

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
СРЕДА****№ 1 (39)
2022**

Журнал издается с сентября 2012 г.
Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс E29460)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации:

ПИ № ФС 77-67657 от 10 ноября 2016 г.

Учредитель (издатель):

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

В журнале публикуются результаты научных исследований по экономике и управлению. Журнал адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным отраслям и направлениям экономических наук.

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Редакция журнала «Экономическая среда»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: +7 (4862) 255037;
e-mail: economicsreda@mail.ru
<https://orelgiet.ru/sveden/ekonomicheskaya-sreda>

© ОрелГУЭТ, 2022

Подписано в печать 31.03.2022 г.
Дата выхода в свет 15.04.2022 г.
Заказ № 6. Формат 60x84½
Усл. печ. л. 11,2. Тираж 1000 экз.
Свободная цена

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГУЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Главный редактор:

Парушина Н. В. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Редакционный совет:

- Агаркова Л. В.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
- Богатая И. Н.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
- Воробьева Е. И.** доктор экономических наук, профессор
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Глотко А. В.** доктор экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»
- Зенкина И. В.** доктор экономических наук, доцент
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
- Карлина Е. П.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
- Кузнецова А. Р.** доктор экономических наук, доцент
ГАНУ «Институт стратегических исследований Республики Башкортостан»
- Лочан С. А.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Лытнева Н. А.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Нижегородцев Р. М.** доктор экономических наук, профессор
ФГБУН Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН
- Пласкова Н. С.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Проняева Л. И.** доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Рудакова О. В.** доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Симченко Н. А.** доктор экономических наук, профессор
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Сироткина Н. В.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
- Цёхла С. Ю.** доктор экономических наук, профессор
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Чеглакова С. Г.** доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина»
- Чекулина Т. А.** доктор экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Шманев С. В.** доктор экономических наук, профессор
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
- Юрзинова И. Л.** доктор экономических наук, профессор
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
- Яшева Г. А.** доктор экономических наук, профессор
УО «Витебский государственный технологический университет»

Ответственный редактор:

Жучков А. А. кандидат технических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Литературный редактор:

Зайцева Н. Н. старший преподаватель
ФГКОУ ВО «Орловский юридический институт МВД РФ имени В.В. Лукьянова»

Переводчик:

Лепешкина Г. Г. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

СОДЕРЖАНИЕ

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

- Стрельцов А. В., Яковлев Г. И.**
Использование методов стратегического анализа при формировании конкурентоспособности предприятий 5
- Парушина Н. В., Лытнева Н. А., Иванкова С. В.**
Программно-целевая поддержка малого бизнеса на региональном уровне: понятийный дискурс и современное состояние проблемы 11

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АУДИТ И АНАЛИЗ

- Чеглакова С. Г.**
Сдерживающие факторы инвестиционного развития компаний телекоммуникационного сектора экономики и методы их нивелирования 22
- Парушина Н. В., Алямкина Л. А.**
Анализ расчетно-информационного обслуживания юридических лиц в условиях цифровизации банковской сферы 31

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ, СТАТИСТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

- Магасумов А. Р., Антинескул Е. А.**
Специфика реакции B2B-клиентов провайдеров на возникновение сбоев в работе предоставляемых услуг 47

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

- Кузнецова Э. Р., Водолазова Р. А.**
Современные подходы в управлении маркетингом в технологических компаниях 55

ФИНАНСЫ

- Рэй С., Пал Р.П.**
Преобразуем ли мы наши платежи с помощью инноваций в финтехе и цифровой экономике? Перспективы разрешения азиатской драмы в финтех-инновациях 59

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕМОГРАФИЯ И ЭКОНОМИКА ТРУДА

Цёхла С. Ю., Орлова Н. Н.

Система социально-трудовых отношений в условиях цифровых трансформаций: структурные компоненты и содержание

78

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

84

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

DOI: 10.36683/2306-1758/2022-1-39/5-10

УДК 339.137.21:005.21

Стрельцов А. В., Яковлев Г. И.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Стрельцов Алексей Викторович

доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, организации и стратегии развития предприятия ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»; РФ, 443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141
e-mail: a.strelzov@inbox.ru

Streltsov Alexey V.

Doctor of Economic Sciences, Professor Samara State University of Economics; 141 Soviet Army Street, Samara 443090., Russian Federation
e-mail: a.strelzov@inbox.ru

Яковлев Геннадий Иванович

доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, организации и стратегии развития предприятия ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»; РФ, 443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141
e-mail: dmms7@rambler.ru

Yakovlev Gennady I.

Doctor of Economic Sciences, Professor Samara State University of Economics; 141 Soviet Army Street, Samara 443090., Russian Federation
e-mail: dmms7@rambler.ru

Исследуются современные особенности проведения стратегического анализа деятельности предприятий перерабатывающих отраслей, необходимых для формирования благоприятных условий функционирования в цифровой экономике и действия жестких конкурентных сил мирового рынка. По различным классификационным признакам проведена группировка данных особенностей с оценкой направленности их влияния на принимаемые управленческие решения и их вклада в обеспечение конкурентоспособности. На основе классических моделей ключевых детерминант конкурентоспособности предприятий, проведен содержательный конкурентный анализ для установления привлекательности отрасли в условиях цифровой экономики. Целью исследования является определение актуальных особенностей производственно-хозяйственной деятельности предприятий обрабатывающих отраслей, важных для проведения их стратегического анализа, чтобы обоснованно определить направленность их влияния для формирования политики устойчивого развития на среднесрочную перспективу. В исследовании применялись как статические методы аналитической работы, так и методы сценариев, которые можно отнести к динамическим, а также количественные и качественные методы анализа.

Modern features of strategic analysis of the activities of processing enterprises necessary to form favorable conditions for functioning in digital economy and under tough competitive forces of the world market are investigated. According to various classification criteria, these features were grouped with the assessment of the direction of their influence on management decisions and their contribution to ensuring competitiveness. Meaningful competitive analysis based on classical models of the key determinants of the enterprises competitiveness was carried out to establish industry attractiveness in digital economy. The purpose of the study is to determine the actual features of production and economic activities of manufacturing enterprises that are important for their strategic analysis in order to determine the direction of their influence for the formation of a sustainable development policy for the medium term prospect reasonably. Both static methods of analytical work and scenario methods that can be attributed to dynamic, as well as quantitative and qualitative methods of analysis were used in the study.

Ключевые слова: предприятия, детерминанты конкурентоспособности, стратегический анализ, цифровая экономика, количественные и качественные методы.

Keywords: enterprises, competitiveness determinants, strategic analysis, digital economy, quantitative and qualitative methods.

Стрельцов А. В., Яковлев Г. И. Использование методов стратегического анализа при формировании конкурентоспособности предприятий // Экономическая среда. – 2022. – № 1 (39). – С. 5-10. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/5-10>.

Streltsov A. V., Yakovlev G. I. The use of strategic analysis methods in formation of the enterprises competitiveness. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 5-10. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/5-10>.

Введение.

Наблюдаемые в настоящее время жесткие условия ведения хозяйственной деятельности отечественных предприятий определяются существенным ужесточением их конкурентной среды, характеристик ресурсного обеспечения, возможностей эффективного развития в условиях наложения ограничительных мер в режиме санкций/контрсанкций. В особой степени это касается предприятий, генерирующих высокую добавленную стоимость, с длительным произ-

водственным циклом изготовления продукции, поскольку у многих из них за долгий период постреформенного развития накоплен широкий круг проблем, ухудшающих положение на целевом рынке, особенно в условиях жесткой конкуренции с субъектами мирового рынка, иностранными фирмами. Достаточно упомянуть, что к нерешаемым на протяжении десятилетий проблемам можно отнести достаточно низкую инновационную активность, большой накопленный физический, и, главное, моральный износ основных фондов, технологическую отсталость, недостаток оборотных средств и др. Во внешней среде все более нарастет неопределенность, объективная смена предпринимательских моделей и парадигм производственных отношений при широкой цифровой трансформации, к тому же политиками разных стран принимаются различные ограничительные меры в отношении свободной торговли и трансграничного движения товаров и услуг, инвестиций, рабочей силы, затруднения перехода экономик развивающихся стран к использованию передовых технологий.

На необходимость проведения стратегического анализа влияет современная специфика функционирования отечественных предприятий обрабатывающих отраслей, особенности их состояния, незавершенные процессы не только цифровизации, но и самой рыночной трансформации воспроизводственной модели, требующейся взамен традиционной модели директивно управляемой экономики [13, с. 301]. В данном исследовании ставится цель выявить наиболее важные особенности стратегического анализа и определить направленность их влияния на долгосрочную устойчивую деятельность применительно к категории отечественных предприятий, генерирующих высокую добавленную стоимость. Данный подход позволит существенно повысить достоверность информации, полученной по результатам проведения стратегического анализа, и послужит надлежащему оформлению регулярного стратегического управления для обеспечения устойчивого развития производственных систем обрабатывающих секторов экономики.

Материал и методы исследования.

Процесс стратегического анализа окружающей среды предприятий традиционно и справедливо начинается с выделения основных элементов его внутренней и внешней среды. После этого предприятие определяет так называемые «критические точки», то есть те из них, которые являются для него наиболее важными. Необходимость этого связана с тем, что во всей совокупности исходной информации необходимо установить наиболее значимые факторы, влияющие на предприятие, то есть установить пределы и приемлемую точность анализа среды. Далее собирается и исследуется информация об этих «критических точках» и подводятся итоги оценки того или иного компонента среды.

Теоретико-методологической базой исследования послужили разработки специалистов в области стратегического анализа, в сфере экономики и хозяйственной деятельности машиностроительных предприятий. Работа основана на трудах отечественных и зарубежных исследователей-экономистов в области стратегического управления. В качестве методов исследования применялся ретроспективный анализ ключевых характеристик деятельности машиностроительных предприятий, а также методы логического и системного анализа и синтеза, статистические группировки, структурного и морфологического анализа.

Следует отметить большое разнообразие методов и особенностей стратегического анализа, отмечаемое в трудах отечественных и зарубежных ученых, начиная со второй половины двадцатого века. К ставшими классическими трудам М. Портера следует добавить работы К. Боумена [6], Andrews, K. [1], Prahalad, C.K.[4], Selznick, P. [5], Ansoff, H.I. [2], Learned, E.P. [3] и др. российских и зарубежных авторов, давшими толчок для творческих инициатив более современных исследователей в области стратегического управления организациями [11]. Применяемые в исследовании методы анализа можно разделить на количественные и качественные, статистические и динамические. И те, и другие достаточно широко используются при проведении стратегического анализа. Однако, при оценке динамических способностей предприятия, тенденций его развития преимущественно используют количественные методы – ве-

личины прибыли, дохода, других финансовых показателей. Следует иметь в виду, что ориентация в динамике только на количественные показатели, особенно с учетом инфляции, дисконтирования денежных потоков может привести к неверным выводам. Так, многие предприятия российского машиностроения нуждаются в комплексной модернизации. Решение о модернизации принимается на основе формирования и обоснования инвестиционного проекта. Последний же оценивается на основе дохода с учетом его дисконтирования в соответствии с временным обесценением денег. И если доход от проекта ниже требуемого уровня, проект отвергается. При этом из анализа многими специалистами упускается следующее обстоятельство [7, с. 70]. Инвестиционный проект в машиностроении обеспечивает не только получение дохода, но и формирование определенной совокупности основных фондов, машин и оборудования. По сути это означает техническое развитие предприятия [9]. Новая совокупность машин и оборудования используется длительное время, обеспечивая не только выпуск продукции, для которой она создана, но и, пусть и в определенной доле, для последующих поколений изделий. Отказываясь от реализации инвестиционного проекта вследствие его низкого дохода, предприятие отказывается и от определенного варианта своего технического развития, повышая тем самым стоимость капитальных затрат на модернизацию в последующие периоды. Оценить, насколько это целесообразно, может только детальный качественный анализ инвестиционного процесса.

Результаты и их обсуждение.

Комплекс обрабатывающих отраслей национальной экономики вследствие большого разнообразия входящих деловых структур и акторов характеризуется различными направлениями его структуризации (по отраслям, формам собственности, отношению к оборонной промышленности, вхождению в крупные интегрированные структуры или международные альянсы, отношению к реализованным техническим укладам и т.д.). Важной группой особенностей, которые необходимо учитывать при проведении стратегического анализа предприятий, представляется, что должны стать особенности организации технологического процесса, завершенности технологического цикла изготовления готовой продукции. Другие группы особенностей (по положению в экономике России, по положению на рынке, по экономическим показателям и эффективности производства) связаны с современным состоянием и эффективной работой предприятия.

Среди современных характеристик по положению российского предприятия на рынке можно отметить следующие важнейшие из них: в значительной степени рынок занят продукцией зарубежных производителей; продукция отечественных производителей во многих случаях отличается низким качеством и конкурентоспособностью, не сформирован рынок отечественной машиностроительной инновационной продукции. Все эти особенности комплексно влияют на положение предприятия на рынке и, соответственно, при проведении стратегического анализа их необходимо учитывать при анализе всех составляющих внешней и внутренней среды. Например, учет первой из них, при исследовании макроокружения, должен осуществляться при исследовании законодательной компоненты – она определяет возможность и проработанность политики импортозамещения, экономической компоненты – увеличение присутствия на рынке импортной продукции во многом определяется динамикой макроэкономических показателей, в первую очередь, курсом национальной валюты, научно-технической компоненты – определяет тенденции научно-технического прогресса в исследуемом сегменте рынка и возможную степень превосходства импортной продукции. При исследовании микроокружения данная особенность проявляется при изучении конкурентов, покупателей, до некоторой степени поставщиков. При этом на многих предприятиях затруднение может вызвать составление самого перечня конкурентов, поскольку многим малым и средним предприятиям недоступна информация о параметрах продукции зарубежных производителей, которая может появиться на отечественном рынке. При исследовании внутренней среды эти же обстоятельства препятствуют объективной оценке конкурентных преимуществ, эффективности проводи-

мой маркетинговой программы и т.п.

Важнейшей особенностью обрабатывающих предприятий, в первую очередь машиностроительных, является и сложившаяся сегодня низкая эффективность их деятельности в сравнении с многими другими отраслями промышленности и экономики. Это также требует многоаспектного учета при проведении стратегического анализа в различных составляющих окружающей предприятие среды, что уже отмечалось в предыдущих тематических исследованиях [12]. Низкая рентабельность производства приводит к значительной чувствительности хозяйственного механизма предприятия к динамике макроэкономических показателей (компоненты «экономика», «научно-технический прогресс», «социальная сфера» макросреды), к сложностям во взаимоотношениях с кредиторами, потенциальными инвесторами, поставщиками, покупателями (микросреда), отсутствию средств на осуществление инноваций, модернизации производства, эффективной маркетинговой политики (внутренняя среда предприятия) [8].

Учет всех вышеназванных особенностей позволит существенно повысить достоверность проведения стратегического анализа машиностроительного предприятия. Как уже отмечалось, не на все данные характеристики предприятие может оказывать влияние, но осознание их наличия и учет в своей деятельности позволит более обоснованно проводить стратегический анализ и формировать в дальнейшем стратегию своего развития. Для характеристики привлекательности отрасли и условий конкурентной среды в ней обычно используется модель М. Портера [10], которая включает в себя анализ пяти конкурентных сил:

- способность поставщиков диктовать свои условия;
- угроза появления новых конкурентов;
- способность покупателей диктовать свои условия;
- угрозы появления товаров-заменителей;
- уровень конкурентной борьбы в отрасли.

Используем эти модель применительно к отечественному машиностроению, однако, следует учитывать, что рынки продукции отдельных подотраслей машиностроения отличаются друг от друга, но вместе с тем, есть и некоторые общие характеристики, для которых и проведем анализ. Использование отраслевого критерия деления предприятий также возможно, но даже в пределах одной и той же отрасли позиции предприятий с точки зрения конкурентных сил значительно различаются в зависимости от их принадлежности к трем вышеназванным типам. По результатам анализа можно отметить, что почти по всем основным конкурентным силам в отрасли результаты их влияния на крупные частные и средние и малые частные предприятия совпадают (см. табл. 1).

Анализируя способность поставщиков диктовать свои условия, для крупных интегрированных компаний с преобладающим участием государства можно отметить, что в сегменте госзаказа низкий уровень такой способности, в сегменте гражданской продукции аналогичны остальным – крупным частным и средним и малым частным предприятиям. Для них же характерен высокий уровень такой способности в части материальных и топливно-энергетических ресурсов и средний уровень в части комплектующих. Это определяется наличием монополизма в сфере производства материальных и топливно-энергетических ресурсов и конкурентной среды в части производства большинства комплектующих. По остальным конкурентным силам можно отметить, что направленность их влияния во многом определяется принадлежностью предприятия к трем вышеназванным типам и, соответственно, финансово-экономическим состоянием. И если, например, угроза появления новых конкурентов для крупных компаний частных и с преобладающим участием государства в капитале возникает, в первую очередь, со стороны зарубежных производителей из-за высоких барьеров входа на определенный сегмент рынка, то для средних и малых предприятий такая угроза возникает и со стороны зарубежных, и со стороны отечественных производителей.

В некоторой степени у предприятий этих типов и разная ориентация на определенные группы потребителей. Даже если не анализировать сегмент госзаказа и не учитывать высокую конкуренцию на отечественных рынках со стороны зарубежных производителей, можно

Таблица 1 – Анализ конкурентных сил в отрасли (проведен авторами на основе использования методик конкурентного анализа М. Портера)

№	Конкурентные силы	Крупные интегрированные компании с преобладающим участием государства в капитале	Крупные частные компании	Средние и малые частные производственные компании
1.	Способность поставщиков диктовать свои условия	А) в сегменте госзаказа низкий уровень Б) в сегменте гражданской продукции высокий уровень	Высокий уровень конкуренции в части сырья, материалов, тарифов естественных монополий, средний уровень в части комплектующих	
	Угроза появления новых конкурентов	А) в сегменте госзаказа низкий уровень Б) в сегменте гражданской продукции высокий уровень в основном со стороны иностранных фирм-производителей	Высокий уровень в основном со стороны иностранных фирм-производителей	Высокий уровень в стороны массы отечественных и иностранных фирм-производителей
3.	Способность покупателей диктовать свои условия	Высокий уровень по показателям цены, качества, обслуживания, дополнительно в сегменте гражданской продукции по условиям оплаты	Высокий уровень конкуренции по показателям цены, качества, обслуживания, условиям оплаты	
4.	Угроза появления товаров-заменителей	а) в сегменте госзаказа низкий уровень или отсутствует б) в сегменте гражданской продукции высокий уровень	Высокая конкуренция, сдерживается ценовыми факторами	
5.	Конкуренция в отрасли	а) в сегменте госзаказа отсутствует низкий уровень б) в сегменте гражданской продукции высокий уровень	Высокий уровень	Высокий уровень в условиях сохраняющейся узкой специализации предприятий

отметить, что крупные компании ориентируются преимущественно на рынки высокоплатежеспособных потребителей, особо привлекательными при этом являются госкорпорации различного вида. Средние и малые – ориентируются в большей части на низкоплатежеспособного потребителя.

Заключение.

Исходным этапом разработки стратегии развития предприятия, определяющей ее конкурентоспособность, является стратегический анализ. Он позволяет сформировать необходимую информацию о позитивных и негативных характеристиках деятельности предприятия, изменениях в его макро- и микросреде, на основе которой можно принять обоснованные управленческие решения в части построения стратегии развития предприятия. Однако, при его проведении необходимо учитывать современные особенности хозяйственной деятельности машиностроительных предприятий, которые существенно влияют на специфику проведения стратегического анализа. Рассмотрены особенности применения модели М. Портера по оценке условий конкурентной среды в отрасли применительно к машиностроению. Выявлено влияние сложившейся структуризации отрасли на традиционную модель анализа пяти конкурентных сил. Рассмотренные особенности проведения стратегического анализа предприятий обрабатывающих отраслей позволят получить более обоснованную информацию о состоянии его макро- и микросреды, что обеспечит последующее формирование его эффективной стратегии развития.

Список источников:

1. Andrews, K. (1987) *The Concept of Corporate Strategy*, Irwin, Homewood, Illinois: Dew Jones-Irwin.
2. Ansoff, H.I. (1987) *Corporate Strategy / assisted by Edward J. McDonnell, Rev. ed.*, London: Penguin.
3. Learned, E.P., Christensen, R.C., Andrews, K.R., Guth, W.D. *Business Policy: Text and Cases*, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 1965 (revised edition 1969).
4. Prahalad, C.K., Hamel, G. (1990) *The core competence of the corporation*, *Harvard Business Review*, vol. 68, no. 3, pp. 79-91.
5. Selznick, P. (1957) *Leadership in Administration*, New York: Harper.
6. Боумен К. Основы стратегического менеджмента: Пер. с англ./ Под ред. Зайцева Л.Г., Соколовой М.И. – М.: Банки и биржи, 1997. – 176 с.
7. Кобзев В. В., Измайлов М. К. Состояние машиностроительного комплекса, проблемы и особенности воспроизводства основных фондов // *Организатор производства*. – 2017. – Т. 25. – № 1. – С. 69-83.
8. Кузнецов В. П., Гарина Е. П. Формирование стратегии устойчивого развития предприятия машиностроения на основе развития коммерческой политики реализации промышленной продукции // *Экономические и гуманитарные науки*. – 2019. – № 1 (324). – С. 102-109.
9. Михайлов Ф. Б., Мясников Д. А. Особенности инвестиций в развитие человеческого капитала при освоении инновационных технических систем // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. – 2020. – № 2(184). – С. 63-68.
10. Портер М. *Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов*. – М.: Альпина Бизнес букс, 2001. – 571 с.
11. Яковлев Г. И. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий в условиях глобализации – Самара : Самарский государственный экономический университет, 2007. – 244 с.
12. Яковлев Г. И. Системные свойства конкурентоспособности предприятий промышленности в мирохозяйственных связях // *Вестник Самарской государственной экономической академии*. – 2007. – № 4 (30). – С. 193-201.
13. Яковлев Г. И., Стрельцов А. В. Оценка потенциала развития машиностроительного комплекса в условиях цифровой экономики // *Вестник Алтайской академии экономики и права*. – 2020. – № 8-2. – С. 301-308. – DOI: 10.17513/vaael.1289. – URL: <http://vaael.ru/ru/article/view?id=1289>.

Статья поступила 26.12.2021 г.

Парушина Н. В., Лытнева Н. А., Иванкова С. В.

ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ: ПОНЯТИЙНЫЙ ДИСКУРС И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Парушина Наталья Валерьевна

доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А;
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12
e-mail: parushinan@mail.ru

Лытнева Наталья Алексеевна

доктор экономических наук, профессор
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А;
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Иванкова Светлана Владимировна

Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А
e-mail: svetlana.ivankova@rambler.ru

Программно-целевая поддержка малого предпринимательства становится действенным инструментом эффективного развития бизнеса и снижения рисков угроз и вызовов, которые обусловлены новыми геополитическими и техногенными изменениями, пандемией и социализацией общества. Она основана на разработке комплекса мер и мероприятий, которые стимулируют развитие бизнеса и нивелируют влияние рисков, которые связаны с внешними факторами и внутренними проблемами. Принятие управленческих решений базируется на системном изучении теории и практики проблемы, рассмотрении методов и подходов к осуществлению государственной поддержки малых предприятий. Цель статьи заключается в обзоре понятийной основы программно-целевой поддержки малого предпринимательства, анализе состояния и тенденций развития малого бизнеса, оценки принимаемых мер государственной поддержки и их совершенствования. Вопросы программно-целевой поддержки малого бизнеса являются малоизученными, что обуславливает необходимость проведения обзора понятийного аппарата, методов изучения данной проблемы и информационной базы анализа предпринимательства. В статье рассмотрены институты целевой программной поддержки малого бизнеса, комплекс принимаемых мер и даны рекомендации по расширению пакета мероприятий для стимулирования предпринимательской активности и послабления контроля.

Ключевые слова: антикризисный механизм, количественные методы, качественные методы, малое предпринимательство, программно-целевой подход, целевая модель.

Parushina Natalia V.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation;
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation
e-mail: parushinan@mail.ru

Lytneva Natalia A.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation;
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

Ivankova Svetlana V.

Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation
e-mail: svetlana.ivankova@rambler.ru

Program-targeted support of small business is becoming an effective tool of effective business development and reduction of threats and challenges risks caused by new geopolitical and anthropogenic changes, pandemic and society socialization. It is based on the development of a set of measures and activities that stimulate business development and neutralize the impact of risks associated with external factors and internal problems. Management decision-making is based on systematic study of the problem theory and practice, consideration of methods and approaches to state support of small enterprises. The purpose of the article is to review the conceptual basis of program-targeted support of small business, analyze the state and trends of small business development, and assess the undertaken measures of state support and their improvement. The issues of program-targeted support of small businesses are poorly studied, which necessitates a review of conceptual apparatus, examination methods of this problem and information base of entrepreneurship analysis. The article examines the institutions of targeted program support of small businesses, a set of undertaken measures, and provides recommendations for expanding of measures package to stimulate entrepreneurial activity and ease control.

Keywords: anti-crisis mechanism, quantitative methods, qualitative methods, small business, program-target approach, target model.

Парушина Н. В., Лытнева Н. А., Иванкова С. В. Программно-целевая поддержка малого бизнеса на региональном уровне: понятийный дискурс и современное состояние проблемы // *Экономическая среда*. – 2022. – № 1 (39). – С. 11-21. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/11-21>.

Parushina N. V., Lytneva N. A., Ivankova S. V. Program-targeted support of small businesses at the regional level: conceptual discourse and current state of the problem. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 11-21. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/11-21>.

Введение

Малый бизнес в последние годы находится в фокусе внимания со всех сторон органов власти и государственной поддержки. Пандемия, зарубежные санкции повлияли на развитие малого и среднего предпринимательства, привели к закрытию ряда компаний, приостановлению деятельности отдельных фирм, способствовали сокращению кадров. Государственная поддержка малого предпринимательства направлена на льготированное кредитование, налоговое стимулирование, предоставление государственных субсидий, освобождение от внешнего контроля и надзора. Цифровые изменения коснутся всех сторон деятельности малого бизнеса и способствуют расширению профессиональных компетенций, на развитие которых также будут направлены меры государственной поддержки. Институты поддержки предпринимательских структур, цифровые порталы и ресурсы позволят проводить систематический мониторинг изменения ситуации в сфере предпринимательства, координировать меры и перераспределять ресурсы. Анализ ситуации направлен на эффективное взаимодействие всех заинтересованных сторон и институтов власти и общества.

Методы и методика исследования

Научная проблема рассматривается с позиций теории и методики ее исследования. В Большой российской энциклопедии понятие «теория» трактуется следующим образом. Теория (в перев. с лат. – рассматривать, исследовать) – это научная, наиболее развитая форма организации научного знания, дающая целостное представление о закономерностях и связях определённой области действительности – объекта данной теории [3]. Представляет собой целостную, внутренне дифференцированную систему знания, для которой характерны логическая зависимость одних элементов от других, выводимость содержания теории из некоторой совокупности утверждений и понятий – исходного базиса теории. Теория позволяет изучить утверждения и понятия, которые характерны для исследования данной проблемы.

Программно-целевая поддержка развития малого предпринимательства рассматривается в теоретическом аспекте в публикациях ученых и специалистов, которые представлены в научных электронных библиотеках [2; 8; 11; 15; 16; 25].

Исторический период, с которого уделяется внимание проблеме программно-целевой поддержки малого бизнеса, приходится на начало 20 годов. Именно в это время началась активная работа по формированию федеральных и региональных целевых программ развития малого предпринимательства.

Н. Е. Егорова и А. С. Мудунов развитие малого бизнеса связывают с развитием рыночной экономики [7]. По мнению авторов, развитие малого бизнеса – это «необходимое условие эффективного функционирования стран, ставших на путь рыночной экономики. Немалая роль малого бизнеса заключается и в подъеме экономики депрессивных регионов, обеспечении в них максимальной занятости населения. В то же время без серьезной государственной поддержки малое предпринимательство развиваться не в состоянии. Об этом свидетельствуют замедленные темпы роста числа российских малых предприятий, которые после бума середины 90-х годов снизились к концу текущего тысячелетия».

Более активно о проблеме программно-целевой поддержки малого и среднего предпринимательства заговорили в 2015-2019 гг. и, в частности, после кризиса 2018 г. Приведем примеры публикаций, посвященных данной проблематике: Е. А. Газизова [5], А. И. Харцызов [24], П. А. Магомедова [12], А. В. Сотникова [17]. Авторы отмечают необходимость формирования и оптимизации программ целевой поддержки предпринимателей, рассматривают виды и содержание программ государственной целевой поддержки. Применительно к отдельным регионам обоснована оценка эффективности использования программ, в том числе в разных отраслях.

Изучение теоретических основ проблемы обуславливает необходимость ответа на вопросы: что такое «программно-целевая поддержка», «программно-целевой подход», «виды программно-целевой поддержки».

Понятия, которые предлагаются разными авторами, исходя из обзора источников литературы, который мы провели в процессе проведения научно-исследовательской работы, рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1 – Понятие программно-целевого подхода при поддержке малого предпринимательства

Автор	Содержание предлагаемого понятия
И. В. Митрофанова	Системный программно-целевой подход к планированию регионального развития, включающий индикативное и договорное планирование в их гибком сочетании с действием рыночных механизмов [13]
С. В. Паникарова	Преимущества программно-целевого метода проявляются в том, что его реализация позволяет мобилизовать дополнительные финансовые и материальные ресурсы для решения задач, требующих большой продолжительности инвестиционного цикла [14]
О. В. Толстогузов	Основой региональной системы управления и планирования является программно-целевой подход (ПЦП), согласно которому в рамках разрабатываемых программ цели плана должны быть увязаны с имеющимися ресурсами. ПЦП основан на применении системного подхода с разработкой подцелей [18]
С. В. Владимирова, М. В. Лоскутова	В качестве главной цели осуществляемых мер по государственной поддержке малых предприятий выступало создание на федеральном уровне экономических, правовых и организационных условий для формирования в России развитой инфраструктуры малого предпринимательства, обеспечивающей его эффективный рост [4]
С. В. Подгорская	Программно-целевой метод базируется на системе стратегического планирования, разработке количественных индикативных показателей развития сельских территорий; определении исполнителей в иерархии государственной власти; обеспечении механизма финансирования запланированных мероприятий; обеспечении контроля исполнения программ [19]

Изучение периодики, монографий по теме научной работы говорит о том, что внимание авторов уделяется в большей степени программно-целевому подходу как методу, который используется при управлении регионом, сельской территорией или малым предприятием. Программно-целевой подход основан на применении планирования, прогнозирования, расчете индикативных показателей и разработке механизма программно-целевой поддержки предпринимателей. Важная роль отводится ресурсам и контролю за исполнением программ. Программно-целевой подход сам по себе является методом управления в регионе, который относится к специальным научным методам и может быть применен не только к предприятиям, но и к разным объектам управления и на разных уровнях (федеральном, региональном и муниципальном).

В процессе исследования используется комплекс общенаучных и специальных методов исследования. Сайт Дисакадемик определяет метод (от греч. *methodos* – путь исследования – теория, учение) как способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения (познания) действительности [22].

С помощью метода изучается предмет исследования. В нашей работе предмет исследования – это совокупность организационно-управленческих отношений между субъектами программно-целевой поддержки малого предпринимательства.

К числу основных общенаучных методов исследования принадлежат: анализ, синтез, индукция, дедукция, моделирование, абстрагирование, конкретизация, системный анализ, комплексный анализ. Эти методы применяются при постановке проблемы, моделировании процесса разработки и формирования целевых программ, организационно-управленческом взаимодействии всех структур власти и предпринимательства. На этапе анализа состояния и тенденций развития малого и среднего бизнеса в регионах используют методы экономического финансового анализа. На этапе прогнозирования, планирования, мониторинга работают экономико-математические или сценарные методы (рисунок 1).



Источник: составлено авторами

Рисунок 1 – Методы формирования и реализации программ целевой поддержки малого бизнеса

На рисунке 1 представлены методы, которые применяются при формировании и реализации программ целевой поддержки малого бизнеса. Их можно разбить на 5 групп: количественные методы, качественные методы, комплексные методы, методы имитационного моделирования и методы прогнозирования.

Количественные методы включают:

- аналитические, математические методы (экстраполяция, анализ временных рядов, анализ динамических рядов),
- причинно-следственное моделирование.

Качественные методы используются, когда нет полной информации о ситуации. Основа данной группы методов – экспертные оценки. В их состав включают:

- эвристические, экспертные методы;
- прогнозирование по аналогии;
- логическое прогнозирование;
- функционально-логическое прогнозирование.

Имитационное моделирование – метод исследования, при котором изучаемая система заменяется моделью, с достаточной точностью описывающей реальную систему (построенная модель описывает процессы так, как они проходили бы в действительности), с которой проводятся эксперименты с целью получения информации об этой системе.

Комплексные методы позволяют взглянуть на систему, проблему, модель, взаимосвязи с системных комплексных позиций во взаимосвязи и взаимообусловленности всех составных компонентов, частей, подсистем.

Методы прогнозирования относят к вероятностным предсказанным методам. Наиболее популярные методы прогнозирования:

- постановка проблемы, определение критериев оценки и целей;
- подготовка необходимой для анализа информации;
- аналитическая обработка информации после ее изучения;
- разработка рекомендаций о возможных путях достижения целей;
- оформление результатов.

Результаты и обсуждение

Теоретические и методические основы исследования, которые позволяют изучить понятийный аппарат исследования, проанализировать состояние вопроса, определить отрицательные и положительные тенденции в развитии малого бизнеса, составляют научно-практический базис изучения проблемы.

Государственной структурой поддержки предпринимателей и стимулирования их деятельности является Корпорация развития малого и среднего предпринимательства. Она руководствуется законом «О развитии малого среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ [23]. Корпорация выполняет ряд функций и задач, предусматривающих государственную поддержку малых предприятий.

В числе основных стратегических задач Корпорации развития малого и среднего предпринимательства представлены:

- 1) оказание поддержки субъектам МСП и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов МСП;
- 2) привлечение денежных средств российских, иностранных и международных организаций в целях поддержки субъектов МСП;
- 3) организация информационного, маркетингового, финансового и юридического сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых субъектами МСП;
- 4) организация мероприятий, направленных на увеличение доли закупки товаров, работ, услуг заказчиками, которые определяются Правительством Российской Федерации, у субъектов МСП в годовом объеме закупки товаров, работ, услуг, а также в годовом объеме закупки инновационной и высокотехнологичной продукции;
- 5) обеспечение информационного взаимодействия с органами государственной власти, органами местного самоуправления, иными органами и организациями в целях оказания поддержки субъектам МСП;
- 6) подготовка предложений о совершенствовании мер поддержки субъектов МСП, в

том числе предложений о совершенствовании нормативно-правового регулирования в этой сфере.

Кроме Корпорации развития малого и среднего предпринимательства, в числе органов государственного регулирования выделяют: Центр поддержки экспорта, Центры поддержки предпринимательства, Гарантийный фонд, Центр кластерного развития, Фонд микрофинансирования. Все они регулируют вопросы организационно-правового взаимодействия малых предприятий с государственными структурами, центрами, органами государственной власти [20].

В регионах созданы и работают свои центры и фонды поддержки предпринимателей. В Орловской области функционируют: Центр «Мой бизнес», Фонд микрофинансирования, Центр поддержки экспорта, Гарантийный фонд, Центр поддержки предпринимательства, Центр кластерного развития, Центр кадровой поддержки «Моя занятость», Корпорация развития Орловской области, МФЦ для бизнеса. Защиту прав предпринимателей осуществляет Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Орловской области.

Информационную и организационную помощь оказывает Центр «Мой бизнес», на базе которого функционирует цифровой портал [21].

Для поддержки малых предприятий в Орловской области действует Государственная программа Орловской области «Развитие предпринимательства и деловой активности в Орловской области», утвержденная постановлением Правительства Орловской области от 9 сентября 2019 года № 508.

