Е. П., 2018. Формирование кредитной политики коммерческого банка [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.library.ru](http://www.library.ru)

5. Публичное акционерное общество ПАО Сбербанк, 2018. [Электронный ресурс] / "Банк России": [сайт]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/credit/coinfo.asp>

6. Системный подход к комплексному мониторингу банковских рисков, 2018. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-pri-provedenii-kompleksnogo-monitoringa-bankovskih-riskov.pdf>

7. Рождественская, Т. Э., 2010. Банковское право : учеб. пособие / Т. Э. Рождественская; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 420 с.

8. Соловьева Н.Е., 2018. Пути повышения конкурентоспособности банков с государственным участием на национальном рынке банковских услуг/ Н.Е. Соловьева, Н.И. Быканова, Альнакула Мажд // Научные ведомости Белгородского государственного университета» серии Экономика.

Информатика, № 2 Т. 46, июнь 2018 г.: Белгород: «Белгород».- С. -273-281.

9. Управление рисками и эффективность бизнеса в условиях кризиса, 2018. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http://www.iso.ru/rus> ААА.

10. Фролова, Н.Е., 2009. Банковские риски: пути минимизации/ Н.Е. Фролова – М.: Дело ЛТД, 2009 – 300 с.

### References

1. Bykanova N. And., 2017. Ways of minimization of risks of the Russian banking system and features of their regulation in the conditions of economic sanctions/ N. And. Bykanova, N. E. Solovjeva, M. S. Zinchenko // *Modern economy: problems and solutions.* – 2017. – № 8 (92). – P. 54-63.

2. Kireeva, T. S., 2010. Loan operations of a commercial Bank / T. S. Kireeva-Moscow: laboratory of books, 2010. – 81 p.

3. Lobach, I. S., 2016. Bank risks: theory and essential characteristics.// *New technology.* 2016. <https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-riski-teoriya-i-suschnostnye-harakteristiki>

4. Panova, E. P., 2018. Formation of credit policy of commercial Bank [Electronic resource]. Mode of access: [www.library.ru](http://www.library.ru)

5. Public joint-stock company Sberbank, 2018. [Electronic resource] / Bank of Russia: [website]. – Mode of access: <http://www.cbr.ru/credit/coinfo.asp>

6. Systematic approach to comprehensive monitoring of Bank risks, 2018. [Electronic resource.] Mode of access:

<https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-pri-provedenii-kompleksnogo-monitoringa-bankovskih-riskov.pdf>

7. Christmas, T. E., 2010. Banking law: studies. allowance / Ie Christmas; State. UN-t-Higher school of Economics. – М.: Ed. GOS house. UN-TA-Higher school of Economics, 2010. – 420 p.

8. Solovjeva N. E. 2018. Ways to improve the competitiveness of banks with state participation in the national market of banking services/ N. E. Solovjeva, N. And. Bykanova, Alnakula Majd / scientific Bulletin of the Belgorod state University " series Economics. Informatics, № 2 Vol. 46, June 2018: Belgorod:"Belgorod". – P. – 273-281.

9. Risk management and business performance in crisis, 2018. [Electronic resource.] Mode of access: <http://www.iso.ru/rus> ААА.

10. Frolova, N. E., 2009. Banking risks: ways to minimize/ N. E. Frolova, M.: Delo LTD, 2009 – 300 С.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Алхассан Абдул Мумин** – магистр института экономики и управления Белгородского государственного национального исследовательского университета,

**Alhassan A.-M** – master of the Institute of Economics and management of Belgorod state national research University

УДК : 336.221

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-9

Ристич Милица<sup>1</sup>,  
Хлусова В.П.<sup>2</sup>

**ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
НА НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

<sup>1</sup> Государственный Университет в городе Ниш  
Универзитетски трг 2, 18106 Ниш, Сербия

<sup>2</sup> Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова,  
ул. Костюкова 46, Белгород 308012 Россия

e-mail: milica42777@gmail.com, vika\_hlusova.srb@mail.ru

**Научный руководитель: Ряпухина, Виктория Николаевна** кандидат экономических наук, директор Института сербского языка и коммуникаций, доцент кафедры стратегического управления Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова

**Аннотация**

Государственное управление является одним из определяющих факторов, которые могут оказывать значительное влияние на уровень налоговых поступлений в стране. Налоговая политика Российской Федерации является важным детерминантом роста и развития государства. С одной стороны, налоги представляют собой основу обеспечения налоговых поступлений в казну, за счет которых государство финансирует расходы на общественный сектор. Если государство не обеспечивает достаточного объема средств на покрытия своих обязательств, то и роль государственного регулирования значительно снижается. С другой стороны, налоги представляют собой детерминант, имеющий международный характер. Здесь авторы говорят о том, что концепция налоговой политики страны определяет ее международную налоговую конкурентоспособность. Важнейшим инструментом, отражающим международный характер налоговой системы, являются дифференцированные налоговые ставки на прибыль в рамках различных налоговых систем. Поэтому, в фокусе внимания международных инвесторов оказывается т.н. «налоговый рай». Именно те страны, которые устанавливают минимальные налоговые ставки и которые, тем самым, уменьшают налоговую нагрузку на физических и юридических лиц в стране, в конце концов, инициируют движение (приток) капитала.

Главным предметом многочисленных теоретических, эмпирических и эконометрических работ в области налоговой политики является исследование факторов налоговых поступлений. В данной статье проанализированы основные факторы, оказывающие значительное воздействие на объем налоговых поступлений: эффективность управления, политическая стабильность и отсутствие насилия / терроризма, нормативное качество и верховенство закона. Результаты нашего исследования показывают, что государственное управление оказывает решающее влияние на уровень налоговых поступлений. Поэтому очень важно, чтобы Российская Федерация совершенствовала соответствующие инструменты фискальной политики для реализации государственного управления на более высоком уровне. Результатом успешной реализации такой политики

станет повышение налоговых поступлений в казну и, в конечном счете, рост и развитие экономики Российской Федерации.

**Ключевые слова:** государственное управление, налоговые поступления, валовой внутренний продукт, Российская Федерация.

Ristic Militsa<sup>1</sup>  
Khlusova V.P.<sup>2</sup>

**INFLUENCE OF PUBLIC ADMINISTRATION  
ON TAX INCOME IN RUSSIAN FEDERATION**

<sup>1</sup>State University in Nis

Universitet Trg 2, 18106 Niš, Serbia,

<sup>2</sup>Belgorod State Technological University. V.G. Shukhov

Kostyukova 46, Belgorod 308012 Russia

E-mail: milica42777@gmail.com, vika\_hlusova.srb@mail.ru

**Academic adviser: Ryapukhina, Victoria Nikolaevna** – candidate of Economic Sciences, director of Institute of Serbian and communications, associate professor of strategic management of the Belgorod state technological university of V.G. Shukhov

### Abstract

Public administration is one of the defining determinants that can have significant consequences for the level of tax revenues of the state. The tax policy of the Russian Federation is an important determinant of state growth and development. On the one hand, taxes are the basis for securing tax revenues that the government finances with government spending. If the state does not provide sufficient funds for the implementation of this program, the state's investments will be much less. On the other hand, taxes are a factor that also has an international character. Accordingly, depending on the concept of tax policy, international tax competition will also be expressed. The most important instrument expressing the international character of the tax system are the differentiated tax rates within the framework of various tax systems. Namely, attention is drawn to countries that have minimum tax rates that make it difficult to collect income tax on individuals and legal entities in the country, as they initiate the movement of capital in the final stage. Tax revenues are the main source of income for each state. By adhering to a policy of optimal government revenues, the state encourages growth and development.

The main subject of numerous theoretical, empirical and econometric studies is the definition of tax revenues. This article analyzes some factors that have a significant impact on the amount of tax revenues: the effectiveness of governance, political stability and absence of violence / terrorism, regulatory quality and rule of law. The results of our research show that public administration has a decisive influence on the level of tax revenues. Therefore, it is very important for the Russian Federation to improve the relevant instruments of fiscal policy for the implementation of public administration at a higher level. The successful implementation of this policy will result in increased tax revenues to the Treasury and, ultimately, the growth and development of the economy of the Russian Federation.