Вопросы программно-целевой поддержки в последние годы выдвигаются на первый план и находятся в стадии постоянного совершенствования. Об этом свидетельствуют формирование и корректировка Целевой модели «Поддержка малого и среднего бизнеса». Показатели Целевой модели постоянно уточняются и анализируются в рамках выполнения Комплексного плана поддержки малого предпринимательства. Рассмотрим направления Комплексного плана поддержки малого предпринимательства, которые подкорректированы исходя из вызовов и угроз времени (таблица 2).

Таблица 2 – Совершенствование направлений Комплексного плана поддержки малого и среднего предпринимательства на 2021-2022 гг.

Мероприятие	Ответственные структурные подразделения
Обучение предпринимателей и работников	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления
Информирование субъектов МСП о специальных продуктах АО «Корпорация «МСП» и АО «МСП Банк», разработанных для оказания поддержки малому и среднему бизнесу	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления
Финансовая, гарантийная и лизинговая поддержка	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления Центр компетенций
Закупки крупнейших заказчиков	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления
Информационно-маркетинговая поддержка	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления
Имущественная поддержка	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления
«Выращивание» субъектов МСП	Орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации Орган местного самоуправления Региональный центр компетенций субъекта Российской Федерации
Поддержка граждан, применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (самозанятые)	Орган исполнительной власти субъекта РФ Орган местного самоуправления Центр компетенций

Источник: составлено авторами на основе [10]

Результаты выполнения плана контролируются, и контрольные цифры представлены на сайте Корпорации. По Орловской области по состоянию на 10.06.2021 г. общее количество зарегистрированных субъектов МСП составляет 25 107 единиц (таблица 3).

Таблица 3 – Достижение показателей Целевой модели «Поддержка малого и среднего предпринимательства» в Орловской области

Субъект Российской Федерации	Количество уникальных пользователей, зарегистрированных на Портале Бизнес-навигатора МСП и получивших поддержку с использованием сервисов Бизнес-навигатора МСП в период с 01.01.2021 по 30.06.2021	Общее количество субъектов МСП в субъекте РФ по состоянию на 10.06.2021	Доля уникальных субъектов МСП, открывших, и (или) расширивших, и (или) продолжающих ведение собственного бизнеса с помощью сервисов маркетинговой и информационной поддержки субъектов МСП, предоставляемых АО «Корпорация «МСП» через портал информационных ресурсов для предпринимателей, создание и ведение которого осуществляет АО «Корпорация «МСП» в сети Интернет по адресу https://smbn.ru , в общем количестве зарегистрированных на территории субъекта РФ субъектов МСП, в процентах
Орловская область	887	25 107	3,5%
Субъект Российской Федерации	Количество тренингов по программам обучения АО «Корпорация «МСП», проведенных в субъекте Российской Федерации по состоянию на 30.06.2021	Объем кредитов, выданных субъектам МСП с привлечением гарантий и поручительств АО «Корпорация «МСП» (в рублях), с 01.01.2021 по 30.06.2021	Доля субъектов малого и среднего предпринимательства, впервые обратившихся за услугой (мерой поддержки, иным продуктом) АО «Корпорация «МСП» и его дочерних обществ, в том числе через МФЦ, центры оказания услуг, иные организации, образующие инфраструктуру поддержки субъектов МСП
Орловская область	5	512362035,59	1,01%

Источник: составлено авторами на основе [10]

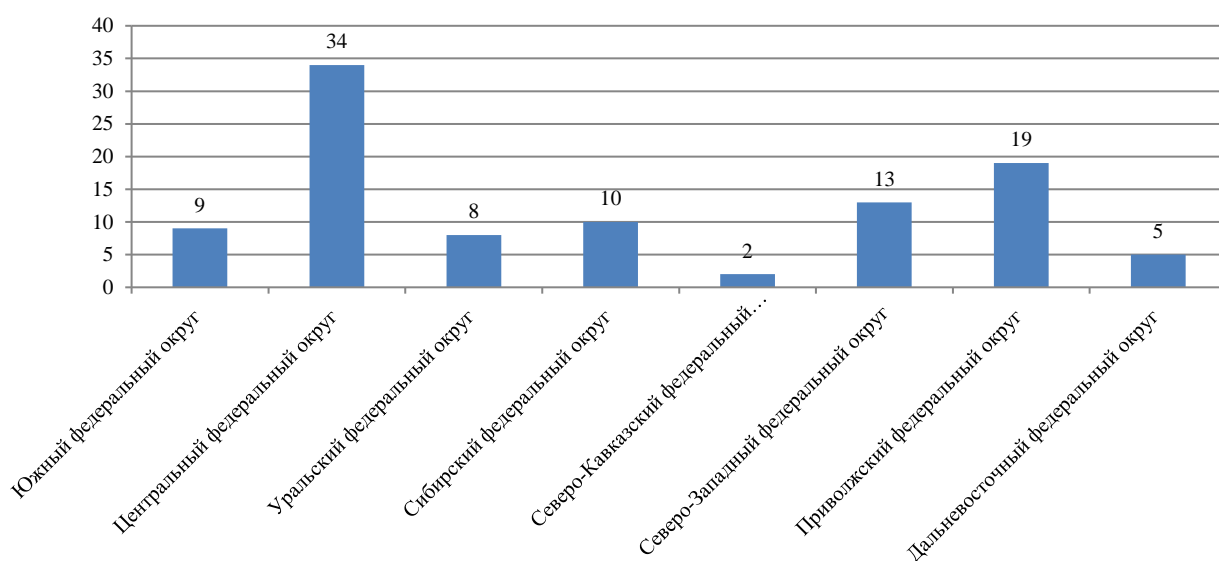
Активность малых предприятий характеризуют данные о количестве уникальных пользователей, которые зарегистрировались на портале Бизнес-навигатора МСП – это 887 предприятий. Не такая большая цифра – всего 3,5 % от общего количества предприятий. Количество проведенных тренингов для предпринимателей тоже не так существенно, всего лишь 5 мероприятий. Объем выданных кредитов составляет 512362035,59 руб. А доля предприятий, которые обращаются за услугами корпораций, равна 1,01 %.

В то же время анализ состояния численности малых предприятий в России и регионах позволяет сделать вывод о сокращении фирм и необходимости принятия новых совершенных мер государственной поддержки (рисунок 2).

По данным рисунка видно, что основная доля малых предприятий расположена в Центральном регионе (34 %), на втором месте – Приволжский федеральный округ – 19 %, на третьем месте – Северо-Западный федеральный округ – 13 %.

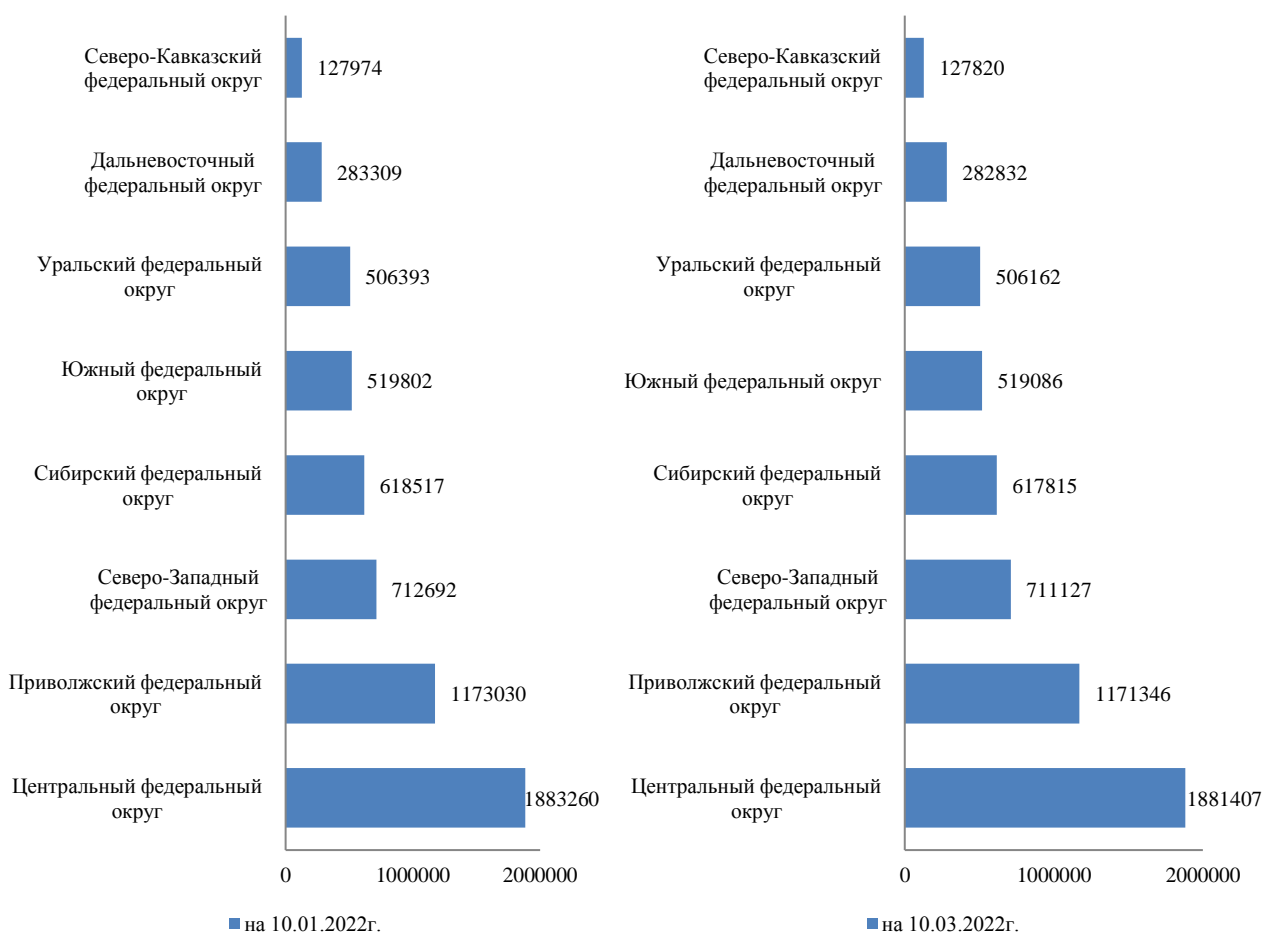
Количество работников, занятых в малом предпринимательстве, даже за три последних месяца снижается по регионам (рисунок 3).

Данные на 10.03.2022 г.



Источник: составлено авторами на основе [6]

Рисунок 2 – Столбиковая структура доли малых предприятий в общем количестве субъектов предпринимательства по федеральным округам



Источник: составлено авторами на основе [6]

Рисунок 3 – Количество работников, занятых в малом предпринимательстве по федеральным округам

По данным единого реестра малого бизнеса, за последние месяцы 2022 г. намечается тенденция сокращения численности занятых работников по всем регионам страны. Это наглядно видно из рисунка 3.

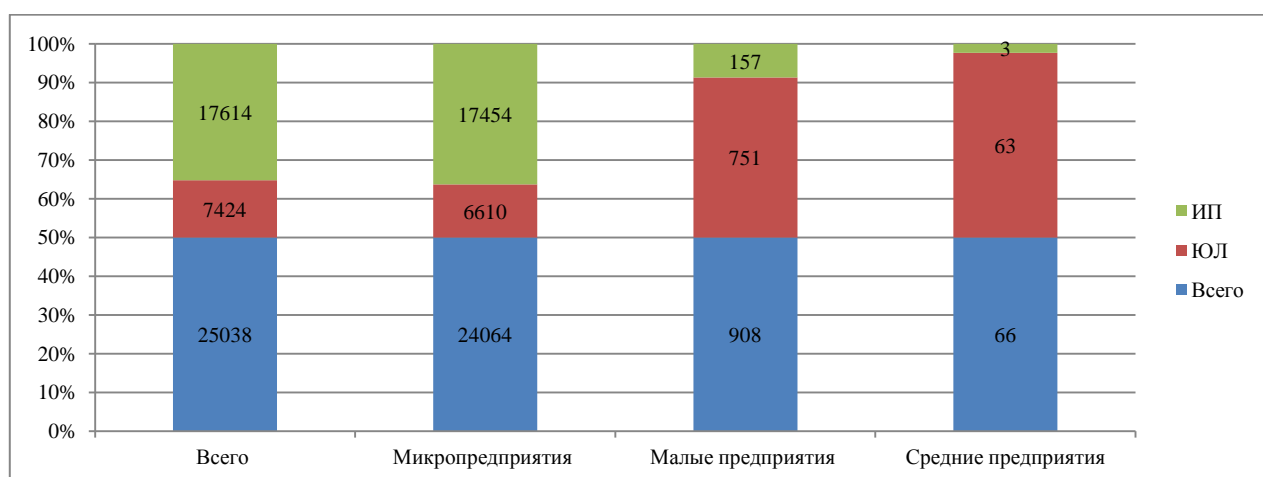
По Орловской области на 10.03.2022 г. зарегистрировано 25038 субъектов МСП. Из них 24064 единицы – микропредприятий, 908 малых предприятий и 66 средних предприятий (таблица 4). По данным статистики, большую часть составляют индивидуальные предприниматели, на их долю приходится 17614 субъектов МСП и 7424 предприятия МСП.

Таблица 4 – Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в Орловской области на 10.03.2022 г.

Показатель	Всего	из них	
		Юридических лиц	Индивидуальных предпринимателей
Всего	25 038	7 424	17 614
Сумма среднесписочной численности работников	64 351	49 388	14 963
Имеющие признак «вновь созданные»	4 331	558	3 773
Микропредприятия	24 064	6 610	17 454
Сумма среднесписочной численности работников	29 161	18 616	10 545
Имеющие признак «вновь созданные»	4 331	558	3 773
Малые предприятия	908	751	157
Сумма среднесписочной численности работников	26 606	22 484	4 122
Средние предприятия	66	63	3
Сумма среднесписочной численности работников	8 584	8 288	296

Источник: составлено авторами на основе [6]

Структурная диаграмма наглядно отображает структурные сдвиги (рисунок 4).



Источник: составлено авторами на основе [6]

Рисунок 4 – Распределение юридических лиц и ИП по видам МСП по Орловской области

Для микропредприятий характерно следующее: большая доля приходится на ИП и лишь примерно 27 % на долю юридических лиц. Малый бизнес преимущественно представлен юридическими лицами и лишь 17 % – это ИП. Все средние предприятия – это юридические лица (организации).

По прогнозам специалистов, более четверти (26 %) представителей малого и среднего бизнеса допускают возможность закрытия в 2022 году в случае сохранения или ухудшения экономической ситуации [9]. Согласно исследованиям Промсвязьбанка (ПСБ), проведенным совместно с «Опорой России» и агентством Magram Market Research, это лучший показатель за последние три года. Наихудшая ситуация наблюдается в сегменте микробизнеса, где 40 % предпринимателей заявили о сокращении выручки.

К числу основных проблем, которые требуют вмешательства, по нашему мнению, относятся:

- 1) проблема дефицита квалифицированных кадров;
- 2) завышенные требования по заработной плате и социальному пакету;
- 3) расположение бизнеса;
- 4) неизвестность компании и трудности с наймом мигрантов;
- 5) рост закупочных цен и иных расходов;
- 6) высокая конкуренция со стороны самозанятых;
- 7) давление крупного бизнеса и его вхождение в отдельные сферы деятельности;
- 8) демографический спад.

При таких негативных тенденциях необходима разработка антикризисного механизма поддержки малого бизнеса и его вовлеченности в цифровизацию получения льгот. В этой связи меры поддержки будут направлены на следующие решения. Правительство запустило 4 программы с льготными кредитами для малого и среднего бизнеса. Кроме того, льготные займы получают системообразующие предприятия агропромышленного комплекса и промышленности – на это заложено 26 млрд и 40 млрд рублей соответственно [1]. На 7 млрд рублей одобрены кредиты для 250 предприятий из разных сфер, у которых нет других займов или недостаточно залогового обеспечения для кредитования. Это торговля, общепит, туризм, обработка. Госдума рассмотрит закон, который предлагает наделить Российский экспортный центр функциями по страховой и гарантийной поддержке импорта товаров. В работе у правительства находится мораторий на банкротство и проверки IT-компаний до 2025 года, а также программы грантов для молодых предпринимателей. Кроме того, власти серьезно упрощают процедуру переезда для российских компаний из зарубежных юрисдикций в РФ.

Заключение

Таким образом, в процессе изучения проблемы организации и осуществления программно-целевой поддержки малого предпринимательства было установлено:

- 1) программно-целевая поддержка – это комплекс мер, направленный на развитие малого бизнеса на основе перераспределения и выделения ресурсов на осуществление программных мероприятий с использованием методического инструментария анализа, планирования, прогнозирования и контроля;
- 2) малый бизнес в последние годы испытывает трудности, которые влияют на его реструктуризацию и непрерывное развитие: повышается количество индивидуальных предпринимателей и самозанятых, сокращается число юридических лиц, перепрофилируются производства;
- 3) значительно увеличивается число государственных структур по поддержке малого бизнеса, которые выполняют организационные, информационные, координирующие функции, обосновывают и контролируют выделение и освоение финансовых средств;
- 4) необходимо расширение мер государственной поддержки за счет цифрового сопровождения бизнеса, информационной поддержки самозанятых, предоставления налоговых каникул, введения моратория на контроль и надзор, сохранения ставок по кредитам и целевого субсидирования программ развития бизнеса.

Список источников:

1. Антисанкционные меры поддержки бизнеса в России заработают уже в марте // Издание «Деловой Петербург». URL: https://www.dp.ru/a/2022/03/21/Antisankcionnie_meri_podd.
2. Астратова Г. В. Правовое регулирование финансовых инструментов в цифровой экономике России / Г. В. Астратова, С. В. Астратова, Д. Л. Кокорин [и др.] // Экономическая среда. 2021. № 2 (36). С. 66-77.
3. Теория // Большая российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/philosophy/text/4187738>.

4. Владимирова С. В. Программно-целевой подход к созданию системы государственной поддержки малого предпринимательства в регионе / С. В. Владимирова, М. В. Лоскутова // Социально-экономические явления и процессы. 2008. № 1 (9). С. 15-18.
5. Газизова Е. А. Оценка эффективности государственной программы поддержки малого бизнеса (Тюменская область) / Е. А. Газизова // Мультикультурное научное пространство и Россия : Сборник статей. Тюмень : ООО «Международный институт», 2017. С. 348-353.
6. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная налоговая служба. URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html>.
7. Егорова Н. Е. Формирование региональной программы развития малого бизнеса и трудоустройства населения (на примере Республики Дагестан) / Н. Е. Егорова, А. С. Мудунов // Вопросы структуризации экономики. 2001. № 4. С. 18-22.
8. Замышляева Е. Л. Система показателей эффективности предпринимательства на разных уровнях управления с учетом многокритериальной оценки / Е. Л. Замышляева, Н. В. Парушина // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. № 3 (57). С. 12-19.
9. Кузнецов Е. Иссякаемый оптимизм: 26% малого бизнеса может закрыться в 2022 году. У кого возникли наиболее серьезные проблемы // Известия. URL: <https://iz.ru/1278926/evgenii-kuznetsov/issiakaemyi-optimizm-26-malogo-biznesa-mozhet-zakrytsia-v-2022-godu>.
10. Комплексный план поддержки малого предпринимательства // Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства. URL: <https://corpmsp.ru/organam-vlasti-subektov-rf/metodicheskie-materialy/tipovye-plany-meropriyatiy-po-meram-podderzhki/>.
11. Лытнева Н. А. Методический инструментальный коэффициентного анализа эффективности собственного капитала организации / Н. А. Лытнева, В. Б. Малицкая, К. С. Терновых, М. Б. Чиркова // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. № 2 (56). С. 57-63.
12. Магомедова П. А. Виды и программы государственной поддержки малого бизнеса. / П. А. Магомедова // Инструменты и механизмы формирования конкурентоспособности экономических систем : сборник статей Международной научно-практической конференции, Пермь, 01 октября 2018 года. Пермь: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2018. С. 38-40.
13. Митрофанова И. В. Программно-целевой подход к управлению территорией: анализ современного отечественного опыта / И. В. Митрофанова // Региональная экономика: теория и практика. 2006. № 6. С. 32-38.
14. Паникарова С. В. Программно-целевой подход в региональной экономике / С. В. Паникарова // ЭКО. 2007. № 1 (391). С. 101-112.
15. Парушина Н. В. Формирование корпоративной социальной отчетности в современных условиях / Н. В. Парушина, Т. А. Баркова // Вестник ОрелГИЭТ. 2010. № 4 (14). С. 12-19.
16. Симченко Н.А. Институциональные аспекты формирования мотивационного механизма управления трудозанятостью / Н.А. Симченко, С.Ю. Цёхла, И.Г. Павленко // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 22. С. 4135-4144.
17. Сотникова А. В. Формирование и оптимизация программы инвестиционного проектирования объектов малого и среднего бизнеса / А. В. Сотникова // Новости науки и технологий. 2019. № 3 (50). С. 43-49.
18. Толстогузов О. В. Программно-целевой подход в управлении развитием региональной экономики / О. В. Толстогузов // Экономика и управление. 2009. № 1 S4. С. 35-38.
19. Подгорская С. В. Программно-целевой подход к управлению комплексным развитием сельских территорий / С. В. Подгорская // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2020. № 3 (62). С. 132-138.
20. Портал по поддержке малого и среднего предпринимательства. URL: <https://мойбизнес.рф/>.
21. Предпринимательство. Целевые программы // Официальный публично информационный портал Орловской области. URL: <https://orel-region.ru/index.php?head=20&part=34&in=3>.
22. Метод // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/196602>.
23. О Корпорации // Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства. URL: <https://corpmsp.ru/about/>.
24. Харцызов А. И. Развития АПК региона как фактор повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса: возможности, инструменты, программы поддержки / А. И. Харцызов // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2015. № 3. С. 134-136.
25. Хахонова Н. Н. Будущее развития рынка аудиторско-консалтинговых услуг в условиях цифровой экономики / Н.Н. Хахонова, И.Н. Богатая // Аудиторские ведомости. 2018. № 2. С. 13-24.

Статья поступила 25.02.2022 г.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АУДИТ И АНАЛИЗ

DOI: 10.36683/2306-1758/2022-1-39/22-30

УДК 330.332:621.39

Чеглакова С. Г.

СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ И МЕТОДЫ ИХ НИВЕЛИРОВАНИЯ

Чеглакова Светлана Григорьевна

доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина»; РФ, 390005, г. Рязань, ул. Гагарина, д. 59/1
e-mail: Svetlana-cheglakova@yandex.ru

Cheglakova Svetlana G.

Doctor of Economic Sciences, Professor
Ryazan state radio engineering University named after V. F. Utkin; 59/1 Gagarin Street, Ryazan 390005, Russian Federation
e-mail: Svetlana-cheglakova@yandex.ru

В настоящее время среди динамично развивающихся секторов экономики Российской Федерации можно отметить телекоммуникационный сектор, который претерпевает существенные преобразования, связанные с инновационным развитием общества.

Телекоммуникационные услуги оказывают четыре федеральных оператора: ПАО «МТС», ПАО «МегаФон», ПАО «ВымпелКом» и ЗАО «РТМобайл» (Т2РТК Холдинг – совместное предприятие ПАО «Ростелеком» с Tele2), а также региональные телекоммуникационные компании, работающие в различных стандартах сотовой связи, – GSM, NMT 450 и CDMA-1x, UMTS (3G), среди которых ведущее место занимает ПАО «МТС».

Говоря о динамичном развитии компаний, следует отметить, что оно ведет не только к увеличению прибыли, но и к возникновению угроз инвестиционного развития, что проявляется в непропорциональности тенденций поведения резуль- тативных значений финансовых показателей, характеризующих их инвестиционную привлекательность.

В статье проведен анализ тенденций и закономерностей поведения экономических показателей, характеризующих развитие ПАО «МТС», что позволило выявить основные сдерживающие факторы инвестиционного развития.

Предложена модель управления капиталом телекоммуникационного сектора экономики, основанная на принципах соблюдения паритета между взаимозависимыми оценочными критериями доходности и рентабельности ресурсов при формировании финансового результата.

Ключевые слова: внеоборотные активы, источники финансирования, оптимизация ресурсов, прогностическая модель стратегического и инвестиционного развития, прибыль.

Чеглакова С. Г. Сдерживающие факторы инвестиционного развития компаний телекоммуникационного сектора экономики и методы их нивелирования // Экономическая среда. – 2022. – № 1 (39). – С. 22-30. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/22-30>.

Telecommunication sector of the economy of the Russian Federation should be marked among other developing sectors. It is being essentially reorganized due to innovative development of the society.

Four federal operators provide telecommunication services. They are: MTS PJSC, MegaFon PJSC, VimpelCom PJSC and RTMobile CJSC (T2RTK Holding is a joint venture of Rostelecom PJSC with Tele2 Russia), as well as regional telecommunication companies operating in various cellular communication standards - GSM, NMT 450 and CDMA-1x, UMTS networks (3G), among which MTS PJSC occupies a leading place.

Noting the dynamic development of the companies, it should be mentioned that it leads not only to profits increase, but also to threats to investment development, which is manifested in disproportionality of the trends in the behavior of the effective values of financial indicators characterizing their investment attractiveness.

The article analyzes the trends and patterns of economic indicators behavior characterizing MTS PJSC development, which made it possible to identify the main constraining factors of investment development.

Management model of telecommunication sector capital is proposed based on the principles of parity between interdependent evaluation criteria of profitability and profitableness of resources in financial results formation.

Keywords: non-current assets, sources of financing, optimization of resources, prognostic model of strategic and investment development, profit.

Cheglakova S. G. Restraining factors of investment development of telecommunication companies and methods of their levelling. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 22-30. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/22-30>.

Введение

Отрасль телекоммуникационных услуг в России находится в стадии поиска новых бизнес-моделей управления капиталом. Это обусловлено наличием факторов внешнего воздействия, имеющих как негативный (стагнация сектора, низкая рентабельность инвестиций в активы так и др.), так и позитивный характер (возможность использования большого количества

накопленных операторами данных, что в совокупности создает основу для цифровой трансформации) на развитие данного сектора экономики в целом. Основываясь на факторах позитивного характера, следует отметить, что происходящие процессы цифровизации поддерживаются на государственном уровне Национальной программой «Цифровая экономика» с 2018 г., целью которой является решение задачи обеспечения ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере. Это расширяет возможности развития бизнеса для телекоммуникационных компаний со стороны государственных заказчиков, в частности Правительство Российской Федерации выступает заказчиком цифровых решений (платформ, сервисов, приложений) для обеспечения населения необходимыми государственными услугами, а также корпоративного и массового сегментов рынка. Как следствие, обуславливает необходимость инвестирования в инфраструктуру, которое сопряжено с рациональной расстановкой и эффективным использованием всех ресурсов, способных обеспечивать возвратность инвестированного капитала в развитие отрасли. Несмотря на то, что в научной литературе значительное количество публикаций посвящено оценке состояния и развития телекоммуникационного сектора экономики России как в целом, так и по отдельным компаниям [4; 5; 6; 9], исследованиям факторного воздействия на их инвестиционное развитие уделено недостаточно внимания, что создает необходимость дальнейших исследований. Учитывая то, что ведущее место среди крупнейших телекоммуникационных компаний Российской Федерации занимает ПАО «МТС», которое имеет не только определенные отраслевые сходства с другими компаниями, но и некоторую идентичность проблемных вопросов финансового характера, рекомендации инвестиционного развития телекоммуникационных компаний Российской Федерации будут обосновываться результатами проведенного исследования.

Цель исследования заключается в обосновании и разработке оптимальной модели контроля над ресурсами в компаниях телекоммуникационного сектора экономики на примере ПАО «МТС» с целью обеспечения инвестиционной привлекательности компании, основанной на интегрированном подходе формирования оценочных критериев, характеризующих финансовые результаты деятельности, эффективность структуры внеоборотных активов, рентабельность источников финансирования.

Полученные результаты могут способствовать углублению существующей системы знаний об изучаемых явлениях, способных повлиять как на уровень экономической безопасности ПАО «МТС», так и других компаний телекоммуникационного сектора экономики и, как следствие, в целом на экономику российского государства.

В рамках достижения поставленной цели предполагается решить ряд частных задач:

- исследовать тенденции экономических показателей ПАО «МТС», характеризующих развитие компании, позволяющих выявить возможные угрозы, проявляющиеся в поведении результативных значений оценочных критериев, соизмеренных с научными и практическими принципами их соотношений;
- оценить результативное влияние факторов, сдерживающих инвестиционное развитие телекоммуникационного сектора экономики в условиях цифровой экономики, и обосновать возможность их нивелирования;
- обосновать и разработать модель стратегического и инвестиционного развития телекоммуникационного сектора экономики на примере ПАО «МТС», обеспечивающую:
 - а) контроль над рентабельностью внеоборотных активов и заемного капитала при прогнозировании прибыли от продаж;
 - б) максимальный уровень финансовой независимости компаний, используя аналитические инструменты прогнозирования и оптимизации для снижения величины заемных средств, при одновременном росте собственного капитала.

Материал и методы исследования

Результаты финансовой деятельности ПАО «МТС» (таблица 1), несмотря на общую положительную динамику отдельных показателей, вызывают определенные вопросы [1; 2; 3], касающиеся инвестиционного развития и привлекательности в целом отрасли.

Таблица 1 – Динамика показателей, характеризующих финансовый результат ПАО «МТС»

Показатель	Период исследования					Отклонение 2020 от 2019 гг.
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	
Выручка, млн руб.	314325	323793	331236	342123	358081	15958
Себестоимость, млн руб.	161395	161311	157826	161966	171011	84045
Валовая прибыль, млн руб.	152930	162482	173410	180157	187070	6913
Коммерческие расходы, млн руб.	48182	48117	46725	50084	50010	-74
Управленческие расходы, млн руб.	33970	32053	32427	33870	38065	4195
Прибыль от продаж, млн руб.	70778	82312	94258	96203	98995	2792
Прибыль до налогообложения, млн руб.	61985	82099	20302	77597	67910	-9687
Чистая прибыль, млн руб.	50659	69063	9160	62371	57026	-5345

Тенденцию роста выручки можно обосновать ростом цен на услуги связи и мобильного интернета, расширением пакета оказываемых услуг, увеличением числа абонентов мобильного оператора.

Неоднозначность динамики показателя себестоимости оказываемых услуг в определенные периоды объясняется расширением рынка оказываемых услуг, ростом балансовой стоимости нематериальных активов, что могло произойти за счет увеличения таких статей расходов, как «амортизация», «расходы на аренду», «материальные затраты».

Валовая прибыль на протяжении последних пяти лет имеет устойчивую динамику роста, величина которой имеет прямую зависимость от величины выручки и себестоимости оказанных услуг.

Неоднозначность в поведении величин коммерческих и управленческих расходов и их рост на конец исследуемого периода можно объяснить расширением деятельности, которое предполагает новые площадки складских помещений, точек продажи и рекламу, расширение штата сотрудников и др.

Динамично растет прибыль от продаж, однако неоднозначная тенденция прослеживается по величинам налогооблагаемой и чистой прибыли. В последние годы наблюдается снижение показателей. При грамотной финансовой политике на фоне роста выручки, валовой прибыли и прибыли от продаж, как правило, должно происходить увеличение налогооблагаемой и чистой прибыли [8], однако такого не происходит, что и предполагает гипотетическую угрозу для компании, а также ставит под сомнение ее инвестиционное развитие.

Чтобы четко понимать политику сдерживающего воздействия факторов инвестиционного развития посредством аналитических инструментов оценки доходности и рентабельности имеющихся ресурсов в компании, необходимо оценить их состояние (таблица 2). Большую долю в структуре имущества составляют внеоборотные активы, балансовая стоимость которых динамично возрастает, и в 2020 году их доля составила 89 %. Связано это с расширением деятельности организации, модернизацией ее основных процессов и развитием информационных технологий, которые широко используются в деятельности компании. Наибольшую долю в источниках формирования имущества занимают долгосрочные заемные источники (71 %), доля краткосрочных источников составляет 16 %, наименьшую долю занимают собственные средства (13 %). Такое соотношение источников финансирования имущества компании негативно сказывается на уровне финансовой устойчивости, что далее подтверждается их уровнем доходности и рентабельности.

Поскольку основной деятельностью компании является предоставление услуг связи, передачи данных и телерадиовещательных услуг, текущее значение показателей рентабельности является важным оценочным критерием состояния имущества (рисунок 1).

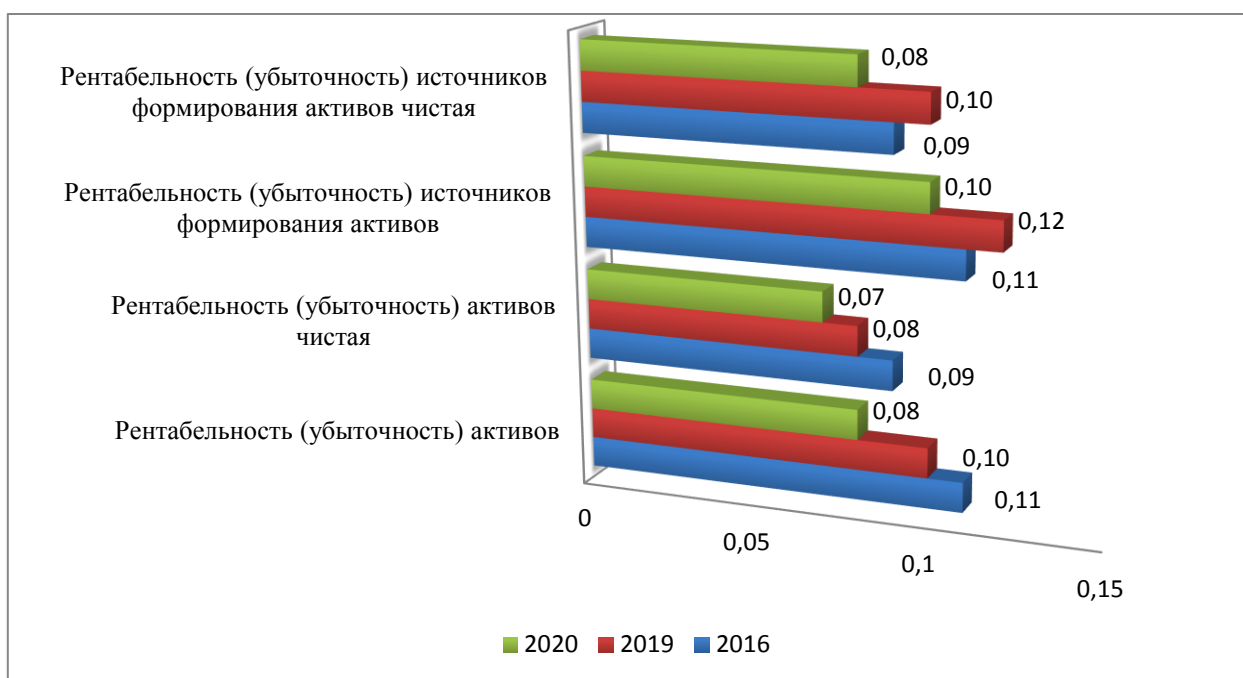


Рисунок 1 – Динамика показателей рентабельности имущества ПАО «МТС»

К 2020 году наблюдается снижение рентабельности имущества ПАО «МТС» и источников его формирования, что можно связать с ростом себестоимости оказываемых услуг.

Необходимость в долгосрочных источниках финансирования может быть обоснована увеличением расходов, необходимых для расширения деятельности и снижением прибыли компании.

Рентабельность заемного капитала на протяжении 5 лет находится на одном уровне и подвержена незначительным колебаниям, в то время как рентабельность внеоборотных активов имеет тенденцию к снижению.

Эффективность финансовых результатов деятельности компании можно оценить их уровнем рентабельности и доходности [14] (рисунок 2, 3).

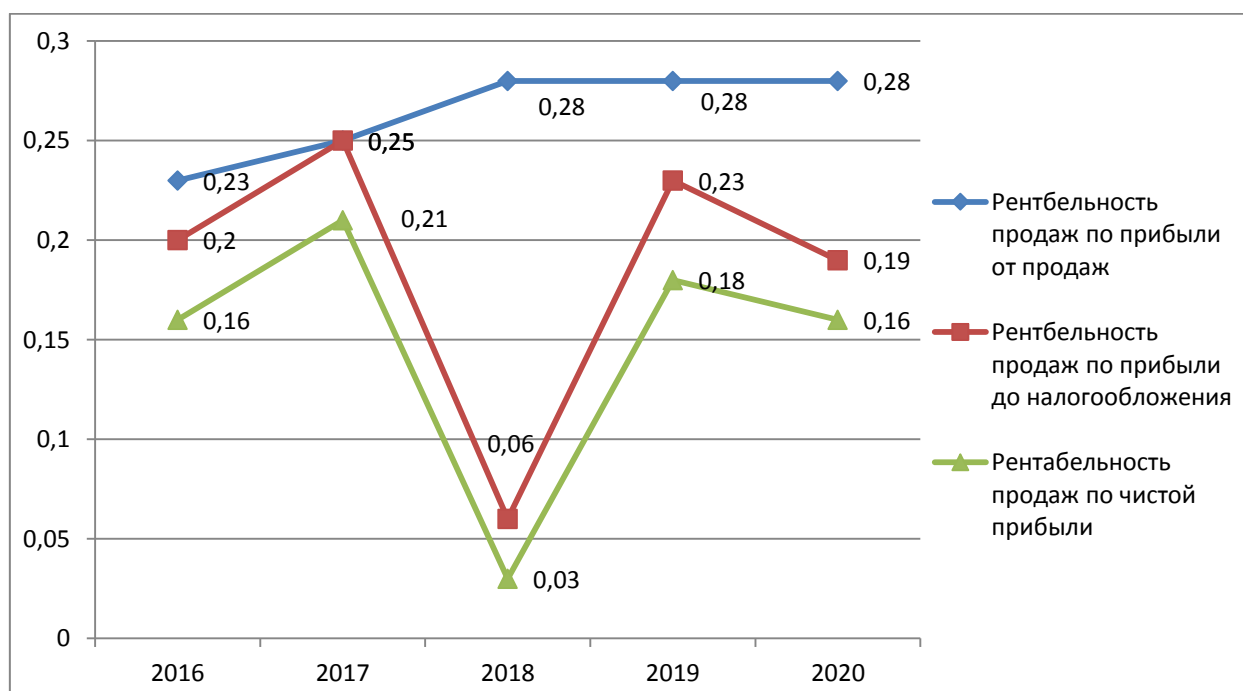


Рисунок 2 – Динамика показателей рентабельности ПАО «МТС»

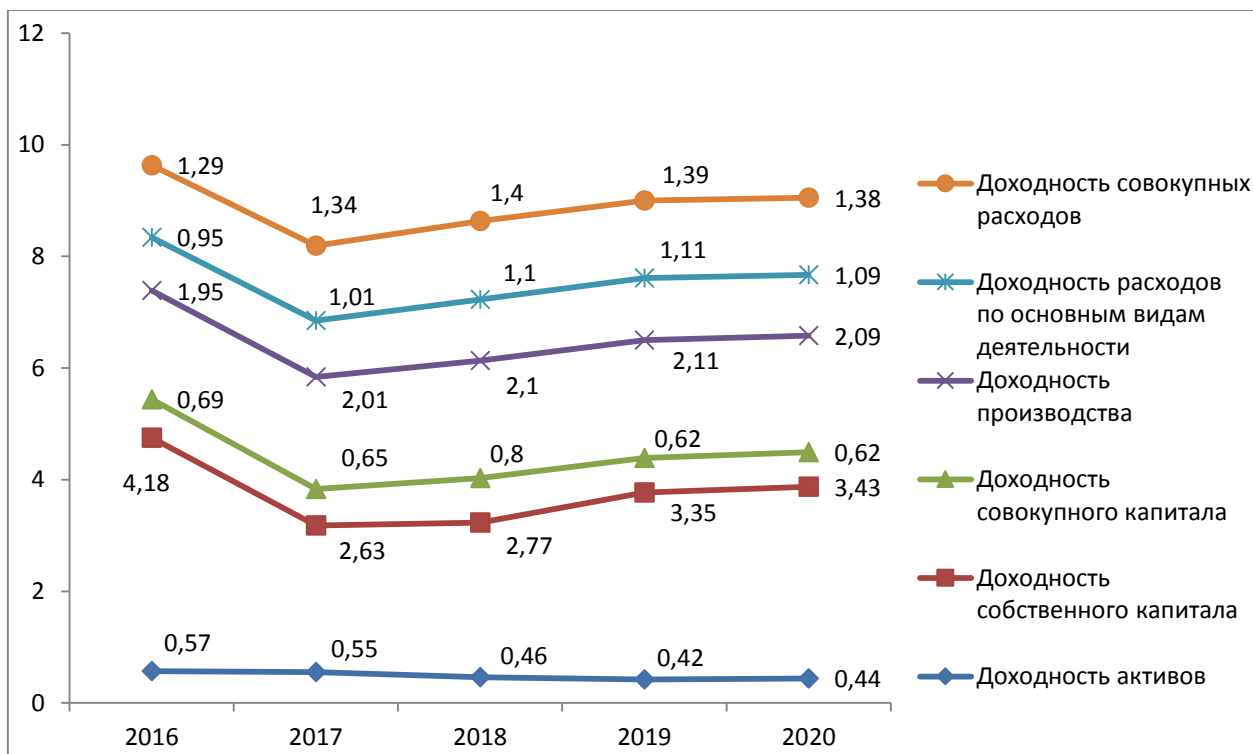


Рисунок 3 – Динамика показателей доходности ПАО «МТС»

Рентабельность продаж по прибыли от продаж имеет устойчивую положительную динамику. Однако тенденция рентабельности продаж по прибыли до налогообложения и чистой прибыли неоднозначна. На текущий период ее уровень снижается, что подтверждает вероятность возникновения угроз, снижающих уровень инвестиционной привлекательности компании.

В данной ситуации целесообразно проверить «качество» формирования прибыли.

Оценка «качества» формирования прибыли и эффективности финансового результата ПАО «МТС» дана на основе классической системы аналитических показателей. Их динамика представлена на рисунке 4.

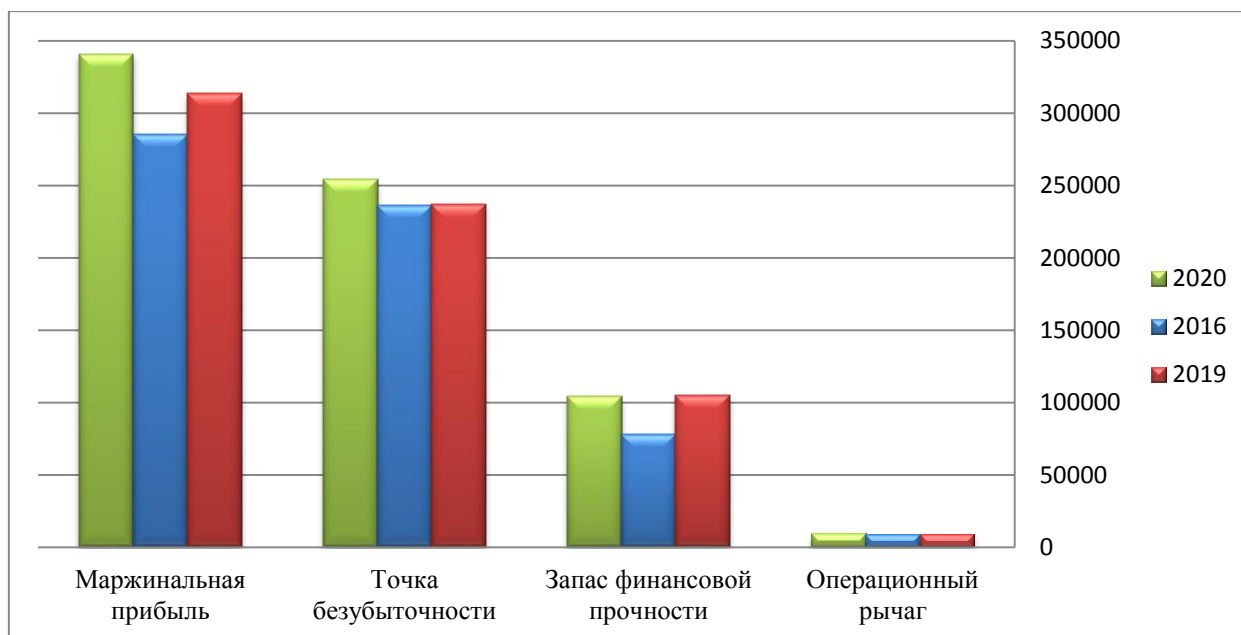


Рисунок 4 – Динамика показателей «качества» формирования финансового результата ПАО «МТС»

По их результативным значениям можно оценить зависимость величины прибыли от объема продаж или оказываемых услуг, а также реальные возможности компании по их наращиванию.

Нет однозначной тенденции в поведении заявленных показателей. Рост маржинальной прибыли, сопряженный с ростом постоянных расходов, сопровождается увеличением интервального значения точки безубыточности, что является признаком снижения «качества» прибыли, однако подобная динамика нивелируется пусть и незначительным, но ростом показателя «запас финансовой прочности», что уравнивает эффект оценочным критерием «операционный рычаг». В целом «качество» формирования прибыли можно отметить как удовлетворительное.

Таким образом, основными негативными факторами, влияющими на нестабильную ситуацию в компаниях телекоммуникационного сектора экономики и снижение рентабельности инвестиционной деятельности, можно отметить устойчивую динамику превышения темпов роста внеоборотных активов над темпами роста выручки при одновременном снижении эффективности использования внеоборотных активов.

Рост показателей прибыли с одновременным ростом балансовой стоимости ресурсов и снижением эффективности их использования также можно расценивать как потерю уровня инвестиционного развития.

Для стабилизации сложившейся ситуации необходимо осуществлять контроль над балансовой стоимостью внеоборотных активов и соотношением их поддержания рациональной структурой.

Результаты исследования и их обсуждение

Важным финансовым инструментом контроля над ресурсами, обеспечивающим процесс расширенного воспроизводства, предлагается рассматривать взаимосвязанные элементы в структуре капитала компании и подходы их оптимизации. В современной практике ведения хозяйственной деятельности понятие «оптимизация» занимает важное место в решении управленческих задач, предполагающих поиск наилучшего варианта в обосновании стратегии эффективности и доходности использования ресурсов [11; 12].

Выступая как метод нейтрализации вызовов и угроз предприятия, она помогает достичь не только состояния наиболее эффективного использования ресурсов, но и в целом улучшения результативных показателей как в текущей деятельности, так и на перспективу.

В свою очередь, моделирование инструментов контроля управления ресурсным потенциалом должно ориентироваться на эффективность использования ресурсов и доходную структуру капитала.

Привлекая источники финансирования ресурсов, важно не только обеспечивать текущие потребности, но и стремиться к созданию такой их структуры, которая бы работала на стабильное функционирование и развитие компании и, как следствие, исключала вероятность финансовых потерь [13]. В этой связи модель диагностики оптимизации ресурсов и результативных показателей можно спроецировать исходя из оценочных критериев, характеризующих качественный состав прибыли и факторов, на нее воздействующих.

Для определения степени связи между прибылью и факторами (таблица 2), на нее влияющими, нами использован метод корреляционно-регрессионного анализа.

Результаты расчетов позволили сделать вывод, что наибольшее воздействие на изменение выручки оказывают: внеоборотные активы (x_1), кредитные обязательства (x_4), амортизация (x_5) и себестоимость (x_7).

Теснота связи с наибольшей степенью на величину прибыли от продаж проявляется через внеоборотные активы (x_1), кредитные обязательства (x_4), амортизацию (x_5).

При обеспечении контроля над сопоставимостью поведения основных показателей эффективности осуществляемой деятельности ПАО «МТС» можно спрогнозировать оптимальную величину финансового результата, не нарушая балансовые пропорции стоимостных показателей [11].

Таблица 2 – Исходные данные для определения степени связи между прибылью и факторами, на нее воздействующими

Факторы	Период исследования						
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Прямые факторы							
Выручка (y1)	309157	315595	314325	323793	331236	342123	358081
Прибыль от продаж (y2)	74378	72852	70778	82312	94258	96203	98995
Чистая прибыль (y3)	28373	6688	50659	69063	9160	62371	57026
Косвенные факторы							
Внеоборотные активы (x1)	401726	408866	519847	493657	699100	700615	753860
Дебиторская задолженность (x2)	43134	42734	26623	32647	30502	31385	29516
Кредиторская задолженность (x3)	73161	86527	60936	71509	55758	86904	64637
Кредитные обязательства (x4)	315131	385960	369440	379294	470835	436945	510236
Амортизация (x5)	200106	230619	256175	280385	301811	321561	332916
Прочие расходы (x6)	58113	57841	45595	11296	81550	8334	23429
Себестоимость (x7)	234782	242743	243547	241481	236978	245920	259086
Проценты к уплате (x8)	18108	30396	31493	30627	33029	37289	32939

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8
y1	0,91	-0,52	-0,09	0,91	0,91	-0,46	0,8	0,64
y2	0,93	-0,47	-0,14	0,88	0,9	-0,31	0,51	0,59
y3	0,29	-0,54	0,04	0,1	0,47	-0,92	0,49	0,3

Полученные результаты позволили разработать модель стратегического и инвестиционного развития компании (рисунок 5), предполагающую контроль над ресурсами с обоснованием прогнозирования их минимальных и максимальных значений, которая включает три модуля.

Реализация мероприятий в контексте каждого модуля предполагает:

Модуль 1. Проецирование величины прибыли от продаж с установлением минимальных и максимальных значений уровня рентабельности внеоборотных активов и заемного капитала.

Модуль 2. Обеспечение уровня финансовой независимости компании, прогнозирующее снижение величины заемных средств при одновременном росте собственного капитала.

Модуль 3. Обоснование прогнозных значений взаимосвязанных показателей, характеризующих результаты финансово-хозяйственной деятельности; эффективность использования ресурсов, обеспечивающих производственную деятельность и источники их финансирования. Прогнозные значения показателей, характеризующих финансовые результаты на период стратегического развития, целесообразно моделировать с учетом эффективных активов и доходных вложений.

Выводы (заключение)

Устойчивая тенденция роста валовой прибыли может являться признаком повышения конкурентоспособности оказываемых компанией услуг. Однако снижение эффективности деятельности, обусловленное нестабильностью получения прибыли до налогообложения и чистой прибыли при существующих тенденциях роста основных результативных показателей ПАО «МТС», может повлиять на дальнейшее негативное развитие компании. Чтобы избежать возможных угроз, необходимо выработать финансовую стратегию ее инвестиционного развития, направленную на сдерживание необоснованного роста величины внеоборотных активов, заемного капитала и расходов на их обеспечение.

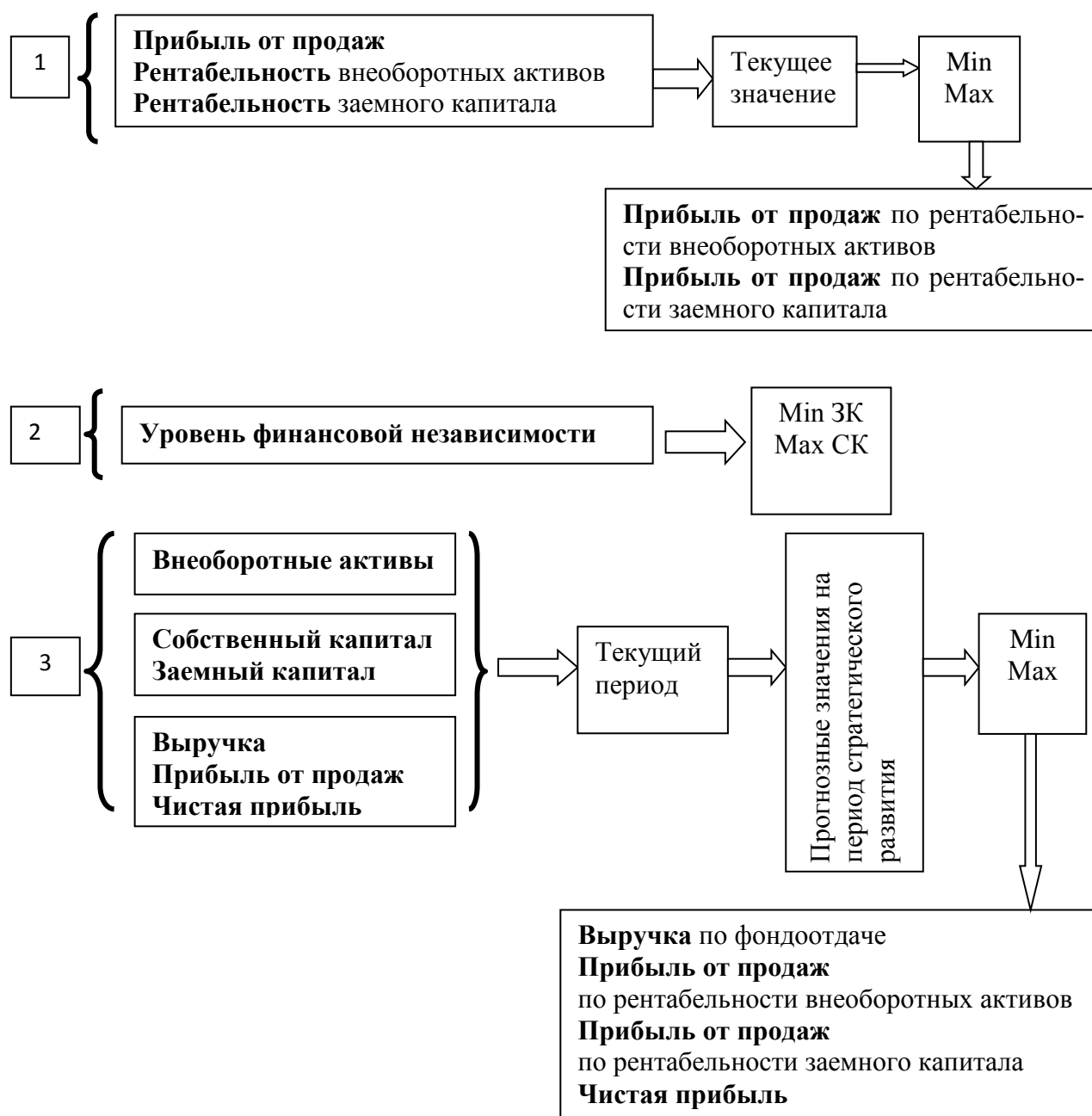


Рисунок 5 – Модель стратегического и инвестиционного развития компаний телекоммуникационного сектора экономики

Доказав тесноту связи между взаимообусловленными показателями, подтверждающими наличие сдерживающих факторов развития компаний, можно предложить модель инвестиционного развития, принципы формирования которой основываются на инструментах контроля над текущим состоянием ресурсного потенциала и интегрированном подходе к оптимизации минимальных и максимальных значений перспективных границ результативных показателей, обеспечивающих стабильность и инвестиционную привлекательность компаниям телекоммуникационного сектора экономики.

Список источников:

1. Годовая консолидированная финансовая отчетность ПАО «МТС» и дочерних компаний по состоянию на 31 декабря 2020 г. // ПАО «МТС»: официальный сайт. – 2020. – URL: https://mts.ru/upload/contents/10677/mts_ifrs_cons_fs_19-20-ru.pdf (дата обращения: 12.01.2022).

2. Годовые отчеты ПАО «МТС» за 2018-2020 гг // ПАО «МТС»: официальный сайт. – 2020. – URL: <https://moskva.mts.ru/about/investoram-i-akcioneram/korporativnoe-upravlenie/raskritie-informacii/godovaya-otchetnost> (дата обращения: 11.01.2022).
3. ПАО «Мобильные ТелеСистемы»: официальный сайт. – URL: <https://moskva.mts.ru/about> (дата обращения: 06.01.2022).
4. Беликова Е. Р. Использование показателя фундаментальной стоимости активов в стоимостно-ориентированном управлении телекоммуникационных компаний // Интернет-журнал Науковедение. – 2016. – Т. 8. – № 6 (37). – С. 157.
5. Кетоева Н. Л., Малыш Е. А. Анализ и выявление перспектив развития российского рынка инфокоммуникационных технологий // Вестник науки и образования. – 2019. – № 1-1 (55). – С. 47-50.
6. Кобылко А. А. Межсистемное взаимодействие в деятельности телекоммуникационных операторов // Terra Economicus. – 2019. – Т. 17. – № 1. – С. 77-95.
7. Кожаметова М. К., Мукушев А. Б. Теории структуры капитала // Статистика, учет и аудит. – 2016. – № 3 (62). – С. 65-73.
8. Кузьмина Е. Ю., Шачинова М. С. Особенности реализации стратегии в современных компаниях // Актуальные проблемы управления - 2018 : материалы 23-й Международной научно-практической конференции, Москва, 14–15 ноября 2018 года. – Москва: Государственный университет управления, 2019. – С. 64-66.
9. Куликов В. Н. Исследование специфики телекоммуникационной отрасли РФ // Инновационная наука. – 2017. – № 12. – С. 113-116.
10. Филонова Е. С. Анализ и оптимизация структуры капитала компаний телекоммуникационной отрасли (по материалам бухгалтерских балансов на 31 декабря 2017 года) // Национальная безопасность России: угрозы и стратегические приоритеты : материалы Международной научно-практической конференции / под редакцией В.В. Матвеева. – Орел: Картуш, 2018. – С. 40-52.
11. Филонова Е. С. Оптимизация структуры капитала компаний телекоммуникационной отрасли // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2019. – Т. 7. – № 3. – С. 4-13.
12. Щелина А. В. Основные причины неэффективного размещения капитала в телекоммуникационных компаниях // Colloquium journal. – 2019. – № 13-11 (37). – С. 238-239.
13. Petrovskaya M. V. Scientific methodological basis of the risk management implementation for companies' capital structure optimization / M. V. Petrovskaya, N. V. Bondarchuk, E. M. Grigorieva [et al.] // International Electronic Journal of Mathematics Education. – 2016. – Vol. 11. – No 7. – P. 2571-2580.
14. Cheglakova S. G. Accounting and analytical support as a risk management tool in the economic activity of a firm // Espacios. – 2018. – Vol. 39. – No 44. – P. 32.
15. Чеглакова С. Г. Современные концепции экономического анализа в системе управления бизнесом // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3 (56). – С. 570-573.

Статья поступила 13.03.2022 г.

Парушина Н. В., Алямкина Л. А.

АНАЛИЗ РАСЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

Парушина Наталья Валерьевна*доктор экономических наук, профессор**Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А;**ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12**e-mail: parushinan@mail.ru***Parushina Natalia V.***Doctor of Economic Sciences, Professor**Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation;**Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation**e-mail: parushinan@mail.ru***Алямкина Людмила Андреевна***специалист сервисной поддержки**ООО МФК «Кэшдрайв»; РФ, г. Орел**e-mail: aliamkina.mila@yandex.ru***Alyamkina Ludmila A.***service support specialist**LLC MFC "Cashdrive"; Orel, Russian Federation**e-mail: aliamkina.mila@yandex.ru*

В финансовой сфере банки выступают посредниками между юридическими и физическими лицами в осуществлении расчетов и платежей, тем самым обеспечивая эффективный и регулируемый оборот финансового капитала в экономике. Банковская сфера достаточно гибко и органично реагирует на те цифровые изменения и новшества времени, которые позволяют контролировать финансовую сферу и обеспечивать справедливое перераспределение финансовых ресурсов. Геополитическая нестабильность и пандемия усилили риски, с которыми пришлось столкнуться банкам, обеспечивающим защиту вкладов юридических лиц, населения и государства. Основные вызовы касаются применения цифровых технологий и финансовой защиты информации при осуществлении расчетно-кассовых операций, в объем которых вовлечен большой круг клиентов банков. Готовность банков к противостоянию вызовам и угрозам во многом определяется его финансовой устойчивостью и достаточностью активов, которые имеют в его распоряжении. В статье дан обзор изменениям, которые происходят и будут происходить на финансовом рынке при осуществлении основных расчетно-кассовых операций. Проведен анализ практики применения современных банковских технологий за рубежом. Обоснована научная и практическая необходимость адаптации новых цифровых методик и продуктов деятельности банков. Раскрыта взаимосвязь организационно-управленческой основы и финансовой устойчивости банка ПАО «Промсвязьбанк» в решении вопросов с применением цифровых инноваций в текущей расчетной и иной операционной работе. Методы и инструментарий исследования основаны на применении официальных информационных материалов банков, публикаций научной и интернет-периодики.

Ключевые слова: диверсификация, ликвидность, расчетно-кассовое обслуживание, риски, финансовая устойчивость, цифровая трансформация, экосистема.

Парушина Н. В., Алямкина Л. А. Анализ расчетно-информационного обслуживания юридических лиц в условиях цифровизации банковской сферы // Экономическая среда. – 2022. – № 1 (39). – С. 31-46. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/31-46>.

In the financial sphere banks are intermediaries between legal entities and individuals in making payment, thus providing effective and regulated circulation of financial capital in the economy. Banking flexibly and organically reacts to digital changes and novelties of the time that allow to control financial sphere and provide fair redistribution of financial resources. Geopolitical instability and pandemic enhance the risks which banks faced providing deposits security of entities, population and the state. The main challenges refer to digital technologies and financial security of information in cash operations where large amount of clients are involved. Readiness of the banks to resist challenges and threats is mainly determined by their financial stability and sufficiency of the assets available. The article presents a review of the changes which are taking place and will take place in the financial market in settlement-cash operations. Practice of using modern banking technologies abroad are analyzed. Scientific and practical necessity to adapt new digital techniques and products to banking activity is substantiated. Interrelation of organizational-management basis and financial stability of PJSC Promsvyazbank in solution of the problems with digital innovations in current settlement and other operational activity is disclosed. Methods and tools on the use of official information of the research are based on the banks' materials, scientific and Internet publications.

Keywords: diversification, liquidity, settlement-cash servicing, risks, financial stability, digital transformation, ecosystem.

Parushina N. V., Alyamkina L. A. Analysis of settlement-information servicing of entities under conditions of banking digitalization. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 31-46. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/31-46>.

Введение

Банковская сфера деятельности в последние годы является флагманом всех нововведений в финансовом и экономическом секторах. Достаточно отметить внедрение современных комплаенс-технологий, регулятивной «песочницы», ESG-принципов устойчивого развития, экосреды доступного банковского обслуживания. Расчетно-кассовые операции для банков являются традиционными и входят в комплект пакета банковского сопровождения бизнеса, формируя удобный и полезный инструментарий для предпринимателей. Банковские расчеты перешли в разряд дистанционного одномоментного оформления операций, которые связаны с открытием банковского счета, заполнением и подачей платежных документов, выставлением счетов, проведением денежных средств на депозитах. В нынешних условиях расчетно-кассовое обслуживание является одним из самых стабильных видов услуг, которые оказывают коммерческие банки. Именно средства, получаемые от клиентов и хранящиеся на расчетных, валютных депозитных счетах, обеспечивают финансовую стабильность развития банков, ликвидность и платежеспособность перед своими клиентами и обязательствами перед государством. На условия и процедуры банковского участия в осуществлении платежей влияют тенденции и закономерности развития мировой банковской системы. Ближайший год развития банковской сферы будет проходить под лозунгом финансирования в интересах справедливого восстановления. Пандемия оказала существенное влияние на развитие экономики и повлекла закрытие компаний, потерю работы гражданами. В ответ правительства стран приняли комплекс мер, которые включают денежные трансферты домохозяйствам, кредитные гарантии компаниям, решение проблем с ликвидностью банков, наложением запретов на банкротство компаний и банков. Все риски должны быть объективно оценены и предупреждены угрозы их существенного влияния на экономику мировых стран. Банковскому сектору будет оказана поддержка со стороны государства, будут простимулированы мероприятия по развитию банковских технологий, продвижению новых продуктов и цифровым трансформациям.

В настоящей статье рассмотрены тенденции и закономерности расчетно-кассового обслуживания банков в мире, рассмотрен пакет тех услуг, которые находят широкое распространение за рубежом, дан обзор обоснованности финансовой устойчивости банка для предложения оказания финансовых услуг и их расширения. Передовая практика формирования финансовой среды, организационно-управленческой структуры банка и осуществления современных цифровых расчетно-информационных и кассовых услуг рассмотрены на примере ПАО «Промсвязьбанк».

Материалы и методы исследования

Современная банковская практика включает в себя использование большого количества и разновидностей расчетно-платежных операций. Банковское предложение об использовании той или иной услуги обусловлено воздействием следующих факторов: клиентская потребность в осуществлении определенного вида и формы платежа, срочности предполагаемой банковской операции, уровня продолжительности заключения договорных обязательств между банком и клиентом. В целях совершенствования действующей отечественной системы расчетно-кассового обслуживания большой упор со стороны исследователей делается на детальное изучение банковских услуг, предоставляемых ведущими зарубежными банками, среди которых можно выделить такие, как «Чейз Манхэттен Банк», «Ситибэнка», «Бэнка оф НьюЙорк (США)», «Дольче банк», «Ферайнц банк» (Германия), «Банк Националь де Пари» (Франция) и др.

Специалисты и эксперты ищут пути повышения банковских возможностей за счет масштабного применения современных технологий, одной из которых является создание новых консультационных структур и мини расчетных клиентских центров, а также перевод части клиентов на самообслуживание и сохранение для крупных корпоративных клиентов персональных менеджеров.

Современные публикации в сфере банковского обслуживания связаны с поднятием и решением проблем современного состояния расчетно-кассового обслуживания (Н. И. Быка-

нова, А. Ф. Битюкова [1], О. В. Плюснина [12]), финансовой безопасности (В. А. Гамза [3], Ж. Ривуар [15], E. S. Makhitarova, Z. R. Morozov, L. E. Galyaeva [18]), финансовой стабильности банков (Ю. Г. Вешкин [2], Е. Е. Конобеева [6], N. G. Vovchenko, L. Y. Andreeva, V. S. Kokhanova, O. T. Dzhemaev [20]), развития финансовых технологий (С. С. Евдокимова [4], А. Г. Жаровня [5], Л. И. Малявкина [16], S. I. Vobokhujaev [17]). Все они находят решения в условиях постоянной систематической работы по развитию организации и проведения финансовых операций и оказания услуг клиентам по всему миру.

Современные транснациональные банки, с одной стороны, стремятся к развитию своей филиальной и корреспондентской сетей (например, «Чейз Манхеттен бэнк» в общей совокупности имеет более 2 тыс. отделений, которые располагаются по всему миру, в том числе в России, Великобритании, Ирландии, Италии, Испании, европейских странах и т. д.) и предоставлению комплексных портфелей банковских услуг без учета географической расположенности клиента. Однако такое глобальное расширение и создание многофилиальности ведет к подорожанию стоимости банковского обслуживания, а также к возникновению у клиентов дополнительных расходов. Зарубежные банки стремятся к решению данной проблемы посредством использования новейших информационных технологий и интернет-ресурсов.

Работа современных банков, по мнению Ж. Ривуара, должна базироваться на учете трех важнейших составляющих предоставления банковских услуг, в том числе и в отношении расчетно-кассового обслуживания:

- наличие набора стандартизированных банковских услуг, не требующих помощи консультанта;
- расширенный перечень услуг, требующих консультационного сопровождения;
- решение имеющихся проблем в области микросегментирования и интенсивного консультирования [14, 15].

Зарубежные специалисты стремятся к обеспечению определенной сегментированной группы клиентов стандартным набором банковских услуг, одна часть которых основана на самообслуживании, а другая – на возможности использования информационных технологий с необходимой долей консультирования. Идеальное сочетание двух перечисленных направлений банковской деятельности должно перерасти в продукт индивидуального спроса.

Среди основных перспективных направлений дальнейшего развития расчетно-кассовой работы в западноевропейских и американских банках является их ориентированность на три важнейших фактора, определяющих дальнейшее изменение банковского сектора экономики:

- отраслевая принадлежность (дальнейшее создание крупных транснациональных корпораций, образующих систему внутренних банков. В качестве примера можно привести деятельность таких банков, как «Бритиш Петролиум», «Рено» и др., которые полностью обслуживают возникающие потребности своих действующих учредителей);
- диверсификация банковской деятельности в связи с предоставлением внебалансовых услуг (здесь речь идет об увеличении предоставления информационно-консультационных услуг);
- дальнейшее развитие услуг на рынке ссудных капиталов (предложение новых банковских услуг в области кредитования транснационального корпоративного сектора экономики, т. е. предложение банками мультивалютной кредитной линии, которая сочетает в себе обычные кредитные линии и право заемщика выбирать различные финансовые инструменты из имеющегося перечня наиболее дешевых источников финансирования.

Необходимость банковского обслуживания крупных холдинговых структур обуславливается ростом их потребностей в расчетно-кассовом обслуживании [19]. В практике многих зарубежных банков имеет место такой комплекс услуг, как Cash Management Service, который представляет собой «расчетно-информационное обслуживание». Суть данной услуги раскрывается посредством описания категории клиентов, которые могут ей воспользоваться.

К первой категории клиентов относятся крупные холдинговые компании, обладающие

разветвленной региональной сетью и видящие цель покупки данной программы в формировании эффективной системы обращения денежных средств; усилении финансовой дисциплины как внутри холдинга, так и между его дочерними и зависимыми подразделениями; достижении оптимального соотношения расходования и поступления средств на счетах, входящих в состав холдинговой структуры.

Вторая категория клиентов представляет собой компании, взаимодействующие с большим количеством контрагентов. Основная задача, к которой сводится покупка данной расчетно-информационной услуги, заключается в сокращении расходов, связанных с проведением сверки и учетом большого количества поступающих от контрагентов платежей, а также на анализ исходящих платежей.

В целом предоставление расчетно-информационной услуги, которую предлагают зарубежные банки, включает в себя три классификационные группы сервисов (рисунок 1).