**Key words:** public administration, tax revenues, gross domestic product, Russian Federation.

## Введение

В деятельности государства налоговая политика всегда занимала значительное место, а исторически функция взимания налогов является одним из основных первостепенных условий существования государства, цивилизованного и динамичного развития общества. При этом социально-экономическое развитие общества определяет формы и методы фискальной политики. Необходимо отметить, что система и механизмы регулирования социально-экономического состояния страны посредством налогового законодательства все еще далеки от совершенства. Актуальность данной проблемы обуславливает, прежде всего, недостаточная изученность и теоретическое осмысление вопроса формирования, функционирования совершенствования и оптимизации налоговой системы в условиях переходной экономики России. Большинство ученых сходятся во мнении о слабой проработанности в научной литературе и производственной практике правовых принципов и особенностей проведения налоговой реформы, аспектов формирования и функционирования налоговой системы в условиях современной правовой политики налогообложения в контексте особенностей ее исторического развития, а также вопросов использования мирового опыта в процессе формирования практики налогообложения в России. Следовательно сохраняется необходимостью дальнейшего исследования проблемы, как в теоретическом, так и в практическом отношении, с целью познания тенденций и закономерностей ее оптимизации в рамках экономической теории. Таким образом, проблема влияния государственного управления на налоговые поступления в Российской Федерации ориентированного на современный этап становления рыночной экономики, остается весьма актуальной и в настоящее время.

В целях эффективной реализации государством своей налоговой политики, необходимо чтобы налогоплательщики были удовлетворены своей налоговой системой. Решение этой задачи было возложено на

правительство Российской Федерации, которое, помимо определения оптимальных налоговых ставок, также уделяло особое внимание государственному управлению, которое может иметь непосредственные последствия для налогоплательщиков. Ввиду того, что налоговые поступления представляют собой основной источник дохода каждого государства, т.е. существует положительная корреляция налоговых поступлений с валовым внутренним продуктом страны, особое значение имеет изучение факторов, влияющих на налоговые поступления. Придерживаясь политики оптимальных государственных доходов, государство поощряет рост и развитие. В долгосрочной перспективе именно налоговые поступления будут определять рост и развитие страны.

Государственное управление является одним из определяющих факторов, которые могут иметь существенные последствия для уровня налоговых поступлений государства. Налоговая политика Российской Федерации является важным фактором, определяющим рост и развитие государства. С одной стороны, налоги являются основой для обеспечения налоговых поступлений, которые правительство финансирует за счет государственных расходов. Если государство не предоставит достаточных средств для реализации этой программы, инвестиции государства будут значительно меньше. С другой стороны, налоги являются фактором, который также имеет международный характер. Соответственно, в зависимости от концепции налоговой политики также будет выражена международная налоговая конкуренция. Важнейшим инструментом, отражающим международный характер налоговой системы, являются дифференцированные налоговые ставки в рамках различных налоговых систем. В частности, внимание обращается на страны, в которых действуют минимальные налоговые ставки, которые затрудняют сбор подоходного налога с физических и юридических лиц в стране, поскольку они инициируют движение капитала на заключительном этапе. Налоговые поступления являются основным источником

дохода для каждого государства. Придерживаясь политики оптимальных государственных доходов, государство стимулирует рост и развитие.

Основным предметом многочисленных теоретических, эмпирических и эконометрических исследований является определение налоговых поступлений. В данной статье анализируются некоторые факторы, которые оказывают существенное влияние на сумму налоговых поступлений. Результаты нашего исследования показывают, что государственное управление оказывает решающее влияние на уровень налоговых поступлений. Поэтому для Российской Федерации очень важно усовершенствовать соответствующие инструменты фискальной политики для осуществления государственного управления на более высоком уровне. Успешная реализация этой политики приведет к увеличению налоговых поступлений в Казначейство и, в конечном итоге, росту и развитию экономики Российской Федерации.

#### **Основная часть**

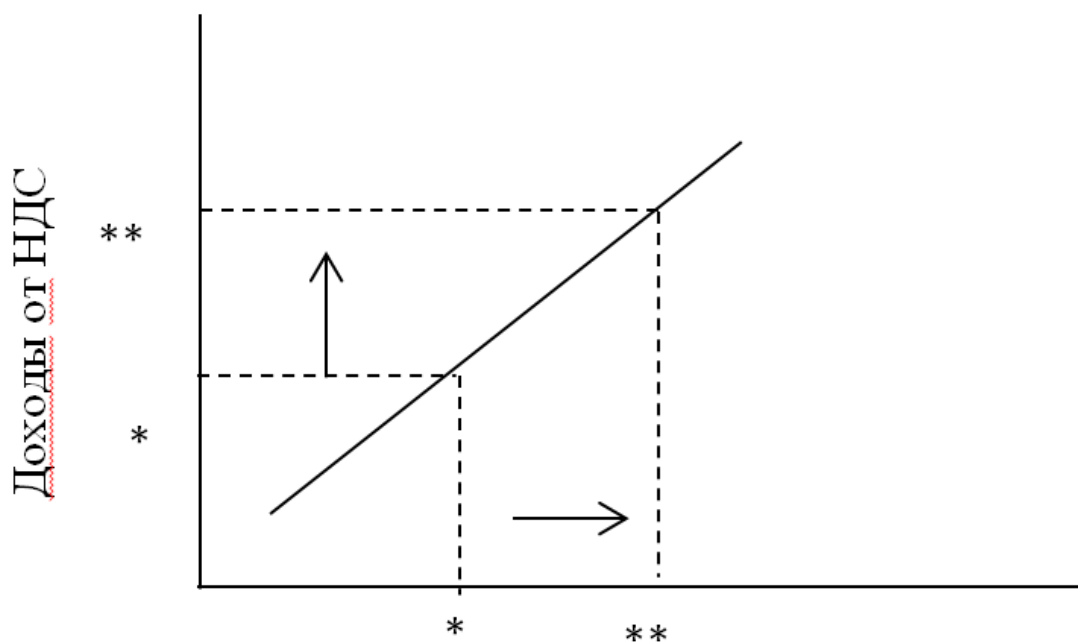
В конце 1991 года правительство России начало процесс реформ, продвигаясь через налоговую политику развитых стран. Внедрена система налога на добавленную стоимость, которая сегодня представляет собой вторую наиболее важную налоговую форму дохода Российской Федерации. А именно, налог на добавленную стоимость, оказался хорошим средством обеспечения налоговых поступлений. Основной причиной быстрого введения налога на добавленную стоимость является убеждение, что это эффективная налоговая система [Bibek Adhikari, 2015]. Сбор доходов для финансирования государственных функций в Российской Федерации сегодня реализуется в основном с подкомиссией НДС, согласно которой советский режим уменьшал размер дохода от корпоративного подоходного налога. Российская Федерация формирует большую часть своих налоговых активов от налогов на нефть и газ, которые в 2016 году составили 22% от общей суммы налоговых поступлений. Поэтому косвенные налоги

представляют собой наиболее важные налоговые поступления Российской Федерации. Налоги представляют собой институт, который имел отрицательную коннотацию с момента его введения в налоговую систему страны. Только введение налогов в качестве основного государственного дохода привело к тому, что налогоплательщики стали платить налоги. «Федеральными налогами признаются налоги и сборы, установленные НК РФ и обязательные к уплате в бюджет на всей территории РФ. К ним относятся: НДС, акцизы, НДФЛ, налог на прибыль, налог на добычу полезных ископаемых, водный налог, сборы за пользование животного мира и за пользование объектами водных и биологических ресурсов, государственная пошлина» [Ковалева Т.Н, Слабинская И.А., 2012]. «Действующая эффективная российская система основана на ее революционном процессе, который начался в 1991 году» [Preobragenskaya, G., McGee, R., 2004].

Баташева Ф. А. говорит о том, что «основным недостатком действующей налоговой системы считается то, что финансово-правовое регулирование и ее усовершенствование базируется на переориентации налоговой системы в главном на прямые налоги, налоги на потребление, а также на усиление налогового пресса в отношении физических лиц при всей недоработки системы подоходного налогообложения. В этой сфере существовала и существует такая проблема, как то, что представительные органы РФ, субъектов Федерации и муниципальных образований не изучают научные выводы специалистов в области налогов и налогообложения государства. Так правовая налоговая концепция РФ выработала только общие принципы регулирования налоговой системы для того, чтобы обеспечить развитие конституционных норм РФ» [Баташева Ф. А., 2015]. Полунин С. К. отмечает, что «говоря о проблемах в современной налоговой системе Российской Федерации, следует отметить проблему налогового администрирования – налоговая система РФ по-прежнему остается очень громоздкой, неэкономичной и малоэффективной. Боль-

шое количество налогов – федеральных, региональных и местных, непростые методики их расчета, наличие огромного количества бюрократических процедур приводят к значительному увеличению трудоемкости как налогового учета, так и налогового инспектирования. В связи с этими и другими параметрами налоговая система не в состоянии работать максимально эффективно. Из-за огромного количества документов и процедур, необходимых налогоплательщику для того чтобы, например, сделать налоговый

вычет, тратятся часы, перезаполняются декларации, а в итоге человек срывается на сотрудников налоговой инспекции. Также этой ситуацией пользуются сторонние коммерческие фирмы – за определенную сумму денег они сами заполняют декларацию, и налогоплательщику не придется тратить ни сил, ни своего времени. В результате государство теряет хоть незначительную, но прибыль, которую можно было бы распределить на нужды страны и граждан» [Полунин С. К., 2017].