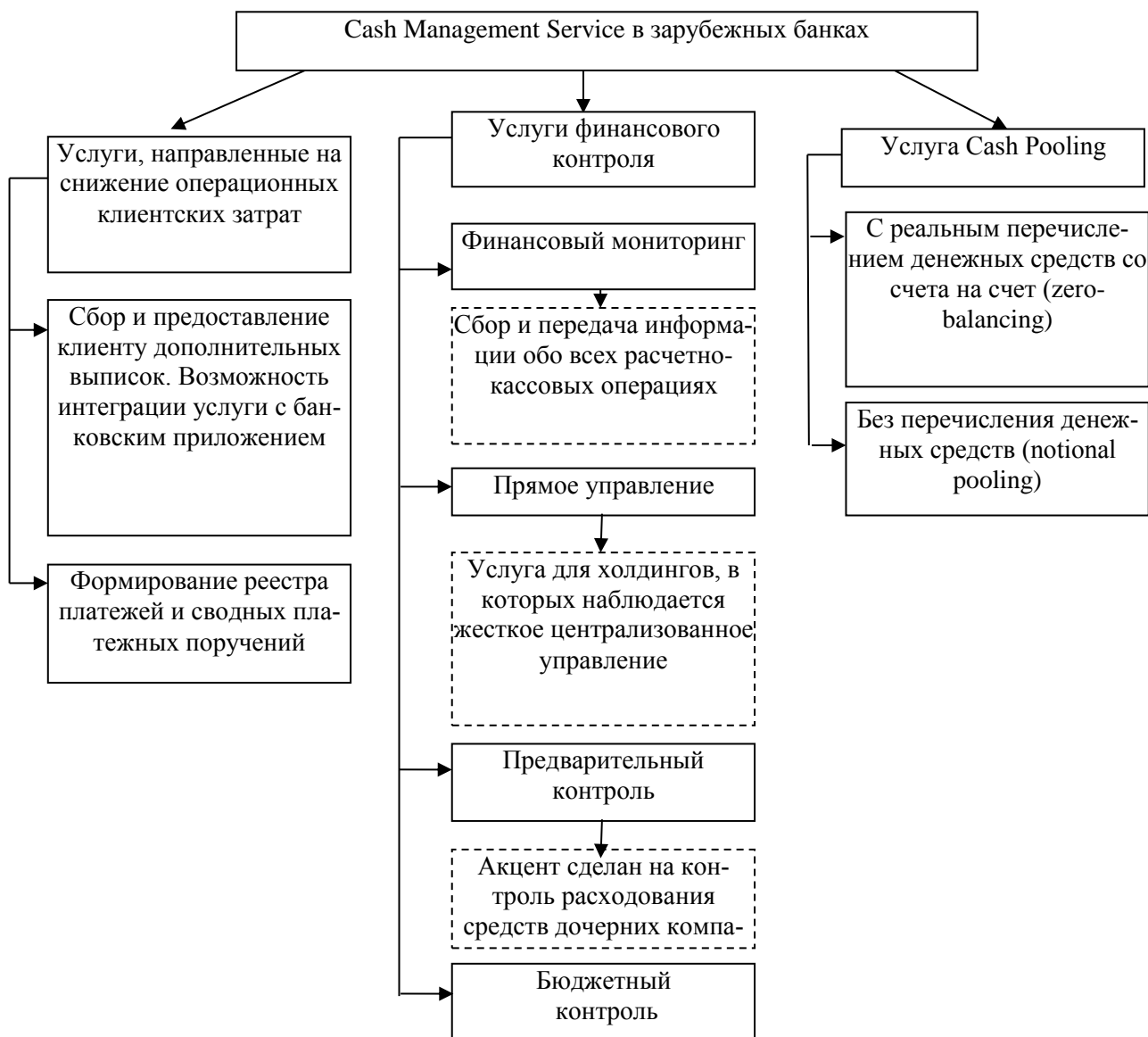


Рисунок 1 – Cash Management Service в зарубежных банках

Так, первая группа услуг представляет собой совокупность услуг, направленных на сокращение операционных затрат клиентов, взаимодействующих с большим количеством контрагентов-покупателей. Сюда включаются операции, связанные со сбором и предоставле-

нием дополнительного набора услуг, которые интегрируются с запущенными банковскими приложениями, предоставляющими информацию о движении средств по счетам клиента.

Вторая группа расчетно-информационных услуг – это услуги финансового контроля, куда входят финансовый мониторинг (представляет собой сбор и передачу информации в головной офис компании об операциях, происходящих на счетах зависимых организаций, входящих в состав холдинга).

При необходимости данный сервис дополняется набором возможностей в области ранжирования расчетной информации в аналитических разрезах.

Далее финансовый контроль включает услуги по осуществлению прямого управления денежными ресурсами головной компании: здесь акцент делается на централизации управления и распределении финансовых потоков.

Также еще выделяются предварительный и бюджетный контроль (внедрение в холдинг бюджетного модуля, который позволяет самостоятельно подтверждать или отклонять головной компании платежи зависимых компании и структурных подразделений).

Отдельное внимание отводится третьей группе расчетно-информационных услуг, действие которых направлено на обеспечение управляющей компании высокоприбыльного и низкотратного использования располагаемых на расчетных счетах банка денежных средств. Данная услуга носит название «кеш-пулинг» – это такая структура, которая предполагает наличие у многопрофильной компании нескольких счетов, открытых в одном банке и рассматриваемых совместно с целью последующей оптимизации уплачиваемых процентов за расчетно-кассовое обслуживание.

В банковском секторе России кеш-пулинг на сегодняшний день отсутствует, что, прежде всего, обусловлено его технологической и юридической сложностью. Также в российской практике отсутствуют услуги для корпоративных клиентов инвестиционной направленности. В США инвестиционный банковский бизнес имеет несколько конфигураций. Так, банк «Ситибэнка» предоставляет инвестиционные услуги по трем следующим направлениям:

- рыночным структурам в рамках инвестиционного банковского бизнеса;
- группе корпоративных клиентов;
- комплексу инвестиционных управленцев.

В банке «Бэнка оф Нью-Йорк» инвестиционные услуги предоставляются по четырем таким направлениям: индивидуальное, институциональное, инвестиционное управление и кредитное обслуживание. Открытие банковских счетов корпоративным клиентам производится только при наличии у клиента документа, удостоверяющего его правоспособность осуществления банковских операций, а также после предоставления необходимого перечня документации и прохождения процедуры идентификации. Заключение договора банковского счета является основанием для включения клиента в книгу регистрации открытых (закрытых) банковских счетов. Начало процедуры закрытия счета возможно лишь после подачи клиентом заявления о соответствующем действии, а также в двух сопутствующих случаях: либо когда по счету нет операций в течение последних двух лет, либо по судебному решению. Традиционными видами кассовых операций в зарубежном банке являются прием и выдача денежных средств из кассы банка. Для обслуживания корпоративных клиентов в банке действует определенный кассовый узел с необходимым набором внутренних подразделений и наличием кассовых и инкассаторских сотрудников.

Результаты и применительная практика

В результате изучения зарубежного опыта выявлена необходимость внедрения современных технологий в отечественных банках; реорганизации каналов сбыта; создания новых консультационных структур, мини расчетных центров; диверсификации деятельности банка за счет предоставления внебалансовых услуг; вывода на рынок новых банковских продуктов; расширения проектов расчетно-информационного обслуживания корпоративных клиентов;

развития инвестиционных банковских услуг.

Спектр операций расчетно-кассового обслуживания оказывает ПАО «Промсвязьбанк». Банк является крупным российским банком, который был основан в 1995 году по инициативе организации под названием «Московский междугородный и международный телефон».

На сегодняшний день банк входит в перечень системно значимых кредитных организаций, который был сформирован Банком РФ, а по уровню своих активов входит в ТОП-10 банков страны [10]. В 2018 году владельцем почти 100 % акций стало Агентство по страхованию вкладов, которое в мае этого же года передало все свои акции в государственную казну. С 2019 года ПАО «Промсвязьбанк» получило статус опорного банка оборонно-промышленного комплекса РФ, а также стало одним из значимых банков с крупным государственным контрактом.

Весной 2021 года к ПАО «Промсвязьбанк» был присоединен «Ромкосмосбанк», обслуживающий более 120 компаний, включенных в состав «Роскосмоса», и около 250 тыс. сотрудников данной корпорации [11]. В 2022 году планируется докапитализация банка из бюджетных активов более чем на 13 млрд рублей, при этом в 2020 году банку уже была оказана поддержка государства в размере 25 млрд рублей.

Среди инновационных продуктов ПАО «Промсвязьбанк» можно отметить запуск в 2021 году сервиса «Катюша.Бизнес-ассистент ПСБ», который представляет собой чат-банк для юридических лиц в рамках работы мессенджера Telegram, который создан на основе нейронных сетей и машинного обучения [13]. С помощью данного сервиса осуществляется консультация клиентов-предпринимателей по действующим банковским продуктам и услугам, также имеется возможность формирования банковской выписки за нужный период времени и направление остатков по счету без обращения в офис банка.

ПАО «Промсвязьбанк» оказывает активное содействие развитию спортивного сообщества в России. Так, в 2019 году банк оказал финансовую поддержку Российской Федерации Баскетбола и поддержал спортивные мероприятия, организованные в Удмуртской Республике.

В 2020 году ПАО «Промсвязьбанк» выступил в качестве официального банка футбольного клуба ЦСКА, а к концу года открыл первый в истории России центр уличного баскетбола в соответствии со стандартами ФИБА. До конца 2022 года банк планирует построить на территории страны еще семь подобных центров международного класса [7].

За последние несколько лет ПАО «Промсвязьбанк» было удостоено некоторых крупных наград. В частности, в 2019 году в рамках проведения ежегодного форума «FinSME-2019: экосистемы и цифровизация» банк получил награду в номинации «Лидер онлайн-кредитования МСБ», при этом платежный сервис банка признан в банковском сообществе страны одним из самых лучших.

По версии консалтингового агентства Marksw Webb Интернет-банк ПАО «Промсвязьбанк» вошел в ТОП-3 лучших интернет-банков по уровню развития цифровых технологий.

На основании Устава ПАО «Промсвязьбанк» устанавливаются следующие основные цели деятельности банка:

- активное содействие развитию оборонно-промышленного комплекса страны;
- извлечение банковской прибыли;
- содействие росту малого и среднего бизнеса и частного предпринимательства в РФ;
- поддержка организации спортивных мероприятий в рамках Российской Федерации Баскетбола и уличного баскетбола в стране.

Для достижения обозначенных целей банк реализует следующие виды деятельности, обозначенные на рисунке 2.

Организационная структура ПАО «Промсвязьбанк» банка также определяется уставом банка, который включает положения об органах управления банка, а также существующие полномочия, ответственность и взаимосвязи при осуществлении банковских операций.

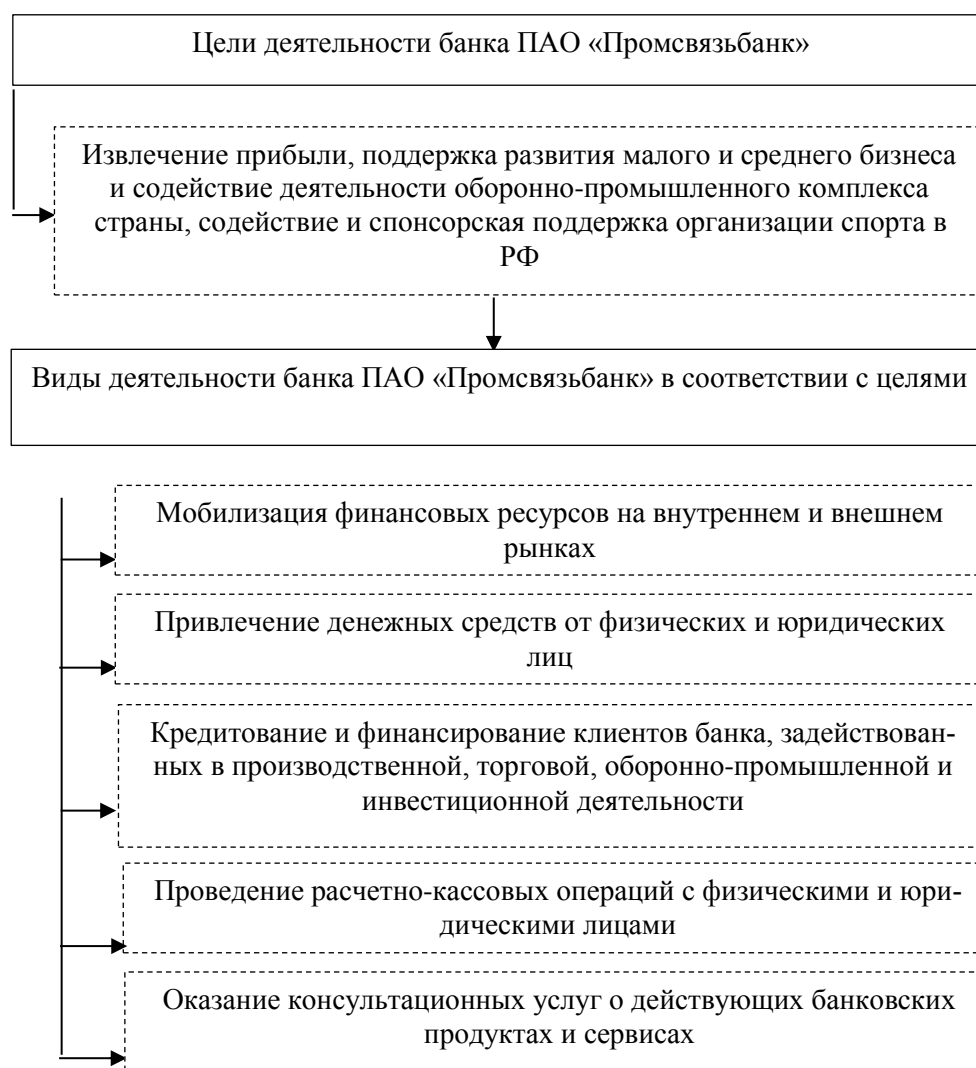


Рисунок 2 – Цели и виды деятельности банка ПАО «Промсвязьбанк»

Организация управленческого процесса в банке принадлежит общему собранию акционеров, которое выступает основным звеном во всей организационной структуре. В обязанности акционеров входит утверждение и изменение устава банка, принятие решений в области расширения числа участников или их выходе из банка, утверждение годового отчета, распределение прибыли, а также принятие решений о формировании его фондов, создании и ликвидации его филиальной сети, и другие важнейшие вопросы. На рисунке 3 представлена организационная структура ПАО «Промсвязьбанк».

Общее собрание акционеров является наивысшим органом управления, который избирает правление банка, осуществляющее непосредственное руководство деятельностью ПАО «Промсвязьбанк», за исключением вопросов, касающихся разработки дальнейшей стратегии развития и координации действий в области контроля. Правление банка избирает Председателя правления, который реализует функции единоличного исполнителя и совместно с правлением отвечает как за текущую деятельность банка, так и за коллегиальные вопросы, касающиеся решения важнейших стратегических задач.

Правление ПАО «Промсвязьбанк» является коллегиальным органом исполнительной власти банка, который включает в себя пять человек, избираемых на 1 год. Правление проводит ряд запланированных графику заседаний, в рамках которых решаются важнейшие вопросы, касающиеся текущей и инвестиционной деятельности банка. Ответственность за принятие решений несет именно Правление банка.

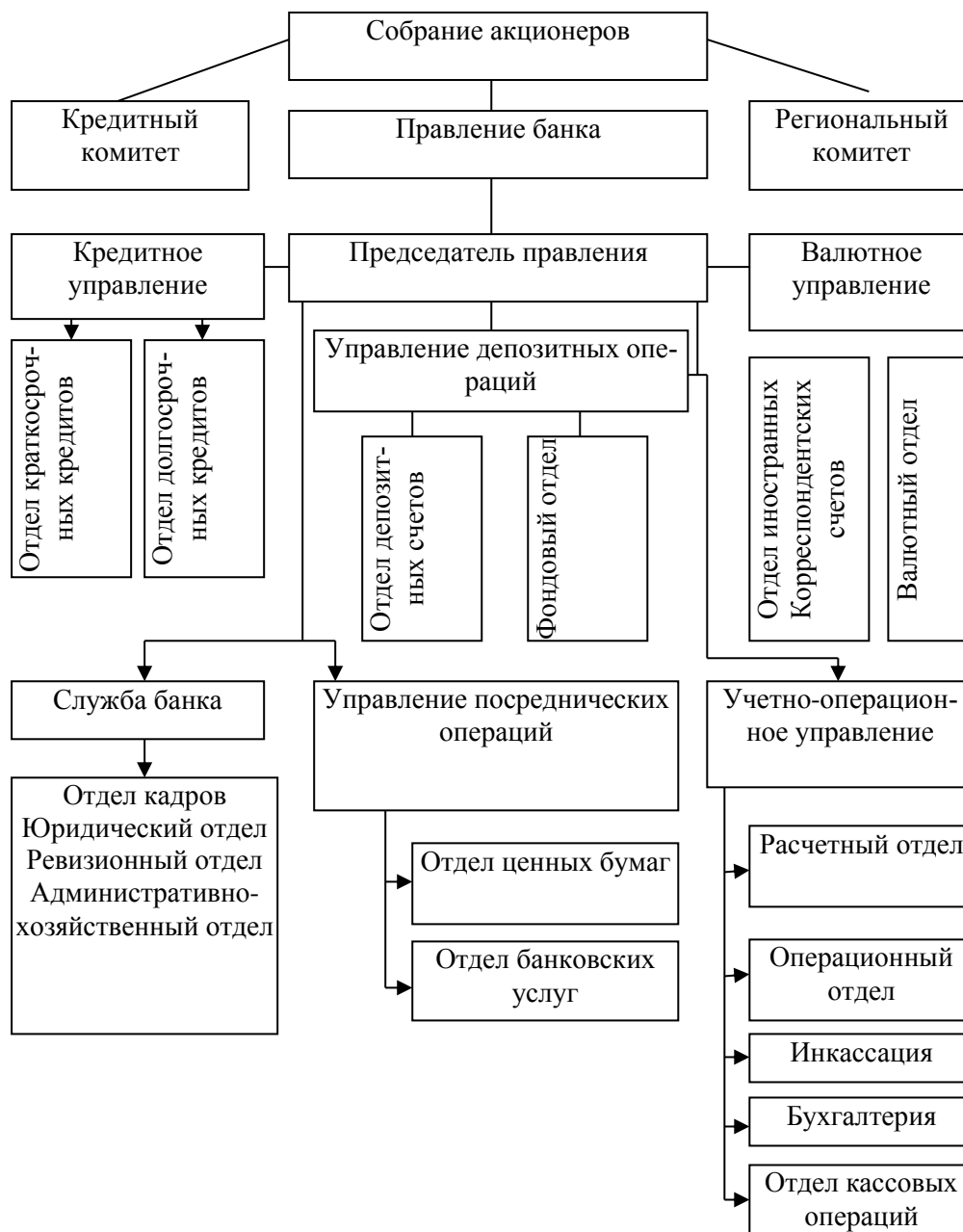


Рисунок 3 – Организационная структура ПАО «Промсвязьбанк»

В целом в деятельности ПАО «Промсвязьбанк» принимают участие 18 отделов, которые находятся в тесном взаимодействии друг с другом: отделы в области кредитного управления, служба банка, отделы, отвечающие за проведение депозитных операций банка, отделы, связанные с учетно-аналитическими и посредническими операциями, а также отделы в области валютного обеспечения

Юридический отдел банка обеспечивает защиту его прав и интересов, а также активно применяет все правовые средства с целью укрепления финансового положения банка на внутреннем и внешнем рынке, оказывает всестороннюю помощь органам правления банка в целях обеспечения законности и правильности применения нормативно-правовых актов федерального значения, нормативных документов ЦБ РФ и других вышестоящих структур.

Учетно-операционное управление:

- отвечает за формирование полной и достоверной информации в отношении финансово-хозяйственных операций, реализуемых в рамках ПАО «Промсвязьбанк»;

- обеспечивает контрольно-распорядительную деятельность в области движения имущества банка и использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов;
- бухгалтерия составляет отчеты по истечении отчетного периода и ведет ежедневный учет движения денежных ресурсов в отделениях банка.

Отдельное внимание со стороны банка уделяется организации расчетно-кассового обслуживания, для целей которого сформировано управление расчетно-кассового обслуживания юридических и физических лиц, основными функциями которого являются открытие, обслуживание и закрытие банковских счетов, а также проведение кассовых операций по внесению и выдаче наличных средств клиентам банка.

Таким образом, организационной структурой банка реализуются как оперативные (кредитование, инвестирование, осуществление доверительных операций, международных расчетов, прием и обслуживание вкладов), так и штабные функции (консультирование исполнителей, ведение бухгалтерского учета, анализ хозяйственной деятельности, прием на работу, повышение квалификации сотрудников, маркетинг, контроль за деятельностью банка). В результате организационная структура ПАО «Промсвязьбанк» включает функциональные подразделения и службы, число которых определяется экономическим содержанием и объемом выполняемых банком операций.

На основании официальных данных консолидированной финансовой отчетности банка проведем анализ активов и пассивов банка за 2019-2021 гг. [7; 8]. Результаты горизонтально-вертикального анализа активов банка представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Состав, структура и динамика активов ПАО «Промсвязьбанк»

Активы	31.12. 2019		31.12.2020		31.12.2021		Темп роста, %	
	млн руб.	уд. вес, %	млн руб.	уд. вес, %	млн руб.	уд. вес, %	2020/2019	2021/2020
Денежные средства	243637	11,26	323789	11,71	727781	18,09	132,89	224,77
Обязательные резервы ЦБ РФ	13254	0,61	17891	0,65	28144	0,69	134,98	157,31
Счета и депозиты в других организациях	135713	6,27	78190	2,83	122354	3,04	57,61	156,48
Инвестиции в долговые ценные бумаги	549202	25,40	753236	27,25	804302	20,00	137,15	106,78
Инвестиции в доле-вые ценные бумаги	352	0,02	140	0,01	136	0,01	39,77	97,14
Дебиторская задол-женность по дог. РЕПО	59699	2,76	25625	0,93	82547	0,05	42,92	322,13
Кредиты, выданные клиентам	1071331	49,54	1469996	53,18	2119920	52,72	137,21	144,21
Основные средства	23689	1,09	24876	0,89	29913	0,74	105,01	120,25
Прочие активы	36680	1,69	42491	1,54	74728	1,86	115,84	175,87
Авансовые платежи по налогу на при-быль	1557	0,07	1266	0,05	1317	0,03	1,31	104,03
Инвестиционная собственность	12312	0,57	13260	0,47	13104	0,32	107,69	98,82
Отложенный нало-говый актив	14703	0,68	13314	0,48	15311	0,38	90,55	114,99
Активы для продажи	-	-	103	0,03	103	0,01	-	100,00
Всего активов	2162129	100,0	2764177	100,0	4021216	100,0	127,85	145,47

Согласно полученным данным, можно отметить, что общий прирост активов за 2021 год составил 45,47 %, что было обусловлено положительной динамикой практически всех показателей актива, за исключением суммы инвестиционной собственности, которая сократилась на 1,18 %, и инвестиций в долевые бумаги, сумма которых уменьшилась на 2,06 %. Наибольший прирост в активе обеспечивается за счет увеличения денежных средств на 124,77 %. Следует отметить, что в общей структуре их доля увеличилась с 11,26 % в 2019 году до 18,09 % в 2021 году. Прирост кредитов, выданных клиентам, в 2021 году по сравнению с 2020 годом составил 44,21 %, при этом их доля в структуре, являясь самой значительной, сократилась в 2021 году до уровня 52,72 %, в то время как в 2020 году они составляли 53,18 %.

Прирост обязательных резервов банка перед ЦБ РФ в 2020 году составил 34,98 %, а в 2021 году – 57,31 %. В общей структуре их доля увеличилась с 0,61 % до 0,69 %. Следует отметить, что в 2020 году значительно сократились средства и депозиты банка в других организациях: сокращение составило почти 50 %, что оказало влияние на снижение их доли в общей структуре активов до 0,65 %. В 2021 году прирост данного показателя составил 56,48 % при увеличении его доли в структуре активов до 3,04 %.

На рисунке 4 представлена структура активов баланса ПАО «Промсвязьбанк» за 2020-2021 гг.

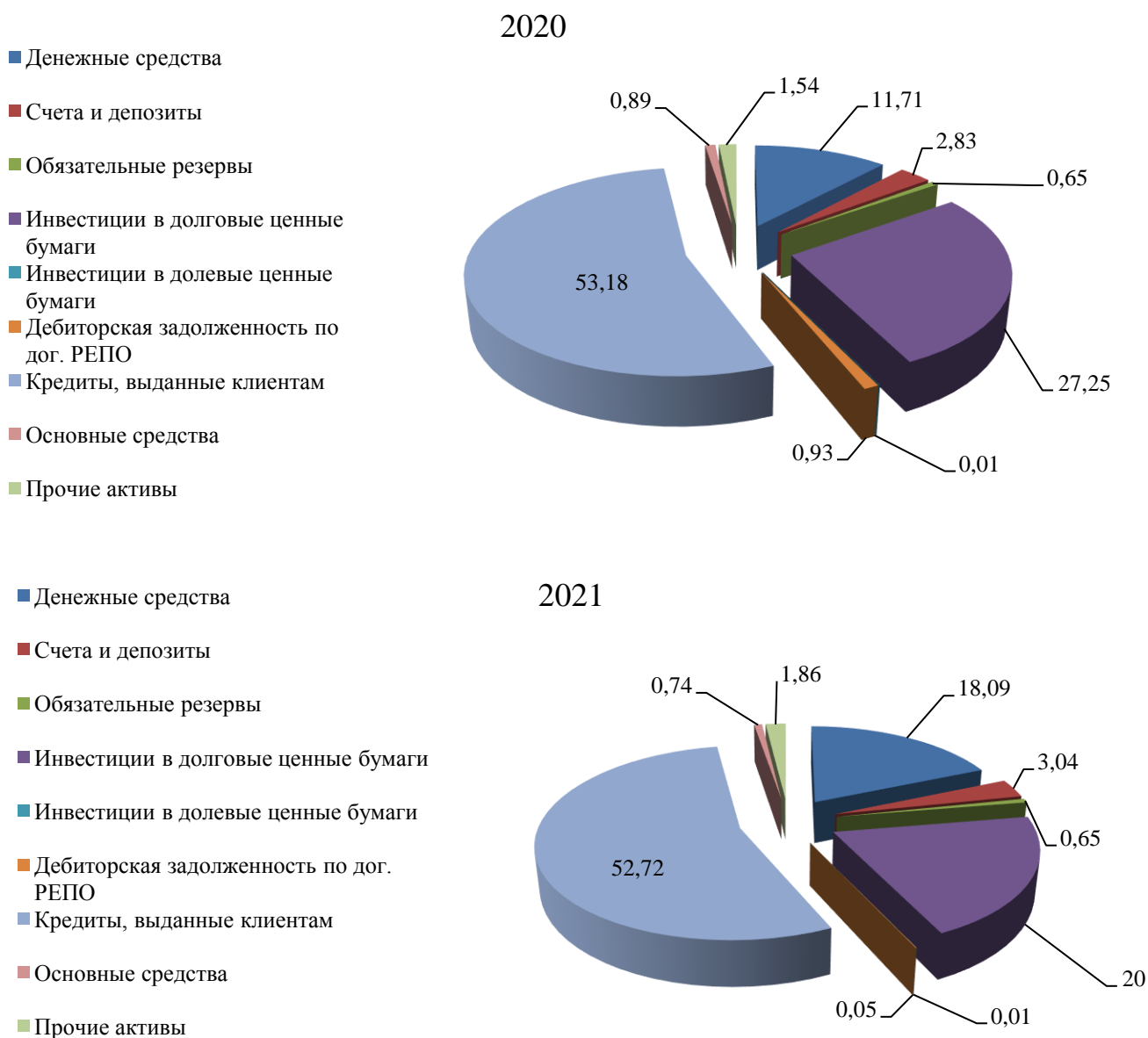


Рисунок 4 – Структура активов баланса ПАО «Промсвязьбанк» за 2020-2021 гг.

Проведем горизонтально-вертикальный анализ пассивов ПАО «Промсвязьбанк». Результаты анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Состав, структура и динамика пассивов ПАО «Промсвязьбанк»

Активы	31.12. 2019		31.12.2020		31.12.2021		Темп роста, %	
	млн руб.	уд. вес, %	млн руб.	уд. вес, %	млн руб.	уд. вес, %	2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Средства кредитных организаций	184353	8,52	208377	7,53	237717	5,91	113,03	114,08
Средства клиентов	1688615	78,0	2147338	77,6	3245845	80,7	127,17	151,16
Выпущенные долговые обязательства	14468	0,66	35847	1,29	76420	1,9	247,76	213,18
Прочие заемные средства	44	0,01	1	-	-	-	2,27	-
Кредиторская задолжен. по текущему налогу на прибыль	-	-	5	-	916	0,02	-	183,20
Отложенные налоговые обязательства	-	-	17	-	350	0,01	-	2058,8
Прочие обязательства	76947	3,56	77163	2,79	107169	2,66	100,28	138,88
Субординированный долг	-	-	23021	0,83	23788	0,06	-	103,33
Финансовая помощь	-	-	23985	0,87	25222	0,63	-	105,16
Всего обязательств	1964427	90,8	2515754	91,0	3717427	92,4	128,05	147,76
Акционерный капитал	108208	5,00	133208	4,82	161562	4,02	123,11	121,29
Эмиссионный доход	63393	2,93	63393	2,29	63393	1,58	100,00	100,00
Добавочный оплаченный капитал	234585	10,8	234585	8,48	234585	5,84	100,00	100,00
Резерв по переоценке ОС	1884	0,08	1425	0,05	1384	0,03	75,64	97,12
Резерв по переоценке ценных бумаг	-7759	-	-7777	-	-7777	-	-	-
Накопленный дефицит	-202609	-	-176568	-	-149524	-	-	-
Неконтролируемые доли участия	-	-	157	0,01	166	0,01	-	105,73
Всего капитала	197702	9,14	248423	8,98	303789	7,55	125,66	122,28
Всего пассивов	2162129	100	2764177	100	4021216	100	127,84	145,47

Согласно полученным данным, следует отметить, что прирост суммы пассивов за 2021 год обусловлен увеличением капитала на 22,28 % и ростом обязательств на 47,76 %. Сумма акционерного капитала за анализируемый период увеличилась на 21,29 % и к концу 2021 года составила 161 562 млн рублей. Сумма эмиссионного дохода и добавочного капитала за анализируемое время не претерпевала изменений. Наблюдаются потери банка от переоценки ценных бумаг на 7 777 млн рублей еще в 2019 года, при этом общий накопленный дефицит к концу 2021 года сократился до 149 524 млн рублей. Доля собственного капитала банка за 2021 год составила 7,55 %, что на 1,43 % ниже его доли в 2020 году и на 1,59 % меньше, чем в 2019 году.

В отношении обязательств банка за 2019-2021 годы следует отметить общее увеличение на 47,76 %, которые было обусловлено, во-первых, оказанной финансовой помощью со стороны государства: в 2020 году государством на развитие банка было выделено 23 млрд рублей, а в 2021 году – 25 млрд. рублей. При этом отмечается рост средств кредитных организаций: за 2020 год – на 13,03 %, а за 2021 год – на 14,08 %. В общей структуре пассива доля данного показателя, несмотря на увеличение, сократилась до 5 %.

Средства клиентов в общей структуре пассивов и, в частности обязательств, занимают

самую большую долю: в 2020 году они составили 77,6 %, а в 2021 году – 80,7 %. При этом суммарный прирост в 2021 году по сравнению с 2020 годом более 50 %.

Значительно увеличился выпуск долговых ценных бумаг, их доля в 2021 году составила 1,9 % против показателя 2020 году в размере 1,29 %.

Также следует отметить, что за 2021 год значительный прирост имеет субординированный долг, который составил на конец года 23 788 млн рублей, и кредиторская задолженность по налогу на прибыль, которая достигла суммы в 916 млн рублей. Заметно увеличение прочих обязательств банка, на конец 2021 года они составили 107 169 млн рублей, что на 38 % выше уровня 2020 года.

Для проведения обобщающего анализа эффективности функционирования банка необходимо рассмотреть систему стоимостных показателей, характеризующих результаты финансовой деятельности за 3 года. Результаты анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика основных показателей отчета о финансовых результатах ПАО «Промсвязьбанк», в млн руб.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2020 г./2019 г.	2021 г./2020 г.	2020 г./2019 г.	2021 г./2020 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Процентные доходы	124 435	153 868	205 541	123,65	133,58	23,65	33,58
Процентные расходы	75 098	85 426	113 846	113,75	133,27	13,75	33,27
Чистые процентные доходы	49 337	68 442	91 695	138,72	133,97	38,72	33,97
Комиссионные доходы	26 860	30 814	45 708	114,72	148,34	14,72	48,34
Комиссионные расходы	7 698	8 694	10 793	112,94	124,14	12,94	24,14
Чистый комиссионный доход	19 162	22 120	34 915	115,44	157,84	15,44	57,84
Чистый (убыток) / прибыль от финансовых инструментов	1 857	-112	-5 467	-	-	-	-
Чистая прибыль / убыток от операций с иностранной валютой	-11	2 583	-158	-	-	-	-
Прочие операционные доходы	2 911	2 032	2 350	69,81	115,65	-30,19	15,65
Всего операционные доходы	72 942	104 091	123 539	142,70	118,68	42,70	18,68
Операционные расходы	55 731	68 666	90 400	123,21	131,02	23,21	31,02
Доход до налогообложения	17 211	35 425	33 139	205,83	93,55	105,83	-6,45
Расход по налогу на прибыль	2 649	9 481	6 194	357,91	65,33	257,91	-34,67
Прибыль после налогообложения	14 562	25 944	26 945	178,16	103,86	78,16	3,86
Всего совокупный доход	14 560	25 574	27 024	175,65	105,67	75,65	5,67

Представленные в таблице 3 данные говорят о том, что за анализируемый период отмечается общий прирост совокупного дохода в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 75,65 %,

а в 2021 году по сравнению с 2020 годом – на 5,67 %. Процентные доходы банка увеличились на 33,58 %, при этом процентные расходы также увеличились на 33,27 %. В связи с превышением процентных доходов над процентными расходами чистый процентный доход составил в 2021 году 91 695,00 млн руб., что на 33,97 % выше уровня 2020 года. Также на заданный промежуток времени отмечается прирост чистого комиссионного дохода, который был обусловлен ростом комиссионного дохода на 48,34 %. Несмотря на рост операционных доходов на 31,02 % в 2021 году, сумма полученного дохода до налогообложения сократилась на 6,45 % в сопоставлении с данными 2020 года.

На рисунке 5 представлены темпы роста финансовых показателей ПАО «Промсвязьбанк» за 2019-2021 гг.

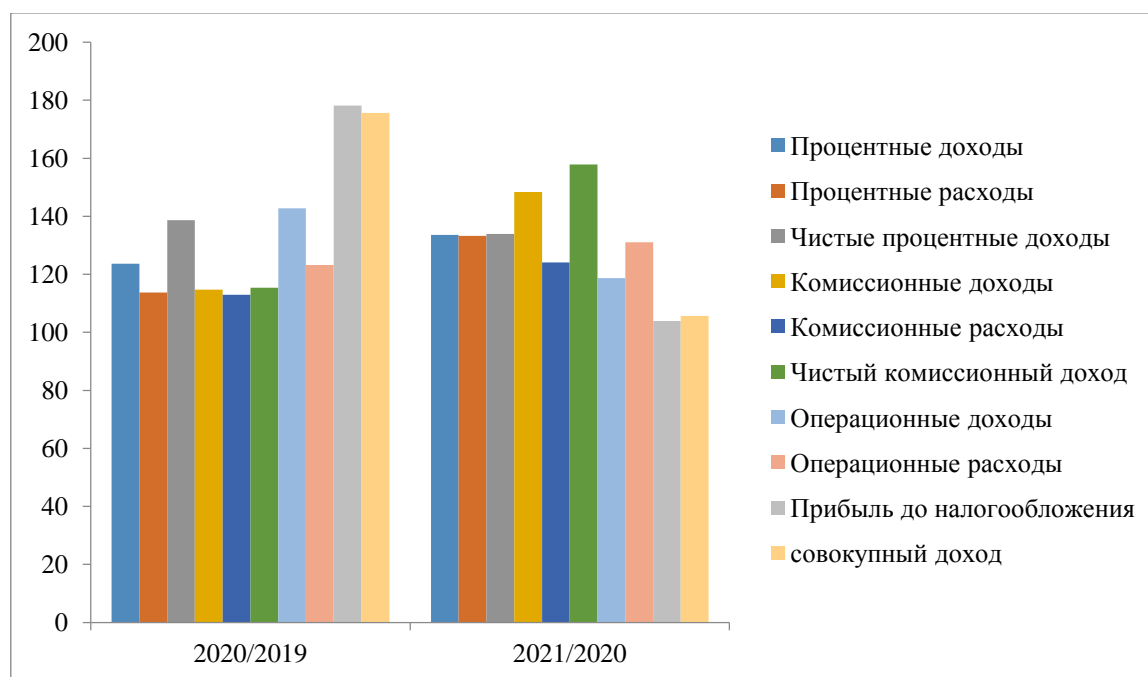


Рисунок 5 – Темпы роста финансовых показателей ПАО «Промсвязьбанк» за 2019-2021 гг.

Теперь на основании данных, содержащихся на официальном сайте ЦБ РФ, рассмотрим обязательные нормативы ЦБ, которые обязана выполнять каждая кредитная организация в нашей стране (таблица 4). Согласно представленным данным, можно отметить повышение коэффициента достаточности капитала с 2019 года по 2021 год до уровня 12,53 %, что является положительным моментом для банка, ведь это свидетельство того, что анализируемый банк соответствует новым требованиям и стандартам «Базель III», на основании которых минимально допустимое значение норматива Н1.0 с 1 января 2016 года составляет 8 %.