### Удовлетворение налоговой системой

**Рис. 1. Влияние государственной политики на налоговые поступления от НДС**  
**Fig. 1. Impact of state policy on tax revenues from VAT**

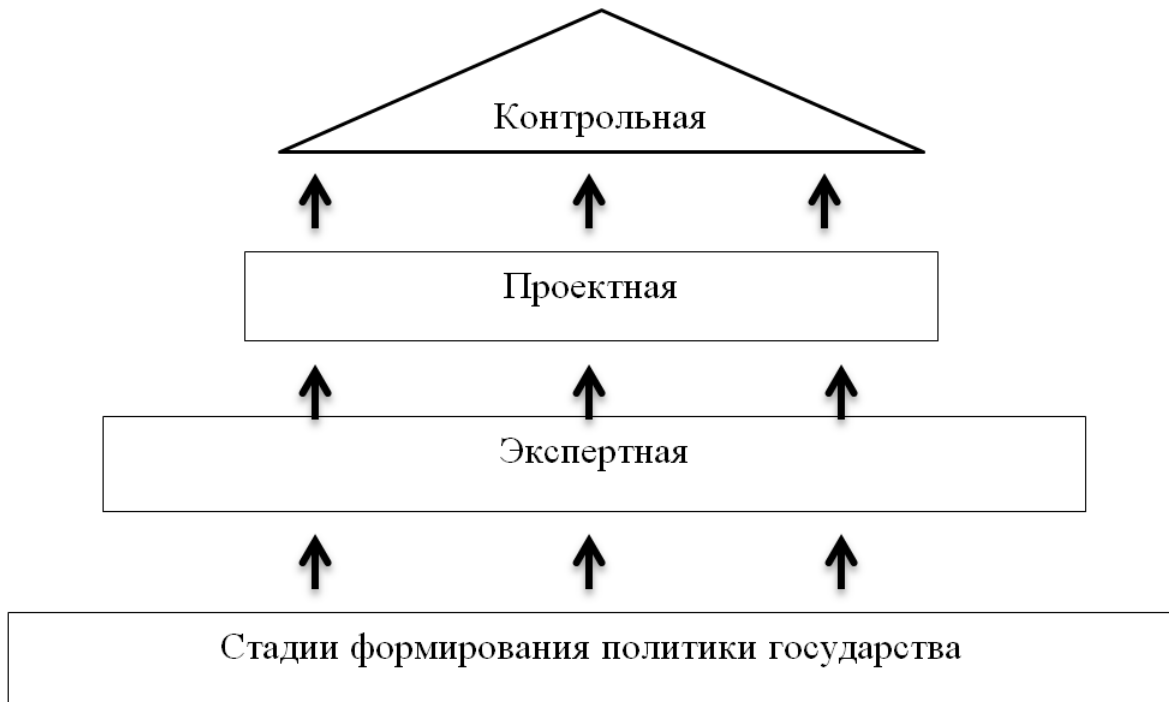
Основываясь на представленном на рис. 1 графике, мы делаем вывод о том, что существует положительная корреляция между политикой, проводимой правительством, и удовлетворением налогоплательщиков. Таким образом, сбор налогов государством может быть выше, только если правительство проводит налоговую политику, которой довольны налогоплательщики. Аналогичным образом, очень важно подчеркнуть важность изменения налоговых

ставок. Частые изменения в ставке налога отрицательно коррелируют с деятельностью предприятия и имеют прямые негативные последствия для привлечения прямых иностранных инвестиций. Любое изменение в расчете и ставках может прямо повлиять на финансовую деятельность компаний.

Важным инструментом оптимальных налоговых поступлений является политика контроля субъекта. Чтобы ответить на вопрос исследования, мы включили аспекты

контроля на предприятии в налоговую систему государства. Рассматривая этапы процесса контроля субъекта, которые обес-

печивают оптимальные налоговые поступления, существующий анализ может быть распространен на правительство (рис 2).



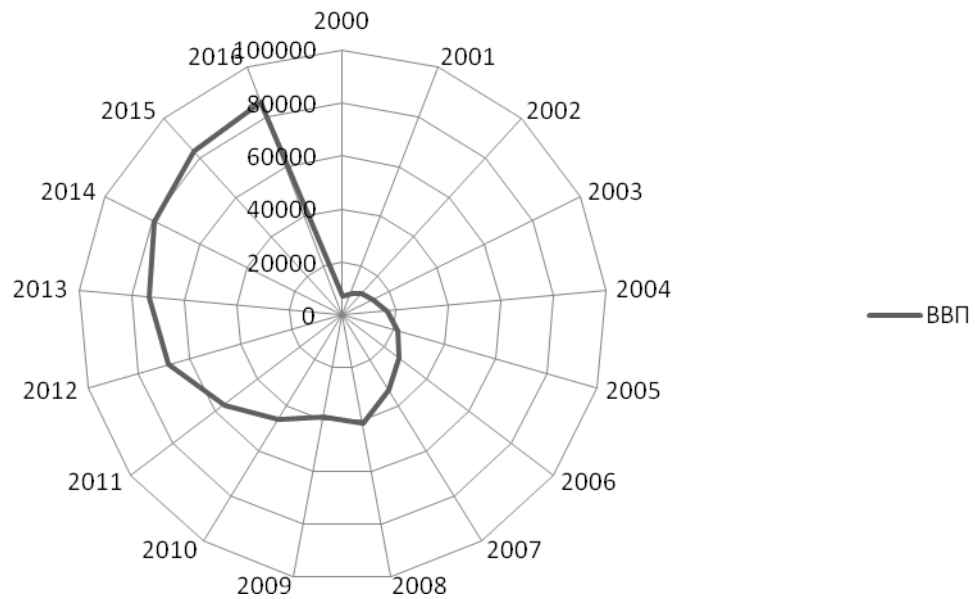
**Рис. 2. Стадии формирования налоговой политики государства [9]  
Fig. 2. Stages of formation of the tax policy of the state [9]**

Влияние политики правительства на налогообложение в Российской Федерации имеет решающее значение. Налоговая политика, принятая правительством, является важной частью реформы налоговой системы [Savić, G., Dragojlović, A., Vujošević, M., Arsić, M., Martić, M., 2015]. После кризисного периода, который возник после Великого мирового финансового кризиса (2008 г.) и привел к осуществлению большого числа реформ, установилась макроэкономическая стабильность и стабильность экономического роста и развития. Аналогичным обра-

зом это привело к государственной реструктуризации и усилению государственного управления.

Динамика движения валового внутреннего продукта в период 2000-2016 гг. представлена статистическими данными Федеральной службы статистики (рис. 3). Анализируемые результаты проведенных реформ и экономической политики в Российской Федерации показывают, что в посткризисный период (2009-2016 гг.) Динамика ВВП была динамичной, со средним темпом роста ВВП 0,61%.





**Рис. 3: Валовой внутренний продукт годовые данные (в текущих ценах) [3]  
Fig. 3: Gross domestic product annual data (at current prices) [3]**

Цель нашего исследования – ответить на вопрос, повлияло ли государственное управление Российской Федерацией на налоговые поступления, которые являются одним из определяющих факторов валового внутреннего продукта Российской Федерации. Эмпирические исследования в основном фокусируются на взаимосвязи между корпоративным управлением и экономическим ростом [Morck, R., Wolfenzon, D. and Yeung, B., 2005]. Относительно небольшое количество опросов было проведено на местах между государственным управлением и экономическим ростом. Аналогичным образом, существует небольшое число исследований, в которых рассматривается связь между государственным управлением и налоговыми поступлениями. Такие факты повышают значимость наших исследований. Управление можно определить как «(i) процесс отбора, мониторинга и замены правительства, (ii) способность правительства эффективно осуществлять политику; и (iii) уважение граждан государства к институтам, которые управляют экономическими и социальными взаимодействиями [Kaufmann, D., Kraay, A. and Mastruzzi, M., 2010]. Страны, которые имеют государственное управление на более высоком уровне, будут сти-

мулировать крупные прямые иностранные инвестиции, снижая неопределенность. Аналогичным образом будет создана благоприятная инвестиционная среда. Благоприятная инвестиционная среда предполагает благоприятную область для деятельности отечественных и зарубежных компаний, что способствует экономическому росту и развитию. Мы проанализируем влияние основных показателей государственного управления на налоговые поступления Российской Федерации в период с 2000 по 2016 год с использованием соответствующего статистического метода. Чтобы оценить влияние государственного управления на налоговые поступления, мы использовали четыре соответствующих показателя правительства: эффективность управления, политическая стабильность и отсутствие насилия / терроризма, нормативное качество и верховенство закона. Эти правительственные показатели, получены на основе оценки Всемирного банка для Российской Федерации. Данные показатели указывают на высокую корреляцию с налоговым доходом Российской Федерации. Показатели государственного управления основаны на источниках управленческой отчетности и экспертных оценках. Зависимая переменная в нашем ис-

следовании представляет собой налоговые поступления, выраженные в % от ВВП Российской Федерации. В таблице представле-

ны независимая и зависимая переменная, которую мы будем использовать в исследовании.