Коэффициент мгновенной ликвидности Н2 также соответствует нормативу, однако к концу 2021 года его значение достигло уровня 74,07 %, что на 35 % ниже уровня 2019 года. Норматив текущей ликвидности за анализируемый период также соответствует рекомендуемому значению, что говорит о том, что у банка отсутствует риск потери своей ликвидности в ближайшие 30 дней.

Норматив использования собственных средств банка для приобретения акций сократился до 2,265 %, что указывает на то, что банк уменьшил приобретение акций других юридических лиц.

За анализируемый период можно отметить, что банк ПАО «Промсвязьбанк» платежеспособен и ликвиден.

Таблица 4 – Показатели выполнения обязательных нормативов ПАО «Промсвязьбанк»

Наименование показателя	Нормативное значение	Фактическое значение		
		2019	2020	2021
Коэффициент достаточности собственных средств (капитала), Н1.0	Н1.0 > 8 % – банк платежеспособен и ликвиден	12,505	12,841	12,53
Коэффициент мгновенной ликвидности, Н2	Н2 > 15 % – банк платежеспособен и ликвиден	109,631	103,87	74,07
Норматив текущей ликвидности банка (Н3)	Н3 > 50	157,913	178,337	156,652
Норматив долгосрочной ликвидности, Н4	Максимально допустимое значение 120 %	50,096	40,121	64,735
Норматив максимального размера крупных кредитных рисков, Н7	Н7 > 800 % – слишком высокий крупный риск	161,21	180,849	217,91
Норматив использования собственных средств (капитала) банка для приобретения акций (долей) других юридических лиц, Н12	Максимально допустимое значение 25 %	9,858	1,346	2,265

В процессе проведения анализа расчетно-кассового обслуживания юридических лиц в банке установлено, что банковский бизнес банка ПАО «Промсвязьбанк» специализируется на комплексном обслуживании юридических лиц и предоставляет им широкую линейку банковских продуктов и услуг, которые направлены на максимальное удовлетворение потребностей клиентов. При этом обслуживание юридических лиц в банке соответствует высоким стандартам, что доказывается использованием новых высокотехнологичных банковских инструментов.

Стратегическим приоритетом клиентской политики ПАО «Промсвязьбанк» выступает формирование партнерских отношений с корпоративными клиентами, что проявляется в создании благоприятных условий и предложений, направленных на поддержание развития предприятий малого и среднего бизнеса, а также на взаимовыгодное сотрудничество с крупными корпоративными клиентами.

В рамках расчетно-кассового обслуживания юридических лиц анализируемый банк предлагает следующие виды услуг:

- открытие и ведение счетов в рублях и иностранной валюте;
- инкассация денежных средств;
- интернет-банк;
- зарплатный проект, предполагающий использование платежной системы МИР;
- корпоративные карты и эквайринг.

Среди основных преимуществ использования расчетно-кассового обслуживания в банке ПАО «Промсвязьбанк» можно выделить следующие:

- низкая цена за услуги обслуживания;
- интернет-банк не предусматривает установки специального ПО, что упрощает процедуру его использования;
- большое количество функционирующих по всей России офисов обслуживания (более 300);
- расширенные возможности использования функции SMS-информирования.

Стоимость расчетно-кассового обслуживания юридических лиц рассчитывается исходя из выбранного тарифа, при этом предусмотрены общие возможности:

- подключение к интернет-банку и обслуживание осуществляются на бесплатной основе;
- комиссия за перевод денежных средств в другой банк составляет 25 рублей;

- открытие и обслуживание зарплатного проекта реализуется на бесплатной основе.

На сегодняшний день в банке действует уникальная технология кассового обслуживания, которая позволяет просто, с минимальными затратами времени вносить и получать наличные в любом из офисов и банкоматах банка.

Основной особенностью данной разработанной банком технологии является внедрение специальной карты для проведения операций с наличными Cash-Card.

Данный сервис наиболее удобен для юридических лиц, которые:

- регулярно обналичивают денежные средства с расчетного счета на прочие нужды (кроме средств на выплату зарплаты сотрудникам, которые удобнее зачислять, воспользовавшись сервисом «Зарплатный проект»);

- работают с ежедневной наличной выручкой, которую в течение рабочего дня и после его окончания, а также в выходные и праздничные дни можно сдать в любой офис или банкомат cash-in.

Заключение

Анализ оказания расчетно-информационного обслуживания сети банков, функционирующих в банковской экосреде, показал, что банковская система мобильна и адаптирована ко всем изменениям, которые сопровождают финансовые процессы и трансформации, происходящие в банковской среде. Приоритетами цифрового развития банковского обслуживания в ближайшие годы станут: удаленная биометрическая идентификация, технологии распределенных реестров, цифровая информация и управление согласиями на обслуживание и поддержку, финансовый маркетплейс на основе платформенного регулирования предложения и спроса на инновационные банковские продукты, система быстрых платежей на базе моментальных переводов. Оценка финансового состояния и организационно-управленческой основы развития банков демонстрирует готовность и продолжительность функционирования банка на рынке услуг для обеспечения безопасности клиентов.

Список источников:

1. Быканова Н. И., Битюкова А. Ф. Современное состояние системы расчетно - кассового обслуживания в России // Новая наука: От идеи к результату. – 2016. – № 6-1 (90). – С. 135-141.
2. Вешкин Ю. Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка: учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва : Магистр: ИНФРА-М. 2019. – 290 с.
3. Гамза В. А., Ткачук И. Б., Жилкин И. М. Безопасность банковской деятельности: учебник для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 455 с.
4. Евдокимова С. С. Расчетно-кассовое обслуживание в российских коммерческих банках: клиентоориентированный подход // Финансы и кредит. – 2013. – № 37 (565). – С. 30-39.
5. Жаровня А. Г. Проблемы и перспективы развития расчетно-кассового обслуживания корпоративных клиентов // Наука сегодня: глобальные вызовы и механизмы развития : материалы международной научно-практической конференции, Вологда, 27 апреля 2016 года. – Вологда: Маркер, 2016. – С. 84-85.
6. Конобеева Е. Е., Конобеева О. Е. Оценка факторов финансовой стабильности кредитной организации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2020. – № 2 (52). – С. 140-146.
7. Официальный сайт ПАО «Промсвязьбанк». – URL: <https://www.psbank.ru/>
8. Официальный сайт Центрального банка РФ. – URL: <https://www.cbr.ru/>.
9. Парушина Н. В., Акимова М. В., Петроченко Т. В. Анализ кредитования малого бизнеса и принятие управленческих решений по расширению пакета кредитных продуктов // Экономическая среда. – 2021. – № 2 (36). – С. 5-15.
10. Перечень системно значимых кредитных организаций на 11.10.2021 // Банк России. – URL: http://www.cbr.ru/banking_sector/credit/systembanks.html/.
11. Промсвязьбанк присоединил Роскосмосбанк // Коммерсантъ. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4800289>.
12. Плюснина О. В. Совершенствование расчетно-кассового обслуживания клиентов в коммерческом банке // Современные проблемы науки и образования : Материалы IV Международной научно-практической конференции, Таганрог, 30 июня 2015 года / Научный ред. Ю. В. Мамченко. – Таганрог: Издательство «Перо», 2015. – С. 56-61.

13. Разработчики рассказали о виртуальном ассистенте Промсвязьбанка // Banki.ru. – URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10944788>.

14. Резниченко Л. В. Проблемы качества обслуживания юридических лиц // Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования : сборник статей по материалам LIX студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск : Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2018. – С. 196-200.

15. Ривуар Ж. Техника банковского дела / пер. с фр. под общ. ред. И. В. Широких. – Москва : Прогресс-Универс. 1993. – 157 с.

16. Савина А. Г., Малявкина Л. И. Технология Business Intelligence как инструмент анализа больших данных и поддержки принятия управленческих решений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2021. – № 1 (55). – С. 85-92.

17. Bobokhujayev S. I. Analysis problems digitalization of the activities of Uzbekistan banks // 2020 International Conference on Information Science and Communications Technologies, ICISCT 2020, Tashkent, 04-06.11.2020. – Tashkent, 2020. – P. 9351457.

18. Makhitarova E. S., Morozov Z. R., Galyaeva L. E. Prospects of digitalization of banks in the Russian Federation // Sustainable economy: realities, analysis and prospects (Устойчивая экономика: реалии, анализ и перспективы) : Материалы международного круглого стола на английском языке, Ростов-на-Дону, 14 мая 2021 года. – Ростов-на-Дону: Ростовский государственный экономический университет «РИНХ», 2021. – P. 86-91.

19. Starostin M. G., Parushina N. V., Lytneva N. A. Sustainable development of the pharmaceutical industry based on the management of data arrays and risks // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2021. – Vol. 280. – P. 733-740.

20. Vovchenko N. G. Information and financial technologies in a system of Russian banks' digitalization: A competency-based approach / N. G. Vovchenko, L. Y. Andreeva, V. S. Kokhanova, O. T. Dzhemaev // Contemporary Issues in Business and Financial Management in Eastern Europe / EDITED BY Simon Grima University of Malta, Malta; Eleftherios Thalassinos ERSJ, Greece. – United Kingdom – North America – Japan India – Malaysia – China : Emerald Publishing Limited, 2018. – P. 19-29.

Статья поступила 19.02.2022 г.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ, СТАТИСТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

DOI: 10.36683/2306-1758/2022-1-39/47-54

УДК 004.738.5-052

Магасумов А. Р., Антинекул Е. А.

СПЕЦИФИКА РЕАКЦИИ В2В-КЛИЕНТОВ ПРОВАЙДЕРОВ НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ СБОЕВ В РАБОТЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ

Магасумов Анир Ревнерович

ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Magasumov Anir R.

Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Антинекул Екатерина Александровна

кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой Маркетинга ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Antineskul Ekaterina A.

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

В современных условиях развития технологии провайдеры связи имеют возможность предоставлять своим клиентам широкий ассортимент услуг. В связи с этим имеет место их разделение на услуги для В2В- и В2С-клиентов, что, в свою очередь, порождает необходимость понимания специфики работы с ними. Целью исследования являлось изучение особенностей реагирования В2В-клиентов провайдеров на возникновение сбоев в работе предоставляемых услуг. В качестве объекта исследования взят один из федеральных операторов связи. В данной статье приведен анализ нагрузки на контактный центр провайдера в разрезе В2В- и В2С-рынков и выявлены сходства и отличительные черты между двумя сегментами. Гипотеза, рассматриваемая в работе, заключается в том, что В2В-клиенты предпочитают реагировать на возникновение аварии и обращаются на линию технической поддержки по offline-каналам. Были проанализированы такие показатели, как АWT (среднее время ожидания на линии), количество звонков, а также динамика изменения значений данных показателей в зависимости от количества аварийных инцидентов. Понимание специфики реакции В2В-клиентов провайдеров на возникновение сбоев в работе предоставляемых услуг позволит разработать инструменты для корректного взаимодействия провайдера с ними в случае сбоев, а также поможет провайдерам использовать подходящие инструменты в работе с продуктивностью контактных центров. Рассмотрена сегментация В2В-клиентов и особенности реагирования каждого сегмента с последующим выделением предпочитаемого канала связи. Предложенные в статье меры связаны с четким разделением инструментария по оптимизации контактных центров на сегмент В2В.

Ключевые слова: телекоммуникации, контактный центр, качество услуг, В2В, провайдер.

Магасумов А. Р., Антинекул Е. А. Специфика реакции В2В-клиентов провайдеров на возникновение сбоев в работе предоставляемых услуг // Экономическая среда. – 2022. – № 1 (39). – С. 47-54. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/47-54>.

Under modern conditions of technology development, communication providers have the opportunity to provide a wide range of services for their customers. In this regard, they are divided into services for B2B and B2C clients, which, in turn, creates the necessity to understand the specifics of working with them. The purpose of the work was to study the features of the response of B2B clients to the occurrence of failures in the operation of the providers' services. One of the federal telecom operators was taken as the object of the study. The article analyzes the load on the provider's call center in the context of B2B and B2C markets and identifies similarities and distinctive features between the two segments. The hypothesis considered in the paper is that B2B clients prefer to respond to the accident and contact the technical support line via offline channels. Such indicators as AWT (average waiting time on the line), the number of calls, as well as the dynamics of changes in the values of these indicators depending on the number of emergency incidents were analyzed. Understanding the specifics of the reaction of B2B clients to the occurrence of failures in the operation of the providers' services will allow developing tools for correct interaction of the provider with the clients in the event of failures, and will also help providers to use appropriate tools in working with the productivity of call centers. The segmentation of B2B clients and the response features of each segment are examined, followed by allocation of the preferred communication channel. The measures proposed in the article are related to a clear division of the tools for optimizing call centers in B2B segment.

Keywords: telecommunication, call center, services quality, B2B, provider.

Magasumov A. R., Antineskul E. A. Specific reaction of B2B clients to the failures in the work of the services of the providers. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 47-54. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/47-54>.

Введение

Как известно, потребление услуг провайдеров B2B- и B2C-клиентами имеет ряд значимых отличий. Данные отличия связаны со спецификой использования данных услуг. Для B2B-клиентов услуги провайдеров, такие как интернет, фиксированная телефония, корпоративные сети и т. д. необходимы для обеспечения функционирования организации. Если рассматривать B2C-клиентов, то назначение услуг провайдеров носит более локальный характер и необходимо для удовлетворения потребностей не только в коммуникациях, но и в досуге.

Материалы и методы исследования

Исследование рынка услуг провайдеров осуществляется на основе сравнительной оценки, статистического обзора показателей, построения динамических рядов данных, которые характеризуют доходы и структуру рынка услуг. В статье для изучения и оценки статистической зависимости между показателями количества аварий и обращаемости на линию поддержки клиентов проведен регрессионный анализ.

Для наиболее полного понимания ситуации на рынках B2B и B2C рассмотрим доходы европейских компаний в разрезе двух сегментов в период с 2011 по 2019 годы. На рисунке 1 представлена информация о доходах телекоммуникационных компаний в млрд евро [1].

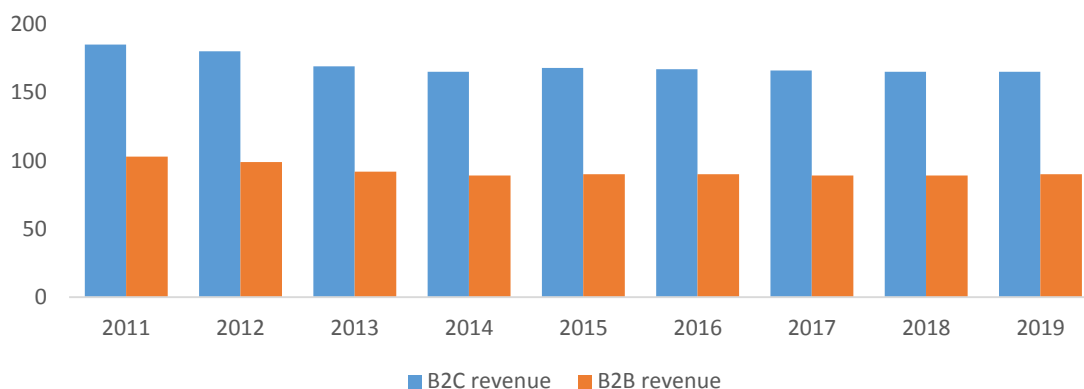


Рисунок 1 – Динамика доходов телекоммуникационных компаний Европы в 2011-2019 гг., млрд евро

Данные из графика свидетельствуют о том, что вышеуказанный показатель с 2011 по 2013 годы снижался, после чего сохранял относительную стабильность до 2019 года. Причем необходимо отметить тот факт, что подобная тенденция характерна как для рынка B2C, так и для рынка B2B-клиентов. Причиной данной тенденции является постепенное уменьшение себестоимости услуг из-за совершенствования технологии организации сетей, а также влияние политических факторов в целом на рынок. Разница в объеме доходов между обозначенными выше сегментами по большей части обуславливается разницей в количестве клиентов и объеме рынка.

Далее для погружения в тематику, обозначенную в статье, рассмотрим российский рынок B2B-клиентов провайдеров в разрезе предоставления услуг кабельного телевидения. На рисунке 2 представлено процентное соотношение доходов провайдеров в 2019 и 2020 годах [2].

Показатели, представленные на графике, демонстрируют большую долю провайдера «Ростелеком» в обоих периодах. Ключевая причина, ведущая к подобному раскладу, заключается в том, что данный провайдер является владельцем государственных контрактов и часто выигрывает на тендерах, за счет чего появляется возможность предоставлять услуги, в том числе на отдаленных территориях. Также при детальном рассмотрении каждого провайдера необходимо отметить тот факт, что показатель большинства компаний уменьшился в 2020 году, и самым главным фактором, оказавшим влияние, являлись ограничения, наложенные на бизнес в связи с эпидемиологическими условиями в государстве. Также имеется информация от статистического агентства «Statista», которое отмечает увеличение объема использования

облачных сервисов в сегменте B2B с 1,7 млрд рублей в 2019 г. до 2 млрд рублей в 2020 г. [3]. Рост популярности облачных решений связан главным образом с удобством их использования и технологичностью услуг, так как данный тип сервисов помогает избавляться от традиционных аналоговых методов передачи данных в пользу использования только пакетной передачи данных через интернет [4; 5].

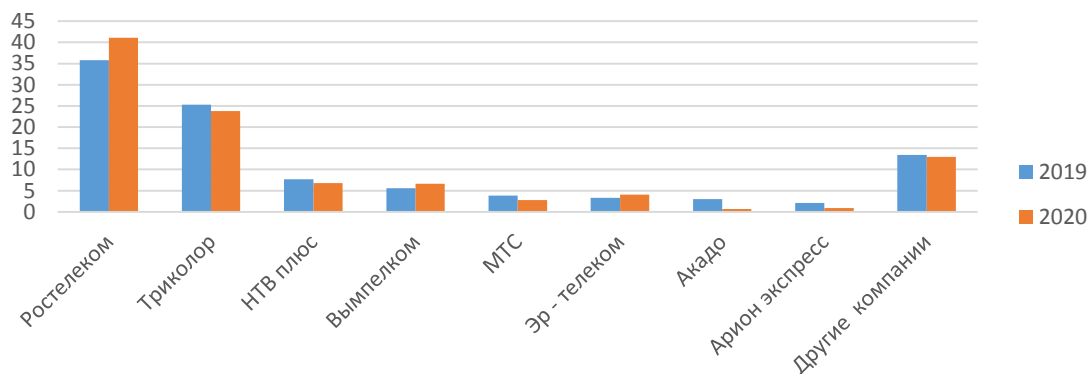


Рисунок 2 – Структура рынка кабельного телевидения сегмента B2B в 2019-2020 гг.

Далее, в процессе исследования аварийных обращений B2B- и B2C- клиентов необходимо рассмотреть данные в масштабах РФ.

Результаты и обсуждение

Проведено исследование лояльности клиентов телекоммуникационной компании в условиях нестабильного качества услуг. Объектом исследования является одна из федеральных телекоммуникационных компаний, предоставляющая свои услуги на территории РФ. В рамках исследования был проведен анализ количества аварий на сети, влияющих отдельно на B2B- и B2C-сектор, с дальнейшим определением воздействия количества данных аварии на обращаемость клиентов на линию поддержки с определением чувствительности второго показателя относительно первого. Также в работе рассмотрено среднее время ожидания клиентов на линии в зависимости от интенсивности аварий. Среднее время ожидания клиентов на линии характеризует отношение промежутка времени между поступлением звонка на линию поддержки провайдера и ответом оператора к общему количеству обратившихся клиентов [6].

В современных рыночных условиях существования рынка компаниям очень важно поддерживать высокий уровень цифровизации и высокую включенность в научно-технический прогресс (НТП). Одним из ключевых условий для осуществления вышеуказанных характеристик является наличие стабильного доступа в интернет [7]. Также необходимо отметить тот факт, что за счет доступа в интернет компании обеспечивают и базовый функционал, обусловленный качественным эквайрингом, приемом платежей от клиентов и так далее. Таким образом, на текущем этапе можно констатировать тот факт, что интернет является одним из ключевых факторов обеспечения доходности любой организации. Для понимания масштабов возникающих аварий на сети провайдеров необходимо обратиться к рисунку 3, на котором изображено количество аварий на сети провайдера в разрезе B2B- и B2C-сегментов.

Исходя из данных, представленных на графике, можно сделать вывод о том, что сегмент B2B подвергается влиянию аварии меньше сегмента B2C. Ключевой причиной такого явления можно назвать то, что количество корпоративных клиентов объективно меньше и в то же время некоторые узлы и часть линии передачи данных являются общими для обоих сегментов. Также стоит отметить отрицательный наклон линии тренда на обоих графиках. Это обусловлено тем, что в летний период количество аварий выше за счет проводимых работ по обслуживанию и улучшению инфраструктурных объектов и коммунальных сетей внутри крупных городов [8].

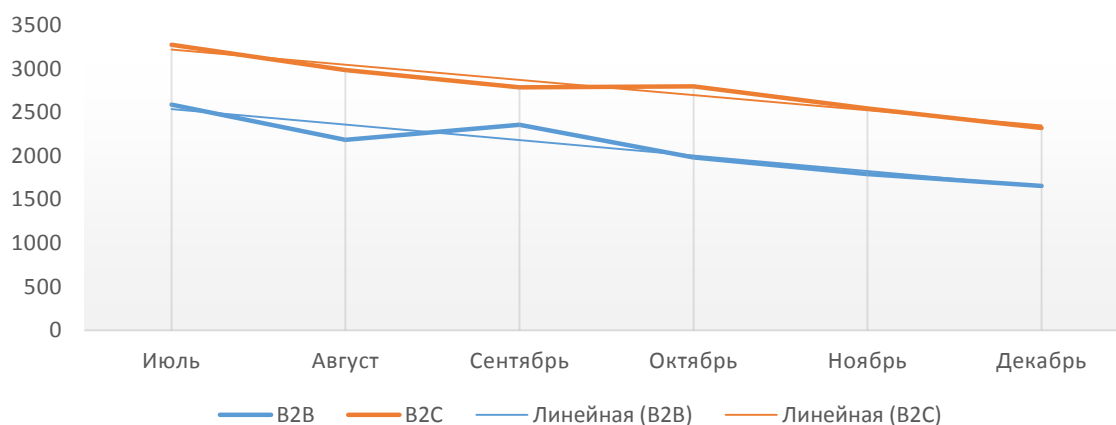


Рисунок 3 – Динамика количества аварийных инцидентов, влияющих на сегменты B2B и B2C в 2021 г.

Теперь рассмотрим количество обращений клиентов на линию поддержки провайдера. На рисунке 4 представлен график количества обращений клиентов в разрезе двух обобщенных каналов связи – online и offline. Online-канал подразумевает звонковую нагрузку на контактный центр, то есть обращения клиентов на линию поддержки звонком. Offline-канал связан с работой всех оставшихся каналов, таких как почта, различные мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber) и обращения через интерактивный чат на сайте провайдера [9]. Период рассмотрения – июль-декабрь 2021 г.

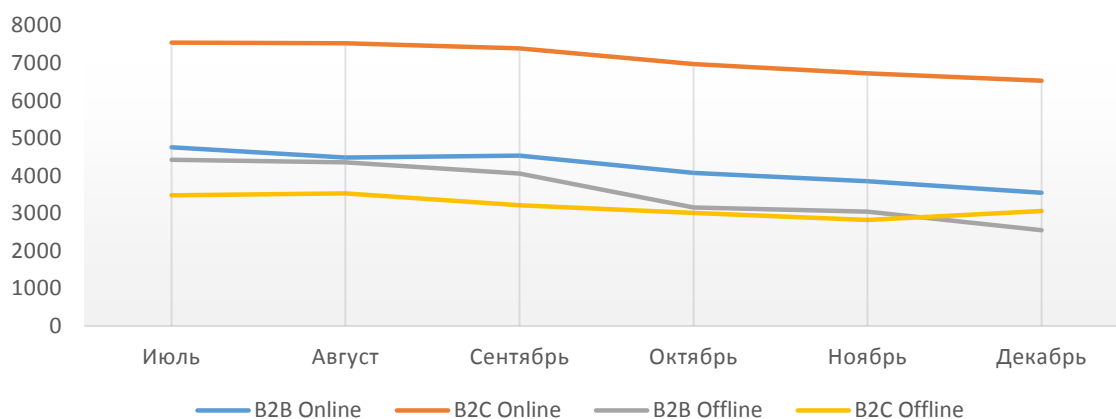


Рисунок 4 – Количество обращения на линию поддержки провайдера в разрезе каналов online и offline в 2021 г.

Из представленной выше информации можно сделать ряд выводов. Во-первых, при рассмотрении данных по сегменту B2C прослеживается значительная разница (в среднем 3930 обращений) между online- и offline-каналами. Это обусловлено тем, что использование почты непопулярно для частных лиц в плане каких-либо корпоративных коммуникаций с компаниями (в том числе и с провайдерами). Частным лицам гораздо удобнее обращаться на линию поддержки звонком. При этом график отражает относительную стабильность дельты количества обращений по двум каналам [10]. Во-вторых, динамика обращений B2B-клиентов по каналам обладает меньшим разбросом данных (средняя дельта 667 обращений за указанный период). В-третьих, четко прослеживается уменьшение разброса между двумя каналами в отношении сегмента B2B в случае большого количества аварий. То есть возникновение непредвиденных сбоев в работе услуг побуждает корпоративных клиентов использовать offline-канал для создания инцидента в системе провайдера. Такой закономерности есть логичное объяснение, связанное с тем, что B2B-клиенты нуждаются в прозрачности процесса решения проблем

с услугами, то есть в силу большого количества лиц, включенных в процесс решения проблем, необходима возможность всестороннего мониторинга сообщений от провайдера касательно решения аварийного инцидента [11]. Эту возможность, к примеру, может предоставить коммуникация через почту, но обращение звонком в данных случаях такую возможность исключает.

Для подтверждения вышеизложенного заключения проведем регрессионный анализ показателей количества аварий и количества обращений по offline-каналам. В таблице 1 представлены результаты анализа отдельно по сегментам B2B и B2C.

Таблица 1 – Результаты регрессионного анализа показателей количества аварий и обращаемости на линию поддержки клиентов

<i>Регрессионная статистика (B2B)</i>		<i>Регрессионная статистика (B2C)</i>	
Множественный R	0,924799106	Множественный R	0,773692501
R-квадрат	0,855253386	R-квадрат	0,598600087
Нормированный R-квадрат	0,819066733	Нормированный R-квадрат	0,498250109
Стандартная ошибка	149,2724069	Стандартная ошибка	236,2005668
Наблюдения	6	Наблюдения	6

Представленные в таблице данные подтверждают более сильную зависимость нагруженности offline-канала при увеличении аварийности на сетях в сегменте B2B, так как показатель R-квадрат составляет 0,85 против 0,59 в другом сегменте.

Для понимания степени влияния аварийных инцидентов на контактные центры провайдеров рассмотрим показатель AWT (Average waiting time), который демонстрирует, сколько времени проходит с момента попадания клиента на линию поддержки до приема звонка сотрудником [12]. Данную информацию представим на рисунке 5, при этом период рассмотрения находится в диапазоне с июля по декабрь 2021 года.

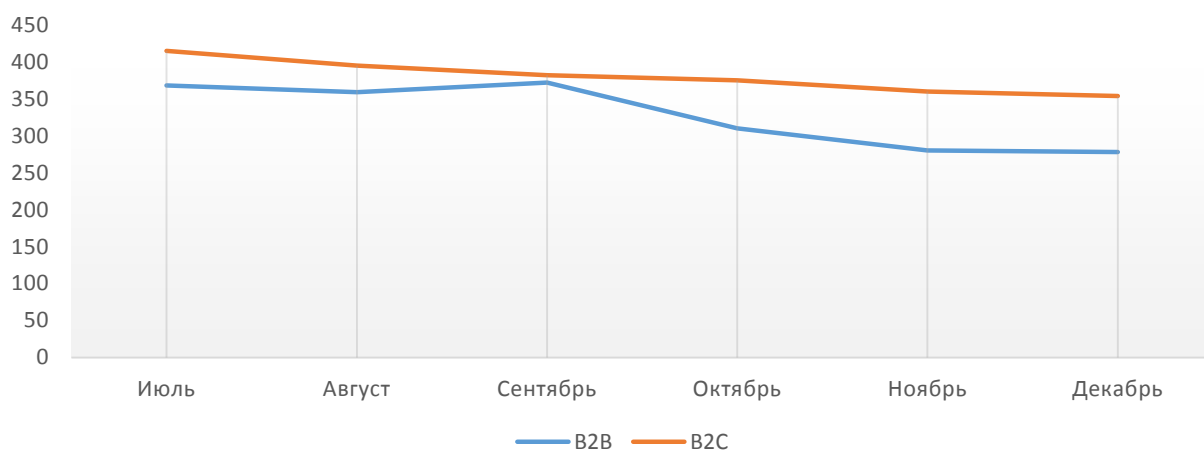


Рисунок 5 – Динамика показателя AWT контактного центра провайдера по сегментам B2B и B2C в 2021 г.

Рассматривая в совокупности показатель зависимости offline-нагрузки от количества аварийных инцидентов и время ожидания клиентов на линии, можно сделать вывод о том, что при росте аварийности на линии B2B возрастает нагрузка на контактный центр. Это выражается увеличением показателя AWT. Данный показатель является одним из ключевых в вопросе удовлетворения потребностей клиентов, так как от него зависит доступность линии поддержки, которая должна помогать клиентам в процессе потребления услуг [13]. Следовательно, возникает необходимость формирования рекомендаций для увеличения доступности линии поддержки B2B-клиентов с учетом специфики их обслуживания.

Заключение

В предыдущих разделах было дано заключение о том, что для сегмента B2B важно использование offline-канала связи с поддержкой провайдера из-за возможности мониторинга процесса решения. Таким образом, необходимо разработать рекомендации по переводу части клиентов с линии online на линию offline с сохранением при этом возможности мониторинга процесса решения инцидентов, так как часть клиентов обращается на линию звонком, не зная о существовании более быстрого и удобного способа коммуникации [14].

Для решения данного вопроса предлагается следующий алгоритм решения. Во-первых, необходимо уведомить B2B-клиентов о том, что в их регионе имеется массовый инцидент, связанный с работоспособностью той или иной услуги. Данный шаг должен включаться в IVR (голосовое меню) линии поддержки клиентов. Осуществление данного шага реально за счет того, что система мониторинга обращаемости провайдера при входящем звонке определяет регион клиента.

Во-вторых, нужно в зависимости от типа номера клиента (мобильный или фиксированный) проинформировать его о том, что у провайдера есть онлайн-сервис для аварийных инцидентов. Если номер мобильный, то клиенту отправляется смс-сообщение со ссылкой на платформу. Если номер фиксированный, то клиенту в эфире озвучивается домен для перехода.

В-третьих, сама платформа позволяет клиенту проходить идентификацию по ИНН и номеру договора с провайдером и оформлять инцидент с дальнейшей возможностью отслеживания.

Данный способ оформления инцидентов удобен, так как позволяет различным сотрудникам компании мониторить прогресс в решении проблемы, что, в свою очередь, является одним из важнейших факторов, влияющих на выбор клиентом канала обращения к провайдеру. Отслеживание статуса заявки подразумевает наличие возможности ознакомиться со статусом заявки, увидеть промежуточные этапы работы и намеченный план действий (если он подразумевается). При этом идентификация клиентов на платформе проводится по двум признакам (ИНН и номер договора) для того, чтобы исключить возможное вмешательство третьих лиц в договорные отношения между провайдером и клиентом. Еще одним шагом, направленным на исключение возможности системного, заскриптованного заведения заявок, является необходимость подтверждения реальности клиента, попавшего на платформу за счет введения символов с картинки [15]. Блок-схема процесса представлена на рисунке 6.

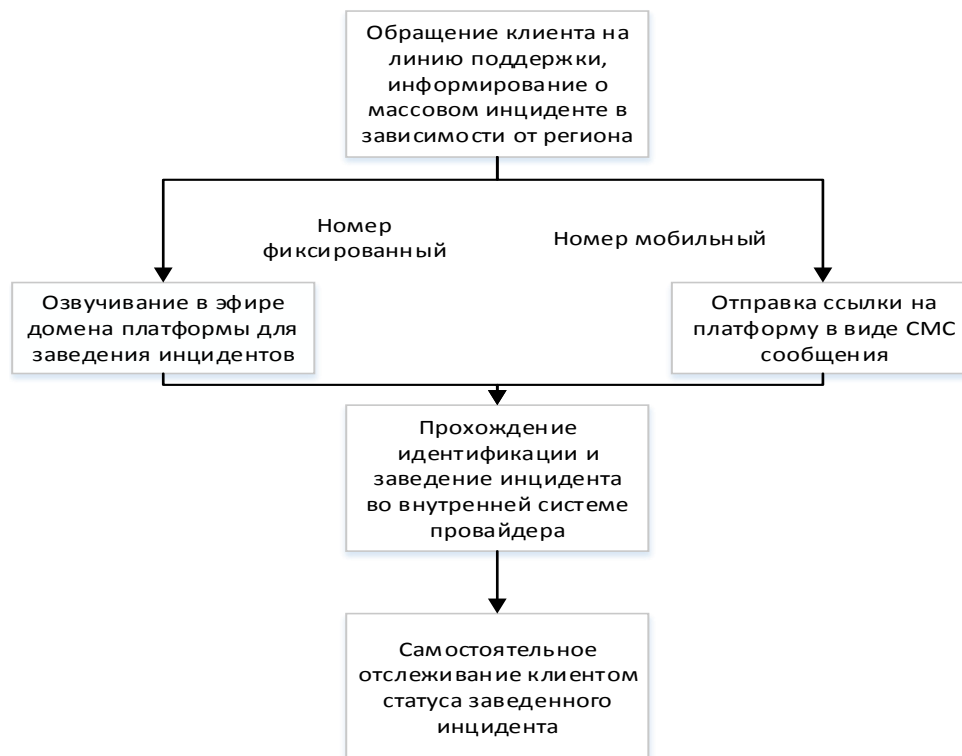


Рисунок 6 – Блок-схема реализации предложенных мер

Реализация данных мер возможна при соблюдении следующих факторов:

должна быть возможность оперативного изменения IVR-линии поддержки. Также должна быть налажена коммуникация между отделами мониторинга и сотрудником, ответственным за IVR;

необходима корректная корреляция между системой инцидент менеджмента и платформой по заведению заявок;

схемы включения каналов связи клиентов должны в полном объеме вноситься в системы провайдера (необходимо для понимания количества зависимых от массовых аварий клиентов).

Только при должном выполнении указанных шагов можно добиться максимальной эффективности от предложенных мер. Данные меры помогут провайдерам снизить звонковую нагрузку на контактные центры за счет перевода некоторых обращений на платформу, поскольку исследования, проведенные в статье, показали, что данная группа каналов востребована в этом сегменте клиентов по ряду объективных причин.

Список источников:

1. Telecom services' business to business (B2B) and business to consumer (B2C) revenue within Europe from 2011 to 2019 // Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1180135/telecoms-business-consumer-revenue-europe/> (дата обращения: 15.01.2022).

2. Ranking of pay TV providers in B2B segment in Russia from 2019 to 2020, by subscriber base share// Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1120431/pay-tv-providers-in-b2b-by-subscriber-share-russia/> (дата обращения: 15.01.2022).

3. Market volume of the B2B segment of cloud video surveillance (VSaaS) in Russia from 2019 to 2021 // Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1136747/cloud-surveillance-b2b-market-volume-russia/> (дата обращения: 15.01.2022).