**Переменные, используемые в эконометрическом анализе**

**Таблица 1**

**Table 1**

**Variables Used in Econometric Analysis**

Variables	Symbol	Source
Налоговые поступления (в % от ВВП)	TR	Всемирный банк
Эффективность управления	GEFF	
Политическая стабильность и отсутствие насилия / терроризма	PS	
Нормативное качество	RQ	
Верховенство закона	RL	

Анализируя индивидуальные отношения каждого из предикторов с зависимой переменной, была установлена модель прогнозирования линейной регрессии.

$$TR = \alpha + \beta_1 GEFF + \beta_2 PS + \beta_3 RQ + \beta_4 RL + \varepsilon (1)$$

где – TR является налоговым доходом в Российской Федерации; EU – Эффективность управления; PS – политическая стабильность и отсутствие насилия / терроризма; RQ – нормативное качество, RL – правило права и  $\varepsilon$  стандартная статистическая ошибка.

Эта модель объясняет 56,4% общих

Для исследования детерминантов налоговых поступлений оценивается следующая базовая модель линейной регрессии:

налоговых поступлений Российской Федерации, а модель в целом имеет статистически значимую прогностическую способность (0.043).

Исходя из оцененных коэффициентов корреляции, мы можем интерпретировать модель:

**Оценочные коэффициенты регрессии**

**Таблица 2**

**Table 2**

**Estimated regression coefficients**

Переменные	Нестандартные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Значимость
	B	Стан.ошибка			
1 (Constant)	9.169	3.861		2.375	.037
GEFF	-4.717	3.912	-.324	-1.206	.253
PS	4.037	2.070	.465	1.950	.077
RQ	6.735	3.298	.422	2.042	.066
RL	-10.463	4.963	-.537	-2.108	.059

Оценочные значения модели регрессии, которые показаны в таблице, могут

быть представлены следующим уравнением:

$$TR = 9.169 - GEFF \cdot 4.717 + 4.037 \cdot PS + 6.735 \cdot RQ - 10.463 \cdot RL (2)$$

Результаты показывают, что все переменные, помимо управления эффективностью (GEFF), оказывают статистически зна-

чимое влияние на налоговые поступления в Российской Федерации. Коэффициенты показывают, что нормативное качество (RQ) и

верховенство закона (RL) оказывают наибольшее влияние на налоговые поступления, а политическая стабильность (PS) оказывает наименьшее влияние. Исходя из оцененных результатов регрессионной модели, мы заключаем, что существует положительное влияние двух независимых переменных и отрицательное влияние одной переменной на налоговые поступления. Эффективность управления (GEFF) не является предиктором, оказывающим значительное влияние. Оценочное значение бета-коэффициента для независимой переменной политической стабильности составляет 4.037 ( $p < 0,1$ ). Повышение политической стабильности на 1% приводит к среднему увеличению налоговых поступлений на 4.037. Еще один фактор, регулирующий качество, также оказывает положительное влияние на налоговые поступления. А именно, оценочное значение бета-коэффициента для независимого переменного качества регулирования составляет 6,735 ( $p < 0,1$ ).

Повышение качества регулирования на 1% приводит к среднему увеличению налоговых поступлений на 6.735. Третий предиктор отрицательно влияет на налоговые поступления. Увеличение верховенства закона на 1% приведет к сокращению налоговых поступлений Российской Федерации на 10.463 ( $p < 0,1$ ). Политическая стабильность включает отсутствие насилия и терроризма и оказывает положительное влияние на увеличение налоговых поступлений. Эта переменная имеет значение, когда речь идет о странах с переходной экономикой. Политическая нестабильность в Российской Федерации создала бы баланс негативных последствий, таких как: неблагоприятная деловая среда, более высокое уклонение от уплаты налогов и, в конечном итоге, возникла бы опасность создать социальную норму, которая привела бы к неуплате налогов. А именно, ни один гражданин не платил бы налоги, и за это не следовало бы наказание ввиду нестабильности, которая существовала бы. Политическая нестабильность создаст неопределенность в принятии

бизнес-решений в области производства, что негативно скажется на налоговых поступлениях. Поэтому политическая стабильность является очень важным фактором, определяющим налоговые поступления. Нормативное качество, как показатель качества нормативной базы в России, оказывает положительное влияние на налоговые поступления. Качество регулирования включает, среди прочего, качество и прозрачность законодательного процесса, а также актуальное предоставление информации государством. Прогресс в качестве правительства будет апиально сокращать уклонение от уплаты налогов и увеличит налоговые поступления. Кроме того, доступность информации значительно повышает осведомленность граждан о необходимости уплаты налогов. Верховенство права говорит о неотъемлемых правах человека. Теоретический симбиоз верховенства закона говорит о цели государства по защите прав и свобод человека. Если бы гражданам была максимальная свобода выбора, платить налоги или нет, ответ, несомненно, будет отрицательным. Аналогичным образом, если бы все граждане были равны, для всех граждан в стране применялась бы пониженная ставка налога. Соответственно, снижение налоговых ставок приведет к снижению налоговых поступлений.

Мы согласимся с мнением Хрустальной А. А. и Щегловой О. Г. о том, что «в итоге можно сказать, что действующая в России система налогообложения (налоговая система) не может оцениваться как идеальная и совершенная. Несмотря на низкие ставки налогов (по сравнению с развитыми странами), большие возможности для применения специальных льготных режимов, система нестабильна, в ней часто происходят изменения, которые в последнее время только ухудшали положение бизнеса, в особенности, малого предпринимательства, микробизнеса» [Хрусталева А. А., Щеглова О. Г., 2017]. Как одному из основных факторов роста валового внутреннего продукта налоговым поступлениям уделяется значительное внимание в Российской Федерации.

Налоги представляют собой важнейший и основной источник регулярного дохода государства и одного из самых сложных явлений в государственных финансах, суть которого связана со многими проблемами политического, экономического и правового характера в обществе (2, стр. 3). Другими словами, налоги Российской Федерации представляют собой явление, характеризующиеся принудительным изъятием денежных средств без прямого получения компенсации или отдачи. Соответственно, эффективность сбора налоговых поступлений будет определяться рядом обозначенных в работе факторов. Исторические обстоятельства в Российской Федерации определили структуру налоговой политики, которая обеспечит оптимальные налоги. Однако факторы, которые обеспечат самые высокие государственные доходы, всегда будут предметом многочисленных эмпирических, теоретических и экспериментальных исследований.

#### **Заключение.**

Поскольку цель нашего исследования было ответить на вопрос, повлияло ли государственное управление Российской Федерацией на налоговые поступления, которые являются одним из определяющих факторов валового внутреннего продукта Российской Федерации, наше эмпирическое исследование в основном фокусировалось на взаимосвязи между корпоративным управлением и экономическим ростом. Мы проанализируем влияние основных показателей государственного управления на налоговые поступления Российской Федерации в период с 2000 по 2016 год с использованием соответствующего статистического метода. Чтобы оценить влияние государственного управления на налоговые поступления, мы использовали четыре соответствующих показателя качества правительственного регулирования: эффективность управления, политическая стабильность и отсутствие насилия / терроризма, нормативное качество и верховенство закона. Данные были взяты на основе оценки Всемирного банка для Российской Федерации. Показатели государствен-

ного управления основаны на источниках управленческой отчетности и экспертных оценках. Данные показатели указывают на высокую корреляцию с налоговым доходом Российской Федерации. Нормативное качество и верховенство закона оказывают наибольшее влияние на налоговые поступления, а политическая стабильность оказывает наименьшее влияние. Эффективность управления не является предиктором, оказывающим значительное влияние. Повышение политической стабильности на 1% приводит к среднему увеличению налоговых поступлений на 4.037. Повышение качества регулирования на 1% приводит к среднему увеличению налоговых поступлений на 6.735. Увеличение верховенства закона на 1% приведет к сокращению налоговых поступлений Российской Федерации на 10.463 ( $p < 0,1$ ). Политическая стабильность является очень важным фактором, определяющим налоговые поступления.

Проведя необходимый анализ, мы заключаем, что существует положительная корреляция между политикой, проводимой правительством, и удовлетворением налогоплательщиков. Таким образом, сбор налогов государством может быть выше, только если правительство проводит активную налоговую политику (включая изменение налоговых ставок), которой довольны налогоплательщики. Однако частые изменения в ставке налога отрицательно коррелируют с деятельностью предприятия и имеют прямые последствия для привлечения прямых иностранных инвестиций. Таким образом, мы можем говорить о том, что страны, которые имеют государственное управление на более высоком уровне, будут стимулировать крупные прямые иностранные инвестиции, снижая неопределенность. Аналогичным образом будет создана благоприятная инвестиционная среда. Благоприятная инвестиционная среда предполагает благоприятную область для деятельности отечественных и зарубежных компаний, что способствует экономическому росту и развитию.

**Список литературы**

1. Арсеньева В.А., Янпольская Е.А., 2014. Налоговая политика в системе государственного регулирования экономики: анализ подходов, оценок и методов экономического управления // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2014. – № 4 (47). – С. 7-16.
2. Баташева Ф. А., 2015. Проблемы современной налоговой системы РФ и предложения по ее совершенствованию // Молодой ученый. – 2015. – №17. – С. 436-438. – URL <https://moluch.ru/archive/97/21802/> (дата обращения: 21.12.2018).
3. Беседных А.С., 2017. Государственное управление в сфере налоговой политики: сущность и эффективность // Финансово-экономическое законодательство и его роль в современных реалиях: сборник статей международной научно-практической конференции: в 2 частях. – 2017. – С. 14-17.
4. Воронкова И.Р., 2017. Особенности системы налогов и сборов в российской федерации // Молодежь и научно-технический прогресс: сборник докладов X международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 4 томах. -2017. – С. 114-116.
5. Ковалева Т.Н, Слабинская И.А., 2012. Налоговые расчеты в бухгалтерском деле: учеб. пособие/ Т.Н. Ковалева, И.А. Слабинская. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. – 148 с.
6. Кругляк, З., Калинская, 2016. Налоговый учет и отчетность в современных условиях: учеб. пособие. – 2-е изд.- М.: ИНФРА – М, 2016. – 352 с.
7. Логачева А.Н., 2016. Роль налога на имущество в формировании доходов государства с исторических времен // Молодежь и научно-технический прогресс: сборник докладов IX Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 4 томах. – 2016. – С. 309-312.
8. Мурадян О.Х., 2013. Теоретические и методологические основы бюджетно-налоговой политики как инструмент государственного управления экономикой // Вестник экономической интеграции. 2013. № 5-6 (62-63). С. 23-27.
9. Полунин С. К., 2017. Налоговая система Российской Федерации // Молодой ученый. – 2017. – №46. – С. 239-241. – URL <https://moluch.ru/archive/180/46515/> (дата обращения: 21.12.2018).
10. Слабинская И.А., Пономаренко А.С., 2018. Новые тенденции в налоговой политике России // Белгородский экономический вестник. – 2018. – № 1 (89). – С. 157-161.
11. Федеральная служба государственной статистики (электронски ресурс): Валовой внутренний продукт годовые данные.2018. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/vvp/vvp-god/tab1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm) (Дата обращения: 16.03.2018).
12. Хрусталева А.А., Щеглова О.Г., 2017 Основные недостатки действующей системы налогообложения // Молодой ученый. – 2017. – №6. – С. 309-313. – URL <https://moluch.ru/archive/140/39528/> (дата обращения: 21.12.2018).
13. Чернышева В.Ю., 2017. Денежно-кредитная система российской федерации // Молодежь и научно-технический прогресс: сборник докладов X Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 4 томах. – 2017. – С. 584-586.
14. Bibek Adhikari, 2015. "When Does Introducing a Value-Added Tax Increase Economic Efficiency? Evidence from the Synthetic Control Method," Working Papers 1524, Tulane University, Department of Economics, revised Nov 2015.
15. Đurović Todorović, J., Đorđević, J., 2013, Porezi na potrošnju, Niš: Ekonomski fakultet.
16. Federal Tax Service of Russia (elektroniski resurs): taxes in Russia. URL: [https://www.nalog.ru/eng/taxation\\_in\\_russia/nds/](https://www.nalog.ru/eng/taxation_in_russia/nds/) (pristup podacima: 09.03.2018).
17. Kaufmann, D., Kraay, A. and Mastruzzi, M., 'The Worldwide Governance Indicators: A Summary of Methodology, Data and Analytical Issues', 2010, World Bank Policy.
18. Morck, R., Wolfenzon, D. and Yeung, B., 'Corporate Governance, Economic Entrenchment and Growth', 2005, Journal of Economic Literature, vol. 43, no. 3, pp. 655-720.
19. Preobragenskaya, G., McGee, R., Taxation and Public Finance in a Transition Economy: A Case Study in Russia, 2004, Presented at the 16th Annual Conference of the International Academy of Business Disciplines San Antonio, March 25-28. Research Working Paper no. 5430, [Online] available at <http://papers.ssrn.com/sol3/>
20. Savić, G., Dragojlović, A., Vujošević, M., Arsić, M., Martić, M. Impact of the efficiency of the tax administration on tax evasion, 2015, Economic Research, vol. 28, no. 1, pp. 1138-1148.

## References

1. Arsenyev V.A., Yanpolskaya E.A., 2014. Tax policy in the system of state regulation of economy: analysis of approaches, estimates and methods of economic management//Science and education: economy and economy; business; right and management. – 2014. – No. 4 (47). – Page 7-16.
2. Batasheva F. A., 2015. Problems of a modern tax system of the Russian Federation and offer on its improvement//Young scientist. – 2015. – No. 17. – Page 436-438. – URL <https://moluch.ru/archive/97/21802/>(date of the address: 21.12.2018)
3. Besednykh A. S., 2017. Public administration in the sphere of tax policy: essence and efficiency//the Financial and economic legislation and its role in modern realities: collection of articles of the international scientific and practical conference: in 2 parts. – 2017. – Page 14-17.
4. Voronkova I.R., 2017. Features of a system of taxes and fees in the Russian Federation//Youth and scientific and technical progress: collection of reports of the X international scientific and practical conference of students, graduate students and young scientists: in 4 volumes. –2017. – Page 114-116.
5. Kovalyova T. N, Slabinskaya I.A., 2012. Tax calculations in accounting: studies. grant / T.N. Kovalyova, I.A. Slabinskaya. – Belgorod: BGTU publishing house, 2012. – 148 pages.
6. Round timber, Z., Kalinsky, 2016. Tax accounting and the reporting in modern conditions: studies. grant. – the 2nd prod. – M.: INFRA – M, 2016. – 352 pages.
7. Logacheva A.N., 2016. A role of the property tax in formation of revenues of the state since historical times//Youth and scientific and technical progress: collection of reports of the IX International scientific and practical conference of students, graduate students and young scientists: in 4 volumes. – 2016. – Page 309-312.
8. Muradyan O.H., 2013. Theoretical and methodological bases of budgetary tax policy as instrument of public administration by economy//Messenger of economic integration. 2013. No. 5-6 (62-63). Page 23-27.
9. Polunin S.K., 2017. Tax system of the Russian Federation//Young scientist. – 2017. – No. 46. – Page 239-241. – URL <https://moluch.ru/archive/180/46515/>(date of the address: 21.12.2018).
10. Slabinskaya I.A., Ponomarenko A. S., 2018. New trends in tax policy of Russia//the Belgorod economic bulletin. – 2018. – No. 1 (89). – Page 157-161.
11. Federal State Statistics Service (elektronik resource): Gross internal product annual data.2018. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/vvp/vvp-god/tab1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm) (Date of the address: 16.03.2018).
12. Khrustalyova A.A., Shcheglova O.G., 2017 Main shortcomings of the operating system of taxation//the Young scientist. – 2017. – No. 6. – Page 309-313. – URL <https://moluch.ru/archive/140/39528/>(date of the address: 21.12.2018).
13. Chernysheva V.Yu., 2017. Monetary and credit system of the Russian Federation//Youth and scientific and technical progress: collection of reports of the X International scientific and practical conference of students, graduate students and young scientists: in 4 volumes. – 2017. – Page 584-586.
14. Bibek Adhikari, 2015. "When Does Introducing a Value-Added Tax Increase Economic Efficiency? Evidence from the Synthetic Control Method," Working Papers 1524, Tulane University, Department of Economics, revised Nov 2015.
15. Đurović Todorović, J., Đorđević, J., 2013, Porezi na potrošnju, Niš: Ekonomski fakultet.
16. Federal Tax Service of Russia (elektroniski resurs): taxes in Russia, 2018. . URL: [https://www.nalog.ru/eng/taxation\\_in\\_russia/nds/](https://www.nalog.ru/eng/taxation_in_russia/nds/) (pristup podacima: 09.03.2018).
17. Kaufmann, D., Kraay, A. and Mastruzzi, M., 2010. 'The Worldwide Governance Indicators: A Summary of Methodology, Data and Analytical Issues', 2010, World Bank Policy.
18. Morck, R., Wolfenzon, D. and Yeung, B., '2005. Corporate Governance, Economic Entrenchment and Growth', 2005, Journal of Economic Literature, vol. 43, no. 3, pp. 655-720.
19. Preobragenskaya, G., McGee, R., 2004. Taxation and Public Finance in a Transition Economy: A Case Study in Russia, 2004, Presented at the 16th Annual Conference of the International Academy of Business Disciplines San Antonio, March 25-28.
20. Research Working Paper no. 5430, [Online] available at <http://papers.ssrn.com/sol3/>
21. Savić, G., Dragojlović, A., Vujošević, M., Arsić, M., Martić, M., 2015. Impact of the efficiency of the tax administration on tax evasion, 2015, Economic Research, vol. 28, no. 1, pp. 1138-1148. [papers.cfm?abstract\\_id=1682130](http://papers.cfm?abstract_id=1682130), accessed on May 10, 2015.