4. Amir Homayounfar, Ghasem Zaefarianb (2022) Key challenges and opportunities of service innovation processes in technology supplier-service provider partnerships // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296321007165/pdf?md5=9ccf000953859f329ec2e280b09f4fa3&pid=1-s2.0-S0148296321007165-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

5. Shan Wang, Ji-Ye Mao, Norm Archer (2012) On the performance of B2B e-markets: An analysis of organizational capabilities and market opportunities // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S156742231100038X/pdf?md5=137bff84b23ae765f080c95670f17ba1&pid=1-s2.0-S156742231100038X-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

6. Oliver Alexander Gansserad, Silvia Boßow-Thies, Bianca Krol (2022) Creating trust and commitment in B2B services // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850121001346/pdf?md5=8e409a54962699ec63c9f9c5b6735d25&pid=1-s2.0-S0019850121001346-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

7. Aras Keropyan, Ana Maria Gil-Lafuente (2012) Customer loyalty programs to sustain consumer fidelity in mobile telecommunication market // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417412005921/pdf?md5=a4e2f31699a7b4230a0afad5d78c6834&pid=1-s2.0-S0957417412005921-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

8. Yu-Chung Tsao, Yu-Kai Chen, Shih-Hao Chiu, Jye-Chyi Lu, Thuy-Linh Vu (2022) An innovative demand forecasting approach for the server industry // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497221001528/pdf?md5=46f4fd7e0301fa89b62546bb7fe777aa&pid=1-s2.0-S0166497221001528-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

9. Michael Haenlein (2017) How to date your clients in the 21st century: Challenges in managing customer relationships in today's world // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681317300964/pdf?md5=1f1edeecf06481864c96f7ad71f9f924&pid=1-s2.0-S0007681317300964-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

10. Bong-Keun Jeong, Antonis C.Stylianou (2010) Market reaction to application service provider (ASP) adoption: An empirical investigation // ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S037872061000008X/pdf?md5=9af0571142860d967034c32f3f006d87&pid=1-s2.0-S037872061000008X-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

11. Elisa Vacchetti, Carlo Vezzoli, Paolo Landoni (2016) Sustainable Product-Service System (S.PSS) applied to Distributed Renewable Energy (DRE) in low and middle-income contexts: a case studies analysis //

ScienceDirect. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827116300555/pdf?md5=3acd26716a6362acba1ed0f78e891183&pid=1-s2.0-S2212827116300555-main.pdf> (дата обращения: 27.02.2022).

12. Dobrovlyanin V.D., Khatskelevich A.N. Analysis of the telecommunications services market in Russia // Topical issues of the modern economy. 2019. No. 6-1. pp. 415-425. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41746474> (дата обращения: 01.03.2022).

13. Jana Arbanas, Dan Littmann (2022) Four trends pushing the industry forward // Deloitte. – URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/telecommunications-industry-outlook.html> (дата обращения: 01.03.2022).

14. Philip Branch (2018) What is a mobile network, anyway? This is 5G, boiled down // Theconversation. – URL: <https://theconversation.com/what-is-a-mobile-network-anyway-this-is-5g-boiled-down-102199> (дата обращения: 01.03.2022).

15. Zakir Gaibi, Gareth Jones, Pierre Pont, Mihir Vaidya (2021) A blueprint for telecom`s critical reinvention // McKenzie. – URL: <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/a-blueprint-for-telecoms-critical-reinvention> (дата обращения: 04.03.2022).

Статья поступила 18.03.2022 г.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

DOI: 10.36683/2306-1758/2022-1-39/55-58

УДК 658.8:005

Кузнецова Э. Р., Водолазова Р. А.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ КОМПАНИЯХ

Кузнецова Эльвира Рудольфовна

кандидат экономических наук, доцент кафедры Маркетинга
ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследова-
тельский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Kuznetsova Elvira R.

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor
Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm
614990, Russian Federation
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Водолазова Рената Александровна

ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследова-
тельский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Vodolazova Renata A.

Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm
614990, Russian Federation
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Маркетинг в последние годы получает широкое развитие, ко-
торое связано с формированием новых рынков сбыта, расши-
рением технологий продаж, востребованностью отдельных
товаров потребителями, использованием онлайн- продаж.
Цель статьи заключается в обзоре и представлении комбина-
ции классических инструментов и инновационных маркетин-
говых решений для эффективной адаптации и продвижения
продукта на рынке. В статье раскрыты маркетинговые ин-
струменты, которые являются основой для создания, адап-
тации продукта на рынке и контроля спроса. Уделяется вни-
мание расширению базовых концептуальных моделей марке-
тинга, которые основаны на четырех параметрах: продукт,
цена, место и продвижение – за счет включения и проработки
дополнительных своевременных для теории и практики раз-
вития маркетинга параметров: люди, процесс взаимодей-
ствия с клиентом и физическое пространство.

Marketing has recently been developing. It is connected with
the appearance of new markets, improving of sales
techniques, consumers' demand for certain goods and online
sales. The purpose of the article is to review and present the
combination of classical instruments and innovative
marketing decisions for effective adaptation and promotion
of the good in the market. Marketing tools necessary as the
basis for creation and adaptation of the good in the market
and demand control are disclosed in the article. Expansion
of the basic conceptual marketing models based on four P's
is considered. The expansion is possible due to additional
parameters timely for theory and practice of marketing
development: people, the process of interaction with the
client and physical space.

Ключевые слова: гибкие методики управления, креативное лидер-
ство, маркетинговая программа, продукт, спрос, технологии, управ-
ление продуктом.

Keywords: flexible management techniques, creative leadership,
marketing program, product, demand, technology, product manage-
ment.

Кузнецова Э. Р., Водолазова Р. А. Современные подходы в управлении
маркетингом в технологических компаниях // Экономическая среда. –
2022. – № 1 (39). – С. 55-58. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/55-58>.

Kuznetsova E. R., Vodolazova R. A. Modern approaches to
marketing management in technology companies. *Economic
environment.* 2022; 1 (39): 55-58. (In Russ.). –
<http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/55-58>.

Введение

Маркетинг сейчас одно из самых быстроразвивающихся направлений. С появлением новых технологий методы и инструменты маркетинга меняются. Если раньше маркетинг считался больше творческим направлением (креативы, рекламы, рынки), то сейчас это в первую очередь большие данные, аналитика, то есть комбинация математических наук и творчества. Технологические компании создают инновации, а значит формируют спрос на рынке. Эффективно выстроенные маркетинговые процессы в компаниях-новаторах – ключевой фактор успеха продукта на рынке. Здесь у маркетологов появляется задача – грамотно комбинировать классические инструменты и инновационные маркетинговые решения для эффективной адаптации и продвижения продукта на рынке.

Материалы и методы

Базовые модели и методический инструментарий маркетинга регулярно дополняются и совершенствуются, с развитием технологий появляются новые возможности для управления

продуктом и выстраивания коммуникации с потребителем. Все нововведения влияют на процесс управления маркетингом.

Для более детального изучения темы необходимо ввести термин «управление маркетингом».

Управление маркетингом – это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание продаж ради достижения целей организации, таких как получение прибыли, рост объема продаж, увеличение доли рынка. Также управление маркетингом следует понимать так: маркетинг как разновидность менеджмента [6].

В маркетинговом управлении выделяют три уровня: первый – управление спросом, потребителем, отношением и потребностями; второй – управление параметрами комплекса маркетинга, подробнее это будет раскрыто позже; и третий уровень – управление положением предприятия на рынке.

Прежде чем сформировать комплекс маркетинга, компания проводит большие исследования рыночной ситуации, анализирует внутреннюю и внешнюю среду, определяет цели, далее составляет маркетинговый план, который в последующем является основой маркетинг-микса.

Концепция 4P маркетинг-микса является наиболее простой и базовой, поэтому используется на практике гораздо чаще. Концепция 4P включает в себя продукт, цену, место и продвижение.

Стоит также обратить внимание на модель 7P, она основана на базе модели 4P. Помимо продукта, цены, места и продвижения, в нее входят люди, процесс взаимодействия с клиентом и физическое пространство, а именно точка контакта с потребителем. Модель 4C включает затраты на потребителя, удобство, коммуникацию, нужды и желания потребителя и модель SIVA, состоящую из решения, информирования, ценности и доступности, но все они строятся на базовых моделях маркетинг-микса 4P и 7P [4]. Подробная характеристика модели приведена на рисунке 1.

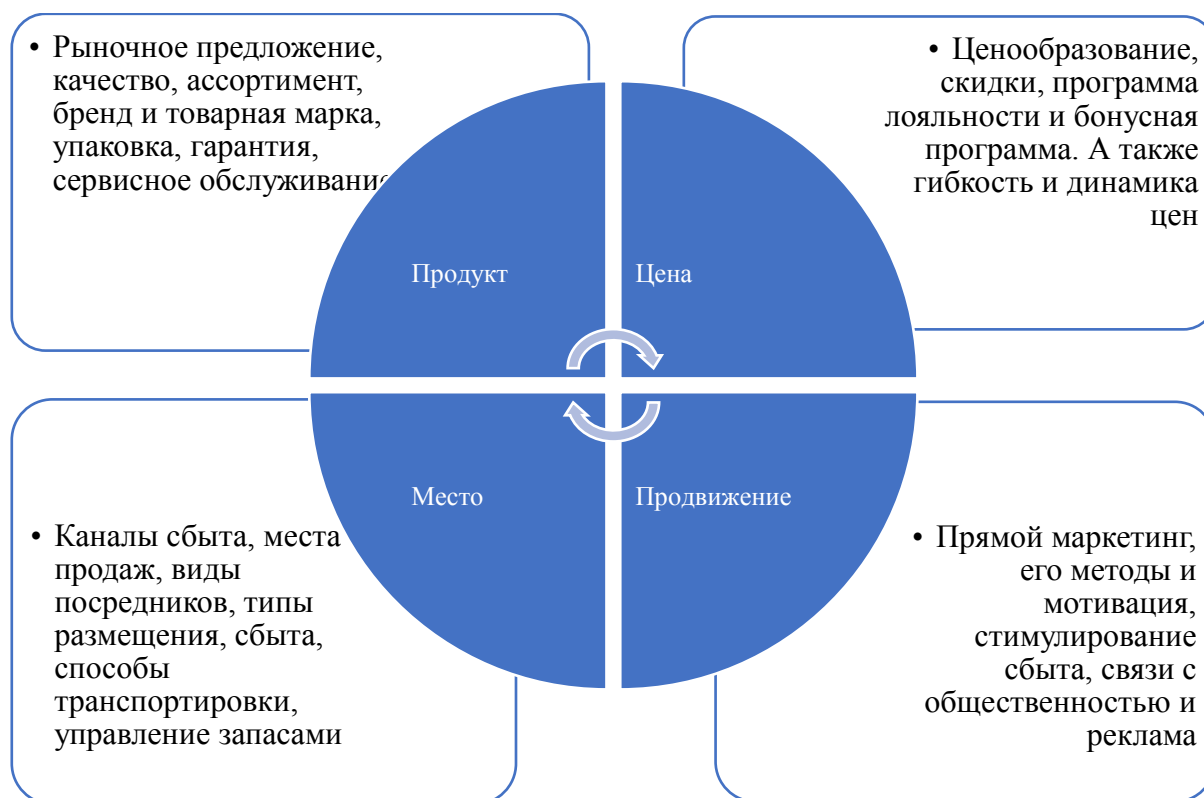


Рисунок 1 – Конкретизация параметров комплекса маркетинга на основе концепции 4P

А. В. Коротков и И. М. Синяева обращают внимание на то, что продукт является центральным звеном в маркетинг-миксе, а именно: вокруг него компания разрабатывает политику ценообразования, места реализации и каналы продвижения [7]. Причиной этому служит сама концепция маркетинга, согласно которой главная цель предприятия – производить и предлагать на рынке те товары и услуги, которые необходимы потребителю [5].

Выделим три задачи, которые положены в основу управления маркетингом: выработка маркетинговых решений, разработка и осуществление маркетинговых планов и программ и обеспечение функционирования системы маркетинга. К маркетинговым решениям относят конкретные задачи – от выбора миссии предприятия до формирования необходимых показателей на рынке. Маркетинговые решения должны быть основаны на маркетинговых исследованиях. Задача по разработке и осуществлению маркетинговых планов и программ подразумевает точно определенную последовательность действий или тактику. Маркетинговая программа, являясь руководством к действию, основана на тактических маркетинговых решениях. Она содержит цели, алгоритмы, способы контроля. Систему управления маркетингом требуется поддерживать в рабочем состоянии, обеспечивать ее обслуживание, формирование и функционирование [7].

Результаты и обсуждение

Как уже было сказано ранее, сложность управления маркетингом в технологических компаниях обуславливается правильно составленным маркетинговым планом и последовательностью принимаемых решений, так как для инновационного продукта, который, по расчетам аналитиков, будет в будущем востребован, необходимо создать спрос. Помимо этого, прослеживается тенденция сокращения жизненного цикла продукта.

Рассмотрим новые маркетинговые инструменты, которые позволяют анализировать действия потребителей на протяжении всего жизненного цикла продукта. Технологии автоматизации существенно упрощают рабочие процессы отделу продаж, устраняя необходимость выполнения повторяющихся задач. Путем автоматизации все данные о клиентах сортируются и ранжируются [10]. Также к технологиям автоматизации можно отнести CRM-систему, которая совершенствует бизнес-процессы, связанные с управлением продажами, сервисной поддержкой. Это весьма эффективный инструмент для улучшения взаимодействия с клиентами компании. Система собирает все данные о клиентах, хранит историю покупки и взаимодействия, интегрируя сквозную аналитику, социальные сети, бухгалтерию, ERP-системы [2].

Также можно проследить следующую тенденцию: маркетинг – это не только креатив, но еще и постоянная работа с большими данными [3]. Прогноз позволяет избежать множества ошибок, выявить возможности и будущие неудовлетворенные потребности клиентов [9].

Технология, о которой нельзя не упомянуть, – оптимизация конверсий, когда бизнес побуждает потребителей посещать сайт или профиль в социальных сетях. Так, компания может управлять трафиком и собирать новые данные о пользователях, а далее, если пользователь покинул сайт, использовать инструмент ремаркетинга, когда реклама посещенного ранее сайта отображается на новой странице, тем самым возвращая пользователя обратно [10].

Важная составляющая маркетингового управления – формирование и управление командой. Формирование команды, поиск талантов и формирование бренда компании неразрывно связаны, ведь именно люди создают ценность для продукта. Раньше формирование рабочих команд отодвигалось на второй план, сейчас компании понимают, что только правильно собранная и мотивированная команда может создать настоящую ценность и, главное, донести ее до потенциального потребителя [11]. Грамотно собранная команда может применять в своей практике гибкие методы работы, например дизайн-мышление. Этот метод можно определить как процесс, который команды используют для понимания пользователей, оспаривания предположений, нахождения проблем и создания инновационных решений для прототипирования и тестирования в дальнейшем [1].

Нельзя не упомянуть agile-методику. Основные принципы agile: люди важнее процессов, работающий продукт важнее документации, изменения важнее планов, сотрудничество с

заказчиком важнее договора [2]. Команды, применяющие agile-метод, взаимодействуют с разными командами компании, это улучшает внутреннюю коммуникацию в организации, повышает производительность, позволяет измерять результаты и делает бизнес-процессы прозрачными [8]. Стоит отметить, что внедрение agile-метода требует множества ресурсов как денежных, так и человеческих. Не все готовы работать с постоянными изменениями в бизнес-процессах и коммуникациями с другими подразделениями компании.

Заключение

Применение современных инструментов маркетинга на практике, а особенно в технологических компаниях, необходимо по ряду причин, одна из которых – ускорение темпов изменения рынка. Маркетинг давно играет важную роль в деятельности любого предприятия, без правильных подходов узнать запросы рынка и потребности потребителя существенно сложнее, а риски понести убытки намного выше.

Отделу маркетинга нужно в соответствии с миссией компании создавать ценностное предложение для потребителей, постоянно собирать и анализировать большие базы данных. Без новых маркетинговых технологий в условиях современного рынка сделать это очень трудно.

Список источников:

1. Brown T. Design Thinking // Interaction Design Foundation. – URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking> (дата обращения: 08.02.2022).
2. Брезгина К. В., Антинескул Е. А., Попова А. В. Особенности маркетинга взаимоотношений с клиентами автомобильных дилеров // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2019. – Т. 10. – № 2. – С. 146-172.
3. Гагарина М. Ю., Сотникова Е.А. Онлайн-покупки: плюсы и минусы на сегодняшний день // Научные Записки ОрелГИЭТ. – 2021. – № 2 (38). – С. 8-12.
4. Гребенев Д. Комплекс маркетинга – про основные элементы, модели и инструменты // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – URL: <https://marketing.hse.ru/news/461286606.html> (дата обращения: 12.02.2022).
5. Золотарева Е. Л., Золотарев А. А. Особенности формирования и развития конкурентных преимуществ на уровне региона // Экономическая среда. – 2021. – № 2 (36). – С. 33-40.
6. Карасев А. П. Управление маркетингом: учебное пособие. – Ярославль : ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2021. – 148 с.
7. Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 463 с.
8. Patel Ch. Agile Marketing | Overview and 8 Reasons to Adopt It in 2020 // Marketo Engage. – URL: <https://blog.marketo.com/2019/11/agile-marketing-adoption.html> (дата обращения: 16.02.2022).
9. Померанцев И. Маркетинг сейчас: какой он и как грамотно им заниматься? // VC.ru. – URL: <https://vc.ru/u/314730-igor-pomerantsev/131718-marketing-seychas-kakoy-on-i-kak-gramotno-im-zanimatsya> (дата обращения: 16.02.2022).
10. Ромадов Н. Все современные маркетинговые технологии // РЕАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА. – URL: <https://financial-news24.ru/modern-marketing/> (дата обращения: 15.02.2022).
11. Van Rossum B. How Marketing and HR Can Team Up and Become a Powerhouse for Talent Acquisition // Business 2 Community. – URL: <https://www.business2community.com/human-resources/how-marketing-and-hr-can-team-up-and-become-a-powerhouse-for-talent-acquisition-02167926> (дата обращения: 08.02.2022).

Статья поступила 16.03.2021 г.

ФИНАНСЫ

DOI: 10.36683/2306-1758/2022-1-39/59-77

УДК (UDC) 336:001.895(5)

Ray S., Pal R. P.

ARE WE TRANSFORMING OUR PAYMENT THROUGH INNOVATION IN FINTECH AND THE DIGITAL ECONOMY? PERSPECTIVES FROM ASIAN DRAMA IN FINTECH INNOVATION

Ray Samrat

Assistant Professor, Economics
Sunstone CIEM Kolkata Campus; 24/1A Chandi Ghosh Road,
Tollygunge, Kolkata 700040, West Bengal, India
e-mail: samrat.ray@sunstone.edu.in (corresponding author)

Pal Rana Pratap

Dr, Head of Department, Management
Calcutta Institute of Engineering and Management; 24/1A Chandi
Ghosh Road, Tollygunge, Kolkata 700040, West Bengal, India
e-mail: rpp_kol2006@yahoo.co.in

Рэй Самрат

доцент, экономика
Калькуттский институт инженерии и менеджмента; Индия, 700040, штат Западная
Бенгалия, г. Колката, Толлиганж, шоссе Чанди Гош, д. 24/1А
e-mail: samrat.ray@sunstone.edu.in

Пал Рана Праатан

доктор, руководитель факультета управления
Калькуттский институт инженерии и менеджмента; Индия,
700040, штат Западная Бенгалия, г. Колката, Толлиганж, шоссе
Чанди Гош, д. 24/1А
e-mail: rpp_kol2006@yahoo.co.in

Background: The study contributes to a better understanding of the technologies employed in the "fintech" business. The study contributes to a better understanding of fintech's innovation in the "digital global economy." The research also aids in understanding how new ideas aid in the improvement of the fintech industry, hence assisting in its growth.

Aim: The research's main goal is to figure out how to strengthen the fintech business by reforming payment processes and introducing novel methods. The study will also look at how it affects the "digital economy." By gaining a better grasp of the function of "fintech," the study fulfils its goal.

Methods: Primary and secondary quantitative data were employed in the research to obtain reliable results. In the case of primary quantitative data analysis, at least 141 participants have answered four questions. In the case of secondary quantitative data analysis, the software "SPSS" is employed.

Findings: In the case of the main quantitative analysis, the findings show that over 70% of individuals are in favour of implementing digital economic system approaches. The statistical models are significant in secondary quantitative data analysis, implying that the deployment of novel fintech concepts will aid in the improvement of the digital economy. The statistical analysis indicates that the challenges from the competitors does not impact the transformation for digital economy.

Conclusion: The study indicates that by using creative methods to strengthen the fintech industry, the fintech industry will contribute to the development of the digital economy and the sector's growth. Additional layer of security needs to be provided from the online transactions process.

Keywords: primary quantitative data, secondary quantitative data, statistical models.

Ray S., Pal R. P. Are we transforming our payment through innovation in fintech and the digital economy? Perspectives from Asian drama in fintech innovation. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 59-77. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/59-77>.

Исследование способствует лучшему пониманию технологий, используемых в финтех бизнесе. Исследование способствует лучшему пониманию инноваций финтеха в цифровой глобальной экономике. Исследование также помогает понять, как новые идеи способствуют совершенствованию индустрии финтеха, тем самым способствуя ее росту.

Основная цель исследования – выяснить, как укрепить финтех-бизнес путем реформирования платежных процессов и внедрения новых методов. В исследовании также будет рассмотрено, как он влияет на цифровую экономику. Исследование достигнет цели за счет лучшего понимания функции финтеха.

Для получения достоверных результатов в исследовании использовались первичные и вторичные количественные данные. В первичном количественном анализе данных на четыре вопроса ответили, по крайней мере, 140 участников. Во вторичном количественном анализе данных используется программное обеспечение «SPSS».

В основном количественном анализе результаты показывают, что более 70 % людей выступают за внедрение цифровой экономической системы. Статистические модели играют важную роль во вторичном количественном анализе данных, подчеркивая, что внедрение новых концепций финтеха может улучшить цифровую экономику. Статистический анализ показывает, что вызовы со стороны конкурентов не влияют на трансформацию цифровой экономики.

Исследование показывает, что, используя креативные методы, индустрия финтеха будет способствовать развитию цифровой экономики и росту этого сектора. Для онлайн-транзакций необходимо обеспечить дополнительный уровень безопасности

Ключевые слова: первичные количественные данные, вторичные количественные данные, статистические модели.

Рэй С., Пал Р.П. Преобразуем ли мы наши платежи с помощью инноваций в финтехе и цифровой экономике? Перспективы разрешения азиатской драмы в финтех-инновациях // *Экономическая среда*. – 2022. – № 1 (39). – С. 59-77. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/59-77>.

Chapter 1: Introduction

1.1 Literature Review

1.1.1 Conceptual Framework

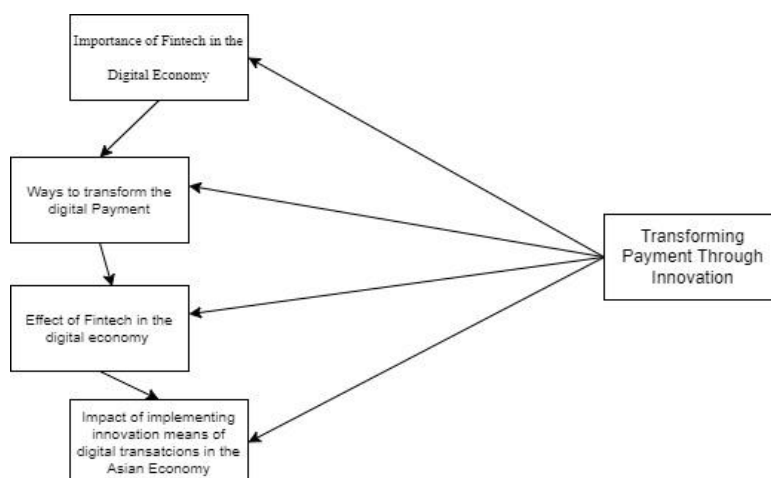


Figure 1.1.1 – Conceptual Framework

1.1.2 Importance of Fintech in the digital economy

The importance of Fintech in the digital economy helps to understand the role that it plays. As stated by Bhargava et al. (2022), the enhancement of fintech in the economy has helped in diminishing the differences between the “**Urban and Rural**” population. Both the population avails the advantages of the fintech with the development of technology in both the areas. Similarly, Ravi et al (2022) stated that with the help of fintech the transactions done to solve the financial problems are increased by more than 60% in recent times. This has helped in achieving a massive amount of growth, which ensures “**wide-scale inclusivity**”.

1.1.3 Ways to transform the digital payment

Transformation of conducting digital payment is very important as it helps in smooth transactions that the people do. According to Akbar et al (2021), one of the most important methods is to educate people about the importance of digital transactions. This helps people to realize the need of doing digital transactions. Education can be provided based on the technologies that are involved in the digital transaction and also how to use them. On the other hand, Pallathadka et al. (2021) stated that the transformation of digital payments could be done if more banks are been included. This helps in ensuring the consumers that the transactions are fully secured.

1.1.4 Effect of fintech in the digital economy

Fintech has significantly positively affected the digital economy. As stated by Jiang & Zhang (2020), there has been a massive growth in the “**GDP**”. The sector has done more than \$5 trillion transactions in 2020 and has contributed to more than Planning and initiation 30% of the world’s “**GDP**”. Similarly, Zhao & Bacao (2021) have stated the sector has helped in creating more than 6 million jobs for people across the world. Because of which global unemployment was reduced by 5% in 2020. Gupta & Singhal (2021) stated that as the fintech industry expanded in 2020, the development of technologies in the rural sector increased by 10% allowing many people to access the internet and fulfill their financial needs.

1.1.5 Impact of implementing innovative means in fintech on the Asian Economy

The implementation of innovative means in fintech has positively influenced the economy of Asian countries. As stated by Abdullah & Naved Khan (2021), the productivity of Asian countries has increased. This has led to an increment in the growth of the economies by more than 10% in 2020. On the other hand, Jain et al. (2020) stated that with the help of fintech, businesses of the Asian Econ-

omy has expanded rapidly as innovative fintech has helped businesses of these regions to provide fast financial services to their allowing the business to be increased by 25% in 2020. This has also helped businesses of the Asian countries to reduce the risks associated to finance easily.

1.2 Aim and objectives

The research's main goal is to figure out how to strengthen the fintech business by reforming payment processes and introducing novel methods.

- To analyse whether fintech business can reform the payment
- To identify perspective of Asian drama in Fintech innovation and digital economy
- To recommend effective payment transformation using Fintech innovation and digital economy

1.3 Rationale

The issue is that the implementation of innovative means in the fintech sector to enhance the payment system in the digital economy is not happening, as it should be.

The issue now is that as the implementation of innovative means to improve the fintech sector and enhance the payment system is not happening, the rise of concern about security among the consumers has risen.

This is an issue because as there is development in the country whether in terms of technology, the habits of the consumers are changing. Without the development of the fintech sector, consumers would be dissatisfied thus disrupting the new way of conducting business.

1.4 Plan to solve the problem

The research tends to solve needs to be done properly. The research should be planned in such a way that the research helps in getting accurate results. To achieve this, the analysis on which this will be based is “**Primary Quantitative Data**” which tends to analyse the issues related to the topic based on real-life. This would help the research to analyze the problems that are associated in the real life and tends to find a solution. Next is to use “**Secondary Qualitative Data**” which helps to make the analysis based on the themes that have been generated related to the topic. This would help in getting accurate results.

Chapter 2: Methodology

2.1 Introduction

Conducting specific studies necessitates the use of the methodology. “**Fintech**” is a technology and an invention that is solely focused on maintaining and assisting in the completion of financial methods for the supply of a series that is directly related to the improvement of the payment ways. The methodology sections help the techniques used to perform the research.

2.2 Methods outlines

Table 1 – Outline of the methodology

The most important aspects	Key Aspects that have been chosen
Research Philosophy	Positivism
Research Approach	Inductive
Research Design	Descriptive
Data Origin	Primary and secondary
Method of gathering data	Survey and Statistical Review
Sampling and population	<ul style="list-style-type: none"> • Cluster sampling was carried out • A study was carried out on the design of the cross-sectional aspect • The strategy is based on non-probability.
Data analysis plan	Quantitative

Source: Self Made

2.3 Research philosophy

One of the most significant parts of research technique is research philosophy as stated by Dougherty et al. (2019), three research philosophies can be used to carry out various research projects. The three philosophies employed in research procedures are “**realism, positivism and interpretivism**”. The research philosophy of “**realism**” is simply based on “**assumptions**”. In this notion, researchers have complete freedom to think and work to keep their research on track. The second “**positivism**” philosophy is based on the quantitative analysis of the components that have been supplied. This helps researchers to compare and contrast things and ideas related to their research (Also, 2020). Finally, “**interpretivism**” is based on the qualitative aspects of the research. In this case, the qualitative aspects of the data are looked after. The “**positivism**” philosophy is an appropriate choice that would help the researchers to conduct their study smoothly and get accurate results. This is the best choice to research as both primary and secondary data have been used in conducting the research. The researchers, to get the required data, had to put a lot of effort, as the data that the researchers gathered should be relevant for the topic to get accurate and proper results.

2.4 Research Approach

This section is another crucial component, in the research, as it aids researchers in identifying specific data while also ensuring complete data extraction. As stated by Roy & Uekusa (2020), the “**inductive**” method to research and the “**deductive**” method to research are the two main methods to research. The “**inductive**” research method is based on the creation of “**new ideas**” and “**hypotheses**”, which are necessary for continuing new research exploration. The analysis is based on the practical perspectives and the ideas that are employed to keep the research going. For supporting various scenarios in the research, several research efforts are carried out. Second, the “**deductive**” method to research considers the best and most effective possibilities for achieving the research’s goals and objectives which to understand how innovation is important in the fintech industry. This procedure, on the other hand, does not aid in the creation of fresh research ideas. To produce many fresh ideas for the particular research pattern, this study uses the inductive research technique.

2.5 Research Design

For completing the study, various data sources are considered. For achieving the goal, the researchers choose the best approach and mindset. This is critical to follow the proper systematic method when conducting the research design. As stated by Geoffrey (2019), it is critical to adhere to the framework to achieve the study objectives and goals. The total work is based on the researcher’s selection of one of the appropriate methodologies from among the three main designs. “**Exploratory design**” helps in understanding various elements of the previous studies. This method aids in the formation of new hypotheses. “**Explanatory design**”, this research design aids in the explanation of aspects that have been predetermined based on the current study’s framework. This aids in the explanation of the previously proposed hypotheses. “**Descriptive design**”, this sort of design involves describing a piece of work based on prior experience. Due to the exact and informative structured available studies, this research work tends to use “**descriptive design**”. The implementation of the “**descriptive design**” would help in assessing the previous studies that are available related to the topic. This would help in conducting the research by understanding the flaws that were done in the previous research and trying to rectify the problem to understand the implementation of innovation in the fintech industry.

2.6 Research Strategy

The process of developing the research task in terms of reaching the research effort’s objective is known as “**research strategy**”. As per Oliva (2019), it is critical to adhere to the right research plan. This is shown as a research advisor for procedures and approaches that are appropriate for meeting the study target expectations. This is necessary to meet the right direction of the work with a long-term aim. This leads to a process of selecting a research method and ensuring that the data gathered

will be useful in determining the right direction in specific research. A survey questionnaire is used as part of making this research successful. This is critical for researchers to concentrate on the reason and problem statement when deciding on a research plan. This present research assessment would be quite useful in gathering information about the study topic. Thus helping in understanding the strategy to implement that would help to solve the problem of implementing innovative means in the fintech industry.

2.7 Population and Sampling

“**Sampling**” is the process of displaying a population’s willingness to honestly answer or respond to a specific topic. The “**population**” and the “**sampling**” in this study look solid. People in the society who are very courteous have answered the poll with their knowledge. For accomplishing the sample, sample size of 141 is used for the research that is, technically aware is being selected from the vast population of people. People’s responses were so important in this portion that each reply or reaction was contingent on their response (Eiselet al. 2020). As a result, suitable attention has been paid to the research activity to be fruitful and sufficient. Anon-probability sampling method is used for this research. A larger sample aids researchers to go deeper into their investigation and gaining more knowledge. The “**primary quantitative data**” in this study was gathered with surveys.

2.8 Data Collection Process

One of the most important aspects of methodology is the data gathering process, which is clearly described. These factors also affect the research work’s future and success. As per Rohet al. (2019), the data gathering method is linked to the “**population**” and “**sampling**” of data. Two different data gathering procedures were used in this research, “**primary quantitative data**” and “**secondary qualitative data**”. The primary quantitative data analysis procedure is being implemented by conducting surveys among the most knowledgeable people who know about the fintech industry and about the innovative tools. Online questionnaire is used to gather the survey data. Following “**thematic analysis**”, the secondary qualitative data process is being held. The “**thematic analysis**” is carried out by expressing various themes with appropriate data. The information on the topic is correct and proven, and it was gathered from the items specified in the part related to the research effort. Different periodical and internet articles also assisted in the collection of data, some of which were generated with self-knowledge (Aguiniset al. 2021). All of the sources are presumed to be current, and all of the sources are reliable and accurate thus helping to solve the issue of innovative means in the fintech industry.

2.9 Data Analysis Plan

Following the collection of all data, the researcher should concentrate on the data analysis plan. It should be highlighted in the data analysis in strategy section that this study endeavour used two different data sourcing strategies. In this section, both primary and secondary data sources are used. The data type in the primary data portion is quantitative, whereas the data type in the secondary data section is qualitative. The survey approach is used to collect primary qualitative data. Surveys of experts were conducted, and the most popular responses were recorded and included in this work (Yuan et al. 2019). “**SPSS**” has been used for analyzing the primary quantitative data. In the case of secondary qualitative data, the procedure is carried out through thematic analysis, with certain themes drawn from the study work's aims. In addition, the study was carried out with the help of many internet papers and journals on connected issues. This would help in the proper completion of the research as it would help in solving the issue of the research, which is to implement innovative means in the fintech industry that enhances digital transactions. Following the plan to analyze the data as planned would help in getting accurate results by conducting research that would help in solving the problem easily.

2.10 Ethical Consideration

Every aspect of the research effort is thoroughly ethical, and it is carried out with great care. In this study, the ethical and moral descriptions were taken into account. Every piece of information gathered for this study is accurate, and quantitative data, both primary and secondary, is well maintained. As stated by Arifin (2018), As a result, the moral side of reflection has emerged in both basic and discretionary cases. Assume that all of the events for the focus evaluation of the qualitative have been picked for the survey and that the individuals are well informed and experts in this criteria. The “**copyright legislation**” has been strictly observed for this study project so that every work is automatically covered by the act, which protects against plagiarism. If any type of prohibited behaviour is discovered, legal action would be taken. The conducting of the research is being done keeping in mind the “**privacy**” of the surveyors who have not disclosed their names.

2.11 Time Plan

Table 2 – Time Plan

Job	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6
Introduction						
Methodology						
Gathering of primary and secondary data						
Analysing data for research						
Recommendation at the end						
Conclusion						
Submission						

Source: Self Made

2.12 Summary

The methodology section of the second chapter covered the research outline, research philosophy, approach, design, and strategy. Following that, accurate population and sampling were carried out with the assistance of some willing participants. The data gathering process and data analysis strategy are meticulously carried out, followed by the data analysis plan.

Chapter 3: Results and Discussions

3.1 Introduction

The third chapter is about the results and discussion, and this section is simply about the results. The findings are used to produce the research work's outcome. Findings are illustrated from all of the work done in both situations, such as primary quantitative data discoveries and secondary qualitative data findings.

3.2 Results

3.2.1 Findings of Primary Quantitative Data

What is your gender?

What is your gender?
141 responses

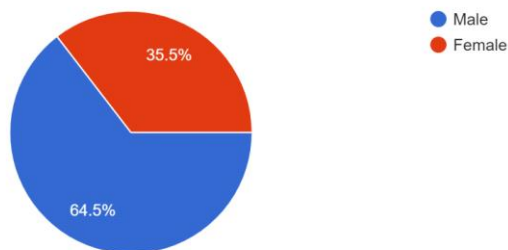


Figure 3.2.1 – Gender of participants

Based on the survey results, it is observed that most of the participants are male in comparison to female. 64.5% have been male respondents while 35.5% are female respondents.

What is your age?

What is your age?
141 responses

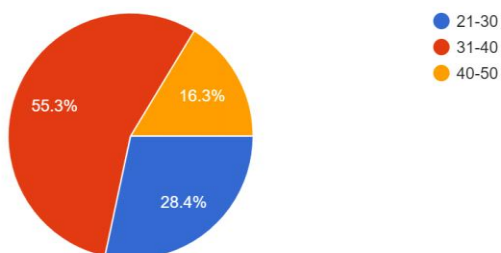


Figure 3.2.2 – Age of participants

Most of the bankers are having a range of age between 31 to 40 years. 28.4% of the bankers are between 21 to 30 years while 16.3% of the bankers are between 40 to 50 years.

How long you have been working in the banking sector?

How long you have been working in the banking sector?
141 responses

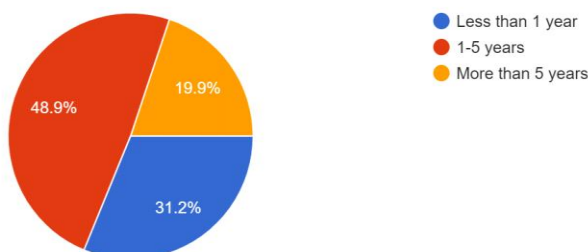


Figure 3.2.3 – Working in banking sector

The work experience of the bankers has been mostly between 1 to 5 years. 19.9% of the bankers are having a work experience of more than five years while 31.2% bankers are working less than one year.

Are the banks facing challenges from the digital competitors?

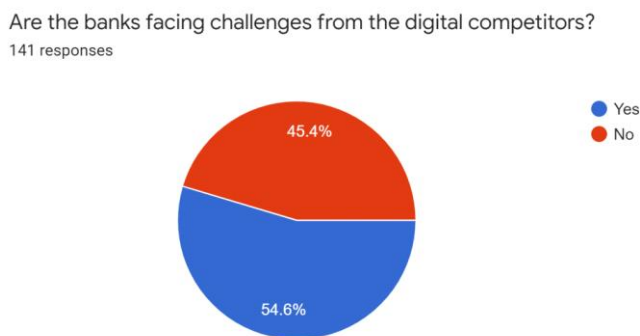


Figure 3.2.4 – Challenges from digital competitors

54.6% of the bankers are in favor that the banks have been facing challenges from the digital competitors. The digital competitors in the market have proved challenging with innovation in fintech (Rauniyar, Rauniyar & Sah, 2021).

How is the digital performance of the banks?

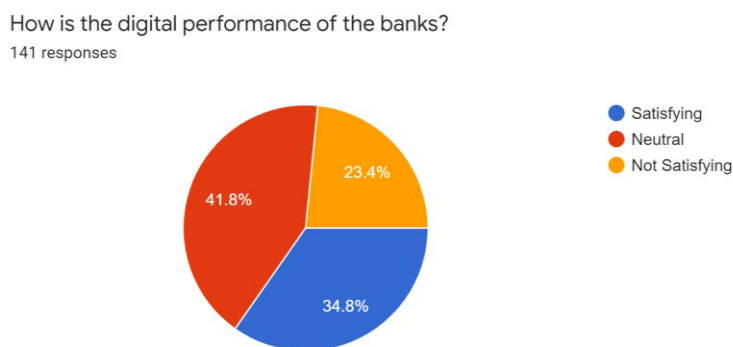


Figure 3.2.5 – Digital performance

According to the bankers, the digital performance of the banks has been neutral as evident from the responses. 41.8% respondents believe that digital performance is neutral.

Are the banks making investment in the fintech and digital economy?

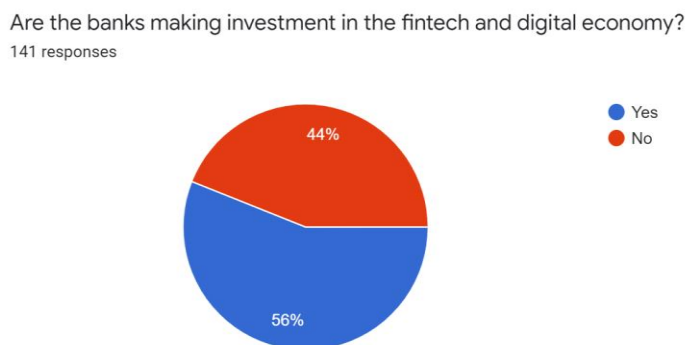


Figure 3.2.6 – Investments by banks

56% of the bankers believe that the banks have been making investments within the fintech and digital economy. 44% of the bankers have been against the statement of investment in fintech

and digital economy.

Is the fintech beneficial in mitigating the customer’s problem?

Is the fintech beneficial in mitigating the customer’s problem?
141 responses

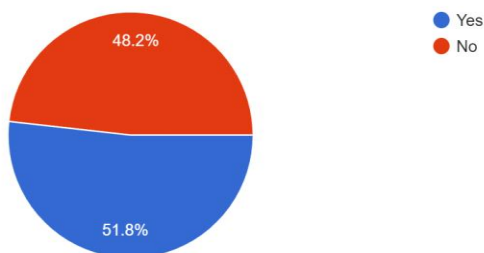


Figure 3.2.7 – Mitigating customer’s problem

Based on the responses of the bankers, 51.8% agrees that the fin tech is beneficial in mitigating the customers problem. Some bankers also believe that it has not been much effective in context to the mitigation of customers' problems.

Which digital banking facilities has been in demand?

Which digital banking facilities has been in demand?
141 responses

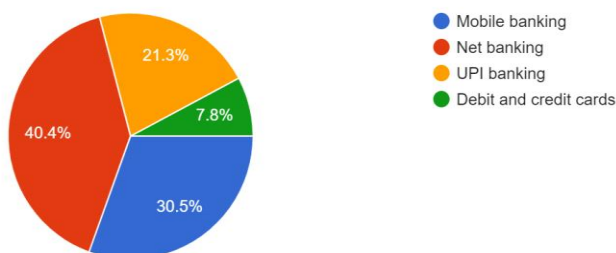


Figure 3.2.8 – Digital banking facilities

According to the responses, it can be observed that net banking has been the most demanded (Gomberet al. 2018). After net banking, mobile banking, UPI banking and debit and credit cards have been in demand.

Do you agree that the fintech innovation has helped the business in Asian economy?

Do you agree that the fintech innovation has helped the business in Asian economy?
141 responses

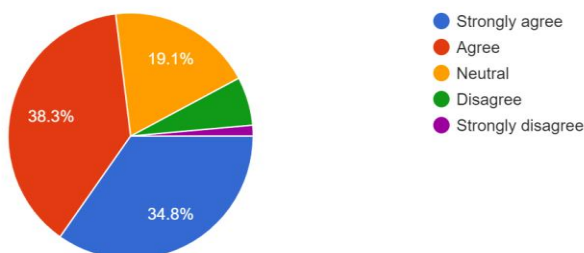


Figure 3.2.9 – Fintech innovation in business

38.3% of the respondents agree that fintech innovation has been helpful for the businesses in Asian economy. Most of the respondents have agreed to the statement and it highlights that the innovation of fintech has been effective.

Do you agree that fintech has been transforming the digital economy?

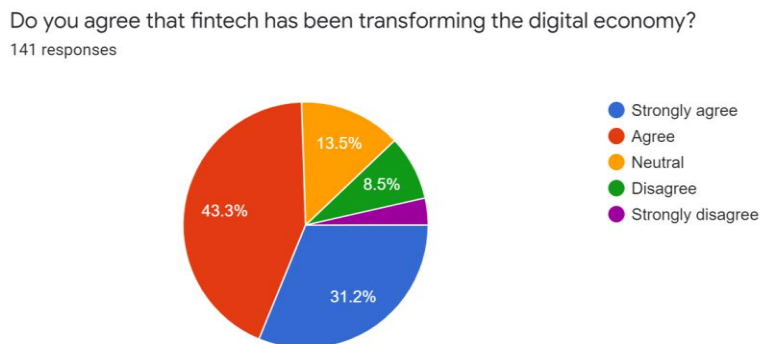


Figure 3.2.10 – Fintech and digital economy

Most of the respondents agree with the fact that fin tech has been transforming the digital economy. The role of fintech has been significant as it enabled for securing the transactions with banks.

Based on the survey responses, statistical analysis has been performed for understanding the transformation with the innovation in fintech and digital economy. Statistical calculations including descriptive, correlation and regression analyses have been performed in this aspect.

Correlation has been performed for understanding the digital performance of the banks in context to the investments made by the banks. A correlation of 0.152 has been calculated in this scenario which indicates a weak positive correlation (Afonasova et al. 2019). Regression analyses have been performed for understanding the fact whether the investments of banks in the fin tech and digital economy have been beneficial for the businesses in Asian economy. In this aspect, hypothesis is formed which is as follows:

H0: The investment in the fintech and digital economy has not been beneficial for the businesses in Asian economy.

H1: The investment in the fintech and digital economy has been beneficial for the businesses in Asian economy.

Primary quantitative analysis

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
How is the digital performance of the banks?	1.89	0.757	141
Are the banks making investment in the fintech and digital economy?	1.44	0.498	141

Correlations			
		How is the digital performance of the banks?	Are the banks making investment in the fintech and digital economy?
How is the digital performance of the banks?	Pearson Correlation	1	0.152
	Sig. (2-tailed)		0.071
	N	141	141
Are the banks making investment in the fintech and digital economy?	Pearson Correlation	0.152	1
	Sig. (2-tailed)	0.071	
	N	141	141

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.003 ^a	0.000	-0.007	1.042
a. Predictors: (Constant), Are the banks making investment in the fintech and digital economy?				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.002	1	0.002	0.002	0.968 ^b
	Residual	151.034	139	1.087		
	Total	151.035	140			
a. Dependent Variable: Do you agree that the fintech innovation has helped the business in Asian economy?						
b. Predictors: (Constant), Are the banks making investment in the fintech and digital economy?						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2.195	0.269		8.151	0.000	1.663	2.728
	Are the banks making investment in the fintech and digital economy?	0.007	0.177	0.003	0.040	0.968	-0.343	0.357
a. Dependent Variable: Do you agree that the fintech innovation has helped the business in Asian economy?								

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Which digital banking facilities has been in demand?	141	3	1	4	2.06	0.912	0.832
Valid N (listwise)	141						

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.058 ^a	0.003	-0.004	1.123
a. Predictors: (Constant), Are the banks facing challenges from the digital competitors?				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.601	1	0.601	0.477	0.491 ^b
	Residual	175.158	139	1.260		
	Total	175.759	140			
a. Dependent Variable: Do you agree that fintech has been transforming the digital economy?						
b. Predictors: (Constant), Are the banks facing challenges from the digital competitors?						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2.207	0.292		7.562	0.000	1.630	2.784
	Are the banks facing challenges from the digital competitors?	0.131	0.190	0.058	0.690	0.491	-0.244	0.507
a. Dependent Variable: Do you agree that fintech has been transforming the digital economy?								

Descriptive analysis has been performed for understanding the demand of the digital banking facilities. Based on the analysis, it can be said that the net banking has been in demand in comparison to the other digital banking facilities. Regression is also conducted for understanding whether the challenges from digital competitors are impacting the transformation of the digital economy.

3.2.2 Findings of Secondary Quantitative data

Theme 1: Fintech is important for the digital economy

The implementation of fintech in the 21st-century economy has been one of its kind. The implementation of fintech has helped in revolutionizing the “**financial sector**” of any country. As stated by Barata (2019), the fintech sector has removed the disparity between the rural and urban populations. This has been done with the development of technologies in both sectors allowing the

rate of “**digital transaction**” to increase by more than 60% in 2020. This has led to the growth of economies by more than 10% ensuring “**wide-scale inclusivity**” leading to an increase of more than 20% in digital transactions. Implementation of innovative means in fintech helps in accepting every type of payment that are available ranging from “**QR Scanning**” to “**bank transfers**”. This helps in reducing the complexities that occurred in the payment process before the development of fintech. Fintech also helps in maintaining the security of making payments.

Theme 2: Innovation helps in transforming the digital economy

One of the most important aspects of transforming the digital economy is the implementation of innovative means by the fintech industry. The innovation means that the fintech industry has adapted is educating the people about the technologies that are used in the fintech industries, which would help the consumers to solve their financial problems. Another innovative means that the fintech industry has adapted is the involvement of the banks in the fintech industry. This would help the people to trust the fintech in conducting their financial transactions as they feel their transaction is saved with banks involved (Nambisan et al. 2019). Innovation has helped in the transformation of the digital economy. The development of the latest technologies in the fintech sector has helped in conducting smooth transactions to any part of the world without any difficulties. As a result, there has been a significant rise in the transactions of the finance sector.

Theme 3: Fintech has contributed significantly to the digital economy

Fintech has significantly contributed to the digital economy. As per Sansa (2020), the fintech industry has helped businesses to expand their consumer bases by more than 30% in 2020 since most of the consumers are very much happy with the services related to finance businesses are providing. The cost of maintaining the physical transactions have also been reduced by more than 50% with the implementation of the latest technologies in the financial sector. Finally, fintech has helped businesses with the help of “**IoT**” and other technologies have helped businesses to smoothly solve their financial problems. Fintech has significantly helped in the development of the digital economy. The implementation of innovative means in the fintech industry has helped in the availability of financial services to a vast number of people. Fintech has helped in the significant flow of the “**Foreign Direct Investment**” for improving the digital economy.

Theme 4: Implementing innovative means in the fintech has helped businesses of the Asian Economy

The implementation of innovative means in fintech has helped the businesses of the Asian economy to prosper. Businesses of the Asian Economy, by implementing innovative means in the fintech have increased their productivity by more than 40% in 2020. This would also help in contributing to the growth rate by more than 10% in 2020. Fintech has also helped businesses of the Asian Economy to generate revenue of more than \$100 billion in 2020, thus helping to stand during the pandemic. Incorporating innovative means in the fintech sector has helped in the businesses of the Asian Economy as the development of the sector aided “**financial institutions**” and “**investors**” in creating new “**credit risk analysis tools**” which helped businesses to make accurate decisions before making any investment. Businesses of the Asian Economy with the help of fintech have enhanced the “**credit supply**” thus helping in growth.

Theme 5: Examining the Fintech Company's Future Prospects to Maintain Economic Aspects

The analysis of any fintech company's prospects is very crucial. These companies are the future of the financial sector of any country. Analysing the prospect of the companies helps in deciding whether the company would be able to contribute to the “**economic growth**” of the country or not. As stated by Sjamsudin (2019), financial services are implemented in an organization to assist in the management of challenges of risk factors in the growth process of a business through various ways and strategic approaches to the consideration of an organisation. Similarly, Meiling et al. (2021) stated that the entire transaction is completed with the Fintech Company's new payment technique, which is weighted in the organization's development. The involvement of the economic factors in the financial technology industry aid in the future views. Thus, the development of the fintech companies helps in the “**development**” and “**growth**” of the economy.

3.3 Discussion

3.3.1 Analysis of Primary Quantitative Data

In figure 3.2.1, it can be observed that most of the banker respondents are male with 64.5% and female respondents are 35.5%.

In figure 3.2.2, the ages of the participants have been recorded. Most of the bankers are within the age range of 31 to 40 years. Certain bankers are aged between 40 to 50 years which is the minimum.

In figure 3.2.3, it is observed that most of the bankers are working in the banking industry for a tenure between 1 to 5 years. The bankers are having experiences within the banking industry and have knowledge regarding the innovation in fin tech and digital economy (Takeda& Ito, 2021).

In figure 3.2.4, it is observed that the banking sector faces challenges from the digital competitors in the market. 54.6% of bankers have agreed to this statement which further brings to the fact that the digital competitors have been limiting the growth of the banking sector.

In figure 3.2.5, most of the respondents are in favor that the digital performance of the banks has been neutral. Certain bankers also believe that the digital performance is satisfying as well as not satisfying based on their working experience. Considering the overall responses, the digital performance is moderate which needs to be improved.

In figure 3.2.6, the investments within the fintech and digital economy by the banks can be understood. The majority of the responses indicate that the banks are making investments within the fintech and digital economy that can improve the payment system (Giglio, 2021).

In figure 3.2.7, it can be observed that most of the respondents believe that the fintech approach has been beneficial in mitigating the problems of customers. The customer's problem related to the transaction process has been addressed through the improvements in fintech.

In figure 3.2.8, it can be observed that need banking has been in the demand among the digital banking facilities. Debit and credit cards have been in less demand in comparison to the other banking facilities. As opined by Mention(2021), the improvements in fintech and increase in the demand of the digital banking facilities in the market is present.

In figure 3.2.9, it can be observed that most of the respondents agreed fintech innovation has been beneficial for the businesses in the Asian economy. The productivity of the businesses has increased by almost 40% through fintech innovation. The businesses have received growth by 10% with more generation of revenue.

In figure 3.2.10, the information which gets highlighted is that fintech has been an important factor for transformation of the digital economy. Fintech has enabled businesses to expand their consumer base and the cost of maintenance for the transactions have also been reduced.

Correlation between the investments in the fin tech and digital economy and the digital performance of the banks is computed as 0.152. The investments of the banks are not much significant in context to the digital performance. Considering the regression analysis for the investments by banks in the benefits of the business in Asian economy, it is observed that the “p-value” is calculated as 0.04. This indicates that the null hypothesis is false and it highlights that investments within the fintech and digital economy are beneficial for the businesses in Asian economy. According to Ariyanto, Soejono& Dewi(2020), fintech has enabled the businesses to generate more revenue at times of pandemic.

Based on the descriptive statistics, it is observed that need banking has been widely in demand that is evident from the mean value of 2.06. Most of the consumers in the market favors net banking for the payment purposes and it also includes additional security. In case of regression analysis for the challenges faced by the banks from digital competitors and the transformation into digital economy, hypothesis is formed:

H0: Challenges from competitors does not impacts the transformation for digital economy

H1: Challenges from competitors impacts the transformation for digital economy

In this case, the “P value” is found to be more than 0.05 which indicates that the challenges from competitors do not affect the transformation for the digital economy. The banks are required to

make strategic decisions regarding the competition in market and ensure there is smooth transformation for the digital economy.

3.3.2 Discussion of Secondary Qualitative Analysis

The expected outcome in the case of Theme 1 as stated by Langley & Leyshon (2021) is that fintech plays an important role in the digital economy by removing differences among the urban and rural people of any country. Similarly, Za'aba (2020) stated that fintech helps in improving the “**wide-scale inclusivity**” of the industries. The analysis helped to understand that fintech helps the digital economy of any country in removing the differences among the people living in the rural with the people living in the urban region. This has happened with the development of technologies causing the rate of digital transactions to rise by 60% in 2020. This is because of which the growth of the world economy has increased by 10% allowing “**wide-scale inclusivity**” aiding to an increase in digital transactions. New means of payments like “**QR Scan**” and “**online bank transfers**” have been developed for securitizing the payments.

The expected outcome of Theme 2 as stated by Sturgeon (2021) is that implementing innovative means in fintech helps in transforming the digital economy of any country. On the other hand, Khin & Ho (2019) stated that there is no direct relationship between innovation and the transformation of the digital economy. The analysis helped to understand that incorporating innovative means in the fintech sector has helped in transforming the digital economy of the world. One of the most important innovative means adopted is providing education about the importance of digital transactions along with the procedure of using the latest technologies that are incorporated by the fintech companies in doing digital payments. Another means implemented is the involvement of banks as this provides a sense of security among the consumers who are willing to pay online.

The expected outcome for Theme 3 according to Sadigov et al. (2020) is that fintech has positively affected the digital economy by providing many latest technologies. Similarly, Zaghlol et al. (2021) stated that fintech contributes to the smooth running of businesses. The analysis helped to understand the fact that fintech has contributed to the development of the digital economy. Businesses that use fintech tools for maintaining their financial needs have helped in expanding their consumer base by 30% in 2020 as the consumers are happy with the financial services that businesses are providing. Fintech has also helped organizations to reduce the cost of maintaining their physical transactions by 50%. Fintech expanding is implementing the latest technologies to make the fintech sector grow. This has helped firms to conduct their financial operations very easily and the complexities have been reduced.

The expected outcome for Theme 4 as per Tun-Pin et al. (2019) is that by incorporating innovative means in the fintech sector, the businesses of the Asian Economy has prospered. Fintech has also helped businesses of the Asian Economy to generate revenue. On the contrary, Takeda & Ito (2021) stated that fintech has not contributed enough for the businesses of the Asian Economy. The analysis helped to understand that fintech by implementing innovative means have significantly contributed to the development of businesses of the Asian Economy. Businesses of the Asian Economy, with the help of fintech, have enhanced their productivity by 40% in 2020, thus contributing to the growth of the economy by 10% in 2020. By implementing fintech, businesses of the Asian economy have generated more than \$100 billion in 2020. Fintech has also helped businesses to make proper investment decisions.

The expected outcome for Theme 5 as stated by Sjamsudin (2019) is that the examination of the prospect of any fintech company is very important as this helps in shaping the growth of an economy. Similarly, Meiling et al. (2021) stated that the prospects of the fintech company depend on the implementation of new techniques. The analysis helped to understand that the examination of the prospects of the fintech companies helps businesses to manage the risks associated with implementing fintech by businesses and helps to make strategies that would help businesses to grow.

3.4 Summary

This chapter helped in conducting the analysis that tends to understand the implementation of innovative means in the fintech sector. The primary quantitative analysis with the help of “SPSS” is based on surveys conducted among 141 people knowing the topic. The secondary qualitative analysis helps in understanding the topic by generating themes related to the topic.

Chapter 4: Conclusion and Recommendation

4.1 Conclusion

The research helped in understanding the transformation of payments by implementing innovative means in the fintech sector. The research with the help of primary quantitative and secondary qualitative data analysis has cleared all the problems. The primary quantitative data analysis helped in understanding the fact that most people are satisfied with the usage of digital transactions as this helps in reducing the time of the people and make transactions to any part of the world. The thematic analysis helps to understand that implementing innovative means in the fintech sector helps not only the people but also helps the business to expand allowing the economy to prosper and grow.

4.2 Linking with objectives

Quantitative data is effectively used as it helps to understand that fintech plays a very crucial role in the development of the digital economy. Fintech with the help of the latest technologies helped the rural people to do their financial transactions easily allowing them to be on par with the urban people and this meets first objective.

Theme 2 helps in understanding the second objective, which is to understand how the digital economy is transforming. The theme helped to understand the means of innovative techniques that the fintech industry has implemented. The theme helps in understanding that educating people about the latest technologies that are used to make payments along with the importance of digital transactions helps to transform the digital economy. Theme 3 helps in understanding how fintech has helped in contributing to the digital economy. The theme helps to understand how businesses have expanded by implementing fintech to solve their financial problems. Theme 4 helps in understanding the contributions made by the fintech in the growth and expansion of businesses of the Asian Economy. The theme helps to understand how the businesses of the Asian Economy with the help of fintech have expanded their business during the pandemic. Theme 5 helped in understanding the importance of analyzing the prospect of Fintech Companies helping in the development and growth of the economy.

4.3 Recommendation

The proper functioning of fintech sector and it is one of the most crucial sectors in the coming years; the implementation of some of the recommendations given in the research would help to achieve this.

- Management of a huge amount of data by the fintech companies is very important as the data contains very sensitive information about the consumers and breaching of that data hampers the privacy of the consumers. Thus, data management tools should be implemented (nelito.com, 2021).
- Implementing “**blockchain technologies**” helps the fintech companies to provide proper security and safety to their consumers in doing their financial transactions.
- The banking organizations are recommended for making yearly investments in the innovation of the fin tech and digital economy. The management must ensure that the transaction process is secured end to end without any loopholes. The banking organizations must ensure that the working operations are not carried out in any public network. The network system needs to be infected and can be authorized by only designated individuals. It is important for adding layers of protection to the online transactions that are made through net banking and mobile banking. Continuous monitoring needs to be maintained on the online transactions for seamless payment processes experienced by the customers.

4.4 Future Perspective of the study

The future perspective of the study is that this helps in solving the problems that are related to the implementation of innovative means in the fintech that would help in making payments by the consumers very easily as this is the future of the financial sector. This would solve the previous problems of financial transactions.

Bibliography:

1. Abdullah, & Naved Khan, M. (2021). Determining mobile payment adoption: A systematic literature search and bibliometric analysis. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1893245. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23311975.2021.1893245>.
2. Afonasyova, M. A., Panfilova, E. E., Galichkina, M. A., & Ślusarczyk, B. (2019). Digitalization in economy and innovation: The effect on social and economic processes. *Polish Journal of Management Studies*, 19. Retrieved from: https://yadda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-bfeca0b5-4e44-4dd5-b77d-4ac9d016da8d/c/PJMS_2019_19_2_22-32.pdf.
3. Aguinis, H., Hill, N. S., & Bailey, J. R. (2021). Best practices in data collection and preparation: Recommendations for reviewers, editors, and authors. *Organizational Research Methods*, 24(4), 678-693. Retrieved from: <http://hermanaguinis.com/ORMdatacollection.pdf>.
4. Ahlskog, J. (2020). *The Primacy of Method in Historical Research: Philosophy of History and the Perspective of Meaning* (Vol. 40). Routledge. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Jonas-Ahlskog/publication/343501498_The_Primacy_of_Method_in_Historical_Research_Philosophy_of_History_and_the_Perspective_of_Meaning/links/603be192a6fdcc37a85d5141/The-Primacy-of-Method-in-Historical-Research-Philosophy-of-History-and-the-Perspective-of-Meaning.pdf.
5. Akbar, A., Akbar, M., Nazir, M., Poulouva, P., & Ray, S. (2021). Does Working Capital Management Influence Operating and Market Risk of Firms?. *Risks*, 9(11), 201. Retrieved from: <https://www.mdpi.com/2227-9091/9/11/201/pdf>.
6. Arifin, S. R. M. (2018). Ethical considerations in a qualitative study. *International Journal of Care Scholars*, 1(2), 30-33. Retrieved from: <https://journals.iium.edu.my/ijcs/index.php/ijcs/article/download/82/27>.
7. Ariyanto, D., Soejono, F., & Dewi, S. P. (2020). Digital economy and financial inclusion. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 8(1), 241-245. Retrieved from: http://eprints.ukmc.ac.id/3583/1/J20_Digital%20Economy%20and%20Financial%20Inclusion_Fransiska.pdf.
8. Barata, A. (2019). Strengthening national economic growth and equitable income through sharia digital economy in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 145-168. Retrieved from: <https://www.jimf-bi.org/index.php/JIMF/article/download/1053/745>.
9. Bhargava, A., Bhargava, D., Kumar, P. N., Sajja, G. S., & Ray, S. (2022). Industrial IoT and AI implementation in vehicular logistics and supply chain management for vehicle mediated transportation systems. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 1-8. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Samrat-Ray/publication/357901708_Industrial_IoT_and_AI_implementation_in_vehicular_logistics_and_supply_chain_management_for_vehicle_mediated_transportation_systems/links/61e6abcd5779d35951b92127/Industrial-IoT-and-AI-implementation-in-vehicular-logistics-and-supply-chain-management-for-vehicle-mediated-transportation-systems.pdf.
10. Dougherty, M. R., Slevc, L. R., & Grand, J. A. (2019). Making research evaluation more transparent: Aligning research philosophy, institutional values, and reporting. *Perspectives on Psychological Science*, 14(3), 361-375. Retrieved from: <https://psyarxiv.com/48qux/download?format=pdf>.
11. Eisele, G., Vachon, H., Lafit, G., Kuppens, P., Houben, M., Myin-Germeys, I., & Viechtbauer, W. (2020). The effects of sampling frequency and questionnaire length on the perceived burden, compliance, and careless responding in experience sampling data in a student population. *Assessment*, 1073191120957102. Retrieved from: <https://lirias.kuleuven.be/retrieve/588620>.
12. Geoffrey, M. (2019). *Essential of Research design and methodology*. Retrieved from: <http://103.5.132.213:8080/jspui/bitstream/123456789/1144/1/Essentials%20of%20Research%20Design%20and%20Methodology%202005%20%281%29.pdf>.
13. Giglio, F. (2021). Fintech: A literature review. *European Research Studies Journal*, 24(2B), 600-627. Retrieved from: <https://scholar.archive.org/work/35eg7pttzvamhidmmbwaugwety/access/wayback/https://www.ersj.eu/journal/2254/download>.
14. Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the fintech revolution: Interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of management*

information systems, 35(1), 220-265. Retrieved from: https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=5277&context=sis_research.

15. Gupta, A., & Singhal, R. (2021). Impact of COVID-19 on Digital Payment Services at Towns and Villages. *IJCRT2106045 International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*.

16. Jain, A., Sarupria, A., & Kothari, A. (2020). The Impact of COVID-19 on E-wallet's Payments in Indian Economy. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 8(6), 2447-2454. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Anil-Jain-19/publication/342599649_The_Impact_of_COVID-19_on_E-wallet's_Payments_in_Indian_Economy_bharatiya_artha_vyavasra_mem_i-vole_ta_ke_bh_u_gatana_para_COVID-19_ke_prakopa_ka_prabhava/links/5efc8dc692851c52d60cbef6/The-Impact-of-COVID-19-on-E-wallets-Payments-in-Indian-Economy-bharatiya-artha-vyavasra-mem-i-vole-ta-ke-bhu-gatana-para-COVID-19-ke-prakopa-ka-prabhava.pdf.

17. Khin, S., & Ho, T. C. (2019). Digital technology, digital capability and organizational performance: A mediating role of digital innovation. *International Journal of Innovation Science*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Sabai-Khin/publication/329406242_Digital_technology_digital_capability_and_organizational_performance_A_mediating_role_of_digital_innovation/links/5e2968ea299bf1521676022f/Digital-technology-digital-capability-and-organizational-performance-A-mediating-role-of-digital-innovation.pdf.

18. Langley, P., & Leyshon, A. (2021). The platform political economy of fintech: Reintermediation, consolidation and capitalisation. *New Political Economy*, 26(3), 376-388. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Paul-Langley-2/publication/341523948_The_Platform_Political_Economy_of_FinTech_Reintermediation_Consolidation_and_Capitalisation/links/5f293401458515b729008539/The-Platform-Political-Economy-of-FinTech-Reintermediation-Consolidation-and-Capitalisation.pdf.

19. Meiling, L., Yahya, F., Waqas, M., Shaohua, Z., Ali, S. A., & Hania, A. (2021). Boosting Sustainability in Healthcare Sector through Fintech: Analyzing the Moderating Role of Financial and ICT Development. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*, 58, 00469580211028174. Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/00469580211028174>.

20. Mention, A. L. (2021). The age of FinTech: Implications for research, policy and practice. *The Journal of FinTech*, 1(01), 2050002. Retrieved from: <https://www.worldscientific.com/doi/pdf/10.1142/S2705109920500029>.

21. Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. Retrieved from: <https://maryannfeldman.web.unc.edu/wp-content/uploads/sites/1774/2019/05/The-digital-transformation-of-innovation-and-entrepreneurship.pdf>.

22. nelito.com, (2021), top-10-fintech-trends-for-2021. Retrieved on 1 March 2022 from: <https://www.nelito.com/blog/top-10-fintech-trends-for-2021.html>.

23. Oliva, R. (2019). Intervention as a research strategy. *Journal of Operations Management*, 65(7), 710-724. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Rogelio-Oliva/publication/335989111_Intervention_as_a_research_strategy/links/5d98e75b92851c2f70eecf5d/Intervention-as-a-research-strategy.pdf.

24. Pallathadka, H., Leela, V. H., Patil, S., Rashmi, B. H., Jain, V., & Ray, S. (2021). Attrition in software companies: Reason and measures. *Materials Today: Proceedings*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Vipin-Jain-13/publication/352279745_Attrition_in_software_companies_Reason_and_measures/links/60c1b3454585157774c25ed3/Attrition-in-software-companies-Reason-and-measures.pdf.

25. Rauniyar, K., Rauniyar, K., & Sah, D. K. (2021). Role of FinTech and Innovations for Improving Digital Financial Inclusion. *Int. J. Innov. Sci. Res. Technol*, 6, 1419-1424. Retrieved from: <https://ijisrt.com/assets/upload/files/IJISRT21MAY1089.pdf>.

26. Ravi, S., Kulkarni, G. R., Ray, S., Ravisankar, M., Krishnan, V. G., & Chakravarthy, D. S. K. (2022). Analysis of user pairing non-orthogonal multiple access networks using deep Q-network algorithm for defence applications. *The Journal of Defense Modeling and Simulation*, 15485129211072548.

27. Roh, Y., Heo, G., & Whang, S. E. (2019). A survey on data collection for machine learning: a big data-ai integration perspective. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 33(4), 1328-1347. Retrieved from: <https://arxiv.org/pdf/1811.03402>.

28. Roy, R., & Uekusa, S. (2020). Collaborative autoethnography: "Self-reflection" as a timely alternative research approach during the global pandemic. *Qualitative Research Journal*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Rituparna-Roy/publication/342622635_Collaborative_autoethnography_self-reflection_as_a_timely_alternative_research_approach_during_the_global_pandemic/links/5fc35718a6fdcc6cc67f3359/Collaborative-autoethnography-self-reflection-as-a-timely-alternative-research-approach-during-

the-global-pandemic.pdf.

29. Sadigov, S., Vasilyeva, T., & Rubanov, P. (2020). Fintech in economic growth: A cross-country analysis. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 729-739. Retrieved from: https://www.bib.irb.hr/1112548/download/1112548.Book_of_Proceedings_esdBaku2020_Vol1_Online.pdf#page=740.

30. Sansa, N. A. (2020). Analysis on the Influence of China's Industrial Policies on Digital Economy. Available at SSRN 3517756. Retrieved from: <http://www.eresearchjournal.com/wp-content/uploads/2020/04/7.-PAPER-NO.-1.pdf>.

31. Sjamsudin, S. H. (2019). The Impact of the Development of Fintech on The Existing Financial Services in Indonesia. *International Journal of Advanced Research in Technology and Innovation*, 1(1), 14-23. Retrieved from: <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijarti/article/download/5995/2323>.

32. Sturgeon, T. J. (2021). Upgrading strategies for the digital economy. *Global Strategy Journal*, 11(1), 34-57. Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Timothy-Sturgeon/publication/337106038_Upgrading_Strategies_for_the_Digital_Economy/links/6050cfa6458515e8344e45f8/Upgrading-Strategies-for-the-Digital-Economy.pdf.

33. Takeda, A., & Ito, Y. (2021). A review of FinTech research. *International Journal of Technology Management*, 86(1), 67-88. Retrieved from: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/190304/1/adbi-wp883.pdf>.

34. Takeda, A., & Ito, Y. (2021). A review of FinTech research. *International Journal of Technology Management*, 86(1), 67-88. Retrieved from: <https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJTM.2021.115761>.

35. Tun-Pin, C., Keng-Soon, W. C., Yen-San, Y., Pui-Yee, C., Hong-Leong, J. T., & Shwu-Shing, N. (2019). An adoption of fintech service in Malaysia. *South-East Asia Journal of Contemporary Business*, 18(5), 134-147. Retrieved from: http://seajbel.com/wp-content/uploads/2019/05/seajbel5-VOL18_241.pdf.

36. Yuan, I., Topjian, A. A., Kurth, C. D., Kirschen, M. P., Ward, C. G., Zhang, B., & Mensinger, J. L. (2019). Guide to the statistical analysis plan. *Pediatric Anesthesia*, 29(3), 237-242. Retrieved from: https://www.sheffield.ac.uk/polopoly_fs/1.887426!/file/Guide_to_the_statistical_analysis_plan.pdf.

37. Za'aba, N. S., Zannorain, S. M., Isa, N. A. M., & Raziman, N. (2020). Islamic Digital Economy: The Role of Islamic Fintech as Economy Driver. *Journal Of Islamic Economics And Law (JIEL)*, 1(2). Retrieved from: <http://www.jiel.marsah.edu.my/index.php/jurnal/article/download/33/18>.