**Информация о конфликте интересов:**  
авторы не имеют конфликта интересов для де-  
кларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no  
conflict of interest to declare.

**Ристич Милица** – аспирант, магистр наук  
государственный Университет в городе Ниш,  
Экономический факультет, г. Ниш, Сербия

**Ristic Militsa** – PhD student, M.S. (econom-  
ic) State University in Nis, Faculty of Economic,  
Niš, Serbia

**Хлусова В.П.** – аспирант Белгородского  
государственного технологического универси-  
тета им. В.Г. Шухова, г. Белгород, Россия

**Khlusova V. P.** – phd student Belgorod State  
Technological University. V.G. Shukhov, Belgorod,  
Russia

УДК : 336.77

DOI: 10.18413/2409-1634-2018-4-4-0-10

Шадрина А.Д.

**ОЦЕНКА КРЕДИТНЫХ РИСКОВ  
В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет.  
Белгород, улица Победы, дом 85.

e-mail: [msshadrina@mail.ru](mailto:msshadrina@mail.ru)

**Аннотация**

В данной статье рассматривается теоретическая основа банковских рисков. Более подробно проанализированы кредитные риски банковского сектора с целью определения текущих тенденций в данной области. В статье отмечается, что в современных условиях все большее значение приобретает проблема качества выдаваемых коммерческими банками кредитов, так как реализация рисков при кредитовании способна повлечь за собой значительные убытки, а в некоторых случаях вызвать и банкротство банка. В данный момент наблюдается тенденция к увеличению удельного веса просроченной задолженности в банковском секторе РФ. Банковский сектор в современном мире является одним из ведущих компонентов финансовой системы. По этой причине его стабильность и эффективность – есть одно из ключевых условий полноценного и «здорового» развития экономики страны. Большую долю в банковском секторе занимают непосредственно коммерческие банки, главной целью деятельности которых является получение прибыли.

**Ключевые слова:** оценка кредитного риска, кредитный портфель банка, управление банковскими рисками, анализ кредитного портфеля банка.

Shadrina A.D

**THE ASSESSMENT OF CREDIT RISKS  
IN COMMERCIAL BANKS**

Belgorod National Research Universiti, 85 Pobedy St., Belgorod,  
308015, Russia

e-mail: [msshadrina@mail.ru](mailto:msshadrina@mail.ru)

**Abstract**

This article discusses the theoretical basis of Bank risks. The credit risks of the banking sector are analyzed in more detail in order to determine the current trends in this area. The article notes that in modern conditions the problem of quality of loans issued by commercial banks is becoming increasingly important, since the implementation of risks in lending can lead to significant losses, and in some cases cause the Bank's bankruptcy. At the moment there is a tendency to increase the share of overdue debt in the banking sector of the Russian Federation. The banking sector in the modern world is one of the leading components of the financial system. For this rea-



son, its stability and efficiency is one of the key conditions for the full and "healthy" development of the country's economy. A large share in the banking sector is occupied directly by commercial banks, the main purpose of which is to make a profit.

**Key words:** credit risk evaluation, credit portfolio of the Bank, banking risk management, the credit portfolio of the Bank.

**Введение.** Рассматривая сферу кредитования, необходимо отметить основную функцию коммерческих банков – это оказание услуг населению.

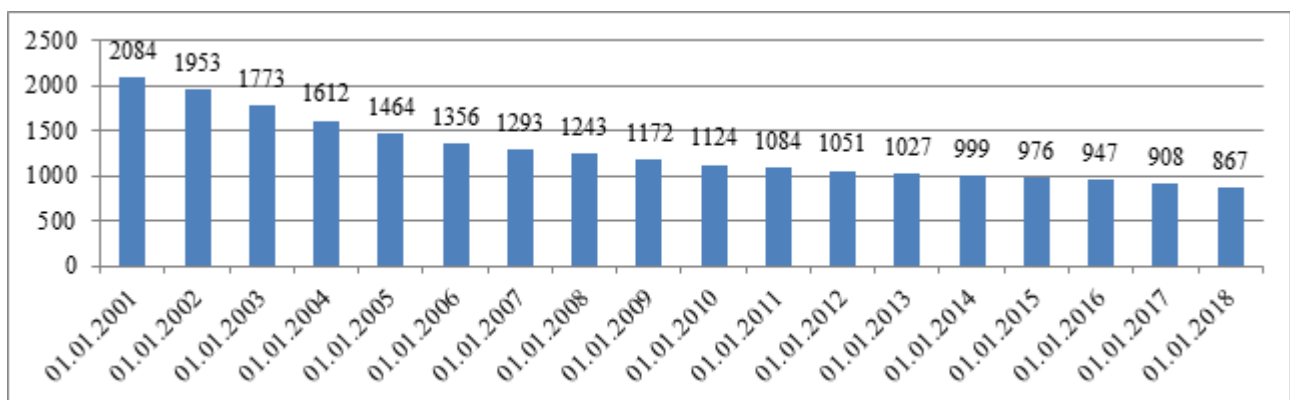
Кредитная практика включает в себя две основные роли. Первая направлена на увеличение доходности банков, а вторая, если рассматривать со стороны макроэкономики, направлена на достижение прироста общественного капитала.

Так как основной целью банков является получение прибыли, следовательно, каждое кредитное учреждение самостоятельно выбирает инструменты для достижения поставленных целей. В этот момент происходит конфликт приоритетов, так как с одной стороны для банков главное доходность, а для контрагентов – устойчивость и надежность банка. Чаще всего в погоне за высокой прибылью банки выбирают рискованную политику, утрачивая платежеспособность и ликвидность, следовательно, теряют свою финансовую устойчивость. Как можно увидеть на рисунке 1, количество зарегистрированных банков в Российской Федерации снижается: в 2018 году их количество сократилось в 2,4 раза по сравнению с 2001 годом.

Таким образом, для достижения интересов банка и общества в условиях постоянной потребности в кредитных продуктах, необходима разработка стратегии управления кредитным портфелем.

**Основная часть.** Под управлением кредитным портфелем понимается процесс деятельности банковских учреждений при осуществлении кредитных операций, направленных на устранение или сведению к минимуму кредитного риска. То есть, управление кредитным риском является главным компонентом по управлению кредитным портфелем.

действий направленных на его минимизацию, мониторинг ситуаций, которые могут создавать почву для развития риска, а также мониторинг предпринимаемых мер с точки зрения их эффективности.



**Рис. 1. Динамика количества, зарегистрированных банков в 2001-2018 гг.**

**Fig. 1. Dynamics of the number of registered banks in 2001-2018**

Рассматривая процесс управления кредитным риском, необходимо отметить, что он состоит из нескольких непрерывно связанных этапов: идентификация риска, его оценка, управление риска как совокупность

действий направленных на его минимизацию, мониторинг ситуаций, которые могут создавать почву для развития риска, а также мониторинг предпринимаемых мер с точки зрения их эффективности.

Так что же такое кредитный риск? Кредитный риск – это риск, который является неисполненным заемщиком на первоначальных условиях кредитного договора, другими словами это невозврат (полностью или частично) основной суммы долга и процентов по нему в установленные договором сроки. То есть получается, что кредитный риск порождает ряд банковских рисков, а также может привести к риску ликвидности и неплатежеспособности банка. Поэтому устойчивость банка находится в прямой зависимости от эффективного управления кредитным риском.

На сегодняшний день во многих странах банковские системы находятся в самом центре экономического кризиса, при этом они ощущают на себе отрицательное действие возрастания проблемных долгов. В сложившихся условиях возникает необходимость разработки более эффективных способов управления банковскими рисками [Быканова Н.И., Логвинова А.С. 2017].

В учебном пособии Жарикова В.В. «кредитный риск представляет собой риск невыполнения кредитных обязательств перед кредитной организацией третьей стороной» [Жариков, В.В. 2009].

Белоглазова Г.Н. рассматривает кредитный риск как риск, возникающий в случае неспособности, либо нежелания партнера действовать в соответствии с условиями кредитного договора [Белоглазова, Г. Н. 2014].

Важно оценивать степень ущерба, который может вызвать вызван кредитными рисками, поэтому под его оценкой понимают величину возможных потерь от реализации кредитного риска в определенный момент времени. Выделяют внешние и внутренние факторы возникновения возможных потерь от реализации кредитного риска. Внешние связаны с тенденциями развития общей экономики, а внутренние с деятельностью банка и контрагента.

Как мы уже отметили, деятельность любого банка не может обойтись без риска. Так, например, Коваленко О. Г. в статье «Банковские риски: сущность, классифика-

ция» определяет банковский риск как вероятность возникновения потерь в виде утраты активов, недополучения запланированных доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления банком финансовых операций [Коваленко О. Г., Игонина О. В. 2016].

Проводя оценку и анализ кредитного риска банков, выделяют определенный ряд методик следующих авторов: О.И. Лаврушин, И.В. Ларионова, Л.Я. Маршавина и т.д.

Рассматривая методику анализа Л.Я. Маршавиной, можно заключить, что с ее помощью происходит исследование проблем с ссудами в кредитном портфеле, их доходность, а также среднюю цену ресурсов. Методика анализа кредитного портфеля, направленная на исследования его качества с точки зрения кредитного риска и доходности. О.И. Лаврушин анализирует кредитный портфель с позиции кредитного риска, ликвидности и доходности.

На основе приведенных методик анализа можно выделить следующие показатели:

- коэффициент покрытия;
- величина чистого кредитного портфеля;
- коэффициент чистого кредитного портфеля;
- показатель степени защиты банка от совокупного кредитного риска;
- коэффициент обеспечения;
- коэффициент просроченных платежей;
- коэффициент невозврата основной суммы долга.

Эти показатели необходимы для оценки степени рискованности кредитного портфеля коммерческого банка. Однако они позволяют определить степень рискованности кредитного портфеля в целом, без учета особенностей влияния отдельных кредитных требований банка на величину его кредитного риска [Мирошниченко О.С. 2011].

В случае, когда банк, как упоминалось ранее, проводит рискованную кредитную политику – снижает требования к обеспече-

нию кредитов, не отдает должного внимания кредитной истории – объем неуплат, в результате дефолта заемщика, достигает крупных размеров. Это в свою очередь может стать причиной банкротства или лишения банка лицензии, что и в том и в ином случае приводит к его ликвидации. По состоянию на 21 апреля 2017 года приказами Банка России были отозваны 16 лицензий на осуществление банковских операций у кредитных организаций, из них у одиннадцати одной из причин отзыва лицензии является проведение высокорискованной кредитной политики, связанной с размещением денежных средств в низкокачественные активы.

По состоянию на 01.01.2018 г. количество убыточных кредитных организаций составило 140 единиц (25% от общего числа кредитных организаций). Объем их убытков

оценивается в 771 985,5 млн.руб. [Обзор банковского сектора Российской Федерации, 2018]. По сравнению с предыдущим годом число убыточных кредитных организаций сократилось на 38, однако объем убытков увеличился на 409 780,1 млн.руб.

Рассмотрим некоторые макропоказатели деятельности банковского сектора Российской Федерации.

Доля проблемных и безнадежных ссуд в общем объеме ссуд на начало 2017 года увеличилась на 8% по сравнению с 2016 годом и составила 9,4%. К 2018 году данный показатель составил 10%. Однако, отношение совокупной величины крупных кредитных рисков к капиталу с 2016 года уменьшилось на 14%, что может свидетельствовать о сокращении крупных кредитных рисков.



Рис. 2. Структура задолженности по кредитам, предоставленным кредитными организациями на 01.01.2018, в %

Fig. 2. The structure of debt on loans provided by credit institutions on 01.01.2018, in %

Согласно рисунку 2, наибольшую долю в структуре задолженности по кредитам составляет в 2018 году задолженность по кредитам, выданным физическим лицам – 30,6%. Среди отраслей экономики по задолженности преобладают кредиты, выданные организациям обрабатывающего произ-

водства (15,3%) и оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (9,5%).

Анализ кредитного риска банка производится путем оценки структуры и качества кредитного портфеля. Под кредитным

портфелем понимается отношение между банком и его контрагентами по поводу возвратного движения стоимости, имеющие форму требований кредитного характера [Жариков, В.В. 2009].

Кредиты и прочие размещенные средства нефинансовым организациям и физическим лицам в 2017 году сократились на 6,9% в сравнении с предыдущим годом и составили 40 938,6 млрд. руб. Однако, в 2018 году данный показатель увеличился до 42 366,2 млрд. руб. Доля данных кредитов в активах банковского сектора уменьшилась с 53,0 в 2016 года до 49,7% в 2018 году. Это самое низкое значение указанного показателя за последние 13 лет.

Отношение совокупного объема кредитов экономике к ВВП в 2018 году также сократилось с 52,7 до 46,0% [Обзор банковского сектора Российской Федерации, 2018].

Удельный вес просроченной задолженности в общей сумме кредитов, депозитов и прочих размещенных средств банковского сектора на 01.01.2017 г. повысился с 3,8 до 5,2% по сравнению с 2015 годом [Обзор банковского сектора Российской Федерации, 2017]. К 2018 году данный показатель составил 5,16%. Стоит отметить, что доля просроченной задолженности по кредитам и прочим средствам, предоставленным индивидуальным предпринимателям, составляет 15,2%.

Активы банковского сектора, взвешенные по уровню риска, в 2018 году оце-

ниваются в 77 884,2 млрд. руб., из них величина кредитного риска по активам, отраженным на балансовых счетах бухгалтерского учета составляет 42,9%

В 2017 году значительное сокращение наблюдается количества банков, у которых удельный вес просроченной задолженности не превышал 5% кредитного портфеля, с 508 до 272 (см. рис. 3). Однако у 60 банков удельный вес просроченной задолженности превышает 60%, и их количество за 2 года увеличилось на 34. Количество кредитных организаций, у которых просроченная задолженность отсутствует, на 01.01.2017 г. составило 55 единиц.

Удельный вес просроченной задолженности в кредитах нефинансовым организациям и физическим лицам наблюдается схожая тенденция: в 2016 году виден резкий скачок роста доли просроченной задолженности, а к 2017 году темпы роста замедлились, причем на 01.01.2017 г. отмечается снижение удельного веса просроченной задолженности в кредитах физическим лицам (см. рис. 4).

Повышение удельного веса просроченной задолженности в кредитах физическим лицам в течение 2017 года достигло значения 8,2% при росте кредитов, предоставленных физическим лицам, на 1,1%, что выше максимума прошлого кризиса – 7,5% на 01.08.2010 г.