38. Zaghlol, A. K., Ramdhan, N. A., & Othman, N. (2021). The Nexus between FinTech Adoption and Financial Development in Malaysia: An Overview. *Global Business & Management Research*, 13(4). Retrieved from: https://www.researchgate.net/profile/Nurasyiqin-Ramdhan-2/publication/356194561_The_Nexus_between_FinTech_Adoption_and_Financial_Development_in_Malaysia_An_Overview/links/6191c63e61f09877209a322b/The-Nexus-between-FinTech-Adoption-and-Financial-Development-in-Malaysia-An-Overview.pdf.

39. Zhang-Zhang, Y., Rohlfer, S., & Rajasekera, J. (2020). An eco-systematic view of cross-sector FinTech: The case of Alibaba and Tencent. *Sustainability*, 12(21), 8907. Retrieved from: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/21/8907/pdf>.

40. Zhao, Y., & Bacao, F. (2021). How does the pandemic facilitate mobile payment? An investigation on users' perspective under the COVID-19 pandemic. *International journal of environmental research and public health*, 18(3), 1016. Retrieved from: <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/3/1016/pdf>.

Received 03.03.2022

Статья поступила 03.03.2022 г.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕМОГРАФИЯ И ЭКОНОМИКА ТРУДА

DOI: 10.36683/2306-1758/2022-1-39/78-83

УДК 331.104:004

Цёхла С. Ю., Орлова Н. Н.

СИСТЕМА СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ: СТРУКТУРНЫЕ КОМПОНЕНТЫ И СОДЕРЖАНИЕ

Цёхла Светлана Юрьевна

доктор экономических наук, профессор
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; РФ, 295007, Республика Крым, г. Симферополь, просп. академика Вернадского, д. 4
e-mail: s.tsohla@yandex.ru

Орлова Нелли Николаевна

и. о. директора
Тверской филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 170100, г. Тверь, ул. Вагжанова, д. 7
e-mail: director@tver.ranepa.ru

Трудовые отношения прошли в своем развитии ряд последовательных этапов, которые связаны со сменой общественных формаций, индустриальных теорий, промышленных революций. Новая эпоха развития экономики и общества связана с цифровыми трансформациями, которые оказывают существенное влияние на качество труда, его интенсивность и характер трудовых обязанностей. Цифровые изменения связывают с четвертой промышленной революцией, которая влияет на получение цифровых компетенций, трансформацию рабочего времени, цифровую кооперацию по видам выполняемых работ. Цель научной статьи заключается в обзоре изменения понятия социально-трудовых отношений под влиянием цифровых преобразований и формировании современной системы социально-трудовых отношений. Понимание социально-трудовых отношений, предмета, субъекта, уровней системы социально-трудовых отношений является новым и трансформируется согласно цифровым преобразованиям. Исследование основано на использовании методов исторического и монографического обзора, сравнения, анализа. В статье рассмотрены эволюционные периоды трансформации и формирования социально-трудовых отношений под влиянием развития экономики, производства и технологий. Дан обзор системы социально-трудовых отношений, которая включает предмет, уровни, субъекты, объекты, типы регулирования социально-трудовых отношений. Результаты исследования позволяют изменить представление о социально-трудовых отношениях применительно к сферам деятельности и трудовым характеристикам работы по цифровизации процессов и операций.

Ключевые слова: коллаборация, промышленная революция, социально-трудовые отношения, труд, цифровые трансформации.

Цёхла С. Ю., Орлова Н. Н. Система социально-трудовых отношений в условиях цифровых трансформаций: структурные компоненты и содержание // Экономическая среда. – 2022. – № 1 (39). – С. 78-83. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/78-83>.

Tsohla Svetlana Yu.

Doctor of Economic Sciences, Professor
V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 4 Vernadskogo Avenue, Simferopol, Republic of Crimea 295007, Russian Federation
e-mail: s.tsohla@yandex.ru

Orlova Nelli N.

acting Director
Tver branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 7 Vagzhanova Street, Tver 170100, Russian Federation
e-mail: director@tver.ranepa.ru

Labor relations have gone through a number of successive stages in their development, which are associated with the change of social formations, industrial theories, and industrial revolutions. The new era of economic and social development is associated with digital transformations that have a significant impact on the labour quality, its intensity and the nature of labour responsibilities. Digital changes are associated with the fourth industrial revolution, which affects the acquisition of digital competencies, transformation of working hours, digital cooperation on the types of work performed. The purpose of the article is to review the changes of the concept of social and labour relations under the influence of digital transformations and formation of modern system of social and labour relations. The understanding of social and labour relations, the object, the subject, and the levels of social and labor relations system is new and it is being transformed according to digital transformations. The research methodology is based on the use of methods of historical and monographic review, comparison, and analysis. The article examines the evolutionary periods of transformation and formation of social and labour relations under the influence of economic development, production and technology. An overview of the system of social and labour relations is given, which includes the subject, levels, objects, and types of social and labour relations regulation. The results of the study make it possible to change the idea of social and labour relations with regard to the activity fields and labor characteristics of the work on digitalization of processes and operations.

Keywords: collaboration, industrial revolution, social and labour relations, labour, digital transformations.

Tsohla S. Yu., Orlova N. N. The system of social and labor relations under conditions of digital transformations: structural components and content. *Economic environment*. 2022; 1 (39): 78-83. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2022-1-39/78-83>.

Труд представляет экономическую категорию, которая позволяет понять достижения человека в процессе его жизнедеятельности. С понятием «труд» тесно увязаны трудовые отношения, в которые вступают граждане, взаимодействия между индивидуумами в процессах трудовой деятельности. Трудовые отношения являются основой любой социально-экономической системы, поскольку производство товара или оказание услуги невозможно без взаимодействия людей для осуществления совместной деятельности и обмена результатами труда.

Трудовые отношения прошли в своем развитии ряд эволюционных периодов, которые в теории современных социально-трудовых отношений получили определенные характеристики. Теория общественно-экономических формаций легла в основу изучения эволюции развития трудовых отношений. Согласно формационной теории, любое общество проходит пять последовательных этапов: первобытно-общинный, рабовладельческий, феодальный, капиталистический и социалистический. Теория общественно-экономических формаций впервые получила импульс для развития под руководством К. Маркса [12]. Родоначальник теории был убежден, что целью развития общества является коммунизм.

В научном обороте термин «социально-трудовые отношения» заменил термин «трудовые отношения» относительно недавно. Долгое время именно физиологическая сущность труда выступала основой анализа и изучения трудовых отношений. При данном подходе труд рассматривался только как процесс физической и нервно-психической энергии человека. В условиях становления постиндустриального общества труд начинают рассматривать не только с физиологической и экономической, но и с социальной позиции. При этом процессы социализации труда и повышения социальной ответственности работодателей и государства своевременно соотносятся с процессами индустриализации экономики. Теория информационного (постиндустриального) общества, возникшая в зарубежной науке в 1960-х гг. XX в. и связанная с именами Д. Белла [3] и Э. Тоффлера [18], предложила свой взгляд на эволюцию трудовых отношений. Эволюция трудовых отношений в контексте теории информационного (постиндустриального) общества делит исторический период на три этапа: доиндустриальный, индустриальный, постиндустриальный. Информационный (постиндустриальный) подход трактует труд как сознательную деятельность человека, направленную на достижение желаемого результата (трудовые отношения) и предоставляющую ему уникальные возможности для самовыражения и самореализации (социальные отношения).

В нашем обществе старт для развития теории социально-трудовых отношений был дан в 1982 г. Г. Я. Ракитской [15]. Примерно в это время появилась трактовка «социально-трудовые отношения». Автор определяла понятие как социально-экономические отношения в сфере / по поводу трудовой жизнедеятельности. За прошедшие годы данное понятие стало общепотребительным.

Многообразие социально-трудовых отношений изучается многими научными школами экономической теории. Развитие экономической мысли в сфере социально-трудовых отношений началось еще в эпоху первой промышленной революции и получило эволюционное и генезис-развитие до настоящего времени, что наглядно представлено в таблице 1.

Проблемы становления социально-трудовых отношений освещались в трудах Д. Белла [3], М. Вебера [4], К. Маркса [12], Дж. Б. Кларка [8], П. Ж. Прудона [14], А. Смита [17], Р. Смита [19], Э. Тоффлера [18], Р. Эренберга [19] и других ученых. Различным аспектам функционирования системы социально-трудовых отношений посвящены работы советских и российских ученых: Н. Ю. Анисимовой [1], С. Ю. Барсуковой [2], В. И. Герчикова [2], Б. М. Генкина [5], Б. Г. Збышко [6], Н. С. Землянухиной [7], С. Г. Землянухиной [7], Н. Е. Колесникова [9], И. Д. Колмаковой [10], Е. Г. Мамытова [11], Е. В. Нехода [13], Г. Я. Ракитской [15], С. Ю. Рощина [16], Т. О. Разумовой [16], И. В. Смирнова [21], Е. В. Янченко [20] и многих других.

Таблица 1 – Эволюция трудовых отношений под влиянием промышленной революции

Период	Характеристика периода	Характеристика трудовых отношений
Первая промышленная революция – Индустрия 1.0 (конец XVIII - начало XIX вв.)	Аграрный переворот, появление и развитие мануфактур, переход к техническим инновациям, дешевая рабочая сила, механизация труда	Труд – фактор производства, резкий рост производительности труда, открытия и изобретения требуют профессиональной подготовки, ускорилось переселение людей из деревень в города
Вторая промышленная революция – Индустрия 2.0 (конец XIX - начало XX вв.)	Расцвет физики и химии, внедрение научных достижений в производство, электричества в технологии, массовое и конвейерное производство	Совершенствование технологий, электрификация, телекоммуникации, автомобилестроение требуют научной организации труда и массовости в процессах
Третья промышленная революция – Индустрия 3.0 (середина XX в.)	Автоматизация производства, ядерный прорыв в промышленности, необходимость перемещать радиоактивные материалы без участия человека	Замена труда людей автоматическими электромеханическими манипуляторами (роботами), первые продукты сотовой связи, компьютерная индустрия, предпосылки новых профессий
Четвертая промышленная революция – Индустрия 4.0 (конец XX в. - настоящее время)	Симбиоз промышленных и технологических инноваций, приоритеты в сторону продуктивности, кастомизации, социальная ответственность перед обществом и людьми	Развитие внутреннего рынка труда, цифровые компетенции, трансформация рабочего времени, персонализация труда, цифровая кооперация по видам работам

Источник: составлено авторами с использованием [1]

Современные условия диктуют необходимость трансформации понятия социально-трудовых отношений, которые разделились на две линии понимания. В первом случае социально-трудовые отношения определяются как отношения, которые развились на рынке труда в связи с заключением сделок купли и продажи рабочей силы. Одновременно оформляются и выполняются трудовые контракты. Данная формулировка отражает суть трудовых отношений. Основой ее является личный вклад работника в выполнение трудовой функции. Б. М. Генкин полагает, что социально-трудовые отношения «характеризуют экономические, психологические и правовые аспекты взаимосвязей индивидуумов и социальных групп в процессах, обусловленных трудовой деятельностью» [5]. Автор вполне справедливо, на наш взгляд, расширяет понимание трудовых отношений до социально-трудовых отношений, делая акцент на некой правовой, психологической ответственности всех участников трудовых отношений перед обществом. Аналогично нашему пониманию не все авторы согласны ограничивать социально-трудовые отношения рамками процесса труда. Возникает альтернативное мнение, и оно формулируется гораздо шире, выходит за рамки трудового процесса. Суть теории заключается в следующем. Жизнедеятельность человека устроена таким образом, что он ориентирован на рынок труда и профессиональное обучение заблаговременно, еще до трудовой деятельности. Далее трудовые отношения продолжают на протяжении всей его жизни до выхода на пенсию. Иными словами, социально-трудовые отношения образуются не только в процессе труда, но еще до его начала и сохраняются после его завершения. Таким образом, социально-трудовые отношения не следует ограничивать рамками трудового процесса, протекающего в организации. Социально-трудовые отношения, по мнению Е. Г. Мамытова, «помимо собственно трудовых отношений, включают отношения по поводу: формирования работника, обладающего соответствующими качественными характеристиками (здоровье, образование, профессиональная подготовка, адекватная современным требованиям, интересы и трудовая мотивация и т. д.); функционирования рынка труда, мобильности рабочей силы меж-

ду предприятиями, отраслями, регионами, социально-профессиональной мобильности и т.д. создания и функционирования соответствующей материально-технической базы для осуществления трудовой деятельности» [11].

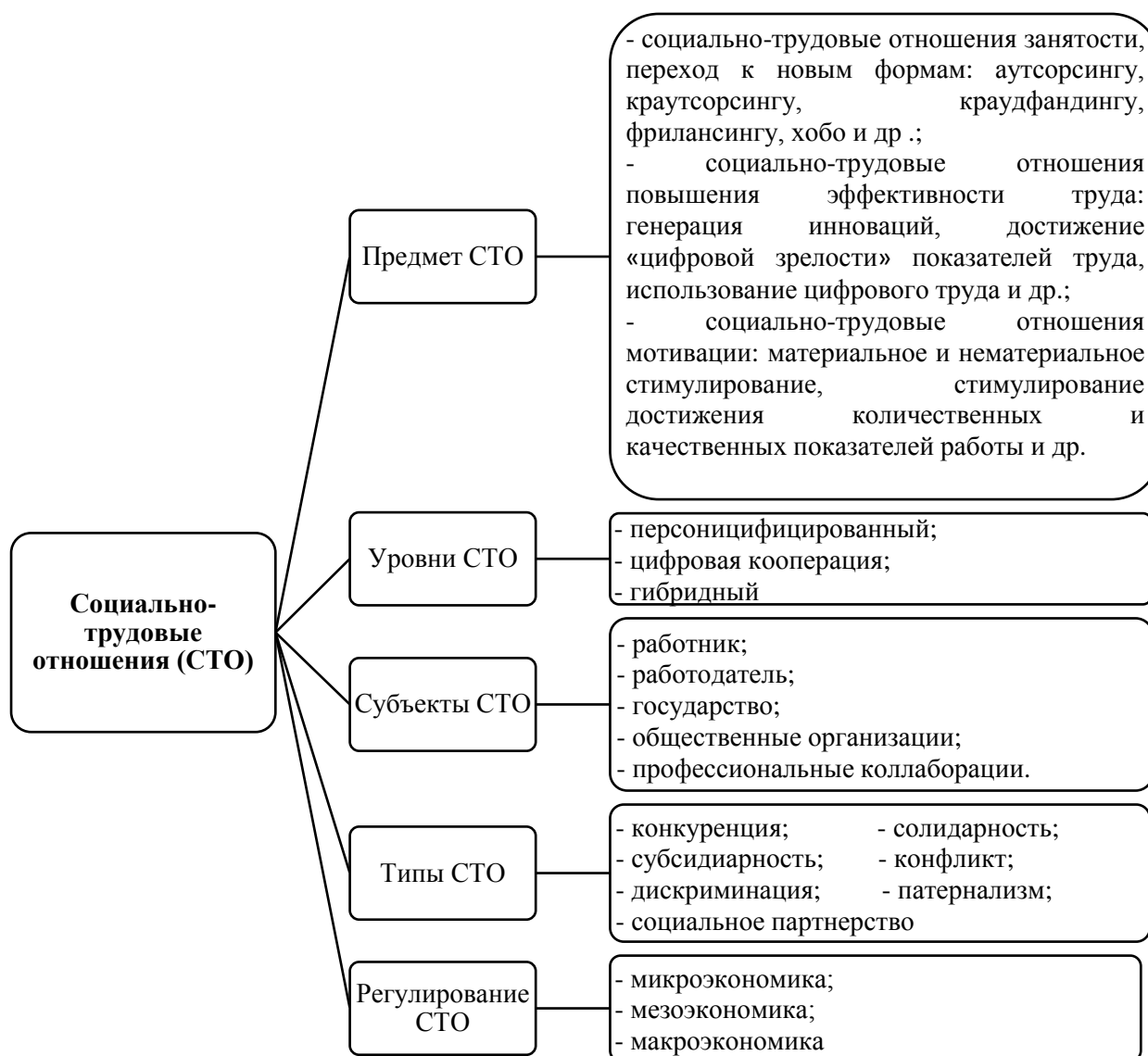
Следует различать социально-трудовые и собственно трудовые отношения. Сущность последних определена ст. 15 ТК РФ. По трудовому законодательству трудовые отношения возникают между работником и работодателем. При этом есть законодательно регулируемые соглашения о трудовых функциях. К ним относятся: личное выполнение работником за плату трудовой функции, работа по должности в соответствии со штатным расписанием, соответствие профессии, квалификации, поручаемой работы. Работник выполняет правила внутреннего трудового распорядка при обеспечении работодателем условий труда, руководствуется нормами трудового права, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами, трудовым договором. Социальные отношения представляют собой комплекс отношений между людьми и их группами, осуществляемый в соответствии с законами социальной организации общества. Социальные отношения – это многоуровневая система, выходящая далеко за рамки трудового процесса и включающая в себя трудовые отношения только в качестве одной из подсистем. Можно утверждать, что содержание социально-трудовых отношений намного шире собственно трудовых отношений.

Следует отметить, что социальные отношения опосредуют трудовые отношения между наемным работником и работодателем, и наоборот, часто трудовые отношения, сопровождаемые противоречиями и конфликтами между их участниками, служат основой для возникновения отношений социальных. Социально-трудовые отношения представляют собой единую систему отношений. Они возникают между участниками отношений на рынке труда и выполняются ими. В трудовом обращении участвуют граждане трудоспособного возраста, руководство предприятий, государственные структуры, профессиональные сообщества, участники социума. В новом понимании их нужно рассматривать как социальный институт, который обеспечивает реализацию права индивида на труд. Одновременно решается проблема занятости, получение трудовых и других доходов от участия в общественном производстве. И если в трудовые отношения вступают работники и работодатели, то в социально-трудовых отношениях задействованы еще и государственные органы власти и управления. Таким образом, в рамках социально-трудовых отношений должны объединиться в одно целое как рыночные принципы хозяйственной жизни, так и права на обеспечение социальных гарантий основных субъектов социально-трудовых отношений в цифровых условиях. Система социально-трудовых отношений многогранна. Она, как и любая другая система, имеет свою особенную структуру. При этом все основные понятия системы социально-трудовых отношений тесно связаны между собой, уточняются и трактуются одного через другое. Социально-трудовые отношения включают комплекс процессов и связей, возникающих в связи с участием человека в общественном производстве. Ее основными элементами являются субъекты социально-трудовых отношений, их уровни, типы и предмет, которые в условиях цифровых трансформаций, по нашему убеждению, претерпевают ряд изменений в формулировках (рисунок 1).

Предметом современных социально-трудовых отношений в условиях цифровых трансформаций выступают:

- социально-трудовые отношения занятости, переход к новым формам: аутсорсингу, краутсорсингу, краудфандингу, фрилансингу, хобо и др.;
- социально-трудовые отношения повышения эффективности труда: генерация инноваций, достижение «цифровой зрелости» показателей труда, использование цифрового труда и др.;
- социально-трудовые отношения мотивации: материальное и нематериальное стимулирование, стимулирование достижения количественных и качественных показателей работы и др.

Различают следующие уровни трудовых отношений в зависимости от участия в них отдельного индивида или группы людей: персонифицированный, цифровая кооперация, гибридный.



Источник: составлено авторами

Рисунок 1 – Структура социально-трудовых отношений в условиях цифровых трансформаций

Субъекты традиционно и в расширенном формате включают: работника, работодателя, государство, общественные организации и профессиональные коллаборации. Согласно ст. 20 ТК РФ, работник – это «физическое лицо, вступившее в трудовые отношения с работодателем», а работодатель – «физическое лицо либо юридическое лицо (организация), вступившее в трудовые отношения с работником». При этом наемный работник может быть представлен как отдельным индивидуумом, так и группой работников, которые осуществляют совместную деятельность в процессе выполнения работы. Цифровые трансформации в экономике и обществе, гибридная система занятости, но при этом дефицит профессий в сфере цифровизации и людей, владеющих знаниями и умениями цифровых информационных технологий, оперативность обсуждения и принятия решений требуют развития профессиональных коллабораций: профессиональные союзы, сообщества, группы, содружества и пр. Совместная деятельность и сотрудничество выступают самостоятельной стороной (участником) трудовых отношений в период цифровизации. А цифровой статус труда расширяет возможности трудовых отношений между участниками трудового процесса до формирования цифровой кооперации, в которой принимают участие заинтересованные стороны.

Для повышения эффективности системы функционирования обеспечивается их регулирование на макро-, мезо- и микроуровне.

Таким образом, социально-трудовые отношения находятся в постоянном изменении их сущности под влиянием мировых и общественных процессов, цифровизации экономики и социума.

Список источников:

1. Анисимова Н. Ю. Эволюция производственно-трудовых отношений: концептуальные положения // Вестник российского университета кооперации. – 2021. – № 1 (43). – С. 10-15.
2. Барсукова С. Ю., Герчиков В. И. Приватизация и трудовые отношения: от единого и общего к частному и разному. – Новосибирск : ИЭиОПП СО РАН, 1997. – 215 с.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / перевод с английского под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 2004. – 788 с.
4. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / пер. М. И. Левина, П. П. Гайденко. – СПб : Центр гуманитарных инициатив. – 2012. – 656 с.
5. Генкин Б. М. Экономика и социология труда: учебник для вузов. – М. : Издат. группа НОРМА – ИНФРА М, 1999. – 373 с.
6. Збышко Б. Г. Регулирование социально-трудовых отношений в России. Международный и национальный аспект: монография. – М.: Социальное страхование. – 2004. – 392 с.
7. Землянухина Н. С., Землянухина С. Г. Экономическая система общества: теория, методология исследования и характер развития. Саратов: СГТУ, 2004. – 175 с.
8. Кларк Дж. Б. Распределение богатства: теория заработной платы, процента и прибыли. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 368 с.
9. Колесников Н.Е. Социально-трудовые отношения: современные проблемы и практики. – СПб : ИСЭП РАН, 1993. – 120 с.
10. Колмакова И. Д. Регулирование социально-трудовых отношений в экономике России. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2005. – 210 с.
11. Мамытов Е. Г. Социально-трудовые отношения в современной России: тенденции развития. – Москва : МАКС Пресс, 2008. – 150 с.
12. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. – М. : Политиздат. – 1983. – 383 с.
13. Нехода Е. В. Методологические и теоретические основы исследования социально-трудовых отношений: монография. – Томск: Изд-во Томского университета, 2007. – 200 с.
14. Прудон П. Ж. Что такое «собственность»? или Исследование о принципе права и власти. – М. : Республика, 1998. – 367 с.
15. Ракитская Г. Я. Общая теория социально-трудовых отношений и перспективы их демократического регулирования в современной России: дис. ... докт. экон. наук. – М., 2003. – 385 с.
16. Рощин С. Ю., Разумова Т. О. Экономика труда: экономическая теория труда: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М., 2000. – 398 с.
17. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов: в 2 т. – М. : Наука. – 1993. – 570 с.
18. Тоффлер Э. Третья волна. – Москва: Издательская группа «АСТ», 2002. – 800 с.; Тоффлер Э. Шок будущего. – Москва: Издательская группа «АСТ», 2008. – 560 с.; Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – Москва: Издательская группа «АСТ», 2009. – 672 с.
19. Эренберг Р., Смит Р. Современная экономика труда: теория и государственная политика: пер. с англ. / под ред. Р.П. Колосовой. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 777 с.
20. Янченко Е. В. Социально-трудовые отношения: институционализация и регулирование в условиях становления экономики знаний: монография. – Саратов: Изд. «КУБиК», 2011. – 239 с.
21. Смирнов И. В. Эволюционные проблемы изменения характера трудовой деятельности // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2016. – № 1 (33). – С. 233-240.

Статья поступила 11.03.2022 г.

ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

1. Редакция журнала «Экономическая среда» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Материалы для публикации рекомендуется отправлять по адресу: economic sreda@mail.ru. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, принятых к публикации.

2. Редакция принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики. Материалы по другим отраслям знаний к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь две рецензии специалистов соответствующего научного профиля (доктора или кандидата наук). Кроме того, для публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Редакция направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление (научную дисциплину); член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних пяти лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционной коллегии рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, возвращенная автором в редакцию после устранения замечаний, направляется для повторного рецензирования тому же члену редакционной коллегии, который осуществлял первичное рецензирование данной статьи.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Статья должна носить аналитический, а не описательный характер, автор должен четко сформулировать круг рассматриваемых вопросов (проблем), их актуальность, цели исследования и результаты (выводы, рекомендации). Позиция автора должна быть аргументирована и логически выдержана.

2. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10 000-40 000 знаков).

3. Обязательным элементом является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

4. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления» (в квадратных скобках указывается номер источника в списке литературы).

5. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

6. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Экономическая среда» (http://orelgiel.ru/public/economicheskaya_sreda), Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

7. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с данными требованиями.

МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Редакция не гарантирует каких-либо сроков опубликования статей, получивших положительную рецензию. В среднем между прохождением статьи через технический контроль и публикацией при положительном решении редколлегии проходит 1-3 месяцев.

При публикации материалов приоритет отдается подписчикам журнала.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
И ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»**

приглашают научных и научно-педагогических работников общего и профессионального образования принять участие в научно-практической конференции:



**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»**

Цели и задачи конференции:

- публичное обсуждение результатов экспериментальной или теоретической деятельности, направленной на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;
- развитие и популяризация новейших достижений науки и техники;
- обмен актуальной научно-технической информацией, укрепление деловых контактов между российскими и зарубежными учеными, специалистами и руководителями предприятий различных отраслей экономики.

Место проведения:

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

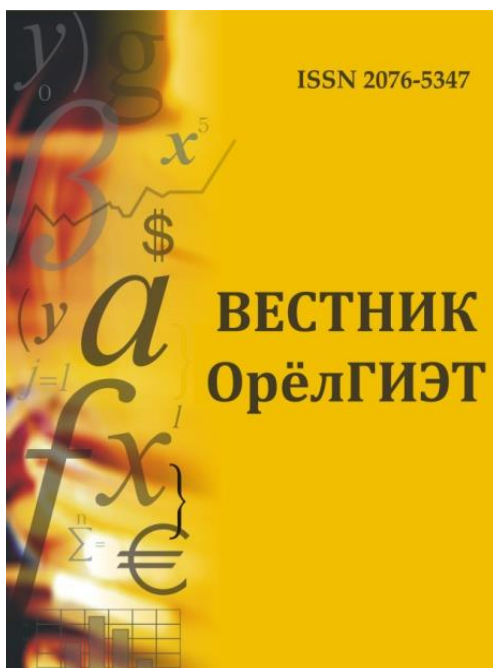
Сайт: www.orelgiet.ru

E-mail: ogiet-konferenciya@yandex.ru

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

+7 (486)225-50-43 (Сотникова Елена Анатольевна)

Материалы конференции будут опубликованы в сборниках серии «Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования» (ISSN 2500-249X), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте университета, а также индексируется в базе данных РИНЦ (eLIBRARY.RU).



Журнал «Вестник ОрелГИЭТ» печатается с 2007 г. и является регулярным научным изданием, выпускаемым с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации. Периодичность издания – 1 раз в квартал.

В журнале публикуются результаты исследований по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания.

«Вестник ОрелГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, кото-

рые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-67656 от 10 ноября 2016 г.

Учредитель (издатель): ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли».

Журнал входит в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук» (Перечень ВАК).

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования ([РИНЦ](#)).

Подписка на журнал осуществляется во всех отделениях связи по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс [E36888](#)).

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство образования и науки Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

Адрес редакции: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12, каб.309

Телефон: (4862) 255-037; (910)300-77-56

E-mail: rio-ogiet@mail.ru

Сайт: http://orelgiet.ru/public/redakcionno_izdatelskiy_otdel

QUARTERLY THEORETICAL AND PRACTICAL JOURNAL

**ECONOMIC
ENVIRONMENT****№ 1 (39)
2022**

Quarterly scientific and practical journal has been published since 2012

Postal subscription is carried out at all Postal Telegraph Offices according to the union catalog «Pressa Rossiji» («Russian Press») code E29460

The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media (Roskomnadzor).

Registration License:

ПИ № ФС 77-67657 from 10.10.2016.

Founder (Publisher):

Orel State University of Economics and Trade
12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation

The journal publishes the results of scientific research on economic theory, management of national economy, accounting, statistics, commodity study and technology of public catering. The journal is addressed to researchers, lecturers, post-graduate students and students who are interested in the newest results of fundamental and applied researches in different scientific branches.

Before publication all the materials are necessarily reviewed. Copies of the review or motivated refusal are sent to the authors (without any information about the reviewer). The reviews are placed in custody in the Editorial Office for 5 years and may be put at the disposal of the Ministry of science and higher education on demand.

When reprinting materials, a reference to the publication is required

Editorial Office of «Economic environment»:
12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028,
Russian Federation
Telephone: +7 (4862) 255037;
e-mail: economicsreda@mail.ru
<https://orelgiel.ru/sveden/ekonomicheskaya-sreda>
© OrelSUET, 2022

Passed for printing 31.03.2022.
Date of publication 15.03.2022.
Order № 6. Format 60x84 $\frac{1}{8}$
Volume 11,755 printed sheets.
Circulation 1000 cop.
Free price.

Printed at the poligraphic base of OrelSUET
12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation

Editor-in-Chief:

Parushina N. V. Doctor of Economic Sciences, Professor
Orel State University of Economics and Trade

Editorial board:

Agarkova L. V. Doctor of Economic Sciences, Professor
Stavropol State Agrarian University

Bogataya I. N. Doctor of Economic Sciences, Professor
Rostov State University of Economics

Vorobyova E. I. Doctor of Economic Sciences, Professor
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

Glotko A. V. Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Gorno-Altai State University

Zenkina I. V. Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation

Karlina E. P. Doctor of Economic Sciences, Professor
Astrakhan State Technical University

Kuznetsova A. R. Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Institute of strategic studies of the Republic of Bashkortostan

Lochan S. A. Doctor of Economic Sciences, Professor
Plekhanov Russian University of Economics

Lytneva N. A. Doctor of Economic Sciences, Professor
Orel State University of Economics and Trade

Nizhegorodtsev R. M. Doctor of Economic Sciences, Professor
V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences of Russian Academy of Sciences

Plaskova N. S. Doctor of Economic Sciences, Professor
Plekhanov Russian University of Economics

Pronyaeva L.I. Doctor of Economic Sciences, Professor
Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Rudakova O. V. Doctor of Economic Sciences, Professor
Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Simchenko N. A. Doctor of Economic Sciences, Professor
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

Sirotkina N. V. Doctor of Economic Sciences, Professor
Voronezh State Technical University

Tsohla S. Yu. Doctor of Economic Sciences, Professor
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

Cheglakova S. G. Doctor of Economic Sciences, Professor
Ryazan State Radio Engineering University

Chekulina T. A. Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Orel State University of Economics and Trade

Shmanev S. V. Doctor of Economic Sciences, Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation

Yurzinova I. L. Doctor of Economic Sciences, Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation

Yasheva G. A. Doctor of Economic Sciences, Professor
Vitebsk State University of Technology

Managing editor:

Zhuchkov A. A. Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor
Orel State University of Economics and Trade

Copy Editor:

Zaitseva N. N. Senior Lecturer
Orel Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation named after V.V. Lukyanov

Translation:

Lepeshkina G. G. Senior Lecturer
Orel State University of Economics and Trade

AUTHORS GUIDELINES

Editorial board reviews, carries out necessary scientific and stylistic editing of all the materials published in the journal by all means. Reviewing and editing of manuscripts (scientific, stylistic, technical) is carried out by the editorial council according to requirements of Higher Attestation Commission of Russian Federation to scientific literature publication. The editorial board has the right to decline the work out of line with the requirements to the publication. Editorial is not obliged to explain the authors nontechnical reasons for articles rejection. Highly skilled experts co-operate with the journal and their opinion is defining.

Editorial board does not guarantee any publication terms of articles having positive review. On the average, it takes 1-3 month to pass through the technical control and to get positive decision of the editorial board.

The Orel State University of Economy and Trade and editorial board of « Economic environment» invites lecturers, practical workers, post-graduate students and students to cooperate. The journal subscribers will have priority at publication.

THE REVIEWING PROCEDURE OF SCIENTIFIC ARTICLES

1. Editorial Board of «Economic environment» reviews only the materials sent by e-mail. Materials for publication should be sent to: economicsreda@mail.ru. The articles are reviewed, and all necessary scientific and stylistic editing of the materials published in magazines OrelSUET is done by the Editorial Board according to the requirements of High Attestation Commission of Russian Federation

2. Materials and articles should correspond scientific views, results and achievements of fundamental and theoretical-applied researches in the sphere of economic science. Materials out of line with the themes of the subject areas are not considered.

3. Each article must have a review of a specialist (Doctor of Science, Professor). The articles of post-graduate students and applicants for scientific degree must also have a recommendation for publication written by the scientific supervisor.

4. The Chief Editor sends the article to the member of the Editorial Board in charge of the topic. If the member in charge is absent or is the author of the article, the material is sent to external reviewers.

5. The external reviewers can be well-known specialists in the sphere who have had published articles for the last 5 years in the reviewed journals. They should have the same or higher scientific degree.

6. The reviewer must send a review or motivated refusal within 2 weeks since the date of getting the material by post of Russian Federation or email.

7. All the articles having a review of Editorial Board are discussed at the regular meeting and a decision on publication is made. The author is sent a letter concerning the decision (by post or e-mail).

8. The reviews are placed in custody in the Editorial Office for 5 years and its copies may be put at the disposal of the Ministry of Science and higher Education on demand. Editorial Staff puts corresponding reviews of the articles at the disposal of authors and Councils of Experts of High Attestation Commission on demand without the name of the reviewer.

9. The article submitted to the Editor for the second time after correction is reviewed again.

10. External reviewing is possible if:

- The member of the Editorial Board in charge of the topic is absent;
- The member is not able to make a review;
- The Editorial Board does not agree with the opinion of the member of the Board;
- The member of the Board is the author of the article.

There should be a decision of the meeting of the Editorial Board to ask a scientist in the corresponding field of science to review the material. He is sent a letter with the request for reviewing, the article and recommended review form.

General Review of the Article

The review should highlight the following issues:

- Urgency and correspondence to the themes of the journal;
- Scientific level and novelty of the results submitted for publication and their practical importance;
- Advantages and disadvantages of the content and style;
- Concrete recommendations to improve the article;
- Possibility/impossibility of publication of the reviewed article in the journal.

TABLE OF CONTENTS

REGIONAL AND SECTORAL ECONOMY

- Streltsov A. V., Yakovlev G. I.**
The use of strategic analysis methods in formation of the enterprises competitiveness 5
- Parushina N. V., Lytneva N. A., Ivankova S. V.**
Program-targeted support of small businesses at the regional level: conceptual discourse and current state of the problem 11

ACCOUNTING, AUDIT AND ANALYSIS

- Cheglakova S. G.**
Restraining factors of investment development of telecommunication companies and methods of their levelling 22
- Parushina N. V., Alyamkina L. A.**
Analysis of settlement-information servicing of entities under conditions of banking digitalization 31

MATHEMATICAL, STATISTICAL AND INSTRUMENTAL METHODS OF ECONOMY

- Magasumov A. R., Antineskul E. A.**
Specific reaction of B2B clients to the failures in the work of the services of the providers 47

MANAGEMENT AND MARKETING

- Kuznetsova E. R., Vodolazova R. A.**
Modern approaches to marketing management in technology companies 55

FINANCE

- Ray S., Pal R. P.**
Are we transforming our payment through innovation in fintech and the digital economy? Perspectives from Asian drama in fintech innovation 59

ECONOMIC DEMOGRAPHY AND LABOR ECONOMICS

- Tsohla S. Yu., Orlova N. N.**
The system of social and labor relations under conditions of digital transformations: structural components and content 78

- AUTHORS GUIDELINES** 89