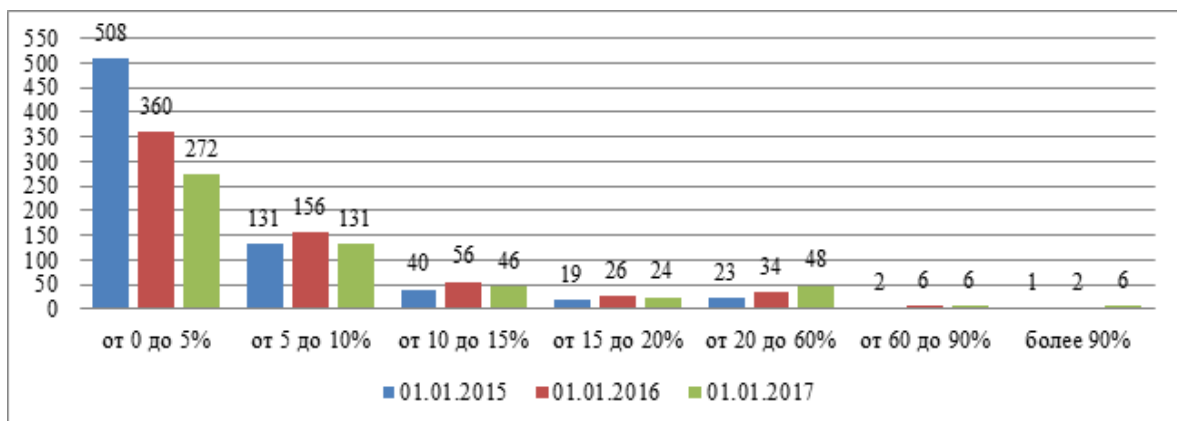


Рис. 3. Распределение кредитных организаций по удельному весу просроченной задолженности в кредитном портфеле

Fig. 3. Distribution of credit institutions by the share of overdue debt in the loan portfolio



**Рис. 4. Доля просроченной задолженности в кредитах и прочих средствах нефинансовым организациям и физическим лицам**

**Fig. 4. Share of overdue debt in loans and other funds to non-financial organizations and individuals**

Большая доля в задолженности по ссудам, предоставленным физическим лицам, приходится на ипотечные ссуды – 33,1%, на жилищные ссуды (кроме ипотечных) – 9,4%, на автокредиты – 5,6% [Обзор банковского сектора Российской Федерации, 2017].

Сумма крупных кредитных рисков по банковскому сектору в 2016 году увеличилась на 17,7% по сравнению с предыдущим годом, а в 2017 году сократилась на 10%. В 2018 году наблюдается незначительное увеличение данного показателя на 1% (21 247,1 млрд. руб.) [Обзор банковского сектора Российской Федерации, 2018]. Предположение,

упоминаемое выше, о сокращении суммы крупных кредитных рисков с 2016 года подтвердилось.

Следует также обратить внимание на качество кредитного портфеля. По состоянию на 01.01.2018 г. удельный вес ссуд I и II категорий качества составлял 82,5%, доля ссуд IV и V категорий качества (плохих ссуд) за 2 года увеличилась с 6,8 до 9,5%. В целом в 2015-2018 гг. заметна тенденция снижения доли стандартных и нестандартных ссуд и увеличения доли сомнительных, проблемных и безнадежных ссуд (см. табл. 1).

**Таблица 1**

**Динамика структуры ссудной задолженности банковского сектора**

**Table 1**

**Dynamics of the structure of loan debt of the banking sector**

Категория качества ссуд	Доля ссуд, классифицированных по категориям качества, %			
	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18
Стандартные	46,8	45,2	44,0	44,9
Нестандартные	39,5	38,3	38,1	37,6
Сомнительные	6,8	8,2	8,5	7,5
Проблемные	2,2	2,4	3,0	3,1
Безнадежные	4,6	5,9	6,5	6,9

Позитивным фактором за рассматриваемый период является поддержание на достаточно высоком уровне банками объема сформированных резервов на возможные потери по ссудам. По состоянию на 01.01.2018 г. сформированные резервы на

возможные потери по ссудам составляли 9,3% от общего объема ссудной задолженности, в 2016 и 2017 гг. данный показатель находился на уровне 7,8 и 8,5% соответственно (см. табл. 2).

**Таблица 2**  
**Характеристика резерва на возможные потери по ссудам по различным группам кредитного риска**

**Table 2**

**Characteristics of loan loss provision for various credit risk groups**

Категория качества ссуд	Фактически сформированный резерв, %			
	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18
Стандартные	0,0	0,0	0,0	0,0
Нестандартные	2,1	1,8	1,9	2,8
Сомнительные	15,7	18,0	16,9	19,2
Проблемные	40,9	41,1	42,3	44,7
Безнадежные	84,8	77,1	75,7	79,8
Всего	6,5	7,8	8,5	9,3

**Заключение.**

В настоящее время наблюдается тенденция к росту удельного веса просроченной задолженности в банковском секторе РФ. В наибольшей степени фиксируется рост доли просрочек по кредитам, предоставленным физическим лицам. К 2018 году наблюдается увеличение доли крупных банковских рисков и доли ссуд IV и V категории качества. Все это в целом говорит о росте кредитного риска в банковском секторе, что в долгосрочной перспективе может привести к невозможности банка отвечать по своим обязательствам и его дальнейшей ликвидации.

**Список литературы**

1. Быканова Н.И., Логвинова А.С. Устойчивое развитие науки и образования. 2017. № 11. С. 10-15.
2. Жариков, В.В. Управление кредитными рисками : учебное пособие / В.В. Жариков, М.В. Жарикова, А.И. Евсейчев. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 244 с.3.

3. Белоглазова, Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров / Г. Н. Белоглазова, Л. П. Кроливецкая ; под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 652 с.

4. Коваленко О. Г., Игонина О. В. Сущность и классификация банковских рисков // Молодой ученый. – 2016. – №12. – С. 1296-1299.

5. Мирошниченко О.С. Кредитный риск и собственный капитал банка // Финансы и кредит. 2011. № 1. С. 21–31.

6. Обзор банковского сектора Российской Федерации [Электронный ресурс]. – февраль, 2018. – №184. – URL: [http://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_184.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_184.pdf)

7. Обзор банковского сектора Российской Федерации [Электронный ресурс]. – апрель, 2017. – №174. – URL: [https://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_1704.pdf](https://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_1704.pdf)

8. Владыка М.В., Анализ эффективности показателей экономики макрорегиона (на примере центрального федерального округа) Владыка М.В., Ваганова О.В., Кучерявенко С.А.,

Быканова Н.И.// Общественные науки. 2016. № 11. С. 3728.

9. Усоскин, В.М. Современный коммерческий банк: управление и операции. / В.М. Усоскин. – МИПЦ «Вазар-Ферро», 2014. – 328 с.

10. Vladyka M.V., Analysis of efficiency indicators of a macro region's economy (on the example of the central federal district) /Vaganova O.V., Kucheryavenko S.A., Bykanova N.I. // The Social Sciences (Pakistan). 2016. T. 11. № 15. С. 3728-3733

### References

1. Bykanova N. And... Logvinova S. Sustainable development of science and education. 2017. No. 11. P. 10-15.

2. Zharikov, V. V. credit risk Management : textbook / V. V. Zharikov, M. V. Zharikova, A. I. Usachev. – Tambov: Publishing house Tamb. state tech. UN-TA, 2009. – 244 p.3.

3. Beloglazova, G. N. Banking. The organization of activity of commercial Bank: a textbook for bachelors / G. N. Beloglazova, L. P. Krolevetsky; ed N. Beloglazova, L. P. Kroleveckiy. – 3rd ed., pererab. I DOP. – M.: yurayt publishing House, 2014. – 652 p.

4. Kovalenko O. G., Igonina O. V. Essence and classification of Bank risks // Young scientist. – 2016. – №12. – P. 1296-1299.

5. Miroshnichenko O. S. Credit risk and Bank equity // Finance and credit. 2011. No. 1. P. 21-31.

6. Review of the banking sector of the Russian Federation [Electronic resource]. – February, 2018. – №184. – URL: [http://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_184.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_184.pdf)

7. Review of the banking sector of the Russian Federation [Electronic resource]. – April, 2017. – №174. – URL: [https://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_1704.pdf](https://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_1704.pdf)

8. Vladyka M. V., analysis of efficiency indicators of the macroregion (on the example of the Central Federal district) Vladyka M. V., Vaganova O. V., Kucheryavenko S. A., bykanova N. And.// Social Sciences. 2016. No. 11. P. 3728.

9. Usoskin, V. M. Modern commercial Bank: management and operations. / V. M. Usoskin. – МИПЦ "Vasar-ferro", 2014. – 328 p.

10. Vladyka M. V., Analysis of efficiency indicators of a region's macro economy (on the example of the central federal district) /the Vaganova O. V., Kucheryavenko S. A., Bykanova N. I. // The Social Sciences (Pakistan). 2016. Vol. 11. No. 15. P. 3728-3733.

**Информация о конфликте интересов:** авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

**Conflicts of Interest:** the authors have no conflict of interest to declare.

**Шадрина А.Д.** – менеджер отдела продаж ФК «Санта Моника», Белгородский государственный национальный исследовательский университет. (Белгород, Россия)

**Shadrina A.D** – manager of sales department of FC Santa Monica, Belgorod National Research University, (Belgorod , Russia)